8 Σεπτεμβρίου 2014

Η ψυχολογία πίσω από τα αποκτήματα

/ Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός



Αν και «υλιστική», η σχέση μας με τα πράγματα που μας ανήκουν είναι ταυτόχρονα βαθιά συναισθηματική (Πηγή: Yvetta Fedorova/The New York Times)

Michael Bond

Επενδύουμε τα αντικείμενα που μας ανήκουν με συναισθήματα και αναμνήσεις αποδίδοντάς τους βαθύ νόημα, αυτό όμως δεν μας κάνει απαραίτητα ευτυχισμένους. Αντιθέτως, μπορεί και ελαφρώς να μας τρελαίνει

«Μην έχετε στα σπίτια σας τίποτε που να μην ξέρετε ότι είναι χρήσιμο ή που να μην πιστεύετε ότι είναι ωραίο». Αυτός ήταν ένας χρυσός κανόνας για όσους πολεμούσαν να επιπλώσουν ή να ανακαινίσουν το σπίτι τους διατυπωμένος από τον Γουίλιαμ Μόρις, διάσημο βρετανό σχεδιαστή υφασμάτων του 19ου αιώνα.

Οσο και αν ακούγεται εμπνευσμένη η συμβουλή του Μόρις αποδεικνύεται ανεφάρμοστη. Οπως όλοι γνωρίζουμε, η σχέση μας με τα πράγματα που μας ανήκουν πηγαίνει πολύ πιο πέρα από τη χρησιμότητα και την αισθητική. Για να το θέσουμε απλά, αγαπάμε τα πράγματά μας. Ενας σύγχρονος του Μόρις, ο ψυχολόγος Γουίλιαμ Τζέιμς, είχε μια ιδέα σχετικά με το γιατί. Τα αποκτήματά μας, υποστήριζε, καθορίζουν το ποιοι είμαστε: «Ανάμεσα σε αυτό που ο άνθρωπος

αποκαλεί εγώ και εκείνο που αποκαλεί δικό μου η γραμμή είναι πολύ δύσκολο να τραβηχτεί» έλεγε.

Προέκταση του εαυτού μας

Εκτός του ότι είναι χρήσιμα, τα κτήματά μας αντιπροσωπεύουν μια προέκταση του εαυτού μας. Παρέχουν μια αίσθηση του παρελθόντος και μας λένε «ποιοι είμαστε, από πού ερχόμαστε και ίσως πού πηγαίνουμε» λέει ο Ράσελ Μπελκ, ο οποίος μελετά τον καταναλωτισμό στο Πανεπιστήμιο Γιορκ στο Τορόντο του Καναδά. Τα πράγματά μας είναι «αρχεία του εαυτού μας» λέει η Κάθριν Ρόστερ από το Πανεπιστήμιο του Νιου Μέξικο στην Αλμπουκέρκη. «Μπορεί να είναι ένα πουλόβερ, μια λάμπα, μια ομπρέλα – ένα αντικείμενο δεν χρειάζεται να έχει υλική αξία για να έχει συναισθηματική αξία».

Η ικανότητά μας να εμποτίζουμε τα πράγματα με πλούσιο νόημα αποτελεί ένα οικουμενικό ανθρώπινο χαρακτηριστικό το οποίο αναπτύσσεται πολύ νωρίς στη ζωή μας και αναπτύσσεται επίσης καθώς γερνάμε. Μια έρευνα που είχε γίνει το 1977 σε πολλές γενιές οικογενειών στο Σικάγο είχε αποκαλύψει ότι τα πιο ηλικιωμένα άτομα έτειναν να θεωρούν πολύτιμα τα αντικείμενα που ξυπνούν αναμνήσεις και σκέψεις, ενώ τα νεαρότερα άτομα έδιναν αξία σε πράγματα με διάφορες χρήσεις, όπως το τραπέζι της κουζίνας και οι καρέκλες. Αυτό ίσως ισχύει και στην ψηφιακή εποχή. Ο κοινωνιολόγος Γιουτζίν Χάλτον, ο οποίος είχε κάνει εκείνη την έρευνα, υποπτεύεται ότι τα νεαρότερα άτομα σήμερα θα τείνουν να θεωρούν πολύτιμο το έξυπνο κινητό τους, είναι όμως απίθανο το συγκεκριμένο αντικείμενο να παραμείνει ξεχωριστό για αυτά για πολύ καιρό. «Δεν υπάρχουν σήμερα πολλοί άνθρωποι που συλλέγουν τους παλιούς υπολογιστές τους ή τα κινητά τηλέφωνά τους ως κτήματα με νόημα» λέει.

