

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Taja Japelj

Kompulzivno nakupovanje

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Taja Japelj

Mentorica: doc. dr. Blanka Tivadar

Kompulzivno nakupovanje

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici doc. dr. Blanki Tivadar za strokovno pomoč, dr. Roberti Biolcati in ostalim trem intervjuvankam za sodelovanje pri raziskavi, nazadnje pa še zahvala mojim najbližjim za potrpljenje, spodbudo in podporo v času celotnega študija.

KOMPULZIVNO NAKUPOVANJE

Nakupovanje je osebni, družbeni in kulturni fenomen, ki ima danes, bolj kot kadarkoli prej, temeljno vlogo v človekovem vsakdanjem življenju. V potrošni družbi je pomen nakupovanja predvsem ta, da si z njim zagotavljamo obstoj, tako na fizični kot na psihološki ravni (prek nakupovanja izražamo lastne želje in oblikujemo svojo identiteto). Ko pa nakupovanje preseže meje družbeno sprejemljivega in prevzame nadzor nad drugimi življenjskimi področji, govorimo o kompulzivnem nakupovaju. Ta pojav označuje ponavljajoče se nakupovanje v ekscesni obliki, ki v končni fazi preraste v pravo zasvojenost. Namen kupovanja postane nakupovanje samo po sebi. Pričujoča diplomska naloga odkriva značilnosti in dinamike ter različne načine pojasnjevanja te motnje. V okviru naloge je bila narejena tudi raziskava (intervjuji), v kateri so sodelovale tri potencialne kompulzivne nakupovalke ter strokovnjakinja s tega področja – dr. Roberta Biolcati. Nakupovalni vedenjski vzorci žensk, ki so sodelovale v intervjujih, so pokazali znake kompulzivnega nakupovanja, vendar ne do te mere, da bi nakupovanje postalo absolutna prioriteta in nadvladalo ostale življenjske sfere. Izsledki raziskave pričajo o tem, da je kompulzivno nakupovanje prava zasvojenost, ki izvira iz notranjih psiholoških dejavnikov (v večini primerov gre za osebno stisko, ki ni povezana z nakupovanjem), razvijajo in spodbujajo pa jo zunanji družbeni dejavniki, kot so na primer materialne vrednote.

KLJUČNE BESEDE: kompulzivno nakupovanje, potrošna kultura, zasvojenost, materializem, psihopatološka motnja.

COMPULSIVE SHOPPING

Shopping is a personal, social and cultural phenomenon, which has today, more than ever, a fundamental role in human daily life. In the consumer society, the importance of shopping is mainly to guarantee our existence on a physical and on a psychological level (through shopping we express our desires and we form our identity). However, when shopping exceeds socially acceptable limits and assumes the control of others areas of life, then we are talking about compulsive shopping. This phenomenon indicates a repeated shopping in an excessive form, which ultimately becomes a real addiction. The purpose of shopping becomes the shopping itself. The present graduation thesis discovers the characteristics, the dynamics and the different explanations for this disorder. The research conducted for this study includes interviews with three potential compulsive shoppers and with an expert in this field – Dr. Roberta Biolcati. The behavioral patterns of the selected women showed some signs of compulsive shopping but without overbalancing the other spheres of life – it didn't become an absolute priority. The results of the research testify that compulsive shopping is a true addiction, which originates with internal psychological factors (in most cases it has to do with personal hardships, which are not related to shopping at all) and is developed and stimulated by external social factors such as material values.

KEY WORDS: compulsive shopping, consumer culture, addiction, materialism, psychopathological disorder.

KAZALO

1 UVOD	6
2 TEORETIČNI DEL	8
2.1 KOMPULZIVNO NAKUPOVANJE KOT FENOMEN POTROŠNE DRUŽBE	8
2.2 ZNAČILNOSTI KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA	10
2.2.1 <i>KRITERIJI ZA DIAGNOZO</i>	10
2.2.2 <i>OSEBNOSTNE ZNAČILNOSTI</i>	11
2.2.3 <i>FAZE NAKUPOVANJA</i>	13
2.2.4 <i>TIPOLOGIJE</i>	15
2.3 MERJENJE KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA	17
2.4 RAZŠIRJENOST IN SOCIALNODEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI	20
2.5 POJASNJEVANJE KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA	21
2.5.1 <i>PSIHIATRIČNI PRISTOP</i>	21
2.5.2 <i>SOCIALNOPSIHOLOŠKI PRISTOP</i>	23
2.6 DEJAVNIKI KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA	24
2.6.1 <i>MATERIALIZEM</i>	24
2.6.2 <i>GLEĐANJE TELEVIZIJE</i>	25
2.6.3 <i>SANJARJENJE</i>	26
2.6.4 <i>SODOBNE OBLIKE NAKUPOVANJA</i>	27
2.6.5 <i>SPOL</i>	28
2.6.6 <i>DRUŽINA</i>	28
2.6.7 <i>BIOLOŠKA OSNOVA</i>	29
2.7 ZDRAVLJENJE KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA	30
3 EMPIRIČNI DEL	33
3.1 ZASNOVA EMPIRIČNE RAZISKAVE	33
3.2 IZVEDBA EMPIRIČNE RAZISKAVE	39
3.2.1 <i>INTERVJU S STROKOVNJAKOM</i>	39
3.2.2 <i>INTERVJUJI Z NAKUPOVALCI</i>	42
3.3 NAJPOMEMBNEJŠE UGOTOVITVE	52
4 SKLEP	55
5 LITERATURA	59
6 PRILOGE	63
PRILOGA A: INTERVJU Z ROBERTO BIOLCATI	63
PRILOGA B: INTERVJU Z ULO	65
PRILOGA C: INTERVJU S KATJO	73
PRILOGA D: INTERVJU Z BARBARO	78

1 UVOD

»Nakupovanje je najljubše opravilo Paris Hilton in Victorie Beckham, Elton John pa je dobesedno obseden z njim, saj je v manj kot dveh letih zapravil kar 60 milijonov evrov.« (Delo 2006, 10) To je uvod v enega od številnih člankov na temo nakupovanja, ki jih vsak dan lahko prebiramo v časnikih in revijah. Nakupovanje je v današnji družbi eno najpogostejših in najnujnejših opravil, brez katerih si sodobnega življenja ne moremo predstavljati.

Turo-Kimmo Lehtonen in Pasi Mäenpää (1997) sta nakupovanje opredelila kot potrošno orientirano gibanje v prostoru, kjer ima posameznik možnost nakupa. Ta definicija opozarja na to, da nakupovanje ne pomeni zgolj surovega kupovanja izdelkov, temveč predstavlja tudi zabavo, prijetno prostočasno dejavnost, druženje, sprehajanje, sanjarjenje, ogledovanje, načrtovanje itd. Spremljajo ga občutki sreče, neodvisnosti, svobode, avtonomije, igrivosti, varnosti ... Ko nakupujemo, mislimo nase kot na nekoga drugega, kot na naš idealni jaz. Gre za mentalni proces, v katerem izbiramo in s tem, kar izberemo, preizkušamo in ustvarjamo nove vloge ter širimo lastne meje. Igranje vlog je tista lastnost nakupovanja, prek katere se zavedamo odprtosti in mnogoterih možnosti, ki nam jih svet ponuja.

Včasih pa se zgodi, da posameznik pripiše nakupovanju večji pomen, kot ga to ima, in sicer do te mere, da z njim uravnava svoje življenje. V tem primeru govorimo o kompulzivnem nakupovanju, ponavljajočem se nakupovanju v ekscesni obliki, ki v končni fazi preraste v pravo zasvojenost. Izvira tako iz družbenih kot iz psiholoških dejavnikov, ki posameznika vklenejo v začaran krog nenehnega nakupovanja. Ne gre več za pridobivanje dobrin, ki bi tako ali drugače posamezniku služile, temveč za nakupovanje samo po sebi. Namen kupovanja postane kupovanje samo, nakup pa je zgolj avtomatsko dejanje, ki se mu zasvojenec ne more upreti.

Kompulzivno nakupovanje postaja iz leta v leto pomembnejši problem, saj se število ljudi, zasvojenih z nakupovanjem, povečuje. Namen pričujoče diplomske naloge je predstaviti ta pojav, od vzrokov zanj do zdravljenja zasvojenosti. Glavna hipoteza diplomske naloge je: Kompulzivno nakupovanje je tesno povezano s potrošništvom, je eden od značilnih pojavov v sodobni družbi in eden njenih »stranskih proizvodov«. Njegova pomembnost presega značilnosti obnašanja posameznikov, njihovih osebnosti, preferenc in nagnjenj, zasluži si večjo pozornost družbenih institucij in njihovo ustrezno reagiranje.

Diplomska naloga je sestavljena iz dveh večjih sklopov, teoretične analize in empirične raziskave obravnavanega pojava.

Teoretični del obsega celostni opis kompulzivnega nakupovanja: opredelitev tega pojava v okviru sodobnega potrošništva; njegove značilnosti (kriteriji za diagnozo, osebnostne značilnosti, faze nakupovanja in tipologije); metode merjenja; razširjenost in socialnodemografske značilnosti; pojasnjevanje te motnje z dveh različnih vidikov (psihiatrični in socialnopsihološki pristop); opis najpomembnejših dejavnikov tveganja (materializem, gledanje televizije, sanjarjenje, sodobne oblike nakupovanja, spol, družina, biološka osnova); njegovo zdravljenje.

V empiričnem delu je teoretska osnova nadgrajena s štirimi intervjuji, ki razkrivajo nekatere značilnosti kompulzivnega nakupovanja v praksi. Trije intervjuvanci so potencialni kompulzivni nakupovalci oziroma osebe z močnejšim nagnjenjem h konstantnemu nakupovanju dobrin, četrti pa je strokovnjak s tega področja, raziskovalec dinamike kompulzivnega nakupovanja, ki se s temi vprašanji ukvarja dobrih deset let. Vsi štirje s svojimi osebnimi izkušnjami in mnenji pojasnjujejo, kako se kompulzivno nakupovanje manifestira v vsakdanjem življenju.

V končnem delu diplomske naloge sem strnila ključne ugotovitve obeh sklopov, nanizala uporabljene vire in dodala transkripte intervjujev.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 KOMPULZIVNO NAKUPOVANJE KOT FENOMEN POTROŠNE DRUŽBE

Potrošna družba je razmeroma nov in geografsko zelo malo razširjen pojav. V glavnem zadeva t.i. razviti svet: Severna Amerika, Evropa, Avstralija, Japonska ... Dimenzija potrošništva v teh državah obsega vse sfere človekovega življenja, ljudje nezavedno razmišljajo in ravnajo po principu potrošniškega konformizma. Potrošniška izbira je danes postala paradigma za etično in politično izbiro. (Bowlby 1993, 2) Pojavlja se trend naslavljanja ljudi kot potrošnikov, ne glede na njihovo aktivnost (bodisi ko gre za nakupovanje bodisi ko gre za volilce, študente, paciente itd.). Posamezniki se sami identificirajo kot potrošniki, ker imajo občutek, da bodo drugi z njimi ravnali bolj pravično in demokratično.

Breda Luthar opisuje potrošno revolucijo kot rezultat globalne transformacije zahodnega sveta, kot »vrsto dogodkov, strukturnih premikov, katerih glavna značilnost je splošno gibanje od nadvlade zakonov, utemeljenih v tradicionalni etiketi ter religiozni ontologiji, ki so omejevali potrošnjo, do nadvlade principa mode« (Luthar 2002, 249). »Tesno je povezana z modernizacijo in razkrojem tradicionalnega družbenega reda, ki je ponujal stabilne vloge, vrednote, identitete.« (Luthar 2002, 252) Nova generacija odrašča v duhu nove filozofije, kjer se v okviru razdora med individualnim in socialnim izrazito privilegira individualnost. Človekova biografija se torej individualizira in postaja vse manj odvisna od objektivnih okoliščin. V takšnih razmerah postane individualno konstruiranje razlik in podobnosti med ljudmi bistvenega pomena. (Luthar 2002, 254) Potrošnjo lahko potemtakem razumemo kot prakso, s katero (post)moderna človek gradi svojo identiteto (zadeva intersubjektivne odnose) in subjektiviteto (zadeva samorazumevanje) ter izraža tisto, kar bi želel biti (ideal). (Luthar 1998, 119)

Potrošnja poteka v obliki nakupovanja dobrin, ki potrošniku prinesejo zadovoljstvo. Na tej točki je pomembno poudariti dvojno naravo teh dobrin, torej dejstvo, da imajo te poleg praktične tudi simbolno vrednost. Slednja je za potrošnika celo bolj pomembna,

saj deluje na nezavedni in neracionalni ravni. Zadeva samopredstavitvev in socialni izgled ter je tista gonilna sila, ki vzbudi v nas željo po določeni dobrini. Želja se namreč rodi v vrzeli med posameznikovim ciljem (abstraktni ideal) in njegovo izkušnjo frustracije (trenutna odsotnost tega cilja). To frustracijo posameznik poskuša rešiti s prenosom cilja na nekaj drugega. Najde dobrino, ki nadomesti abstraktni ideal in ga naredi dosegljivega. (Siri 2001, 150) Premeščanje mu tako pomaga ohraniti vero v dosegljivost idealov in mu omogoča preživetje v težkih situacijah. (McCracken 1990, 104-117)

Simbolni pomeni dobrin pa ne izvirajo iz narave stvari same, temveč iz načinov, na katere so te dobrine reprezentirane. »Kulturni pomen proučevanega objekta tako izhaja iz proizvodne prakse (že tu so v objekt vtisnjeni pomeni, ki ustvarjajo identifikacijo med objektom in določeno skupino potrošnikov), praks reprezentacije (npr. oglaševanje), iz praks regulacije uporabe in distribucije objekta in praks potrošnje. [...] V tem kulturnem krogotoku se ustvarja pomen kulturnega teksta ali artefakta.« (Hall in de Guy 1997, 709) V tem kulturnem krogotoku ima najpomembnejšo vlogo praksa reprezentacije. Njeno funkcijo najpogosteje opravlja oglaševanje, in sicer tako, da izdelek »spiritualizira« in ga prikaže kot tranzicijski označevalec (izdelek predstavlja nekaj drugega). Jemlje pomene iz družbenega sveta, jih vizualizira, verbalizira in reprezentira v novih zvezah – v zvezi s stvarmi, ljudmi ali storitvami, ki jih promovira. Tako se pomeni iz kulturnega sveta prelivajo v svet dobrin in dajejo iluzijo, da je vse probleme mogoče rešiti s pomočjo le-teh. (Luthar 2002, 261-262) Potrošne dobrine so torej simboli za osebne značilnosti, socialni status ipd. ter so za posameznika primerni, če se skladajo z (idealno) predstavo, ki jo ima posameznik o sebi. Tedaj postanejo nakupne odločitve veliko lažje, celo rutinske in impulzivne, kar lahko privede do težav, če posameznik nima distance in kritičnega odnosa do teh produktov ter ne ravna razumno.

Ena takih težav, ki se lahko pojavijo, so potrošniške bolezni. Med njimi izstopa kompulzivno nakupovanje, ki je v zadnjih letih v izrazitem porastu. Spodbujajo ga namreč novosti v potrošnji, ki dovoljujejo vedno več različnih načinov nakupovanja (na primer kreditne kartice, ki lahko vodijo k večji nepremišljenosti pri nakupih – za marsikoga je denar, ki ga porabi prek kreditnih kartic, nekaj abstraktnega in nerealnega) in vedno manjše omejitve pri izposoji denarja. (Lury 1996, 29-36) Pojav kompulzivnega

nakupovanja pa je tudi širše povezan s potrošno družbo. Damon ga opisuje kot posledico sprememb v socio-kulturnem okolju, pri čemer igrajo glavno vlogo naslednji dejavniki: razpad tradicionalne družine in skupnosti, oglaševalska sporočila in dejstvo, da je trošenje postalo kult v naši družbi. (Magee 1994, 591) Socializacija, ki poteka v takem družbenem okolju, spodbuja posameznika h konstantnemu nakupovanju in ga uči, da je to normalno oziroma celo zaželeno. Presežki takega vedenja, kot je na primer kompulzivno nakupovanje, so v tem kontekstu povsem razumljivi.

