

*Панкратова Наталья Владимировна*

шеф-редактор

МТРК «Мир»

г. Москва

DOI 10.31483/r-167690

## **РЕФЛЕКСИВНЫЙ БОТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ЗАПРОСА ДО КОУЧИНГА**

***Аннотация:** в статье описывается разработка и апробация автоматизированного рефлексивного опросника как инструмента формирования финансового запроса в коучинге. В статье представлены концептуальная база, история создания, технические и этические параметры инструмента. Описана методология пилотной оценки рефлексивного эффекта с использованием схемы «до-после» ( $N = 28 / N = 27$ ) по шкале Лайкерта. По четырем измеряемым параметрам: знание финансовых убеждений, удовлетворенность поведением, осознание влияния раннего финансового опыта, понимание эмоций; зафиксирован устойчивый сдвиг в направлении углубленной рефлексии. Сделан вывод о целесообразности применения подобного инструмента на этапе «до коучинга», в целях актуализации опыта и снижения неопределенности в коучинговом взаимодействии. Обсуждаются ограничения исследования и перспективы развития инструмента.*

***Ключевые слова:** финансовый коучинг, рефлексия, финансовое поведение, психолингвистика денег, нарративный подход, финансовый интеллект, коучинговый запрос, финансовые убеждения, финансовая социализация.*

***Введение.** Финансовый коучинг представляет собой особую область коучинговой практики, в фокусе которой – и имплицитные убеждения, и аффективные реакции, и нарративы, определяющие финансовое поведение.*

*Актуальность инструментального обеспечения этой области обусловлена рядом устойчивых закономерностей. Так, финансовые установки формируются преимущественно в семейном контексте, в детском возрасте [11], и большинство*

взрослых уже располагают устойчивыми финансовыми убеждениями – «денежными скриптами», закрепленными в имплицитной памяти и функционирующими вне произвольного контроля [7]. Кроме того, в российской культуре финансовая тема остается социально табуированной, что дополнительно затрудняет ее вербализацию [3].

Следствием этих факторов является характерный тип первичного коучингового запроса: количественно определенная (или неопределенная), но содержательно редуцированная формулировка: «хочу зарабатывать миллион», «хочу зарабатывать много» «хочу увеличить доход в три раза» (из практики автора). Согласно теории постановки целей, мотивирующий потенциал цели определяется её специфичностью и ценностным наполнением [10]; количественный ориентир без психологического контекста этой функции не выполняет.

Прояснение субъектной позиции клиента, выявление ценностных оснований цели и диагностика аффективных блоков входят в стандартный арсенал коуча, однако решение этих задач в рамках первой сессии существенно сокращает её рабочий ресурс. Особую практическую ценность в этом контексте приобретают инструменты предварительной рефлексивной подготовки клиента, позволяющие актуализировать финансовый опыт и сформировать первичный контур запроса до начала коучинговой работы. Описанию и пилотной оценке одного из таких инструментов посвящена настоящая статья.

Традиционные методы сбора нарративного материала (интервью и анкетирование) сопряжены с рядом трудностей применительно к финансовой тематике: самоцензура, эффект социальной желательности, аффективная нагруженность, стыд и страх оценки [7; 11]. Следствием является дефицит валидных данных о реальном финансовом опыте. Описанная проблема стала отправной точкой для разработки автоматизированного рефлексивного опросника: инструмента, который одновременно обеспечивает сбор нарративного материала и производит рефлексивный эффект, помогая клиенту сформировать финансовый запрос до начала коучинговой работы.

Цель настоящей статьи: описать концептуальную основу, технические параметры и результаты пилотной оценки эффективности рефлексивного бота как инструмента «до коучинга».

*Теоретическую базу* инструмента составляет пересечение нескольких направлений, а именно: психолингвистика концептов социально-экономической сферы, нарративный подход (Р. Шиллер показывает, как «вирусные» финансовые истории формируют экономическое поведение на групповом уровне на индивидуальном уровне ту же функцию выполняют личные финансовые нарративы); концепция финансовой социализации, теория «денежных сценариев» [3; 5; 8]. Наконец, автобиографические Я-нарративы, которые рассматриваются как ключевой механизм конструирования идентичности, в том числе финансовой [1].

Инструменты, стимулирующие финансовую рефлексию (тесты, дневники, анкеты), применяются в практике финансового консультирования; рефлексивный бот предлагает их автоматизированный, масштабируемый и этически выверенный аналог. Рефлексия здесь рассматривается как необходимое предусловие изменения: осознание личностью необходимости развития и актуализация собственного опыта предшествуют любой продуктивной работе по изменению поведенческих паттернов. «Биографическая рефлексия актуализируется в ситуациях, когда личность осознает необходимость дальнейшего развития, а жизненные изменения принимаются как условия обретения смысла жизни» [2]. Без этого этапа невозможно сформировать и реалистичный запрос на коучинг.