Η τάση μας να δίνουμε στα πράγματα που μας ανήκουν μεγαλύτερη αξία από όσο οι άλλοι νομίζουν ότι αξίζουν είναι γνωστή στην ψυχολογία ως το «φαινόμενο της κτητικότητας» (endowment effect). Εξηγεί γιατί είναι πιθανότερο να αγοράσουμε ένα παλτό από τη στιγμή που το έχουμε δοκιμάσει ή ένα αυτοκίνητο από τη στιγμή που το έχουμε οδηγήσει σε test drive – απλώς το να φανταζόμαστε ότι κάτι είναι δικό μας το κάνει να φαίνεται περισσότερο πολύτιμο. Η ικανότητά μας να φανταζόμαστε τον τρόπο με τον οποίο τα καινούργια πράγματα μπορεί να αλλάξουν τη ζωή μας είναι αυτό που μας ωθεί στο να τα αποκτήσουμε κατ’ αρχάς, λέει η Μάρσα Ρίτσινς από το Πανεπιστήμιο του Μιζούρι στην Κολούμπια. Διαπίστωσε ότι έχουμε «προσδοκίες μετασχηματισμού» από τα καινούργια πράγματά μας. Περιμένουμε ότι τα πράγματα θα κάνουν τη ζωή μας καλύτερη και ότι θα βελτιώσουν τον τρόπο με τον οποίο μας βλέπουν οι άλλοι. Είναι μια τάση την οποία εκμεταλλεύονται επιδέξια οι διαφημιστές, λέει. Η κουλτούρα μας του

υπερκαταναλωτισμού ενδέχεται να καθιστά δύσκολο να προσδιοριστεί σε ποιο σημείο τελειώνει η φυσιολογική συμπεριφορά και αρχίζει ο ψυχαναγκασμός.

Ευτυχία… ταχείας λήξης

Φυσικά όλοι είμαστε υλιστές σε κάποιον βαθμό – άλλοι περισσότερο και άλλοι λιγότερο – και πραγματικά παίρνουμε μια δόση ευτυχίας όταν αγοράζουμε πράγματα. Αυτή όμως δεν διαρκεί. Και ακριβώς επειδή είναι τόσο φευγαλέα πολλοί άνθρωποι γρήγορα αισθάνονται την επιθυμία να συνεχίσουν με μια άλλη αγορά, και μία ακόμη – και συχνά είμαστε έτοιμοι και να χρεωθούμε προκειμένου να κάνουμε κάτι τέτοιο. Μελέτες δείχνουν ότι όσοι επιζητούν σε μόνιμη βάση υλικά πράγματα για να τους κάνουν ευτυχισμένους ενδέχεται να δυσκολεύονται να βρουν την ολοκλήρωση σε άλλες πλευρές της ζωής τους όπως οι σχέσεις. Το ενδιαφέρον όμως είναι ότι η ορμή μας για τα πράγματα αυτή καθαυτή ίσως να μην είναι η αιτία αυτής της αίσθησης ανικανοποίητου: μια μελέτη από τον Ρικ Πίτερς από τον Πανεπιστήμιο του Τίλμπουργκ στην Ολλανδία έδειξε ότι η μοναξιά τείνει να κάνει τους ανθρώπους περισσότερο υλιστές, αλλά το αντίθετο δεν ισχύει απαραίτητα.

Ενας άλλος λόγος για να απέχουμε από τη «θεραπεία του λιανικού εμπορίου» (retail therapy) είναι η σημαντική επιβάρυνση που ο καταναλωτισμός επιφέρει στο περιβάλλον. Σε έναν βαθμό προκειμένου να κάνουν χώρο για καινούργια πράγματα οι Αμερικανοί πετούν κατά μέσον όρο 30 κιλά ρούχα και άλλα είδη από ύφασμα κάθε χρόνο. Επίσης αποδεικνύεται ότι όσο περισσότερο κάποιος δίνει αξία στα κτήματα τόσο πιθανότερο είναι να αφήνει κατά μέρος τις περιβαλλοντικές ανησυχίες.