2.2 ZNAČILNOSTI KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA

2.2.1 KRITERIJI ZA DIAGNOZO

Nakupovalno vedenje bi lahko opredelili kot osebni, družbeni in kulturni fenomen, ki se nenehno spreminja. Ta pojem pa ne zajema samo dejanskega nakupa, temveč tudi oblike vedenja in razmišljanja, ki se pojavljajo pred nakupom in po njem. V čem se oblike vedenja in razmišljanja pri običajnem nakupovanju razlikujejo od tistih pri kompulzivnem nakupovanju? Kdaj nakupovanje preseže meje normale in postane kompulzivna motnja? Dr. Lorrin Koran, nekdanji rektor Stanfordske univerze, pravi, da o kompulzivnem nakupovanju lahko govorimo, ko so prisotni naslednji elementi (Siipac 2008, 1):

- Pretirano nakupovanje, ki presega denarne zmožnosti posameznika, kar mu povzroča velike finančne težave (na primer zadolženost).
- Število nakupov in čas, namenjen nakupovanju, se progresivno povečujeta, tako da posameznik vedno bolj zanemarja druga področja življenja (služba, družina, ljubezen ...).
- Namen kupovanja postane kupovanje samo in nakup zgolj avtomatsko dejanje, ki se mu ni moč upreti. Nakup spremlja občutek hipnega zadovoljstva, moči in evforije.
- Kontinuirano nakupovanje nepotrebnih stvari, ki lahko traja tudi po več let.

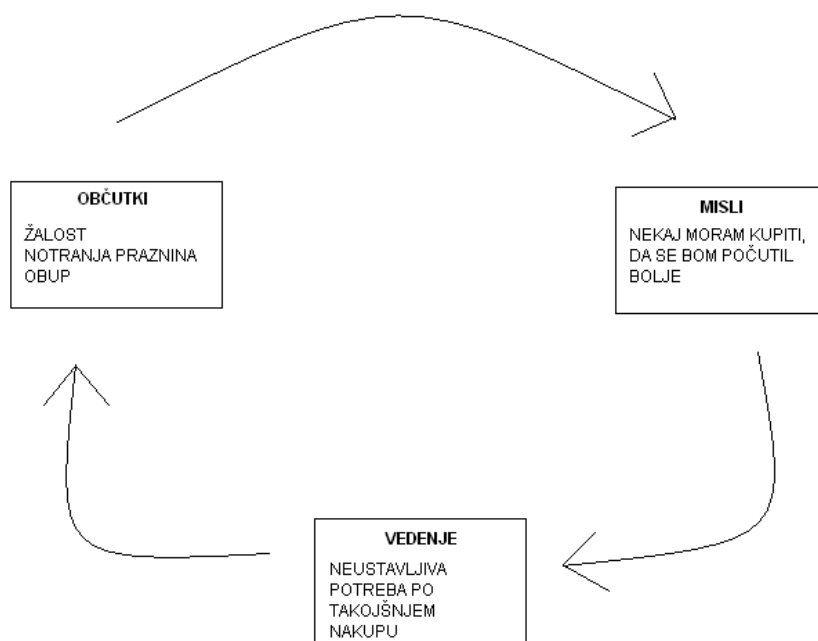
- Nakup predstavlja trenutno olajšanje, »zdravilo« za neko težavo, ki je posameznik sicer ne more odpraviti (osamljenost, depresija ...). Vsak nakup je posledično zgrešen nakup, ki kmalu po dejanju povzroči nezadovoljstvo, občutek krivde, sramu in tesnobe.
- Nezmožnost nakupa ustvarja v posamezniku tesnobo, frustracije, stres in anksioznost.

2.2.2 OSEBNOSTNE ZNAČILNOSTI

Raziskave so pokazale, da ima večina kompulzivnih nakupovalcev naslednje značilnosti: nizko samospoštovanje, anksioznost, depresivno razpoloženje, nezmožnost obvladovanja lastnih frustracij, impulzivnost, perfekcionizem ter občutki neprilagojenosti, krivde, neprivlačnosti, nejasne identitete, osamljenosti in odvrčanja s strani družbe. (Biolcati in Pani 2006, 83) V Španiji je bila opravljena empirična študija, ki je pokazala, katere od naštetih značilnosti kompulzivnih nakupovalcev so najbolj usodne in jih lahko štejemo za dejavnike tveganja. Študija je trajala dve leti, v njej je sodelovalo približno 900 ljudi, starih od 25 do 65 let. Na osnovi tega vzorca se je izoblikovala naslednja hierarhija osebnostnih značilnosti (od pomembnejših do manj pomembnih): anksioznost, depresija, obsesivno-kompulzivne motnje, pasivno spopadanje s težavami (na primer molitev), nizko samospoštovanje, nizka stopnja zavedanja, pogosta izguba nadzora nad sabo, izrazita potreba po doživljanju močnih čustev. Skupni imenovalec navedenih dejavnikov je čustveno nelagodje, ki se lahko pojavi kadarkoli in kjerkoli, v družinskem, delovnem ali širšem družbenem okolju. (Rodriguez-Villarino in drugi 2006) Kompulzivni nakupovalci pogosto živijo v zelo neurejenih in nepospravljenih stanovanjih, kamor neradi vabijo celo svoje prijatelje. Brez kreditnih kartic se počutijo izgubljene in neprestano mislijo na denar, do katerega imajo nezdrav odnos. (Infoazzardo 2008, 1) Celoten dan organizirajo okrog nakupovanja: iščejo najbližje poti do trgovin, natančno preučujejo kataloge, njihove najpogostejše teme pogovora so vezane na nakupne navade itd. (Biolcati in Pani 2006, 58) Nakupujejo predvsem ko so jezni, prestrašeni, žalostni, depresivni ali zdolgočaseni, saj so prepričani, da jim bo to izboljšalo slabo počutje. (Infoazzardo 2008, 1)

Želji po nakupovanju podležejo povprečno petnajstkrate na mesec, vsak tak dogodek pa traja od ene do treh ur. V tem času lahko zapravijo tudi do petsto evrov in se zato nenehno zadolžujejo. (Guerreschi in Ciardo 2007, 45) Dejanje nakupa je zanje beg iz problematične realnosti, ki jim za trenutek morda res izboljša razpoloženje (občutek zadovoljstva, moči, evforije, v skrajnih primerih se lahko pojavijo tudi halucinacije¹ in napadi panike), vendar kmalu zatem spoznajo, da težave, ki je bila vzrok prvotnega slabega počutja, ne morejo rešiti na ta način. To sproži v njih še globlje nezadovoljstvo, ki ga spremljata občutek sramu in krivde. Včasih se zgodi, da po nakupu doživijo »black out« – ne spomnijo se kaj, kje, kdaj in zakaj so opravili nakup. Zato kupljene predmete velikokrat skrivajo, jih podarijo nekemu drugemu, jih odvržejo ipd. (Infoazzardo 2008, 1) Vkljeni so v neskončen krog zapravljanja, ki traja več let ter jim vedno znova povzroča stres in druge resnejše težave (na primer zadolževanje in krhanje socialnih odnosov). Shema 2.1 prikazuje občutke, misli in vedenje, ki jih doživlja kompulzivni nakupovalec. (Guerreschi in Ciardo 2007, 45)

Shema 2.1: Občutki, misli in vedenje kompulzivnega nakupovalca



Vir: Guerreschi in Ciardo (2007, 45).

¹ Lastnosti zelenega artikla so v trenutku nakupa ojačane, potencirane. Barve in materiali se zdijo kompulzivnemu nakupovalcu veliko bolj intenzivni in »živi«.

Ljudi v nakupovanje ženejo določene potrebe, želje in zahteve, vezane na osebne preference in težnje. V primeru kompulzivnega nakupovanja posameznika vodijo potrebe, ki so neposredno vezane na občutke moči, uspeha in družbene potrditve. Posamezniku je najbolj pomembno, da nakupi tisto, kar mu bo prineslo večji ugled. Prepričan je, da so določeni izdelki ključ do boljšega statusa. Te potrebe so lahko celo v nasprotju z njegovimi osebnimi preferencami. V tem zgrešenem razmišljanju se skriva srž problema: kompulzivni nakupovalec goji iluzijo, da določene materialne dobrine prinašajo zelene družbene vrednote. (Benessere.com 2008, 3) Čuti intenzivno željo po tem, da bi izgledal privlačno in upa, da mu bodo na novo kupljeni izdelki prinesli tiste občutke sprejetosti, potrditve in občudovanja, ki jih nikoli ni imel. Zato praviloma nakupuje stvari, ki so povezane z zunanjim izgledom, na katerega je še posebej pozoren, tako pri sebi kot pri drugih. Na ta način poskuša ustvariti pseudo-identiteto, ki bi bila idealna za druge in bi posledično ustrezala tudi njemu. (Krueger 1988, 575-576)

Naštete značilnosti kompulzivnih nakupovalcev in njihov način razmišljanja izražajo visoko stopnjo narcisizma, impulzivnosti in materializma. To potrjuje tudi raziskava, v kateri je sodelovalo nekaj več kot 200 študentov, ki so imeli težave z nakupovanjem. Izkazalo se je, da so te tri lastnosti povezane s kompulzivnim nakupovanjem in jih zato lahko označimo za dejavnike tveganja. (Rose 2007)

Zadnja lastnost, vredna posebne omembe, je dejstvo, da je več kot polovica kompulzivnih nakupovalcev v preteklosti že imela kakšno drugo obliko motnje. Najpogosteje se pojavljajo naslednje motnje: depresija, bulimija, anoreksija, alkoholizem, razne fobije, napadi panike, kleptomanija, zasvojenost z drogo in igrami na srečo ter druge podobne odvisnosti. (Biolcati in Pani 2006, 67)

2.2.3 FAZE NAKUPOVANJA

Kompulzivno nakupovanje se od navadnega nakupovanja razlikuje tako kvantitativno kot kvalitativno. Pogostost nakupov, občutki in čustva, ki jih doživljajo odvisniki od nakupovanja, so nekaj posebnega. Največkrat gre za mešanico nasprotujočih si emotivnih stanj, ki izvirajo iz notranjih in zunanjih dejavnikov. Ob vsakem dogodku nakupa gre zasvojenec skozi tri faze doživljanja: pred nakupom, med nakupom, po nakupu. (Benessere.com 2008, 1)

V prvi fazi se odvisnikom zdi, da jih zeleni objekt »osvaja« in nagovarja k nakupu. To osvajanje deluje nanje kot hipnoza, ki jih spravi v stanje, do začnejo razmišljati neracionalno. Nakup zelenega objekta percepirajo kot edinstveno priložnost, ki je ne smejo zamuditi. Na fizični ravni doživljajo srh, toplotne vale, vibracije, vznemirjenje in včasih celo izgubo nadzora nad samim seboj. (Benessere.com 2008, 1)

Druga faza nastopi ob dejanju nakupa. Tedaj pridejo na plan občutki blagostanja in sreče. V kognitivnem procesu pride do zastoja, ki povzroči izgubo občutka za čas. Redkokdaj se namreč zgodi, da gre odvisnik skozi celoten proces nakupa v popolnoma zavednem stanju. (Benessere.com 2008, 2)

V tretji fazi, ki nastopi takoj po nakupu ali pa malo za tem, pride do soočenja s posledicami. Odvisnik se zave svojega dejanja, začnejo ga mučiti potencirani negativni občutki sramu, krivde, nelagodnosti in notranje praznine. V trenutku se razblinijo vsi upi, ki jih je odvisnik imel pred in med nakupom. (Benessere.com 2008, 2)

Sophie Kinsella (2000) je v knjigi »I love shopping« (Ljubim nakupovanje) opisala občutke ob nakupu:

Zdi se mi, da sem morala skozi bojno polje, da sem prišla do trgovine. Prepričana sem, da bi nakupovanje morali uvrstiti med aktivnosti, pri katerih je veliko srčno-žilno tveganje. Srce mi nikoli ne bije hitreje kot takrat, ko zagledam napis »50-odstotni popust«. Preštejem denar in tresoča se čakam, da se prodajalka skloni in vzame zeleno škatlo, v kateri je majica. Počasi jo spravi v gladko papirnato vrečko in mi jo preda. Naenkrat začutim željo, da bi zaprla oči. Trenutek, ko tvoji prsti primejo tisto gladko vrečko, še popolnoma novo, in vse stvari, ki so v njej, postanejo tvoje. S čim se lahko primerja ta neverjetni občutek? Kot da bi si po dnevih lakote napolnila usta s popečenim kruhkom z maslom; kot da bi se zjutraj zbudila in ugotovila, da je sobota; kot najboljše trenutke v spolnosti. Vse ostale misli se razblinijo. Gre za čist, absoluten, popoln užitek. Počasi se odpravim iz trgovine, še vedno nekoliko omamljena od užitka. (Prevedeno po Kinsella 2000, 38-39)

2.2.4 TIPOLOGIJE

Sue Eccles (2002) je avtorica kvalitativne študije o 46 ženskah, ki nakupujejo kompulzivno. Osnovna hipoteza, ki je motivirala izvedbo raziskave, je predpostavka, da obstajajo različne tipologije kompulzivnih nakupovalcev. Kompulzivno vedenje se sicer manifestira pri vseh pacientih zelo podobno, vendar to še ne pomeni, da so ti pacienti homogena skupina ljudi. Ugotoviti je bilo torej treba, ali lahko posamezne primere uvrstimo v določene kategorije. Metodologija, ki so jo raziskovalci uporabili, so bili nestrukturirani poglobljeni intervjuji. Cilj je bil, da bi ženske čim bolj svobodno, sproščeno in iskreno pripovedovale o svojih izkušnjah. Oblika pogovora se je zato zdela še najboljša izbira, saj je samo tako možno dobiti pristno sliko celotne situacije. Udeleženke, ki so pristale na intervjuje, so si z demografskega vidika zelo različne; bile so različnih starosti, izhajale so iz različnih družbenih okolij, njihovi izobrazbeni profili in finančne okoliščine so se razlikovali ... Tudi njihova zasvojenost z nakupovanjem je bila na različnih stopnjah; nekatere so bile šele na začetku, druge so že globoko zabredle vanj itd. V vzorec je bila tako zajeta raznolika populacija, ki dobro odseva resnično stanje.

Globlji vpogled v življenje teh žensk je razkril štiri tipe kompulzivnih nakupovalk oziroma nakupovalcev: odvisnik od popravljanja razpoloženja, maščevalni odvisnik, eksistencialni odvisnik in serijski odvisnik. Gre za idealne tipe, zato je nemogoče najti osebo, ki bi imela značilnosti izključno ene kategorije. Običajno ima oseba značilnosti dveh tipov, vendar vedno eden prevlada. Uvrstitev potem sledi prevladujočim značilnostim. Opisi posameznih tipov kompulzivnih nakupovalcev, ki so se izoblikovali tekom raziskave:

Odvisniki od popravljanja razpoloženja

Ti odvisniki nakupujejo zato, da bi izboljšali svoje razpoloženje. Vedno, ko se počutijo nelagodno, ko jim nekaj ni prav, ko so nesrečni, se odpravijo po nakupih. Ta dejavnost jim prinaša zadovoljstvo in jim pomaga prebroditi težke čase. Zanje je značilno, da zapadejo v kompulzivnost alternirajoče, odvisno od njihovega splošnega stanja sreče v posameznih obdobjih. (Eccles 2002, 14-16)

Maščevalni odvisniki

Njihova odvisnost izvira iz nezadovoljstva z odnosom, ki ga imajo s partnerjem.. Ta oblika zasvojenosti se razvije šele po določenem času, običajno po več letih skupnega življenja. Zasvojenci čutijo, da v odnosu nimajo moči in nadzora, zato se maščujejo tako, da upravljajo partnerjev denar. Samo tako nakupovanje jim daje občutek, da imajo vajeti v svojih rokah. (Eccles 2002, 12-14)

Eksistencialni odvisniki

To so izkušeni nakupovalci, ki se zavedajo svoje spretnosti, k njim prihajajo drugi po pomoč. Nakupovanje je zanje smisel življenja, vse ostalo se vrti okoli njega. Je tok, ki uravnava in narekuje dnevni vsakdanjik in vedno znova postavlja na preizkušnjo njihove sposobnosti. Odvisniki se počutijo vpeti v ta proces, ki jim prinaša stalne občutke vznemirjenja, pričakovanja in navdušenja, na koncu pa vedno globoko razočaranje. Zato so ti ljudje na splošno zelo nesrečni, pri čemer se ta občutek nesreče s časom kumulira, dokler ne postane neznosen. (Eccles 2002, 9-12)

Serijski odvisniki

Gre za »najtežje« odvisnike, pri katerih je nakupno vedenje manično in dosega skrajnosti. To so ljudje, ki so bili v preteklosti depresivni ali pa so bili odvisni od nečesa drugega (droga, alkohol, igre na srečo, motnje hranjenja ...). V tem primeru gre samo za zamenjavo ene oblike odvisnosti z drugo. Občutki nezadovoljstva, nemoči in obupa so njihove življenjske stalnice. Poleg kompulzivnega nakupovanja imajo običajno še veliko drugih vedenjskih motenj. (Eccles 2002, 16-19)

Poleg opisane kategorizacije lahko kompulzivne nakupovalce razvrstimo tudi na podlagi najpogosteje kupljenih artiklov. Imamo naslednje kategorije (Infoazzardo 2008, 12):

- a) *Zbiratelji*: tisti, ki se osredotočajo na točno določene predmete.
- b) *Vsenakupovalci*: kupujejo vse mogoče stvari, brez posebnih preferenc.
- c) *Obsedenci ugodnih nakupov*: uživajo v nakupu česarkoli, samo da je cena ugodna.
- d) *Spletne nakupovalci*: tisti, ki preživijo veliko časa na internetu in opravljajo on-line nakupe.