*Разработка инструмента.* Инструмент создавался поэтапно. На *первом этапе* разработана концептуальная модель: определены типы вопросов, их последовательность и обоснование с точки зрения когнитивно-поведенческой терапии, нарративного и психолингвистического подходов. На *втором этапе* реализована техническая часть: бот написан на Python и первоначально развернут в мессенджере Telegram, впоследствии интегрирован на сайт. На *третьем этапе* проведена апробация в исследовательском режиме (сбор нарративов); на *четвертом* – инструмент дополнительно был внедрен как «инструмент до коучинга» на

основе обратной связи от клиентов. Инструмент зарегистрирован в качестве программы для ЭВМ [4].

Опросник включает *пять содержательных блоков*: 1) нарративные вопросы: первые воспоминания о деньгах, первый финансовый опыт, значимые финансовые события детства; 2) вопросы о культурно-языковом опыте: денежный язык в семье, семейные «правила» обращения с деньгами, негласные запреты и разрешения; 3) оценочные вопросы: отношение к богатству и бедности, суждения о людях с разным материальным достатком; 4) концептуальные вопросы: личное определение денег, финансовые правила и метафоры; 5) техника фрирайтинга: свободное письмо на заданную тему без редактирования. Дополнительно включен вопрос об идентичности: «*Как ваши родственники охарактеризовали бы ваше финансовое поведение?*», вопрос активизирует финансовую идентичность через взгляд значимого другого и создает материал для метафорической работы в последующей коучинговой сессии.

*Технические параметры инструмента*: 1) асинхронность (пользователь отвечает в любое удобное время, без давления присутствия интерактора); 2) отсутствие живого собеседника (снижение эффекта социальной желательности); 3) принцип добровольного участия (пользователь самостоятельно решает, участвовать ли в исследовательской части); 4) открытые вопросы без подсказок и шкал (минимизация суггестивности); 5) письменный формат (создание психологической «дистанции» от переживания).

*Этические параметры*: персональные данные не собираются; анонимизация обеспечивается присвоением случайных идентификаторов (random\_id). Результаты исследования обезличены. Участие добровольное. Инструмент не осуществляет интерпретацию ответов пользователя и не является терапевтическим или диагностическим.

*Дизайн пилотной оценки эффективности*. Для оценки рефлексивного эффекта использована схема «до-после» с двумя независимыми опросниками. Первый опросник (группа «до», N = 28) заполнялся пользователями до прохождения рефлексивного бота и измерял исходный уровень финансового самоосознавания

по четырем параметрам. Второй опросник (группа «после», N = 27) задавался после прохождения и измерял субъективно воспринятый рефлексивный эффект. Метод измерения: пятибалльная шкала Лайкерта (1 – «совсем не знаю / никак не помог», 5 – «знаю отлично / значительно помог») [6]. Выборка добровольная, нерепрезентативная. Как метод подсчета использована описательная статистика.

Измерялись четыре параметра:

- самооценка понимания собственных финансовых убеждений и установок;
- удовлетворенность собственным финансовым поведением и осознание необходимости его изменения;
- осознание влияния раннего (детского) финансового опыта на текущее отношение к деньгам;
- самооценка понимания собственных эмоций, связанных с деньгами.

*Результаты.*

*Параметр 1. Знание финансовых убеждений и установок.*

Вопрос «до»: «*Насколько хорошо вы знаете свои взгляды на деньги (убеждения и установки)?*». Вопрос «после»: «*Насколько вопросы бота помогли вам лучше понять ваши взгляды на деньги?*»

Таблица 1

*Знание финансовых убеждений: сравнение «до» и «после»*

Оценка	До(%)	После (%)
3	35,7	11,1
4	46,4	33,3
5	17,9	33,3
1+2	0	22,2 (по 11,1%)

До прохождения большинство участников (46,4%) оценивали свою осведомленность на 4, то есть полагали, что неплохо знают собственные финансовые убеждения. После прохождения картина существенно изменилась и поляризовалась: с одной стороны, выросла доля оценки 5 (с 17,9% до 33,3%), часть участников отметила реальный прирост понимания. С другой стороны, появились

оценки 1 и 2 (суммарно 22,2%), которых не было вовсе до прохождения. Эту поляризацию следует интерпретировать как позитивный результат: участники, прежде считавшие, что хорошо знают свои установки, после рефлексивной работы осознали неполноту этого знания, и это само по себе является целевым эффектом инструмента.

*Параметр 2. Удовлетворенность/необходимость изменения финансовым поведением и осознание необходимости изменений.*

Вопрос «до»: «Насколько вас устраивает ваше финансовое поведение?» Вопрос «после»: «Насколько вопросы бота помогли вам задуматься о необходимости изменения вашего финансового поведения?»