Ενίσχυση της ταυτότητας

Παρ’ όλα αυτά, η λύση δεν είναι να απορρίψουμε το ένστικτό μας για τη συσσώρευση κτημάτων. Τα πράγματά μας έχουν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της ταυτότητάς μας. Κάτι το οποίο γίνεται περισσότερο εμφανές όταν αναγκαζόμαστε να τα αφήσουμε. Αυτό μπορεί να είναι δύσκολο, ακόμη και τραυματικό, εφόσον είναι σαν να αφήνουμε τμήματα του εαυτού μας. Ιδρύματα όπως οι φυλακές και τα στρατόπεδα προσπαθούν να επιτύχουν ακριβώς αυτό το αποτέλεσμα αφαιρώντας τα ρούχα και άλλα προσωπικά αντικείμενα από τους ανθρώπους που εισέρχονται σε αυτά και παρέχοντάς τους έναν τυποποιημένο εξοπλισμό προκειμένου να μειώσουν την ατομικότητά τους. Γίνονται σαν πηλός έτοιμος να ξαναπλαστεί.

Οι άνθρωποι που έχουν χάσει τα σπίτια τους και όλα όσα είχαν μέσα σε αυτά

εξαιτίας μιας φυσικής καταστροφής αναφέρουν συχνά ότι αισθάνονται μια βαθιά σύγχυση ταυτότητας. Μετά τις τεράστιες πυρκαγιές στο Οκλαντ Χιλς στην Καλιφόρνια το 1991 που είχαν αφήσει άστεγους περισσότερους από 5.000 ανθρώπους η Σέι Σέιρ από το Πολιτειακό Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας στο Φούλερτον κατέγραψε τα αισθήματα των επιζώντων. Ενας της είπε: «Γίναμε ορφανοί, χωρίς παρελθόν. Σαν να πάθαμε αμνησία, σαν να μην υπήρχαμε πριν από τη φωτιά». Οταν οι άνθρωποι χάνουν τα κτήματά τους, σκέφτηκε η κυρία Σέιρ, τα ζητήματα του εαυτού γίνονται κρίσιμα γιατί αν είμαστε αυτά που έχουμε, ποιοι είμαστε όταν δεν έχουμε τίποτε;

Η αίσθηση του εαυτού μας δεν είναι ο μόνος λόγος για τον οποίο συσσωρεύουμε πράγματα ή εμμένουμε πεισματικά σε αυτά. Τα αποκτήματα αποτελούν επίσης σύμβολα κοινωνικής θέσης και κύρους. Αρκετές πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι οι σημερινοί 20άρηδες ως 35άρηδες έχουν πολύ μεγαλύτερη τάση από τις προηγούμενες γενιές στο να προσπαθούν να αποκτήσουν κοινωνική θέση ή κύρος μέσω του να αγοράζουν πράγματα όπως τσάντες δημοφιλών σχεδιαστών ή αντικείμενα υψηλής μόδας. Σε έναν βαθμό αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι έχουν μεγαλύτερο εισόδημα να διαθέσουν από ό,τι οι γονείς τους ή ότι έχουν πιο εύκολη πρόσβαση στις πιστωτικές κάρτες.

Η διαθεσιμότητα αυτού του «εύκολου χρήματος» μπορεί ίσως να εξηγήσει ένα άλλο πρόσφατο εύρημα: διερευνώντας τις υλιστικές τάσεις στους μεγαλύτερης ηλικίας εφήβους στις Ηνωμένες Πολιτείες ερευνητές από το Πολιτειακό Πανεπιστήμιο του Σαν Ντιέγκο στην Καλιφόρνια διαπίστωσαν ότι από τα μέσα της δεκαετίας του 1970 υπήρξε ένα αυξανόμενο χάσμα ανάμεσα στην επιθυμία των νεαρών ατόμων να κατέχουν ακριβά πράγματα και στην προθυμία τους να κάνουν τη δουλειά που χρειάζεται για να τα αποκτήσουν – κάτι το οποίο αποκαλούν «χάσμα της φαντασίας».

Ο περίγυρος υπαγορεύει τα «θέλω»

Οι υλιστικές επιθυμίες μας συνήθως υπαγορεύονται όχι από αυτά που χρειαζόμαστε αλλά από εκείνα που έχουν αυτοί που βρίσκονται γύρω μας. Ο φθόνος είναι μια κινητήρια δύναμη της αγοράς. Σε ένα βαθύ επίπεδο όλα έχουν να κάνουν με τη δικαιοσύνη και την αξιοπρέπεια, λέει ο Εντουαρντ Φίσερ, ανθρωπολόγος στο Πανεπιστήμιο Βάντερμπιλτ στο Νάσβιλ του Τενεσί: «Είναι δίκαιο να έχω λιγότερα από τους άλλους; Και τι σημαίνει αυτό για την αίσθηση της αυτοαξίας μου;». Οπως προσθέτει, αυτό δεν αποτελεί χαρακτηριστικό μόνο των πλούσιων κοινωνιών. «Ισχύει επίσης στους γεωργούς των αγροτικών κοινοτήτων των Μάγιας, στους εργάτες του Καΐρου και σε όλον τον κόσμο. Οι κανόνες αυτών των ομάδων ποικίλλουν πολύ, η επιρροή όμως της θέσης σε σχέση

με τους άλλους είναι σημαντική παντού».