2.3 MERJENJE KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA

Analize kompulzivnega nakupovanja vključujejo različne metode raziskovanja: kvalitativne in kvantitativne raziskave, uporaba deduktivnih in induktivnih metod, različne oblike vprašanj oziroma vprašalnikov, različni vzorci populacije itd. Izbira posameznih elementov načrtovane študije je odvisna predvsem od cilja, ki se ga želi doseči (razširjenost pojava, demografske značilnosti, individualni dejavniki, psihološko ozadje ...). Za boljše rezultate se velikokrat izvajajo tudi kombinirane študije, s katerimi dobimo bolj celovito sliko raziskovanega pojava. Najbolj pogoste so kvantitativne raziskave razširjenosti kompulzivnega nakupovanja, ki jih raziskovalci naknadno dopolnijo še s kvalitativnimi analizami dobljenih rezultatov. V prvi fazi torej nastopi anketiranje večjega števila ljudi, v drugi pa poglobljeni intervjuji s tistimi, ki so označeni kot kompulzivni nakupovalci.

Faber in O'Guinn (1992) sta razvila obliko vprašalnika (glej shemo 2.2), ki je najprimernejša za ugotavljanje kompulzivnih teženj pri nakupovanju. Glavno vlogo igrajo spremenljivke v obliki trditev, ki vključujejo specifično nakupno vedenje ter spremljajoče motivacije in občutke. Anketiranec označi stopnjo strinjanja s temi trditvami, nato pa se izračuna povprečna stopnja strinjanja za cel vzorec in pripadajoči standardni odklon. Tisti, ki dosežejo več kot dva standardna odklona nad povprečno stopnjo strinjanja, so označeni kot kompulzivni nakupovalci.

Shema 2.2: Vprašalnik za ugotavljanje kompulzivnih teženj pri nakupovanju

1. Prosimo, označite, v kolikšni meri se strinjate s spodnjo trditvijo. Vpišite X v tisto kolono, ki najbolje izraža vaš odnos do navedene trditve.

- a) Če mi na koncu plačilnega obdobja ostane še kaj denarja, ga moram obvezno porabiti.

popolnoma se strinjam v glavnem se strinjam niti – niti v glavnem se ne strinjam sploh se ne strinjam

2. Prosimo, označite, kako pogosto občutite oziroma storite sledeče zadeve. Vpišite X v tisto kolono, ki najbolje izraža vaš odnos do navedene trditve.

	zelo pogosto (1)	pogosto (2)	včasih (3)	redko (4)	nikoli (5)
a) Ljudje bi bili ogorčeni, če bi poznali moje nakupovalne navade.					
b) Nakupujem tudi takrat, ko vem, da imam še zelo malo denarja.					
c) Napišem ček, čeprav vem, da nimam dovolj denarja, s katerim bi ga lahko pokrila/a.					
d) Kupim nekaj samo zato, da bi se počutil/a bolje.					
e) V dneh, ko ne nakupujem, občutim živčnost in anksioznost.					
f) Naredim minimalni plog na kreditne kartice.					

Vir: Faber in O'Guinn (1992, 468).

Formula, s pomočjo katere dobimo povprečno stopnjo strinjanja in standardni odklon:
 $-9.69 + (Q1a \times .33) + (Q2a \times .34) + (Q2b \times .50) + (Q2c \times .47) + (Q2d \times .33) + (Q2e \times .38) + (Q2f \times .31)$.

Po končanem anketiranju se pozornost usmeri na tiste, ki so označeni kot kompulzivni nakupovalci. Običajno se opravijo nestrukturirani intervjuji, prek katerih lahko kompulzivci svobodno in sproščeno pripovedujejo o svojih izkušnjah. Nekaj primerov:

Pogosto občutim v sebi neko praznino, ki je nikakor ne morem zapolniti. Takrat začutim nujno, da si kupim nekaj novega. Hitro se odpravim v trgovski center. Želim si vedno več – nikoli mi ni dovolj, nikoli niti ne pomislim, da imam že dovolj stvari. (Krueger 1988, 576)

Nakupujem predvsem takrat, ko sem slabe volje. Moje razpoloženje vpliva tudi na stvari, ki jih kupim. Če nisem tako zelo slabe volje, si kupim nekaj, kar mi je všeč in mi lepo stoji na telesu. Če sem srednje slabe volje, si kupim nekaj, kar mi sploh ne pristoji in se ne ujema z mojim okusom. Če pa sem grozno slabe volje, potem kupim nekaj, kar sploh ni zame oziroma nima zveze z mojo podobo. (Krueger 1988, 579)

Zelo izbirčna nakupovalka sem. Na primer, kupiti moram kupiti pullover. Pregledam vso ponudbo in vse pomerim. Pa se ne morem odločiti med tremi različnimi modeli iste barve. Zato kupim vse in jih doma pomerjam do dveh zjutraj. Ko se odločim, kateri model je najboljši, grem nazaj v trgovino in ga kupim v vseh barvah. Potem pozabim nanje. Obesim jih v omaro in verjetno nikoli ne oblečem. (Tivadar 2008)

Ne pijem. Ne kadim. Ne drogiram se. Ampak nakupovati ne morem nehati. Tega ne morem nadzorovati. Sem si rekla, da tako ne gre več naprej ... mož me sovraži, otroci me sovražijo. Vse sem uničila. Sram me je in najraje bi umrla. (Tivadar 2008)

2.4 RAZŠIRJENOST IN SOCIALNODEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI

Obstajajo različne ocene o razširjenosti kompulzivnega nakupovanja. Ta različnost izvira iz razlik v merjenju (kot so, na primer, različni vzorci in metode) in iz okoliščin (kot so, na primer, različne družbene razmere), v katere je postavljena raziskava. Študije o razširjenosti izvajajo zlasti v tistih državah, kjer se tudi sicer ukvarajo s to problematiko. To so predvsem Združene države Amerike, Italija, Velika Britanija in Nemčija. V Združenih državah Amerike se število giblje okoli 5,8 odstotka ljudi (Koran in drugi 2006), v Italiji od 1 do 8 odstotkov (La mescolanza 2008) in v Veliki Britaniji okoli 10 odstotkov (Tivadar 2008). Najbolj zanimive ugotovitve zadevajo Nemčijo, v kateri so razširjenost kompulzivnega nakupovanja merili posebej za Vzhodno in Zahodno Nemčijo. Leta 1991, dve leti po padcu berlinskega zidu, ki je ločeval vzhodni socializem od zahodnega kapitalizma, so v vzhodnem predelu izmerili en odstotek, v zahodnem pa 5,1 odstotka. Leta 2001 so raziskavo ponovili in ugotovili, da se je v vzhodnem predelu število povečalo na 6,5 odstotka, v zahodnem pa na 8 odstotkov. (Neuner in drugi 2005)

Socialnodemografski podatki o kompulzivnih nakupovalcih so si, v nasprotju s podatki o razširjenosti, dokaj enotni. Večina raziskav dokazuje, da je med kompulzivnimi nakupovalci od 82 do 90 odstotkov žensk. (Biolcati in Pani 2006, 36) Razlike med spoloma pa se manjšajo vzporedno z nižanjem starosti kompulzivnih nakupovalcev, kar pomeni, da je med mlajšimi spolna struktura bolj uravnotežena. (Dittmar 2005, 487) Mlajši so hkrati bolj podvrženi pojavu kompulzivnega nakupovanja, najbolj rizična starostna skupina so osebe, stare od 23 do 31 let. (Guerreschi in Ciardo 2007, 42) Stopnja izobrazbe in višina dohodka sta bila dolgo časa označena kot nepomembna dejavnika, vendar se je v najnovejših raziskavah izkazalo, da imata določen vpliv. Več kompulzivnih nakupovalcev je bilo namreč med tistimi, ki imajo nižjo izobrazbo in nižji mesečni dohodek oziroma ga sploh nimajo (na primer brezposelni in gospodinje). Raziskovalci pojasnjujejo njihovo vedenje kot sproščanje frustracij in kot nezavedno izražanje nezadovoljstva, ki ga občutijo zaradi teh dejavnikov. (Guerreschi in Ciardo 2007, 42)

2.5 POJASNJEVANJE KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA

Kompulzivno nakupovanje so začeli raziskovati že v začetku 20. stoletja (Kraepelin 1915 in Bleuler 1924), vendar še danes ni enotne razlage, ki bi ga natančno definirala. V zadnjih dveh desetletjih se je sicer zanimanje za ta pojav povečalo, številni avtorji² so se študije te problematike lotili tudi z raziskavami, a kljub temu še niso dosegli enotnosti. (Biolcati in Pani 2006, 22-25) To je razvidno tudi iz poimenovanja, saj obstaja veliko različnih izrazov, ki opisujejo kompulzivno nakupovanje: »compulsive shopping«, »compulsive consumption«, »compulsive buying«, »uncontrolled buying«, »addictive buying«, »excessive buying«, »shopping addiction«, »spendaholism«, »oniomania« itd. (Koran in drugi 2006, 1806) Bistvena težava je v tem, da je kompulzivno nakupovanje svojevrstna motnja, ki je povezana tako s človekovim notranjim ustrojem kot tudi z zunanjimi socialnimi dejavniki. Nekateri avtorji poudarjajo psihopatološki vidik in so zato prepričani, da se je treba tega fenomena lotiti s psihiatričnega vidika; drugi pa dajejo prednost zunanjim vplivom in se zato lotevajo te problematike s socialnopsihološkega vidika.

2.5.1 PSIHIATRIČNI PRISTOP

Zagovorniki psihiatričnega pristopa so prepričani, da je kompulzivno nakupovanje pojav, ki nosi v sebi značilnosti treh psihopatoloških motenj: obsedenost, impulzivnost, odvisnost (zasvojenost). (Guerreschi in Ciardo 2007, 37) Obsedenost se kaže v ponavljajočih se cikličnih nakupovanja, ki postanejo v stresnih obdobjih še bolj pogosti. Impulzivnost se pojavi takrat, ko se posameznik nenadoma odloči, da bo kupil nekaj, česar prej ni načrtoval. Za take nakupe so značilni še: intenzivna, neustavljiva potreba po takojšnjem nakupu, neupoštevanje možnih negativnih posledic nakupa, občutja evforičnosti in vznemirjenosti ter konflikt med nadzorom in predajanjem užitkom. Impulzivne nakupe spremljajo tako močni občutki privlačnosti, da so običajni procesi odločanja in premišljevanja neuspešni. (Biolcati in Pani 2006, 30) Vsak od nas si od časa do časa kupi kakšno »neumnost«, a to nas še ne uvršča med kompulzivne

² Združene države Amerike – O'Guinn, Faber (1989); Kanada – Valence, d'Astous, Fortier (1988); Nemčija – Scherhorn, Reisch, Raab (1990); Velika Britanija – Glatt in Cook (1987), Christenson in deZwaan (1994), McElroy in Keck (1994).

potrošnike. »Če pa se doma kopičijo povsem nepotrebni izdelki, po drugi strani pa vsak mesec le s težavo plačamo položnice za osnovne obveznosti, je to že znak za alarm.« (Pondelek 2006, 31) Komponenta, ki igra pri temu najpomembnejšo vlogo in zato najbolj zaznamuje kompulzivno nakupovanje, je odvisnost. Vsak posameznik je sicer v svojem bistvu odvisen – od instinktov, strasti, norm, vrednot ipd. Sodobna družba ga je prepričala, da je svoboden in neodvisen, vendar je to le iluzija. V primeru odvisnosti od nakupovanja pa gre za hujšo obliko odvisnosti, ki je vezana na nenadzorovano vedenje, ki se ponavlja, ker ga žene nuja po zadovoljitvi določene potrebe. Gre za izgubo nadzora nad dejanji, ki se prelevi v nezmožnost omejitve izvajane aktivnosti. Tako vedenje postane rutinsko in ima funkcijo nadomeščanja širokega spektra človekovih potreb. (Biolcati in Pani 2006, IX-XIII) Odvisnost od nakupovanja je ena izmed odvisnosti (kot so na primer še odvisnost od iger na srečo, kleptomanstvo, piromanstvo, odvisnost od interneta), za katere je značilno, da niso vezane na uživanje substanc, temveč so povezane s kompulzivnim izvajanjem določenih dejanj. (Biolcati in Pani 2006, 4) Kljub temu, da se te odvisnosti v marsičem razlikujejo od odvisnosti od substanc, še vedno obstajajo določene osnovne značilnosti, ki jih družijo. Griffiths našteva naslednje skupne točke (Griffiths v Biolcati in Pani 2006, 5):

- Aktivnost oziroma substanca, od katere je posameznik odvisen, prevlada nad vsem, je dominantna misel in vedenje, kateremu je vse ostalo podrejeno.
- Izvajanje odvisnosti povzroči trenutno spremembo razpoloženja, največkrat gre za prijetno vznemirjenje in olajšanje tesnobe.
- Potreba po izvajanju rituala se progresivno veča, kar pomeni, da odvisnik v ta namen vlaga vedno več energije.
- Pri obojih je prisoten »craving«, nezmožnost nadzora impulza, ki spodbudi željo po dejanju, od katerega je posameznik odvisen.
- Če je odvisniku tako ali drugače onemogočeno opraviti željeno dejanje, pride do pojava abstinenčne krize.
- Odvisnost je vir konfliktov med odvisnikom in njegovimi bližnjimi.
- Pri obeh oblikah odvisnosti obstaja velika možnost, da po začasnem prenehanju odvisnik ponovno pade v začarani krog.

2.5.2 SOCIALNOPSIHOLOŠKI PRISTOP

Mnogi avtorji zagovarjajo tezo, da moramo vzroke kompulzivnega nakupovanja iskati v vplivu družbe na posameznika in v njegovih psiholoških odzivih na te vplive. Ena največjih zagovornic tega pristopa je Helga Dittmar (2005). Prepričana je, da je kompulzivno nakupovanje odgovor na posameznikove razpoloženske in identitetne težave, ki so povezane z družbenimi spremembami v 20. stoletju. Velik vpliv pripisuje materialističnim vrednotam današnje družbe, ki spodbujajo ljudi h kopičenju materialnih dobrin kot sredstvu za doseganje sreče v življenju. Njena teorija sloni na obširni raziskavi, ki jo je opravila v Veliki Britaniji in v kateri je sodelovalo nekaj manj kot 800 ljudi. Ti so bili razvrščeni v tri kombinirane vzorce: odrasli, ki so v življenju vsaj enkrat kontaktirali skupino za samopomoč kompulzivnim nakupovalcem (N=330); mladi potrošniki s seznama multinacionalne korporacije (N=250); najstniki, stari od 16 do 18 let (N=195). Hipoteze, ki so jih s pomočjo takšnega števila respondentov hoteli preveriti, so bile: ženske so bolj nagnjene k kompulzivnemu nakupovanju kot moški; nagnjenost h kompulzivnemu nakupovanju je bolj izrazita pri mlajši populaciji, torej je starost pomemben dejavnik tveganja; materialne vrednote so močan napovedovalec kompulzivnega vedenja pri nakupovanju.

Raziskovalci so se dela lotili po korakih, in sicer tako, da so celotno raziskavo razdelili na tri faze. V prvi fazi so ugotavljali, kaj vpliva na kompulzivno nakupovanje. Da bi lahko to ugotovili, so za vzorec vzeli ljudi, ki so že imeli težave s kompulzivnim nakupovanjem. Postopoma so vključevali pet spremenljivk, pri čemer sta se prvi dve (izobrazba oziroma poklic in finančno stanje) izkazali za nerelevantni, ostale tri (spol, starost in materialne vrednote) pa za zelo relevantne. Večjo nagnjenost h kompulzivnemu nakupovanju so pokazali ženske, mlajši in tisti, ki izrazito cenijo materialne vrednote. Na podlagi teh ugotovitev so se v drugi fazi osredotočili na relevantne spremenljivke in za vzorec vzeli nekoliko mlajšo populacijo potrošnikov. Izkazalo se je, da so mlajši večji materialisti in da je to močan napovedovalec kompulzivnega nakupovanja. Razlike v spolu so bile še vedno prisotne, a ne tako izrazito, starost pa je bila približno enako relevantna. Skupne ugotovitve prvih dveh študij so narekovale potrebo po analizi izrazito mladih oseb, torej najstnikov. Primerni so še zlasti zato, ker denar, ki ga dobijo, porabijo v glavnem zase (ni jim treba skrbeti za druge, za preživetje itd.). Ugotovitev tretje faze je dejstvo, da so najstniki potencialno

problematični potrošniki, saj so še zelo mladi in so njihove vrednote močno prisotne na področju materialnega. Razlike med spoloma niso bile tako očitne.