Таблица 2

*Удовлетворенность финансовым поведением: сравнение «до» и «после»*

Оценка	До (%)	После (%)
1	0	11,1
2	25,0	11,1
3	50,0	22,2
4	17,9	14,8
5	7,1	40,7

Этот параметр демонстрирует наиболее выраженный рефлексивный сдвиг. До прохождения половина участников (50%) занимала нейтральную позицию (оценка 3), лишь 7,1% были полностью удовлетворены своим поведением (оценка 5). После прохождения 40,7% участников дали оценку 5, то есть указали, что опросник значительно помог задуматься о необходимости изменений. Это пятикратный рост по максимальной оценке. Данный результат непосредственно связан с практической функцией инструмента: формирование мотивации к изменениям является одной из ключевых задач этапа «до коучинга».

*Параметр 3. Осознание влияния раннего финансового опыта.*

Вопрос «до»: «Насколько вы согласны с утверждением: первый детский опыт влияет на наши отношения с деньгами?» Вопрос «после»: «Насколько вопросы бота помогли вам осознать это влияние?»

Таблица 3

*Влияние раннего опыта на финансовое поведение:  
сравнение «до» и «после»*

Оценка	До (%)	После (%)
1	7,1	~3,7
2	14,3	14,8
3	28,6	14,8
4	28,6	25,9
5	21,4	40,7

До прохождения мнения распределились достаточно равномерно: оценки 3, 4 и 5 набрали около 28,6%, 28,6% и 21,4% соответственно. После работы с опросником значительно вырос полюс максимальной оценки: с 21,4% до 40,7%. Нарративные вопросы бота (о первом финансовом опыте, семейном языке денег, детских правилах) актуализировали связь детских переживаний с нынешним финансовым поведением.

*Параметр 4. Понимание эмоций.*

Вопрос «до»: «Я понимаю свои эмоции, связанные с деньгами». Вопрос «после»: «Задания бота помогли мне понять мои эмоции, связанные с деньгами».

Таблица 4

*Понимание денежных эмоций: сравнение «до» и «после»*

Оценка	До (%)	После (%)
1	7,1	7,4
2	7,1	7,4
3	21,4	18,5
4	39,3	29,6

5	25,0	37,0
---	------	------

До опросника большинство участников считали, что неплохо понимают свои финансовые эмоции: оценки 4 и 5 в сумме составляли 64,3%. После прохождения оценка 5 выросла с 25,0% до 37,0%, то есть опросник усилил осознанность в эмоциональной зоне. Показательна стабильность оценок 1 и 2 (~7%): это, возможно, свидетельствует о том, что небольшая часть аудитории устойчива к эмоциональной рефлексии через письменный текст, что является важным ограничением данного формата.

*Сводные результаты.*

Таблица 5

*Сводная таблица результатов рефлексии*

Параметр	Ключевой результат «до»	Главный сдвиг «после»
Знание убеждений	46,4% – оценка 4	Поляризация: рост 4–5 и появление оценок 1–2
Удовлетворенность поведением/необходимость изменения поведения	50% – оценка 3; 7,1% – оценка 5	40,7% – оценка 5 (рост ×5,7)
Влияние детского опыта	21,4% – оценка 5	40,7% – оценка 5 (рост ×1,9)
Понимание эмоций	25,0% – оценка 5	37,0% – оценка 5 (рост ×1,5)

*Обсуждение.* Полученные данные свидетельствуют о том, что автоматизированный рефлексивный опросник скорее всего производит измеримый и устойчивый сдвиг в направлении углубленной рефлексии. Сдвиг воспроизводится по всем 4-м параметрам, что усиливает достоверность выявленной тенденции, несмотря на ограниченный объем выборки. Наиболее значимый практический результат: пятикратный рост максимальной оценки по параметру «осознание необходимости изменений» (с 7,1% до 40,7%). Этот показатель непосредственно связан с целевой функцией инструмента: клиент, осознавший необходимость изменений, приходит на первую коучинговую сессию с более структурированным и мотивированным запросом.

Феномен поляризации в параметре «знание убеждений» – появление оценок 1–2 у тех, кто ранее таких оценок не давал – может интерпретироваться не как негативный эффект, а как результат «рефлексивного обнаружения незнания». Осознание того, что собственные финансовые установки менее прозрачны, чем казалось, является важным этапом в подготовке к коучингу.

Представляется важным отметить, что описываемый рефлексивный инструмент несет в себе принцип двойной ценности: для исследователя – автоматизированный сбор нарративного материала о финансовом опыте с минимальными искажениями социальной желательности. Для пользователя – это бесплатная рефлексивная подготовка к финансовому коучингу, актуализация опыта и частичное структурирование запроса.