Μπορεί να μην είμαστε ικανοί να απαλλαγούμε από την ορμή μας για την απόκτηση πραγμάτων ούτε από την τάση μας να συγκρίνουμε τον εαυτό μας με τους άλλους. Μπορούμε όμως να αλλάξουμε το μέγεθος της ευτυχίας που αντλούμε από τα πράγματα που αγοράζουμε. Είναι γνωστό ότι από τη στιγμή που κάποιος κερδίζει αρκετά ώστε να διατηρεί έναν άνετο τρόπο ζωής, τα επιπλέον χρήματα δεν συνεχίζουν να βελτιώνουν την ποιότητα της ζωής του. Αυτό όμως μπορεί να συμβαίνει επειδή οι άνθρωποι τα ξοδεύουν με λάθος τρόπο. Ερευνες από την ψυχολόγο Ελίζαμπεθ Νταν από το Πανεπιστήμιο της Βρετανικής Κολομβίας στο Βανκούβερ του Καναδά έχουν διαπιστώσει ότι το να ξοδεύουμε τα χρήματά μας για εμπειρίες και άλλους ανθρώπους προσφέρει ένα διαρκέστερο όφελος από το να τα σπαταλάμε σε άλλα πράγματα. Το αν θα αγοράσετε στον ανιψιό σας τα πιο εντυπωσιακά ποδοσφαιρικά παπούτσια ή ένα απλό ζευγάρι μετράει λιγότερο από το αν θα τον πάρετε να πάτε μαζί στο πάρκο για να τα δοκιμάσει, λέει.
Μια άλλη στρατηγική είναι να σκεφτόμαστε το πώς οι αγορές μας θα επηρεάσουν το πώς περνάμε την καθημερινότητά μας. Αν και περιμένουμε από τα καινούργια πράγματα να φέρουν κάποια αλλαγή, στην πραγματικότητα αυτό είναι συχνά μια ομιχλώδης αντίληψη η οποία, ακριβώς εξαιτίας της νεφελώδους φύσης της, εξατμίζεται ακόμη πιο εύκολα από τη στιγμή που έχουμε αποκτήσει αυτό το καινούργιο πράγμα. Προτού λοιπόν πάτε να τινάξετε την πιστωτική σας κάρτα στον αέρα, η κυρία Νταν προτείνει να σταθείτε για να σκεφθείτε τι θα μπορέσετε πραγματικά να κάνετε διαφορετικά από τη στιγμή που θα έχετε το καινούργιο πράγμα σας και αν αυτό πραγματικά θα αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο περνάτε τον χρόνο σας – το πολυτιμότερο αγαθό σας.

ΔΙΑΤΑΡΑΧΗ

Ψυχαναγκαστικά ψώνια

Αντίθετα με τη συσσώρευση πραγμάτων, η «ψυχαναγκαστική διαταραχή αγορών» («compulsive buying disorder») δεν περιλαμβάνεται στο DSM-5, τα πρόσφατα νούμερα όμως υποδηλώνουν ότι πλήττει το 6% του πληθυσμού των Ηνωμένων Πολιτειών. Παρ’ όλα αυτά, κανείς δεν συμφωνεί σχετικά με το αν έχει κοινή βάση με τον εθισμό, τον έλεγχο των παρορμήσεων ή την ιδεοψυχαναγκαστική διαταραχή. Υπάρχει επίσης μια όλο και πιο λεπτή γραμμή ανάμεσα στη φυσιολογική συμπεριφορά αγορών και στον ψυχαναγκασμό η οποία θολώνεται κατά κόρον από τους διαφημιστές.