Rezultati celotne raziskave, vseh treh empiričnih študij, so potrdili prvotne hipoteze. Ženske so bolj nagnjene h kompulzivnemu nakupovanju, pri čemer pa je treba poudariti, da se razlika med spoloma manjša vzporedno z nižanjem starosti – mlajši so potrošniki, manj je razlik v potrošnem vedenju med moškimi in ženskami. Najverjetneje je vzrok za to tradicionalno pojmovanje spolnih vlog, ki ženske postavlja v vlogo primarnih potrošnic in zapravljk. Vendar pa to prepričanje počasi blede in ima pri mlajših generacijah vedno manjši vpliv. Starost se je tudi pokazala kot pomemben dejavnik pri kompulzivnem nakupovanju: mlajši so potrošniki, pogostejši je ta pojav. Za najpomembnejši element so se izkazale materialne vrednote. Ljudje, ki jih v svojem življenju postavljajo na prvo mesto, imajo največ možnosti, da se izgubijo v brezizhodnem krogu kompulzivnega nakupovanja. Prepričani so namreč, da materialne dobrine prinašajo srečo in uspeh, torej so zanje nepreklicno povezane z osebnih počutjem in vsesplošnim zadovoljstvom. Nakupovanju pripisujejo pretiran pomen, saj svojo identiteto gradijo izključno prek tega procesa. Vendar pa se pri večini ta pristop ne obnese in so zato bolj nesrečni od tistih ljudi, katerih prioritete niso povezane z materialnimi dobrinami.

2.6 DEJAVNIKI KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA

2.6.1 MATERIALIZEM

Več raziskav je pokazalo, da je kompulzivno nakupovanje povezano z materialističnimi vrednotami oziroma »z velikim pomenom, ki ga ljudje (in družba) pripisujejo posedovanju in pridobivanju materialnih dobrin za doseganje pomembnih življenjskih ciljev, kot so zadovoljstvo, sreča in uspeh«. (Tivadar 2008) Materializem je koncept, ki ga je zaradi širokega pomenskega spektra težko definirati. Še najboljše so ga opredelili Belk (1984, 1985) ter Richins in Dawson (1992). Belk (1984, 1985) je opisal materializem kot skupek treh osebnostnih značilnosti: posesivnost, skopost, zavist. Posameznikove materialistične težnje je meril po stopnji jakosti teh treh lastnosti. Richins in Dawson (1992) pa sta označila materializem kot osrednjo vrednoto, ki služi

kot orientacija ostalim vrednotam. Slednje bi lahko razvrstili v tri različne konceptualne kategorije: pridobivanje materialnih dobrin prinaša srečo, imetje se enači z uspehom, pridobivanje materialnih dobrin in imetje sta najpomembnejši zadevi v človekovem življenju. (Graham 1999, 243-244)

Za merjenje materializma se najpogosteje uporablja vprašalnik, v katerem so nanizane trditve, ki izražajo materialistične vrednote. Nekaj primerov takih trditev (Tivadar 2008):

- Moje življenje bi bilo boljše, če bi imel/a določene stvari, ki jih nimam.
- Stvari, ki jih posedujem, veliko povedo o tem, kako dobro mi gre v življenju.
- Rad/a imam stvari, ki naredijo vtis na druge.
- Občudujem ljudi, ki imajo drage avtomobile, razkošne hiše in obleke.
- Zelo uživam v luksuznih stvareh.
- Bil/a bi srečnejši/a, če bi si lahko več privoščil/a.

Natančna teoretična študija materializma in njegovih razsežnosti, ki jo je opravila Judy F. Graham (1999), razkriva, kako materialistične vrednote vplivajo na posameznikovo potrošno vedenje. Ugotovila je, da so materialisti zaradi konstantnega primerjenja z drugimi pogosteje nezadovoljni s svojim življenjem. Negativne občutke poskušajo odpraviti s pridobivanjem materialnih dobrin, za katere so prepričani, da jim bodo pomagale pri dosegu idealnega jaza. Bolj kot so negativni občutki močni, večjo potrebo po posedovanju dobrin čutijo. Iz te razlage je razvidno, da materializem dejansko vpliva na nakupne navade, in sicer tako, da spodbuja kompulzivno nakupovanje. (Graham 1999, 243-244)

2.6.2 GLEDANJE TELEVIZIJE

Večina kompulzivnih nakupovalcev po televiziji najraje spremlja komercialne programe in telenovele. (Guerreschi in Ciardo 2007, 46) Ljudje, ki veliko gledajo take oddaje, sčasoma začnejo verjeti, da je realni svet podoben svetu, ki je prikazan tam. Bogastvo je predstavljeno kot nekaj zaželenega in običajnega, posamezni liki imajo skoraj po

pravilu popoln videz in pripadajo premožnejšim družbenim slojem. Neskladje med tem, kar posameznik vidi na televiziji, in njegovim realnim življenjem lahko povzroči napetost in nezadovoljstvo, saj dobi občutek, da imajo drugi več od njega. Ta občutek lahko pripelje do želje po imetju tega, kar imajo drugi, in s tem tudi do kompulzivnega nakupovanja. (Infoazzardo 2008, 9-10)

Drugi vidik vpliva televizije je povezan s telemarketingom, predstavljanjem prodajnih izdelkov po televiziji. Potrošnik lahko neposredno, iz domačega naslanjača, naroči po telefonu tisto, kar želi kupiti. Nakup je takojšen (impulz, ki ga začuti, lahko zadovolji že v naslednjem trenutku), lahko se izvrši kadarkoli v dnevu (ni mu treba slediti klasičnim urnikom trgovin), zagotovljena je anonimnost ... Obstajajo televizijski programi, ki so v celoti namenjeni telemarketingu. Njihova strategija temelji na čim bolj pompozni predstavitvi izdelka, privlačnih predstavnikih, velebnemu nagovoru, »posebnih« ugodnostih itd. Za kompulzivne nakupovalce je tak način prodaje še posebno mamljiv. (Infoazzardo 2008, 9)

2.6.3 SANJARJENJE

Izrazita nagnjenost k sanjarjenju je ena od značilnosti, ki jih pogosto najdemo pri kompulzivnih nakupovalcih. (Biolcati in Pani 2006, 65) Zamaknjeno tavanje misli in predajanje toku želja sicer ni nič nenavadnega, nasprotno, je ena od gonilnih sil, ki spodbujajo potrošnjo in je zato pomemben element v življenju sodobnega človeka. Vpliv sanjarjenja na nakupovanje in z njim povezan pojav modernega potrošnika je nazorno opisal sociolog Colin Campbell (1998). Moderni potrošnik je zanj posledica sodobnega hedonizma, ki se od tradicionalnega hedonizma razlikuje v tem, da ne išče ugodja v čutnih zadovoljstvih, temveč v čustvih. »Čustva so zmožna nuditi neznansko močne vire užitka, saj so stanja močnega vznemirjenja.« (Campbell 1998, 16) V čustvih pa lahko uživamo samo, če smo jih sposobni nadzorovati – ta nadzor hkrati omejuje neposredno izražanje nagonov in strasti. Posledično se razširi in odpre notranji svet imaginacije, kultivira se sposobnost uživanja v sanjarjenju oziroma idealiziranju. »Toda bolj ko hedonistični impulz podobe idealizira, večji je zanj razkorak med temi podobami in realnim jazom. Tako kot bi užitki, ki jih nudi sanjarjenje o idealu, 'izpodrivali' tiste v realnosti. Posledično realnost ponuja vedno manjše užitke.«

(Campbell v Luthar 2002, 257) Uživanje v sanjarjenju in hrepenenje po užitku pa je ravno tisto, kar sodobnega človeka potiska k stalni potrošnji. Določene dobrine povezuje s popolnim ugodjem, toda ko jih kupi, postanejo del realnosti, ki pa ni nikoli tako lepa, kot si je predstavljal. Sledi razočaranje in želja po novi dobrini (stare dobrine so namreč že preizkušene in ne morejo več utelešati sanj). Tako se vrta začarani krog neskončnega porajanja želja. Osnovni motiv potrošnje je torej konstantno iskanje lastne idealne podobe, ki nam hkrati tudi pomaga pri odkrivanju lastne identitete. (Luthar 2002, 257) Slednja pa se ne izraža toliko v tem, kar kupimo, temveč se skriva predvsem v naših odzivih na proizvode. Poleg funkcije raziskovanja lastne identitete nam potrošnja nudi tudi gotovost, da identiteto sploh imamo. Medtem ko nam odziv na določen proizvod pomaga raziskati kdo smo, nam dejstvo, da se sploh odzivamo, zagotavlja, da obstajamo. In bolj kot je naš odziv na objekt močan (vzbudi v nas močna čustva), bolj realen je ta objekt in bolj realni, »živi«, se tudi sami počutimo. Funkcija potrošništva je po Campbellu nadgrajena do te mere, da nas oskrbuje z osnovno ontološko gotovostjo – zagotavlja naš obstoj. (Campbell 2004, 27-42) Pri kompulzivnih nakupovalcih delujejo opisani mehanizmi potencirano, posameznik dobesedno izgubi nadzor nad njimi.

2.6.4 SODOBNE OBLIKE NAKUPOVANJA

Tradicionalni obisk trgovine je v današnjem času le ena od možnih oblik nakupovanja. Ljudje lahko nakupujejo in plačujejo svoje nakupe na različne načine. V okviru teh novih dimenzij potrošništva sta za razumevanje kompulzivnega nakupovanja pomembna zlasti dva pojavi: možnost plačila s kreditno kartico in spletno nakupovanje.

Mnogi raziskovalci kompulzivnega nakupovanja, kot na primer McElroy in Roberts (McElroy in Roberts v Infoazzardo 2008), so ugotovili tesno povezavo med porastom tega pojava in uporabo kreditne kartice. Ta namreč nakup olajša in ga naredi manj opaznega. Denar postane virtualen in posledično postanejo posameznikovi osebni odhodki veliko bolj nerealni. Percepcija vrednosti nakupov se spremeni, kar lahko človeka precej zavede. Poleg tega je plačevanje s kartico za odvisnike še posebej hvaležno, ker tako laže skrijejo finančne težave in odplačujejo nakupe na dolgi rok.

Nakupovanje po internetu ali spletno nakupovanje je izjemno razširjen fenomen, ki je močno povezan s kompulzivnim nakupovanjem. Po nekaterih ocenah je do šest odstotkov spletnih nakupovalcev kompulzivnih, še več pa jih je med tistimi, ki so tudi odvisniki od interneta. (Infoazzardo 2008) Poleg anonimnosti in takojšnje gratifikacije (ki jo nudi nakup sam po sebi, in ne kupljeni artikel) izstopa specifična spletnega nakupovanja, ki potrošniku nudi posebno čutno izkušnjo. Slednja je možna zlasti zaradi multimedijskega učinka, ki ga ponuja internet: zapeljivi opisi, večdimenzijske fotografije, možnost animacije, zvočna komponenta, odsotnost soočenja z družbo, cene niso takoj vidne, skrb za vse podrobnosti ipd. Ti dražljaji onesposobijo posameznikovo zmožnost presojanja in na določen način manipulirajo z njegovo kritičnostjo. (Infoazzardo 2008, 10-11)

2.6.5 SPOL

Najpogosteje omenjen dejavnik kompulzivnega nakupovanja je spol. Raziskave so pokazale, da od 80 do 90 odstotkov odvisnikov predstavljajo ženske. Razloge lahko poiščemo v dejstvu, da so le-te že socializirane v smeri, ko nakupovanje prinaša užitek in sprostitev. Njihova vzgoja je usmerjena k bolj pasivnim in emocionalnim načinom spoprijemanja z vsakodnevnimi težavami, kamor sodi tudi nakupovanje. Poleg tega hodijo ženske pogosteje po gospodinjskih nakupih kot moški in so zato bolj izpostavljene tveganju, da zapadejo v odvisnost. (Biolcati in Pani 2006, 36)

Spol pa vpliva tudi na vrsto stvari, ki jih odvisniki kupujejo. Ženske so bolj osredotočene na tisto, kar izboljša osebni videz (obleke, kozmetični izdelki, čevlji, nakit ...), medtem ko imajo moški raje izdelke, ki večajo moč in ugled (mobilni telefoni, digitalne naprave, ure, avtomobili ...). (Infoazzardo 2008, 12-15)

2.6.6 DRUŽINA

V številnih primerih kompulzivnega nakupovanja je bilo ugotovljeno, da so imeli posamezniki to motnjo v sebi že dolgo prej, preden je prišla na plan. Latentno je bila skrita lahko tudi več kot deset let. Zato se je razširilo mnenje, da je izvor te motnje povezan s posameznikovim odraščanjem in družinsko dinamiko, z izrazitim poudarkom

na starševski vzgoji, ki je bila ali preveč permisivna ali, nasprotno, preveč represivna. V obeh primerih je posledica pomanjkanje avtonomije pri posamezniku. (Benessere.com 2008, 3) Mnogi kompulzivni nakupovalci poročajo tudi o posebni družinski dinamiki, v kateri je bil oče odsoten in hkrati predmet občudovanja, mati pa zelo prisotna, celo do te mere, da je postala vsiljiva. (Guerreschi in Ciardo 2007, 44) V tem kontekstu zlasti izstopajo negativne izkušnje iz otroštva, ki jih odvisnik prek nakupovanja (nezavedno) ponovno doživlja, v upanju, da mu bo tokrat uspelo obvladati občutke nemoči, sramu in krivde. Lahko pa gre tudi za pretekle zatrite želje, ki jih oseba poskuša kompenzirati na družbeno sprejemljiv način. Ena od teorij je tudi ta, da je nakupovanje poskus zapolnitve notranje praznine, ki jo posameznik čuti. Lahko gre za odsotnost enega od staršev ali česarkoli drugega. Vsemu naštetemu je skupno dejstvo, da je nakupovanje samo simptom, ki v sebi skriva popolnoma drugo težavo. (Benessere.com 2008, 3)

Poleg osebnih negativnih izkušenj, ki so jih kompulzivni nakupovalci doživljali v družini, imajo močan vpliv tudi različne oblike motenj pri bližnji sorodnikih. V Združenih državah Amerike je bila opravljena raziskava, v kateri so družinsko dinamiko kompulzivnih nakupovalcev primerjali z družinsko dinamiko ljudi, ki te motnje nimajo. Prvi so tvorili eksperimentalno skupino (33 ljudi), drugi pa kontrolno skupino (22 ljudi). Izkazalo se je, da je v eksperimentalni skupini bilo več ljudi, katerih bližnji sorodniki so imeli določeno obliko motnje. Največkrat je šlo za motnje razpoloženja, zlasti alkoholizem, anksioznost in kompulzivno nakupovanje. Nekaj sodelujočih je celo priznalo, da v družini trpijo za kompulzivnim nakupovanjem že tri generacije, največkrat po materini strani sorodstva. Na podlagi natančnejših preučevanj so raziskovalci prišli do ugotovitve, da pojav psihičnih bolezni pri bližnji sorodnikih vpliva na razvoj kompulzivnega nakupovanja. (Black in drugi 1999)

2.6.7 BIOLOŠKA OSNOVA

Nekateri psihiatri in psihologi so mnenja, da je kompulzivno nakupovanje le ena od mnogih bolezni, ki se razvijejo zaradi slabega delovanja serotonina. (Siipac 2008, 2)

Sposobnost, da občutimo srečo, je v veliki meri kemični proces med hormoni in živci. V človeškem telesu za dobro voljo skrbita predvsem hormona serotonin in nevrottransmitor dopamin. [...] Več serotonina ko proizvede telo, srečnejši, bolj

jasnogledi in bolj vzneseni smo. Serotonin je odločilen za duševno uravnovešenost, poleg tega pa vpliva na odnos do hrane, na cirkadiani ritem, na razpoloženje, na spolno vedenje in na občutek za bolečino. Pomanjkanje serotonina lahko privede do brezvoljnosti in motenj spanja, kajti ta hormon ugodno vpliva tudi na uravnavanje spanja. (Med.Over.Net 2008, 1)