Важно определить место описываемого инструмента в коучинговом взаимодействии: инструмент позиционируется строго в формате «до коучинга», как подготовительный этап перед первой сессией. Его функции в помощи и поддержке работы клиента: формирование запроса, актуализация финансового опыта, снижение неопределенности. Инструмент не является терапией (интервенцией), коучингом, тестированием или диагностикой; он не интерпретирует ответы пользователя и не дает рекомендаций; его действие ограничено актуализацией опыта, вербализацией установок и формированием предварительного представления клиента о себе как субъекте финансового поведения.

Это разграничение принципиально важно с точки зрения профессиональной этики: инструмент расширяет возможности коуча, но не подменяет его работу.

Ограничения исследования. Основное ограничение пилотного исследования – небольшой объем выборки ( $N = 27-28$  из более чем 500 пользователей, взаимодействовавших с ботом). Выборка является добровольной и нерепрезентативной. Кроме того, измеряется субъективно воспринятый рефлексивный эффект, а не объективные изменения в финансовом поведении. Вместе с тем, устойчивость паттернов по всем четырем парам измерений можно считать сдвигом в

сторону углубленной рефлексии, что существенно усиливает достоверность выявленных тенденций и дает основания для более масштабного исследования в будущем при получении большего количества ответов.

*Заключение.* Рефлексивный бот как инструмент «до коучинга» представляет собой практически значимое решение проблемы подготовки клиента к финансовому коучингу. Пилотное исследование фиксирует устойчивый рефлексивный сдвиг по 4-м ключевым параметрам финансового самосознания. Наиболее выраженный эффект: пятикратный рост осознания необходимости изменений, он напрямую связан с задачей формирования коучингового запроса.

Инструмент демонстрирует перспективность автоматизированных нарративных опросников как метода одновременного решения исследовательских и практических задач в области финансовой психологии и коучинга. Асинхронный анонимный формат снижает барьеры, связанные с табуированностью финансовой темы, и повышает откровенность участников.

Направления дальнейшего развития: расширение выборки для репрезентативного исследования; разработка модуля персонализированной обратной связи на основе нарратива клиента с применением технологий ИИ при сохранении этических стандартов анонимности и добровольности; адаптация инструмента для смежных областей (карьерный коучинг, коучинг отношений).

### *Список литературы*

1. Зайцева Ю.Е. Стратегии и стили конструирования идентичности в автобиографических Я-нарративах / Ю.Е. Зайцева // Психологические исследования. – 2017. – Т. 10. №52. – С. 3. – EDN: ZIPACJ.

2. Клементьева М.В. Я и Другой: отраженные в биографической рефлексии / М.В. Клементьева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. – 2018. – Т. 8. №4. – С. 358–369. – <https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.404>. EDN VQTIRQ

3. Панкратова Н.В. Автоматизированный сбор и когнитивно-лингвистический анализ нарративов первого финансового опыта / Н.В. Панкратова // Технологии искусственного интеллекта в гуманитарных научных исследованиях: опыт

и перспективы использования / отв. ред. Е.В. Байдалова, Е.В. Шатъко. – М.: Институт славяноведения РАН, 2025. – С. 150–161. DOI 10.31168/7576-0530-2.13. EDN WZQCPL

4. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2025612164 Российская Федерация. MoneythinkCoach / Н.В. Панкратова. – Дата регистрации: 28.01.2025. – EDN: YRJBVX.

5. Шиллер Р.Дж. Нарративная экономика / Р.Дж. Шиллер ; пер. с англ. Е.В. Калугина. – М.: Эксмо; Бомбора, 2023. – 416 с.

6. Jebb A.T., Ng V., Tay L. A review of key Likert scale development advances: 1995–2019 // *Frontiers in Psychology*. 2021. Vol. 12. Art. 637547. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.637547>. EDN UHIBLT

7. Klontz B.T., Britt S.L., Mentzer J., Klontz T. Money beliefs and financial behaviors: Development of the Klontz Money Script Inventory // *Journal of Financial Therapy*. 2011. Vol. 2. No. 1. Pp. 1–22.

8. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980. 242 p.

9. Likert R. A technique for the measurement of attitudes // *Archives of Psychology*. 1932. Vol. 140. Pp. 1–55.

10. Locke E.A., Latham G.P. Building a practically useful theory of goal setting and task motivation // *American Psychologist*. 2002. Vol. 57. No. 9. Pp. 705–717. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.9.705>. EDN GSFPOP

11. Sesini G., Lozza E. Understanding individual attitude to money: A systematic scoping review // *Collabra: Psychology*. 2023. Vol. 9. No. 1. <https://doi.org/10.1525/collabra.77305>. EDN ACFBOU