Αν και λογικά θα μπορούσε να υπάρχει σχέση ανάμεσα στη συσσώρευση πραγμάτων και στις ψυχαναγκαστικές αγορές, οι δύο διαταραχές είναι

διαφορετικές. Περίπου 60% των ατόμων με διαταραχή της συσσώρευσης είναι και ψυχαναγκαστικοί αγοραστές, το αντίστροφο όμως ισχύει μόνο για το 40% των ψυχαναγκαστικών αγοραστών.
Επίσης η συσσώρευση πραγμάτων υπάρχει σε όλες τις κουλτούρες, αλλά ο εθισμός στα ψώνια δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς πολύ συγκεκριμένες κοινωνικές συνθήκες: μια οικονομία της αγοράς, διαθεσιμότητα μιας ποικιλίας αγαθών, διαθέσιμο εισόδημα και ελεύθερος χρόνος. Οπως το θέτει ο Ντόναλντ Μπλακ, καθηγητής Ψυχιατρικής στο Πανεπιστήμιο της Αϊόβα: «Αν οι ευκαιρίες για τζόγο δεν υπάρχουν, ειναι εξαιρετικά απίθανο να υπάρχει εθισμός στον τζόγο». Ο εθισμός στα ψώνια λοιπόν είναι πραγματικά ένα προϊόν του υλιστικού κόσμου μας. – Sally Adee
ΕΜΜΟΝΗ

«Μαζώχτρες» λόγω... τελειομανίας

Περίπου ένας στους 20 ανθρώπους υποφέρει από μια εμμονή για την απόκτηση πραγμάτων και την αδυναμία να τα αποχωριστεί – ορισμένοι σε βαθμό ώστε το σπίτι τους καταντά αδιαχώρητο. «Το πρόβλημα δεν είναι μόνο η ακαταστασία» λέει ο ψυχίατρος Ντέιβιντ Τόλιν από τη Σχολή Ιατρικής του Πανεπιστημίου Γέιλ. «Φθάνει να γίνεται αναπηρία».

Αυτή η νέα διάγνωση – απέκτησε τη δική της κατηγορία στην τελευταία έκδοση του διαγνωστικού εγχειριδίου της ψυχιατρικής «DSM-5» – μπορεί να φαίνεται μια κατηγορία που αρμόζει σε μια σύγχρονη κοινωνία η οποία έχει εμμονή με τα πράγματα και το κοινωνικό κύρος. Η ιδέα δεν είναι όμως τελείως λανθασμένη.

Η συσσώρευση πραγμάτων δεν είναι κάτι καινούργιο. Αναφέρεται στην «Κόλαση» του Δάντη από το 1300. Μόνο πρόσφατα όμως έγινε η διάκρισή της από την ιδεοψυχαναγκαστική διαταραχή (ΙΨΔ). Σε μια απεικονιστική μελέτη του εγκεφάλου το 2012, π.χ., ο κ. Τόλιν και οι συνεργάτες του είχαν ζητήσει από εθελοντές να κρατήσουν ένα αντικείμενο που τους ανήκε και να αποφασίσουν αν θα το πετούσαν. Αντίθετα με τα άτομα με ιδεοψυχαναγκαστική διαταραχή, οι «μαζώχτρες» εμφάνιζαν υπερδραστηριότητα στον πρόσθιο φλοιό του προσαγωγίου και τον φλοιό της νήσου – περιοχές του εγκεφάλου οι οποίες συμβάλλουν στον προσδιορισμό της σημασίας, της σχετικότητας και του προέχοντος.

Εκδηλώνεται σαν τελειομανία – λέξη που δύσκολα θα συνδύαζε κανείς με τις εκπομπές ριάλιτι που δείχνουν ψόφιες γάτες κάτω από βουνά από αφόρετα ρούχα. Παρ’ όλα αυτά, όλο και περισσότεροι ειδικοί συμφωνούν: τα άτομα με μειωμένη ικανότητα λήψης αποφάσεων ανησυχούν τόσο πολύ σχετικά με τη λήψη λανθασμένων αποφάσεων ώστε κρατάνε το αντικείμενο προκειμένου να

εκτιμήσουν αργότερα την κατάσταση. «Μοιάζει αντίθετο στη λογική» λέει ο κ. Τόλιν «αλλά είναι απολύτως λογικό».

Η συσσώρευση πραγμάτων δεν περιορίζεται στη δυτική κοινωνία. Οι πολιτισμικές ιδιαιτερότητες μπορεί να διαμορφώνουν το πώς θα εκδηλωθεί, όμως «η συσσώρευση πραγμάτων υπάρχει κυριολεκτικά σε κάθε κουλτούρα» λέει ο ψυχολόγος Ράντι Φροστ από το Κολέγιο Σμιθ στο Νορθάμπτον της Μασαχουσέτης. Ολοι μπορεί να είμαστε απρόθυμοι να αποχωριστούμε τα αποκτήματά μας. Για τους «μαζώχτρες» όμως αυτό γίνεται μια «εμμονή να μη χάσεις ούτε ένα κομματάκι της ζωής σου». -Sally Adee

Πηγή: tovima.gr