Poleg omenjenega ima serotonin tudi funkcijo nadzora impulzivnosti – njegovo pomanjkanje se pokaže tako, da se človek teže upre skušnjavam in impulzivnim željam. (Siipac 2008, 2)

2.7 ZDRAVLJENJE KOMPULZIVNEGA NAKUPOVANJA

Zdravljenje kompulzivnega nakupovanja poteka na več nivojih, odvisno od tega, kako huda je situacija. V lažjih primerih je dovolj že nekaj praktičnih nasvetov, s katerimi si lahko pomaga vsakdo, ki nima resnejših težav, a bi vseeno želel zmanjšati obseg nakupov. Časopisi in revije pogosto objavljajo članke na to temo. Navajam nasvete, ki so jih podali v Vipu, reviji Zveze potrošnikov Slovenije:

Plačujte z gotovino in ne uporabljajte kreditnih kartic. – Na zadolžujte se za vsakdanje nakupe. – Ne kupujte takrat, ko se pojavi želja. Nakup odložite za nekaj dni, saj bo takrat odločitev bolj premišljena. – Naredite seznam nakupov in kupite samo tisto, kar je na seznamu. – Izogibajte se razprodajam in popustom. Takrat potrošniki opravimo največ nenačrtovanih nakupov. – Vedno znova si določite najvišjo vsoto nakupa. – Izložbe si ogledujete, ko so trgovine zaprte ali pa brez denarnice. – Znebite se katalogov in ne glejte televizijskih prodaj. – Ko si neustavljivo zaželite, da bi nakupovali, pojdite v naravo ... (Pondelek 2006, 31)

Za večino kompulzivnih nakupovalcev pa to ni dovolj, zato obstajajo še druge metode, kot so določene zvižace, podporne skupine, psihoterapija in uporaba zdravil. Na začetku se je v vseh primerih priporočljivo osredotočiti na strategijo zmanjšanja škode, s posebnim ozirom na finančno stanje. Pogosto se v ta namen uporablja tutorstvo – dodelitev nekoga, najboljše znane osebe, ki nadzoruje vedenje in dejanja »šopoholika«

(ga spremlja po nakupih ipd.). Ti uporabljajo posebne pristope, ki so se v zadnjem času izkazali kot zelo uspešni. Eden takih je, na primer, dilema, ki jo tutorji postavijo odvisniku, ko je pred tem, da opravi nakup. Dilema se glasi: ali se vzdržiš nakupa ali pa moraš kupiti najmanj deset kosov istega artikla! Neposredna prepoved nakupa namreč ni priporočljiva, saj napeljuje le k večji želji po kršenju prepovedi. (Infoazzardo 2008, 19)

Do sedaj sem opisovala, kako zmanjšati simptome kompulzivnega nakupovanja. Jasno pa je, da je za odpravo te motnje treba odkriti prave vzroke odvisnosti. Najpogosteje se v ta namen uporablja psihoterapijo. Gre za različne individualne in skupinske terapije, s katerimi se pri posamezniku poskuša odkriti vzroke zasvojenosti in dinamiko vedenja ter okrepiti njegovo samospoštovanje. Običajno terapije trajajo leto in pol, vedno pa obstaja možnost ponovnega padca v odvisnost. (La Mescolanza 2008, 1)

Priporočljivo je, da pri psihoterapiji sodelujejo tudi družinski člani, saj je kompulzivno nakupovanje velikokrat povezano z družinskimi dejavniki. Ta povezanost obsega različne dimenzije: družina lahko vpliva na dinamiko nakupovanja, družinska situacija je lahko izvor težav, posledice kompulzivnosti najmočneje občuti prav družina ... Učinkovitost družinske terapije so še posebej preučevali Tai-Young Park, Sung-Hui Cho in Jinsook Helen Seo. Opravili so kvalitativno analizo družinske terapije, ki jo je prestajala študentka iz Koreje. Izkazalo se je, da je pacientka v mladosti doživljala fizično in čustveno nasilje. Oče je bil alkoholik, zaradi česar je mati prevzela pretirano dominanten in avtoritaren odnos do otrok. Pacientka je bila vključena v izjemno stresno situacijo, ki je nikako ni mogla razrešiti. Napetost je začela sproščati z nakupovanjem, ki je sčasoma postalo njena primarna reakcija na negativne občutke. S pomočjo terapije je celotna družina uspela na novo vzpostaviti boljše odnose in pozitivno komunikacijo. Ureditev družinskih razmer je pacientki pomagalo odpraviti kompulzivno nakupovanje. (Park in drugi 2006)

Pred začetkom zdravljenja s psihoterapijo je treba upoštevati številne dejavnike, ki služijo kot kriteriji za izvedbo čim boljše in uspešne terapije: izbira izkušenega psihoanalitika; selekcija pacientov, ki so pripravljeni sodelovati v vnaprej določenem obdobju; selekcija pacientov, ki imajo večjo sposobnost notranje refleksije; selekcija pacientov, ki so že začeli problematizirati svoje kompulzivno vedenje; selekcija

pacientov na podlagi pričakovanj, ki morajo biti dovolj realna; selekcija pacientov, ki sprejemajo pravila igre psihoterapije; pacient in psihoanalitik se morata strinjati o temeljni težavi, ki jo skupaj rešujeta; prizadevanje za to, da bo pacient po končani terapiji sam sposoben razumeti in rešiti težave, ki se sproti pojavljajo ... (Biolcati in Pani 2006, 93) Pri izbiri med individualno in skupinsko terapijo so odločilnega pomena pacientove izrazne sposobnosti. Če pacient zna besedno izraziti svoja občutenja in jih povezati s svojim vedenje, bo imel več koristi od individualne psihoterapije. Če pa ima pacient težave z razumevanjem in besednim izražanjem, je zanj primernejša skupinska terapija, pri kateri se izvajajo aktivnosti igranja vlog in dramatizacije. Optimalno število sodelujočih v skupini je deset. (Biolcati in Pani 2006, 97-98) V okviru skupinskih terapij obstajajo tudi podporne skupine, na katerih se dobivajo odvisniki od nakupovanja, podobno kot anonimni alkoholiki. V Združenih državah Amerike imajo vsak teden vsaj 500 takih sestankov. (Case 2007, 55-56)

Ko samo psihoterapija ni dovolj, mora zasvojenec ob njej jemati še zdravila. Raziskave so pokazale, da je pri vseh odvisnikih od nakupovanja, tako kot pri tistih, ki trpijo za depresijo, raven delovanja serotonina nizka. Zato se za zdravljenje kompulzivnega nakupovanja uporabljajo ista zdravila kot za depresijo – antidepresivi. Dokazano je, da ti pospešijo delovanje serotonina v živčnem sistemu in posledično prispevajo k izboljšanju kliničnega stanja odvisnika. (Biolcati in Pani 2006, 101-102) Eden najpogosteje uporabljenih antidepresivov je Prozac. Mnogi kompulzivni nakupovalci, ki so ga jemali, so s svojim delovanjem prenehali. Prekinitev pa je bila le začasna, saj so takoj, ko so navedeno zdravilo opustili, ponovno padli v odvisnost. (Neznan avtor 1995, 8) Zato je izredno pomembno, da se farmakološko zdravljenje izvaja v kombinaciji s psihoterapijo.

Opisane metode zdravljenja uvrščamo med najbolj običajne, klasične. Obstajajo pa tudi druge, alternativne oblike, na primer hipnoza in različne vaje za sproščanje. (Infoazzardo 2008, 19-20)

3 EMPIRIČNI DEL

3.1 ZASNOVA EMPIRIČNE RAZISKAVE

V empiričnem delu diplomske naloge želim kompulzivno nakupovanje raziskati še bolj podrobno, kot sem to storila v teoretičnem delu. Tokrat me zanimajo predvsem osebne izkušnje in mnenja tistih ljudi, ki se s to motnjo srečujejo vsak dan. Razmišljala sem, katera metoda raziskovanja bi bila najustreznejša in bi mi omogočila pogled na kompulzivno nakupovanje z vidika tistih, ki ga doživljajo. Zgolj z opazovanjem in študijo sprožilnih dejavnikov je namreč nemogoče dobiti pravo sliko tega, kaj kompulzivni nakupovalci čutijo, mislijo in želijo, kakšni so njihovi nameni, kakšne pomene pripisujejo pojavom, ki jih obkrožajo, in kako razumejo situacije, v katere so vpeti. (Patton 2002, 341)

Da bi dobila odgovore na vsa ta vprašanja, sem se odločila opraviti kvalitativno raziskavo v obliki različnih intervjujev, saj so ti »temeljito in tudi dokaj precizno orodje, ki lahko bistveno pomaga k razrešitvi nekega prav določenega vprašanja, pojasnitvi konkretno nečesa slabo razumljivega ali nerazumljivega, prinese dodatne informacije, kjer se te zdijo pomanjkljive, ipd.« (Žerovc 2008, 8).

Poznamo tri osnovne tipe intervjujev, ki se med seboj razlikujejo predvsem v pristopu postavljanja vprašanj – gre za razliko v stopnji standardiziranosti vprašanj. Neformalni pogovorni intervju poteka v obliki sproščenega pogovora, kjer se vprašanja tvorijo sproti, saj se prilagajajo naravnemu toku interakcije. Intervju s tematskimi iztočnicami je nekoliko bolj nadzorovan, in sicer s strani izvajalca intervjuja, saj mora ta med intervjujem zagotoviti obdelavo točno določenih (vnaprej zastavljenih) tematik. Nazadnje je tu še standardizirani intervju, kjer so vprašanja vnaprej skrbno pripravljena in je namen izvajalca intervjuja ta, da vsem intervjuvancem postavlja enaka vprašanja, v enakem vrstnem redu in - če je možno - z enakimi besedami. (Patton 2002, 342) Opozoriti pa je treba na to, da so to čisti tipi in da v praksi običajno ne uporabljamo le enega od teh, temveč kombinacijo dveh.

Glede na temo intervjujev in cilj, ki ga želim z njimi doseči, sem se odločila, da uporabim kombinacijo dveh tipov intervjujev: intervju s tematskimi iztočnicami in standardizirani intervju.

Poleg dveh tipov intervjujev sem si izbrala tudi dve različni ciljni skupini. Prva skupina so strokovnjaki na področju kompulzivnega nakupovanja (psihologi, psihiatri, profesorji in raziskovalci), druga ciljna skupina pa so potencialni kompulzivni nakupovalci oziroma ljudje, ki tako ali drugače čutijo posebno nagnjenje h konstantnemu nakupovanju potrošnih dobrin.

Od strokovnjakov želim izvedeti predvsem njihovo osebno mnenje glede nekaterih dejstev, povezanih s kompulzivnim nakupovanjem, zanimajo pa me tudi njihove izkušnje s kompulzivnimi nakupovalci. V ta namen sem pripravila specifična vprašanja, za katera menim, da mi bodo pomagala pri razumevanju tematike, ki jo obravnavam v diplomski nalogi. Vprašanja zadevajo naslednje vidike kompulzivnega nakupovanja: različna pojasnjevanja, razhajanja v občutkih pri nakupovanju, sprožilni dejavniki, osebne izkušnje strokovnjakov, problematika merjenja in spremljanja pojavnosti ter povezava z aktualnimi javnimi uprizoritvami te motnje. Zasnova intervjuja s strokovnjaki je torej standardizirani intervju z vnaprej pripravljenimi vprašanji o različnih aspektih kompulzivnega nakupovanja (glej shemo 3.1).

Zasnova intervjujev s potencialnimi kompulzivnimi nakupovalci je nekoliko drugačna, z njimi želim doseči, da mi intervjuvanci povejo čim več o sebi oziroma o tem, kako doživljajo nakupovanje. V ta namen sem oblikovala delno standardizirani intervju. Teme pogovora in vprašanja sem pripravila vnaprej, vendar mi bodo služili le kot oporne točke, s katerimi si bom pomagala pri izvajanju intervjuja. Rada bi namreč, da bi pogovor potekal čim bolj naravno, saj bolj kot so intervjuvanci sproščeni, bolj zaupajo in laže govorijo o osebnih zadevah. Vprašanja sem razvrstila v štiri tematske kategorije: nakupovanje, finance, splošno in socialnodemografske značilnosti. Vsaka kategorija vsebuje različna vprašanja in podvprašanja, za katera upam, da mi bodo pomagala bolje razumeti tako zunanje okoliščine kot tudi notranje vzgibe, povezane s kompulzivnim nakupovanjem (glej shemo 3.2).

Shema 3.1: Vprašanja za intervju s strokovnjaki

1. Kompulzivno nakupovanje je motnja sodobnega časa, ki jo v glavnem obravnavamo kot posledico današnjega potrošniškega načina življenja in njegovega socialnega vpliva na posameznike. Kljub temu nekateri avtorji zagovarjajo tezo, da gre za psihopatološko motnjo, ki ima vzroke v notranjemu ustroju človeka. Kakšno je vaše mnenje o tem?
2. V teoriji so občutki, ki jih doživlja kompulzivni nakupovalec v trenutku nakupa oziroma tik pred nakupom, opisani kot pozitivne vibracije, sreča, blagostanje. Prav nasprotno pa dokazuje poskus, ki so ga v Veliki Britaniji nedavno naredili s kompulzivno nakupovalko. Merili so ji možganske vibracije med nakupovanje in ugotovili, da njeno telo doživlja nakupovanje negativno, kazalo je znake nelagodja in odpora. Kako bi vi to pojasnili?
3. V literaturi so največkrat omenjeni naslednji dejavniki kompulzivnega nakupovanja: materializem, gledanje televizije, sanjarjenje, sodobne oblike nakupovanja, spol, družina, biološka osnova. Kateri imajo po vašem mnenju največ vpliva? Bi morda dodali še kakšen dejavnik?
4. Kakšne so vaše izkušnje z ljudmi, ki so se prišli zdraviti za kompulzivno nakupovanje? Vas je kaj posebej presenetilo?
5. Ali kompulzivni nakupovalci največkrat sami prvi poiščejo pomoč ali to ponavadi storijo njihovi sorodniki oziroma prijatelji?
6. Kako bi po vašem mnenju lahko izboljšali merjenje kompulzivnega nakupovanja oziroma kako bi lažje spremljali njegovo pojavnost?
7. Na filmska platna prihaja film, priredba svetovne knjižne uspešnice »I love shopping« avtorice Sophie Kinsella, ki govori o prigradah kompulzivne nakupovalke. Kaj menite o tej knjigi? Zakaj je uspešnica?

Shema 3.2: Vprašanja za intervju z nakupovalci

1. TEMA – NAKUPOVANJE

1. Nakupovanje je v današnjem času ena najpogostejših dejavnosti, s katerimi se ljudje vsakodnevno ukvarjajo. Kakšen je vaš odnos do nakupovanja?
 - Ali radi nakupujete?
 - Kako pogosto se odpravite po nakupih?
 - Kdaj se najraje odpravite po nakupih?

2. Kako najraje nakupujete?
 - Sami, s prijatelji, s partnerjem ...
 - Med nakupovanjem komunicirate z osebjem ali se v trgovini raje sami znajdete?

3. Kaj najraje nakupujete?

4. Menite, da obvladate nakupovanje, da ste izkušen nakupovalec?

5. Kako se počutite, ko nakupujete?

6. Se vam pogosto dogaja, da kupite nekaj, česar sprva niste načrtovali kupiti? Na primer, da zagledate neko stvar in si v tistem trenutku rečete: »To pa moram imeti!«

7. Predstavljajte si, da v izložbi vidite nekaj, kar vam je zelo všeč, pri sebi pa nimate dovolj denarja za nakup. Kaj naredite?

8. Kako se počutite, ko ne uspete kupiti nečesa, kar bi si želeli?
 - Živčni, jezni ...

9. Kateri dejavniki vplivajo na vaše nakupe?
 - Vaš osebni okus, nasveti prijateljev, oglasi, cena ...

10. Se vam med nakupovanjem kdaj zgodi, da izgubite občutek za čas in porabite več časa, kot ste nameravali?
11. Se vam pogosto dogaja, da nekaj kupite, potem pa na to stvar popolnoma pozabite in ostane doma neuporabljena?
- Poznate vzroke, zakaj se vam to dogaja?
 - Kako se počutite, ko ugotovite, da ste opravili nepotreben nakup?
12. Kaj menite o razprodajah in popustih?
- Kupujete ob takih priložnostih?
 - Se tem nakupom uspete upreti?
 - Kupujete načrtno ob takih priložnostih ali vsevprek, kar se vam tisti hip zdi dober nakup?
13. Kakšna oblika nakupovanja vam je najbolj všeč?
- Sprehod po trgovinah, kupovanje prek katalogov, prek spleta, prek televizijskih prodaj (TopShop ipd.) ...?

2. TEMA – FINANCE

1. Kako najpogosteje plačujete nakupe?
- Z gotovino, kreditno kartico, debetno kartico, čeki ...?
2. Če vam konec meseca ostane še kaj denarja, ga shranite ali si privoščite nakup nečesa novega?
3. Kako bi ocenili vaše trenutno finančno stanje?
- Ste zadovoljni z njim?
 - Menite, da obvladujete svoje izdatke?
 - Vam nakupi, ki se jim ne morete upreti, rušijo finančno stabilnost?

4. Se vam je kdaj zgodilo, da ste imeli finančne težave, ker ste nakupili več, kot ste si lahko privoščili?

- Ste si morali kdaj sposoditi denar?

3. TEMA – SPLOŠNO

1. Lahko opišete svoj vsakdanjik?

- S čim se ukvarjate? (poklic in druge vsakodnevne obveznosti)
- Imate hobije? Katere?
- Radi gledate televizijo? Kaj najraje gledate?

2. Katere besede bi uporabili, če bi se morali opisati?

- Kakšna osebnost ste?
- Ste oseba, ki stoji trdno na tleh, ali ste bolj sanjaški tip človeka?
- Zunanji videz?
- Koliko se vam zdi pomemben zunanji videz človeka?

3. Lahko opišete družino, v kateri ste odraščali?

- Ste imeli dobre odnose s starši?
- Primerjajte jo z vašo sedanjo družino oz. z vašim sedanjim življenjem.

4. Katere stvari najbolj cenite v življenju?

- Katere stvari so zares pomembne (ki pripomorejo k temu, da je človek srečen in zadovoljen)?
- Bi zase lahko rekli, da ste srečni?

5. Menite, da bi bilo vaše življenje boljše, če bi imeli določene stvari, ki jih trenutno nimate?

6. Kako si predstavljate vašo prihodnost?

- Imate določene strahove?
- Kaj bi si želeli v prihodnosti?

4. TEMA – SOCIALNODEMOGRAFSKE ZNAČILNOSTI

1. LETNICA ROJSTVA
2. IZOBRAZBA
3. DOHODEK

3.2 IZVEDBA EMPIRIČNE RAZISKAVE

3.2.1 INTERVJU S STROKOVNJAKOM

Kompulzivno nakupovanje je kompleksna motnja, zato sem jo želela bolj podrobno raziskati s pomočjo strokovnjakov. V mislih sem imela psihologe, psihiatre, profesorje in raziskovalce, za katere sem vedela, da se ukvarjajo s to tematiko. Pregledala sem vire, ki sem jih uporabila za teoretični del diplomske naloge, in izpisala tiste osebe oziroma institucije, za katere sem menila, da mi bodo lahko pomagale. Izbrala sem sledeče: Roberto Pani (specialist in profesor klinične psihologije), Roberta Biolcati (raziskovalka in profesorica klinične psihologije), Siipac (italijansko združenje za kompulzivne patologije), Infoazzardo (spletni ponudnik informacij in specialistov s področja kompulzivnih motenj). Prek elektronske pošte sem poslala prošnjo za sodelovanje pri intervjuju in zraven že takoj pripela datoteko z vprašanji.³ Od večine naslovnikov sem dobila negativen odziv, dva nista odgovorila, eden pa je sodelovanje odklonil zaradi obilice delovnih obveznosti. Edina, ki je bila pripravljena sodelovati in je odgovorila na vprašanja, je bila dr. Roberta Biolcati, raziskovalka in profesorica klinične psihologije na Univerzi v Bologni in soavtorica knjige o različnih oblikah zasvojenosti »Le

³ Zaradi lažje izpeljave (oteževalni okoliščini sta bili zlasti delovna obremenjenost in oddaljenost kraja bivanja intervjuvancev) sem se odločila za intervju prek elektronske pošte.

dipendenze senza droghe«. Opravičila se je, češ da nima veliko časa za intervju, vendar je kljub temu odgovorila na vsa vprašanja, ki sem jih postavila (glej prilogo 1).

Temo sem načela z osnovno dilemo pri pojasnjevanju kompulzivnega nakupovanja: ali gre za motnjo, ki ima vzroke v notranjemu ustroju človeka, ali pa gre za posledico današnjega potrošniškega načina življenja in njegovega socialnega vpliva na posameznike. Prof. Biolcati meni, da gre za oboje. Vsaka zasvojenost ima korenine v človekovi psihi, vendar družba in vzorci vedenja v družbi predstavljajo rodno zemljo, v kateri ta zasvojenost vzkali in zraste v določeno vedenjsko disfunkcijo. Potrošna kultura, v kateri živimo danes, je idealen humus, ki hrani človekovo potrebo po posedovanju dobrin. Odgovora torej ne moremo najti zgolj s preučevanjem posameznika ali zgolj s preučevanjem družbe. Iskati ga moramo v stičišču obeh, kjer se že obstoječe osebnostne značilnosti srečajo s trgom, ki ponuja neskončno število potrošnih dobrin in pripadajoče simbolne vrednosti. Če je to srečanje »posrečeno«, potem oseba uveljavi svoj vzorec ravnanja in ga vedno znova ponavlja.

Intervju sem nadaljevala z vprašanjem o občutkih, ki jih kompulzivni nakupovalec doživlja v trenutku nakupa oziroma tik pred nakupom. V teoriji so ti občutki opisani kot pozitivne vibracije, sreča, blagostanje ipd., prav nasprotno pa dokazuje poskus, ki so ga v Veliki Britaniji nedavno naredili s kompulzivno nakupovalko. Merili so ji možganske vibracije med nakupovanjem in ugotovili, da njeno telo doživlja nakupovanje negativno – kazalo je znake nelagodja in odpora. Prof. Biolcati pravi, da je taka reakcija povsem razumljiva, saj ima kompulzivno nakupovanje tako egosintonične (v sožitju z jazom) kot tudi egodistonične (v konfliktu z jazom) značilnosti. Na začetku je nakupovanje nekaj lepega in ga oseba izvaja ravno zato, ker ji prinaša prijetne občutke (kot nekakšna droga), vendar sčasoma postaja to dejanje vedno bolj negativno in povzroča nelagodje. Oseba izgubi nadzor nad sabo, ne more se ustaviti, stopnjujeta se občutka krivde in sramu, nakupovanje postaja neprijetna obsedenost, ki se ji oseba ne more upreti. Na eni strani je kompulzivno nakupovanje način iskanja užitka, na drugi pa način izogibanja bolečini. Sicer pa se opisane značilnosti razlikujejo od subjekta do subjekta.

Tretje vprašanje se je nanašalo na dejavnike kompulzivnega nakupovanja: materializem, gledanje televizije, sanjarjenje, sodobne oblike nakupovanja, spol, družina, biološka osnova. Zanimalo me je, kateri od teh imajo po mnenju prof. Biolcati največ vpliva in

ali bi morda ona kakšnega dodala. Odgovorila je, da je eden pomembnejših dejavnikov ta, da ima oseba nizko samospoštovanje in nagnjenje k slabemu razpoloženju oziroma depresiji. Gre za osebne značilnosti, ki predstavljajo plodna tla za razvoj kompulzivnega nakupovanja in jih zato lahko štejemo med pomembne dejavnike tveganja. Glede materializma profesorica ni povsem prepričana, vendar priznava, da so materialne dobrine za mnoge zelo pomembne, veliko bolj pomembne od tega, za kar so bile ustvarjene. Marsikdo z njimi uravnava razpoloženje, poskuša stabilizirati svojo identiteto, se poskuša pokazati v boljši luči pred sabo in pred drugimi. Potrošne dobrine so nabite s simbolizmom, ki ga nekateri uporabljajo kot nadomestilo za nekaj, kar jim v življenju manjka ali bi radi popravili. Profesorica dodaja, da je prisotno tudi sanjarjenje in je zato pomemben element pri obravnavi kompulzivnega nakupovanja. Edini dejavnik, za katerega meni, da nima veliko zveze z obravnavano tematiko, je gledanje televizije. Za primerjavo navaja problem anoreksije in pravi, da ni moda tista, ki ustvarja anoreksična dekleta.

V četrtem vprašanju sem prof. Biolcati vprašala, kakšne so njene izkušnje z ljudmi, ki so se prišli zdraviti za kompulzivno nakupovanje. Napisala je, da so to v glavnem ženske, ki so karakterno zelo nestabilne, ranljive, ne zaupajo vase in so zelo oziroma preveč odvisne od mnenja drugih. Kljub temu med zdravljenjem pokažejo še kar visoko stopnjo pripravljenosti in sposobnosti sodelovanja.

Peto vprašanje je bilo nadgradnja prejšnjega: ali kompulzivni nakupovalci največkrat sami prvi poiščejo pomoč ali to ponavadi storijo njihovi sorodniki oziroma prijatelji. Prof. Biolcati pravi, da je zelo različno – lahko to storijo sami, lahko pa jim pri tem pomagajo drugi. Nedvomno pa je vsem skupno to, da - ko pridejo na zdravljenje - trpijo za kompulzivnim nakupovanjem že vsaj deset let.

V šestem vprašanju sem prof. Biolcati vprašala, kako bi po njenem mnenju lahko izboljšali merjenje kompulzivnega nakupovanja oziroma kako bi lažje spremljali njeno pojavnost. Zanimalo me je, ali se sedaj v praksi uporablja že kakšen nov način raziskovanja, enostavnejši in uspešnejši od tistega, ki sem ga opisala v teoretičnem delu. Prof. Biolcati je razložila, da v njeni raziskovalni skupini razvijajo italijanski merilni instrument, katerega osnova so tiste merilne lestvice, ki so bile največkrat uporabljene v

literaturi (Faber, O'Guinn, Valence d'Astous, Fortier, Edwards). Torej gre za standardne načine raziskovanja, ki jih prilagajajo italijanskim razmeram.

Zadnje vprašanje je bilo povezano z aktualnostjo, in sicer s filmom, ki v teh tednih prihaja v kinodvorane. Gre za priredbo svetovne knjižne uspešnice »I love shopping«, avtorice Sophie Kinsella, ki govori o prigradah kompulzivne nakupovalke. Spraševala sem se, kako bi strokovnjak s področja kompulzivnega nakupovanja komentiral to knjigo oziroma film. Prof. Biolcati je povedala, da si bo film zagotovo šla pogledat. Meni, da je knjiga postala uspešnica zato, ker so se mnoge ženske uspele identificirati z glavno junakinjo. In ker gre za komedijo, je bila ta identifikacija zabavna, prijetna, ironična in brez pretiranih občutkov krivde. Avtoričin namen je bil nedvomno zabavati, čeprav je realnost kompulzivnega nakupovanja zelo daleč od zabave. V resničnem življenju ljudje resnično trpijo.

Na koncu sem prof. Biolcati vprašala, ali želi kaj dodati oziroma komentirati. Odgovorila je, da se ji zdi kompulzivno nakupovanje zelo zanimiva tema, s katero se ukvarja že več kot deset let. Dodala je, da v Italiji delajo na tem, da bi o kompulzivnem nakupovanju vedeli čim več, saj postaja iz dneva v dan bolj aktualno.

3.2.2 INTERVJUJI Z NAKUPOVALCI

Drugi del empirične raziskave predstavljajo intervjuji z nakupovalci oziroma ljudmi, ki tako ali drugače čutijo posebno nagnjenje h konstantnemu nakupovanju potrošnih dobrin. Te ljudi sem našla tako, da sem znance, prijatelje in sorodnike povprašala, ali poznajo koga, ki bi utegnil ustrezati opisu zasvojenega nakupovalca. Prišla sem do treh nakupovalk, ki so pristale na sodelovanje v intervjujih. Dejstvo, da so bile moje sogovornice vse ženske, me ni presenetilo, saj več kot osemdeset odstotkov kompulzivnih nakupovalcev predstavljajo ženske.

Tokrat sem intervjuje opravila v živo. Želela sem namreč, da bi intervjuvanke o sebi govorile čim bolj iskreno, odkrito in brez zadržkov. Intervjuji so potekali v obliki neformalnih pogovorov o nakupovanju in sorodnih temah. Pred intervjuji sem z vsako sogovornico poklepetala in se tako nekoliko zblížala z njo. K večji sproščenosti je

prispevalo tudi dejstvo, da se z nobeno nisem vikala (že na začetku smo prešle na tikanje) in da sem intervjuje opravila pri njih doma, kjer so se počutile varno, udobno in prijetno. To je bilo koristno tudi zame, saj sem lahko videla, v kakšen okolju živijo, in tako izvedela nekaj več o njihovi osebnosti. Vse intervjuje, ki so trajali od 30 do 45 minut, sem snemala z diktafonom in naknadno napisala transkripte. Intervjuvankam sem obljubila tajnost podatkov, zato sem uporabila psevdonime: Ula, Katja, Barbara.

Ula je 24-letna študentka specialne rehabilitacijske pedagogike. Živi v Ljubljani, kjer ima svoje stanovanje, ki ga trenutno deli s fantom in psičko. Nekajkrat na teden dela v knjigarni, občasno pa se ukvarja tudi z organizacijo otroških delavnic in dajanjem inštrukcij otrokom s posebnimi potrebami. Njen dohodek znaša dobrih tisoč evrov mesečno, pri čemer jih približno sedemsto zasluži z delom, tristo pa dobi od družinske pokojnine po mami. Ko sva se sestali na ulici, me je najprej vprašala, ali lahko pred intervjujem za sekundo skočiva v trgovino. Šli sva v eno njenih najljubših trgovin, kjer si je kupila majico. Zadovoljna z nakupom me je nato odpeljala k sebi domov, kjer sva opravili intervju.

Katja je 52-letna žena in mati dveh otrok. Po izobrazbi je socialna delavka, vendar ji ta profil ni nikoli povsem ustrezal, saj je po duši umetnica. Zato je po statusu samostojna kulturna ustvarjalka, ki živi in dela v svojem rojstnem kraju. Pred leti je preživela raka in mora zato dodatno paziti na svoje zdravje. Živi z možem, njun mesečni dohodek znaša približno dva tisoč evrov.

Barbara je 56-letnica, ki je pred tremi leti doživela veliko spremembo v načinu življenja. Pred tem je cele dneve skrbela za svojo mamo, s katero je živela, ob tem pa je občasno, kolikor ji je dopuščal čas, delala kot komercialistka. Iz zanesljivega vira sem izvedela, da je v tistem obdobju hodila nakupovat tudi dvakrat na dan (dopoldne in popoldne), domov pa se je vračala tudi z absurdnimi in nepotrebni stvari, na katere je še isti dan pozabila. Nakupe je plačevala z maminim denarjem. Po njeni smrti je Barbara poleg čustvenega pretresa doživela tudi finančni šok, saj je naenkrat ostala brez večine dohodkov, od katerih je živela do tedaj. Razmere je še poslabšal njen odhod v pokoj, po katerem so se dodatno zmanjšali njeni finančni viri. Svoj življenjski slog je poskušala nekaj časa vzdrževati s sposojanjem denarja od sorodnikov, vendar je ta vir

financiranja kmalu usahnil. Sedaj se znajde sama, preživeti mora s štiristo evri mesečnih dohodkov. Za razumevanje razmer je nujno dodati podatek, da že precej časa trpi za preganjavico in da redno jemlje ustrezna zdravila. Med intervjujem sem zaznala neiskrenost pri nekaterih njenih odgovorih. V nadaljevanju bom na to posebej opozorila.

NAKUPOVANJE

Intervjuje sem začejala s sklopom vprašanj, ki se nanašajo na nakupovanje. Za uvod sem nakupovanje uvrstila med najpomembnejše dejavnosti, s katerimi se ljudje vsakodnevno ukvarjajo. Zanimalo me je, kakšen odnos imajo intervjuvanke do nakupovanja.

Ula je uvodoma povedala, da se ji zdi nakupovanje hrane izguba časa. Prehrambenim izdelkom ne posveča veliko pozornosti, osredotoči se na to, da dobi najboljšo kakovost za sprejemljivo ceno. Dejstvo, da mora za to, da dobi, kar hoče, pregledati celotno trgovino in se izgublja med številnimi izdelki vseh vrst, jo spravlja ob živce. Po drugi strani pa jo nakupovanje drugih stvari, zlasti kozmetike, oblek in čevljev, navdušuje. Najraje nakupuje obutev, še posebej športno. Po takih nakupih bi se najraje odpravila kar vsak dan, kot je to počela pred časom, vendar se mora zaradi finančnih omejitev obvladovati. Pred nekaj meseci je namreč kupila stanovanje, kar je bil velik finančni zalogaj. Zato se sedaj nekoliko omejuje in gre po nakupih enkrat na teden ali trikrat na mesec. Ponavadi to stori na začetku tedna (v ponedeljek ali torek), ker je takrat najbolj spočita in ima največ energije. Priznala je, da se zaradi omejevanja pri nakupih slabo počuti, saj bi še vedno rada nakupovala toliko, kolikor bi hotela. Pomaga si z iskanjem razlogov, ki naj bi upravičevali določene nakupe, da bi si lahko brez slabe vesti privoščila nekaj več. Dodala je, da ponavadi nakupuje takrat, ko je slabe volje, saj si s tem skuša izboljšati razpoloženje.

Katja je povedala, da razlikuje dve obliki nakupovanja: nakupovanje po potrebi in nakupovanje tistih stvari, ki jih pravzaprav sploh ne potrebuje. Slednje počne zato, ker se stalnemu polnjenju vozička enostavno ne more upreti. Zaveda se vseh marketinških zvijač in strategij, ki potrošnike spodbujajo k specifičnim in velikokrat nepotrebim nakupom, vendar se kljub temu takim nakupom ne upira. Najraje si kupi kakšen kos oblačila, čeprav podzavestno ve, da ga sploh ne potrebuje. Priznava, da ima omaro že

tako polno, da bi, če bi sedaj nehala kupovati, imela oblek še za pet življenj. Ne kupuje pa samo zase, temveč tudi za druge. V takih primerih pomisli, da bo opravljen nakup nekemu že koristil. Najpomembneje je to, da nekaj vzame (zase ali za druge), saj jo to zabava (nakup ji daje neko zadoščenje). Nakupuje rutinsko, vsak dan. Svoje nakupno vedenje opravičuje z besedami, da se sedaj prepušča in uživa v tistem, kar ji je bilo kot otroku socializma odvzeto, v pravici do izbire. S takim ravnanjem želi nekako nadoknaditi zamujeno oziroma v polno izkoristiti možnost, da lahko izbira med številnimi izdelki in kupuje vse, kar si zaželi, pa čeprav gre za popolnoma nepotrebne izdelke in posledično zgrešene nakupe.

Barbarin odnos do nakupovanja je odvisen od količine denarja, ki ga ima na voljo. Ker ga trenutno nima veliko, ne nakupuje rada, saj si ne more privoščiti tistega, kar bi si želela. Če pa bi imela več denarja, bi nakupovala z veseljem. Najraje bi se posvetila oblačilom, poleg tega pa tudi pripomočkom za ročna dela. Rada namreč plete goblene, v tem uživa in včasih z njimi tudi kaj zasluži (ta zaslužek lahko naprej investira v zelene nakupe). Po njenih izjavah se po nakupih odpravi le takrat, ko kaj res potrebuje. S tem se poskuša izogniti pretiranemu nakupovanju in nepotrebni zapravljanju denarja. Kot primer nujnega nakupa je navedla poseben kuhinjski lonec, ki opravlja vse osnovne funkcije pripravljanja jedi (mesi, peče, reže, miksa itd.). Zanj je odštela sedemsto evrov, vendar nakupa ne obžaluje, pravi, da si le tako lahko skuha hrano. Sama sem na kuhinjski polici opazila še precej drugih aparatov, katerih funkcija je podobna kot pri navedenemu loncu. Barbara je za vse trdila, da so nujni, postavlja pa se vprašanje, ali gre res za osnovne kuharske potrebščine. Njeno stanovanje je bilo nabito s predmeti vseh vrst, to dejstvo pa je v protislovju s tistim, kar je intervjuvanka trdila o svojih nakupih, češ da nakupuje samo nujne življenjske potrebščine, ker ima na razpolago malo denarja. Ena možnih razlag je ta, da se nenehnemu nakupovanju težko upre in da se zato podzavestno prepričuje, da so to nujni nakupi, zaradi katerih ne bi smela imeti slabe vesti. To je potrdila njena izjava, da, ko je nerazpoložena, ne nakupuje rada, saj jo takrat še bolj peče vest, ker bo »brez zveze« potrošila preveč denarja.

Vsem intervjuvankam je skupno, da najpogosteje nakupujejo same. Edino Ula dopušča možnost, da to počne s prijateljico, vendar samo pod pogojem, da se ta ne ukvarja veliko s svojimi nakupi, temveč se bolj posveča njenim, in to zato, da bi bili njeni nakupi čim bolj uspešni. S partnerjem tudi ne nakupuje rada, ker se vedno zgodi, da

mora vso pozornost posvetiti njemu. Za moške trdi, da so nesposobni nakupovati in da jim je zato vedno treba pomagati. Za vse tri je značilno tudi to, da med nakupovanjem ne komunicirajo veliko z osebjem, raje se znajdejo same. Nočejo namreč, da jim trgovci vsiljujejo določene izdelke in osebna mnenja. Ula in Barbara sta povedali, da stopita v stik s prodajalci samo takrat, ko potrebujeta kakšno dodatno informacijo. V povezavi s to temo sta Katja in Barbara priznali, da se jima zdi, da sta izkušeni nakupovalki – natančno vesta, kje se dobi določen izdelek in po kakšni ceni. Nasprotno temu pa Ula pravi, da se v trgovinah vedno znova izgublja. To zmedenost pripisuje nenehnemu spreminjanju postavitve trgovinskih polic. Moti jo dejstvo, da zaradi tega vedno znova izgublja veliko časa, energije in denarja, saj v iskanju zelenih stvari pogosto opravi nepotrebne nakupe.

Občutki med nakupovanjem so pri vsaki od intervjuvank drugačni. Ula se na splošno dobro počuti, vendar je hkrati nekoliko pod stresom, ker se čuti dolžno nekaj kupiti. Tudi če ji izdelki v prodaji niso všeč, se mora potruditi in najti nekaj ustreznega. Ko se ji posreči, ji ponavadi veselje zbije cena, saj so njene izbire velikokrat dokaj drage. Kljub temu ponavadi zeleno stvar kupi, saj je prepričana, da višja cena pomeni tudi višjo kakovost in bolj ugledno blagovno znamko. Katja se med nakupovanjem dobro počuti, razpoloženje pa se spremeni, ko pride domov in se sooči s tem, kar je kupila. Vedno se namreč najde nekaj nenačrtovanih in nepotrebnih nakupov, ki v njej sprožijo jezo. Sprašuje se, zakaj je te stvari kupila, hkrati pa se zaveda, da bo naslednji dan ponovila isto napako. Barbara doživlja nakupovanje ravnodušno, ne prinaša ji nobenih posebnih občutkov. Zanj je to nujna dejavnost, s katero si priskrbi osnovne življenjske potrebščine.

V nadaljevanju sem preverjala, koliko je pri vsaki od intervjuvank močan element impulzivnosti. Vprašala sem jih, ali se jim pogosto dogaja, da kupijo nekaj, česar sprva sploh niso načrtovale – da zagledajo neko stvar in si v tistem trenutku rečejo: To pa moram imeti! Vse se odgovorile pritrdilno. Katjino nakupovanje temelji na impulzivnosti in prepuščanju hipnim, nenadnim željam. Barbara obravnava te nenačrtovane nakupe kot nekaj, kar je pri načrtovanju pozabila; torej ne kot slučajne nakupe, za katere se je odločila v tistem trenutku, temveč kot sprotno opominjanje na to, česa ji doma manjka oziroma kaj potrebuje. Ula je priznala, da je v preteklosti veliko pogosteje podlegala impulzivnim nakupom, sedaj pa se zaradi drugih finančnih

obremenitev pri tem nekoliko omejuje. To omejevanje ji povzroča nelagodje, ki ga je sama opisala kot zmes tesnobe in živčnosti. O neopravljenem nakupu razmišlja še dalj časa in včasih se ji posreči, da ugotovi, da to stvar pravzaprav potrebuje. Potem jo lahko brez slabe vesti kupi.

Na tej točki me je zanimalo, do kakšnih dejanj jih lahko pripelje trenutna nezmožnost nakupa. Postavila sem jih v namišljeno situacijo: »Predstavljajte si, da v izložbi vidite nekaj, kar vam je zelo všeč, pri sebi pa nimate dovolj denarja za nakup. Kaj naredite?« Ula je brez daljšega razmisleka odgovorila, da bi najverjetneje plačala s kartico, če pa to ne bi bilo možno, bi poiskala najbližji bankomat in dvignila gotovino. Katja je priznala, da se ji to včasih zgodi, vendar nikoli pri stvareh, ki bi jih zares potrebovala. Tega se v tistem trenutku tudi zaveda, zato jo misel na to, da zelenega artikla ne more kupiti, ne pretresa in ga hitro pozabi. Pri Barbari pa je znova vse odvisno od tega, ali je ta stvar nujna. Če je, potem si nekako priskrbi denar za nakup, če pa ni, izdelka ne kupi. Vseeno pa se raje preventivno odreče sprehajanju po trgovinah, saj se tako izogne skušnjavam.

Nakupne navade intervjuvank sem dalje raziskovala z vprašanjem o tem, kateri dejavniki vplivajo na njihove nakupe. Vse so odgovorile, da ima najpomembnejšo vlogo njihov osebni okus. Katja je svoj odgovor dopolnila s tem, da kupuje izključno tiste stvari, ki so ji v tistem trenutku zelo všeč. Zase pravi, da je izrazito vizualni tip in da zato njene odločitve skoraj vedno sledijo trenutnim instinktom. Poleg osebnega okusa je vsem trem pomembna tudi cena, ki ne sme biti previsoka.

Intervjuvanke so si bile enotne, da se jim pogosto dogaja, da nekaj kupijo, potem pa na to stvar popolnoma pozabijo in ostane doma neuporabljena. Katja se vedno znova čudi, kaj vse lahko najde v svoji omari, vendar je ti zgrešeni nakupi ne jezijo. Z njimi se je sprijaznila in vse, o čemer razmišlja v takih trenutkih, je to, komu bo neuporabljene stvari podarila. Barbarina omara je prav tako polna neuporabljenih oblek, vendar po njenem zatrjevanju le zato, ker ji niso več prav. Stran jih noče dati, ker upa, da bo nekoč shujšala in jih bo lahko oblekla. Pravi, da so to lepe obleke, ki si jih je kupila, ko je bilo pri hiši več denarja. Ula ima prav tako veliko neuporabljenih oblek, vendar se tolaži s tem, da še ni imela priložnosti, da bi jih oblekla. Hkrati pa se zaveda, da ji te stvari zasedejo ogromno dragocenega prostora v omari, ki je že tako preveč polna. Ker imajo njene prijateljice podobne težave, občasno organizirajo posebna srečanja, na katerih si

med seboj izmenjujejo obleke, ki jih ne nosijo. Vendar je Ula ugotovila, da se ta sistem praznjenja omare ne obnese – svoje obleke sicer res razdeli drugim, vendar istočasno dobi nove stvari, ki znova zasedejo prostor v omari.

Na vprašanje, ali se jim med nakupovanjem kdaj zgodi, da izgubijo občutek za čas in porabijo več časa, kot so ga nameravale, so bili odgovori različni. Uli se to pogosto dogaja takrat, ko je ponudba trgovin velika; Katji se to tudi včasih zgodi, vendar nikoli za več kot pol ure, ker se prej naveliča; Barbari pa se to nikoli ne primeri, ker ima dovolj prostega časa in se ji običajno ne mudi.

Do razprodaja in popustov so intervjuvanke presenetljivo pokazale izrazito negativen odnos. Ula in Katja se razprodaj skoraj nikoli ne udeležujeta, navedli pa sta sledeče razloge: prevelika količina ljudi, večji nered v trgovini in dejstvo, da so znižani izdelki še vedno predragi v primerjavi s svojo realno vrednostjo. Še najmanj kritična je bila Barbara, ki je povedala, da nakupuje na razprodajah le takrat, ko se slučajno znajde v njihovi neposredni bližini.

Nazadnje me je zanimalo, kakšna oblika nakupovanja jim je najbolj všeč. Ula nakupuje obleke in podobne artikle tako, da si jih ogleduje po trgovinah, saj samo tako lahko preveri, kako ji pristajajo. Izmed trgovin najraje izbira tiste, ki imajo točno določen red. Če ga ni, potem se teže znajde, postane živčna in posledično se ne more osredotočiti na nakupe. Katja tudi nakupuje izključno tako, da se sprehaja po trgovinah, saj jo samo na ta način lahko nekaj pritegne. Popolnoma drugačnih oblik nakupovanja pa se poslužuje Barbara. V trgovinah nikoli ne najde nič ustreznega in zanimivega, zato najpogosteje kupuje prek katalogov in televizijskih prodaj (TopShop). Tako je, na primer, večkrat kupila kremo proti gubam, ki jo je potrebovala za svojo devetdesetletno mamo.

FINANCE

Drugi sklop vprašanj je bil povezan s tematiko financ. Natančneje me je zanimalo, kako intervjuvanke plačujejo svoje nakupe, kakšno je njihovo finančno stanje in ali so zaradi pretiranega nakupovanja kdaj imele finančne težave.

Ula uporablja večinoma debetno kartico, včasih tudi gotovino. Ker nima kreditnih kartic, večjih težav z nepokritimi računi nima. Edina zadeva, na katero mora posebej paziti, je limit na karticah. V preteklosti se ji je namreč že zgodilo, da je pozabila na to, da mora minus pokriti. Njeni banki to ni bilo všeč in so ji svetovali, naj limit ukine. Na koncu se je odločila, da bo to storila na eni od treh kartic. Svoje trenutno finančno stanje ocenjuje kot slabo, ker si ne more privoščiti vsega, kar bi si želela. Sicer pa ima še vedno dovolj denarja za osnovne življenjske potrebščine. Priznala je, da se ji je že zgodilo, da si je morala sposoditi denar od prijateljice in sorodnikov. Prijateljici ga je vrnila, s sorodniki pa je poravnala drugače – zmenili so se, da ta denar postane darilo za njen naslednji rojstni dan. Takšne in podobne težave iz preteklosti so jo naučile, da mora bolj paziti na svoje izdatke. Sedaj, če ji na koncu meseca ostane še kaj denarja, ga nekaj porabi, nekaj pa shrani.

Katja plačuje svoje nakupe v glavnem s karticami, saj je na ta način znesek, ki ga odšteje za nakup, bolj abstrakten in se ga skoraj ne zaveda. Pri gotovini pa konkretno vidi, koliko denarja porabi, in jo zato boli srce. Kljub temu skrbno nadzoruje svoje finančno stanje in pazi na to, da ne zaide v dolgove. Če ve, da mora manj zapravljati, se z lahkoto obvlada in zmanjša obseg nakupov.

Barbara prav tako najpogosteje uporablja kartico, saj gotovino takoj porabi. Od kartic uporablja tako kreditno kot debetno, odvisno od tega, koliko denarja ima na računu. Do konca meseca običajno porabi ves denar, ki ga ima na voljo. Finančnih težav nima, ker si jih ne more privoščiti. Zaveda se namreč, da se po denarno pomoč nima na koga obrniti in da je kreditno nesposodna. Ker sem imela zanesljivo informacijo o tem, da si je v preteklosti sposojala denar od sorodnikov, sem jo to vprašala tudi o tem. Zanimala je, da bi bila to počela, potrdila pa je, da si je od mame nekajkrat sposodila manjše količine denarja.

SPLOŠNO

Zadnji sklop vprašanj se je nanašal na splošne podatke, za katere sem menila, da mi bodo pomagali bolje razumeti odnos intervjuvank do nakupovanja. Prosila sem jih, naj opišejo sebe, svoj vsakdanjik, družino, v kateri so odraščale, ipd.

Ula je v svojem vsakdanjem življenju razdeljena med študijem in delom, v prostem času pa se ukvarja z jogo in se posveča svoji psički. Po televiziji redno spremlja dve ameriški nanizanki, poleg tega pa si rada ogleda kakšen dober film. Zase pravi, da ji pogosto niha razpoloženje in da je po naravi pesimist. Zanja je to obrambni mehanizem, s katerim se izogne razočaranju. Kljub temu je dokaj vesela in na trenutke trmasta oseba. Na splošno je zadovoljna s svojim zunanjim videzom, za katerega meni, da je dandanes zelo pomemben. Zagovarja vodilo »Zdrav duh v zdravem telesu«. Njeno odraščanje je bilo težavno, saj so se njeni starši ločili, ko je bila še majhna. Očeta je videla zelo poredko, mama je umrla za rakom. Ula je sprva živela pri babici, kjer ji je bilo lepo, potem pa je morala iti k stricu in teti. Tam se ni najbolje razumela s sestrično, saj sta bili obe edinki in jima nova situacija ni ugajala. Zaradi obojestranske posesivnosti si nista dali možnosti, da bi se družili in razvili prijateljstvo. Sestrična je kmalu postala zasvojena z drogo, Ula pa je pri osemnajstih odšla študirat v Ljubljano, kjer si je (z dediščino po mami) nekaj let kasneje kupila stanovanje. Ko sem jo vprašala, kakšno se ji zdi sedanje življenje v primerjavi s prejšnjim, je odgovorila, da obžaluje predvsem določene materialne koristi (na primer družinska potovanja), ki jih prej ni izkoristila zaradi najstniške upornosti. Šele sedaj se namreč zaveda realnih življenjskih stroškov. Na vprašanje, katere vrednote se ji zdijo v življenju najpomembnejše, je odgovorila, da na prvo mesto postavlja zdravje, predvsem zato, ker posredno omogoča opravljanje dela in ustvarjanje zaslužka, s katerim se pride do materialnih dobrin. Slednje se ji zdijo dokaj pomemben del življenja, ki lahko vpliva na človekovo počutje. Zase pravi, da trenutno ni najbolj srečna ravno zato, ker ne ve, ali si bo v prihodnosti lahko zagotovila določene dobrine. Njena negotovost je povezana tudi z zdravjem, saj jo skrbijo posledice, ki jih lahko prinese stres (nagnjena je k želodčnim težavam). Izpostavljenosti stresu pa se ne more upreti, saj je pri vseh stvareh najbolj uspešna takrat, ko je pod velikim stresom. To velja tudi za nakupovanje – če je pod stresom, opravi uspešne nakupe. Nazadnje je povedala, da svoje družine ne bi hotela imeti, saj se ji zdi prevelika obveza. Skladno s tem gleda na fante kot na potrošni material: »Dokler ima uporabno vrednost, ga obdržiš, potem pa ga zamenjaš.«

Katja zase pravi, da je po eni strani zelo intuitivna in hipersenzibilna, po drugi pa izredno racionalna, hladna in kritična. Slednja plat je tudi tista, ki v težkih trenutkih prevzame vlogo in na nek način reši situacijo. To ji je tudi pomagalo, ko je pred leti zbolela za rakom. Sedaj je zdrava, vendar mora še vedno pozorneje paziti nase in na

svoje zdravje. Temu je prilagojena tudi njena vsakdanja rutina, sestavljena iz običajnih družinskih obveznostih, dolgih sprehodov in pisanja umetniških besedil. Na televiziji gleda samo izbrane vsebine, na primer poročila, dokumentarne oddaje in neameriške filme. Zunanji videz človeka se ji zdi pomemben del današnje kulture in nanj gleda realistično: »Normalno, da bi vsak rad imel deset let manj, ampak staranje je pač del življenja. Ni hujšega od tistih, ki se toliko popravljajo, da se potem niti smejati ne morejo več. Časa ne moremo ustaviti, premikati se moramo naprej z njim. In namesto da bi ljudje to sprejeli, jih je strah. Na tem strahu so zgrajene marketinške strategije – ponujajo ti zadeve, ki olajšajo ta strah in navidezno rešijo tvoje probleme (seveda za denar). Nепrestano te strašijo in te delajo dovzetnega za njihove izdelke.« Družino, v kateri je odraščala, opisuje kot nenavadno, posebno in svobodomiselno. Otroci so imeli veliko svobode in nobenih pravih obveznosti. Katja je zaradi tega imela kasneje težave, saj je trčila ob družbene norme in pravila, ki jih nikakor ni uspevala razumeti. Ugotovila je, da taka vzgoja ni najboljša, zato je bila do svojih otrok bolj stroga. Na vprašanje, katere stvari najbolj ceni v življenju, je odgovorila tako, da je povedala, kaj najbolj sovraži – individualizem, egoizem in tekmovalnost. Zdi se ji, da sodobni svet doživlja veliko krizo, krizo etike. Pravi, da je v takšnih razmerah nemogoče biti srečen. Zanika tudi možnost, da bi bilo njeno življenje boljše, če bi imela določene stvari, ki jih trenutno nima. »Bilo bi drugačno, vendar ne boljše. Ker ti si ti, zunanji svet te ne more spremeniti. To, da bi bilo naše življenje boljše, če bi imeli določene stvari, je samo iluzija.«

Barbara se je opisala kot skromna, ustvarjalna in spretna, saj uspe preživeti samo od tega, kar ima na razpolago. Rada se ukvarja z ročnimi deli, se sprehaja in posluša radio. Svoj zunanji videz je ocenila kot urejen in čist, morda še nekoliko preveč, glede na to, kakšni se ji včasih zdijo drugi ljudje. Pripomnila je, da je zunanost pomembna in da bi vsak moral vsaj minimalno poskrbeti za to, da je njegov videz v redu, ne glede na finančne zmožnosti. Povedala je, da je bila družina, v kateri je odraščala, dovolj urejena, skromna in delovna. Poleg poštenosti je taka družina tudi tisto, kar v življenju najbolj ceni. Vprašala sem jo, ali bi zase lahko rekla, da je srečna, in odgovorila je: »Srečo najdeš vsepovsod. Kaj dobrega narediš ... Drugače pa jaz posebne sreče nimam, je preveč slabega na tem svetu. Je preveč slabih ljudi, ki vplivajo na to, da drugi ne morejo biti srečni.« Povedala je, da bi višja pokojnina že veliko pripomogla k temu, da bi bilo v njenem življenju marsikaj boljše.

3.3 NAJPOMEMBNEJŠE UGOTOVITVE

Intervjuji, povzeti v empiričnem delu diplomske naloge, so razkrili nekatere dodatne elemente kompulzivnega nakupovanja, ki v teoretičnem delu naloge niso bili obdelani. Osebe, ki se s to motnjo srečujejo vsak dan, sem povprašala o osebnih izkušnjah in o mnenju glede nekaterih dejstev, povezanih s kompulzivnim nakupovanjem. Intervjuvala sem prof. Roberto Biolcati, (raziskovalka in profesorica klinične psihologije na Univerzi v Bologni ter soavtorica knjige o različnih oblikah zasvojenosti »Le dipendenze senza droghe«) in tri »strastne« nakupovalke. Pri slednjih sem želela preveriti, ali so potencialne kompulzivne nakupovalke oziroma ali imajo lastnosti in vzgibe, ki jih pripisujemo kompulzivnim nakupovalcem. V primerih, ko sem med intervjuji zaznala elemente obnašanja kompulzivnega nakupovalca, sem le-te poskušala podrobneje razumeti in jih raziskati.

Prof. Biolcati je z odgovori na zastavljena vprašanja obrazložila in dopolnila že znane koncepte, poleg tega pa je podala tudi svoje strokovno mnenje glede nekaterih vidikov kompulzivnega nakupovanja. Opredelila ga je kot zasvojenost, ki ima korenine v človekovi psihi, vzorci vedenja v družbi pa predstavljajo rodno zemljo, v kateri ta zasvojenost vzkali in zraste v vedenjsko disfunkcijo. Ta ima tako egosintonične (v sožitju z jazom) kot tudi egodistonične (v konfliktu z jazom) značilnosti. Na začetku je nakupovanje nekaj prijetnega in ga oseba izvaja zato, ker ji prinaša občutke ugodja, kot nekakšna droga, sčasoma pa postaja vedno bolj nadležno in povzroča nelagodje. Oseba izgubi nadzor nad sabo, ne more se ustaviti v nakupovanju, stopnjujeta se občutka krivde in sramu, nakupovanje postaja neprijetna obsedenost, ki se ji oseba ne more upreti. Na eni strani je kompulzivno nakupovanje način iskanja užitka, na drugi pa pot izogibanja bolečini. Med najpomembnejše dejavnike, ki ga povzročajo, je prof. Biolcati uvrstila nizko samospoštovanje, nagnjenje k slabemu razpoloženju oziroma depresiji, nagnjenje k sanjarjenju in materializem. Iz izkušenj je povedala, da so kompulzivni nakupovalci v glavnem ženske, ki so karakterno zelo nestabilne, ne zaupajo vase in so zelo oziroma preveč odvisne od mnenja drugih. Poleg tega je vsem skupno tudi to, da - ko pridejo na zdravljenje - trpijo za kompulzivnim nakupovanjem že vsaj deset let. Profesorica je povedala, da je kompulzivno nakupovanje kljub zabavnim literarnim in filmskim predstavitvam v javnosti resna težava, ki jo sama raziskuje že vrsto let.

Intervjuji s tremi »strastnimi« nakupovalkami (Ula, Katja, Barbara) so razkrili zelo različna in kompleksna nakupna vedenja. Pri vsaki od intervjuvank lahko najdemo nekaj značilnosti kompulzivnega nakupovanja, vendar nobena nima zaradi tega večjih težav na drugih življenjskih področjih, kot so na primer socialni odnosi in finance.

Ula je odraščala v zelo nestabilnem družinskem okolju, kar je prispevalo k temu, da je razvila dokaj izrazite materialistične težnje. Običajno nakupuje zato, da si izboljša razpoloženje, vendar je hkrati pod stresom, saj se čuti dolžna iskati in kupovati določene artikle. Na tej točki sem zaznala povezavo s tem, kar je povedala prof. Biolcati. Ula je odgovorila na vprašanje, ki sem ga zastavila profesorici. Navedla sem poskus, ki so ga v Veliki Britaniji nedavno naredili s kompulzivno nakupovalko. Merili so ji možganske vibracije med nakupovanjem in ugotovili, da njeno telo doživlja nakupovanje negativno, kazalo je znake nelagodja in upora. Rezultati so bili v nasprotju s pričakovanji, saj je za kompulzivne nakupovalce značilno, da nakupujejo zato, ker jih to veseli in v tem uživajo. Profesorica je pojasnila, da so ti občutki prisotni le v začetni fazi in da se sčasoma spremenijo v svoje nasprotje. Ulina pripoved je pojasnila, zakaj se to zgodi. Na podlagi začetnih izkušenj se je prepričala, da ji nakupovanje prinaša občutke blagostanja in sreče. Tako je razvila navado oziroma razvado, s katero je rutinsko dobivala odmerke teh občutkov. Kmalu je postala odvisna od te rutine, pri čemer pa je vsebino in pomen nakupovanja nadomestila ideja nakupovanja samega po sebi. Prvotno veselje do nakupovanja je postalo dolžnost, obsedenost. Ula se ne zaveda, da je to ne osrečuje več tako, kot jo je nekoč. Sicer priznava, da je pod stresom in da ima že tako polno omaro oblek, tudi tistih, ki jih še nikoli ni oblekla, vendar kljub temu ne more nehati nakupovati. Živčna in anksiozna pa je tudi takrat, ko ji je nakupovanje onemogočeno.

Katja je izrazito dvojna osebnost: po eni strani je zelo intuitivna in hipersenzibilna, po drugi pa izredno racionalna. Ta dvojnost se kaže tudi pri nakupovanju. Sama dobro razume logiko sodobne potrošniške družbe, a se v trenutkih odločitve o nakupu zavestno predaja iracionalnemu impulzu. Med nakupovanjem se zaveda, da v voziček nalaga tudi veliko odvečnega, tistega, česar ne potrebuje, vendar se temu ne upira. Te nakupe opravičuje z besedami, da se sedaj prepušča in uživa v tistem, kar ji je bilo kot otroku socializma odvzeto, v pravici do izbire. Izkoristiti želi možnost, da lahko izbira med številnimi izdelki in kupuje vse, kar si zaželi, pa čeprav gre za popolnoma

nepotrebne izdelke in posledično zgrešene nakupe. To ravnanje ji daje neko zadoščenje. Nakupuje rutinsko, vsak dan, in pri tem se dobro počuti le do trenutka, ko pride domov in se sooči s svojimi nakupi. Vedno znova se potem kesa in se sprašuje, zakaj je ravnala tako. Ta občutek krivde pa ne traja dolgo, nanj hitro pozabi in že naslednji dan »napako« ponovi.

Barbara se je predstavila kot urejena, skromna in delavna oseba, ki se po nakupih odpravi samo takrat, ko nekaj nujno potrebuje. Na razpolago ima malo denarja, zato je prisiljena izdatke omejiti na minimum. Svoj odnos do nakupovanja opisuje kot ravnodušen, trdi, da se s tem ukvarja zgolj iz nuje. Njeni odgovori pa so si velikokrat v protislovju in se ne ujemajo z nekaterimi dejstvi. Dobila sem vtis, da samo sebe prepričuje o tem, da opravlja zgolj nujne nakupe, zaradi katerih ne bi smela imeti slabe vesti. Po opravljenem intervjuju sem izluščila tiste značilnosti, ki bi potencialno lahko bile povezane s kompulzivnim nakupovanjem: njeno stanovanje je nabito s predmeti vseh vrst (omare z oblekami ne more več zapreti); v preteklosti si je zaradi pretiranega nakupovanja morala sposojati denar; že leta trpi za blažjo preganjavico in kaže znake depresivnosti; pogosto nakupuje prek katalogov in televizijskih prodaj; materialne vrednote se ji zdijo dokaj pomemben del življenja ...

Pri vsaki od intervjuvank najdemo znake kompulzivnega nakupovanja, vendar se vse zavedajo svojih finančnih zmogljivosti in pazijo na to, da ne zapostavljajo pomembnejših elementov vsakdanjega življenja. Menim, da jih ravno komponenta samoobvladovanja ščiti pred tem, da bi jih lahko označili za kompulzivne nakupovalke.

4 SKLEP

V diplomski nalogi sem poskusila čim bolj natančno in celovito analizirati kompulzivno nakupovanje. To je vedenjska motnja, pri kateri je posameznik zasvojen z nakupovanjem, saj se ponavljajočim impulzom nakupa ne more upreti. Kompulzivno nakupovanje označujejo naslednji elementi:

- Pretirano nakupovanje, ki presega denarne zmožnosti posameznika, tako da mu povzroča velike finančne težave.
- Število nakupov in čas, namenjen nakupovanju, se progresivno povečujeta, tako da posameznik vedno bolj zanemari druga področja življenja.
- Namen kupovanja postane kupovanje samo in nakup zgolj avtomatsko dejanje, ki se mu ni mogoče upreti. Nakup spremlja občutek hipnega zadovoljstva, moči in evforije.
- Posameznik kontinuirano nakupuje nepotrebnih stvari, to lahko traja tudi več let.
- Nakup predstavlja trenutno olajšanje, »zdravilo« za neko težavo, ki je posameznik sicer ne more odpraviti. Nakup je zgrešen in kmalu po tem, ko je opravljen, se pojavijo občutki nezadovoljstva, krivde, sramu in tesnobe.
- Nezmožnost nakupa ustvarja v posamezniku tesnobo, frustracije, stres in anksioznost.

Poleg naštetega so večini kompulzivnih nakupovalcev lastne tudi specifične osebnostne lastnosti, denimo nizko samospoštovanje, anksioznost, depresivnost, nezmožnost obvladovanja frustracij, impulzivnost, perfekcionizem, občutki neprilagojenosti, krivde, nepriljubljenosti, nejasne identitete, osamljenosti in zavračanja s strani družbe. Skupni imenovalec vseh teh lastnosti je čustveno nelagodje, ki se lahko pojavi kadarkoli in kjerkoli, v družinskem, delovnem ali širšem družbenem okolju. Kompulzivni nakupovalci nakupujejo predvsem takrat, ko so slabo razpoloženi, saj jim nakupovanje predstavlja izhod iz problematične realnosti. Akt nakupa jim za trenutek sicer res izboljša razpoloženje, vendar kmalu zatem spoznajo, da težave, ki je bila vzrok prvotnega slabega počutja, ne morejo rešiti na ta način. To spoznanje sproža v njih še globlje nezadovoljstvo, zato se kupljenih predmetov velikokrat skušajo znebiti, jih skrijejo, podarijo, odvržejo ipd. Vključeni so v neskončen krog zapravljanja, ki traja več

let ter jim vedno znova povzroča stres in druge resnejše težave (začenši z zadolževanjem in krhanjem socialnih odnosov).

Dejstvo, da imajo kompulzivni nakupovalci številne skupne značilnosti, še ne pomeni, da predstavljajo homogeno družbeno skupino. Obstaja več tipologij kompulzivnih nakupovalcev: odvisniki od popravljanja razpoloženja, maščevalni odvisniki, eksistencialni odvisniki, serijski odvisniki. Razvrstimo jih lahko tudi na podlagi napogosteje kupljenih predmetov: zbiratelji, vsenakupovalci, obsedenci ugodnih nakupov, spletni nakupovalci.

Ocene razširjenosti kompulzivnega nakupovanja se gibljejo od enega do desetih odstotkov. Te ocene se nanašajo predvsem na tiste države, kjer izvajajo študije o kompulzivnem nakupovanju: Združene države Amerike, Italija, Velika Britanija in Nemčija. Najpogosteje gre za kvantitativne raziskave, ki jih raziskovalci naknadno dopolnijo še s kvalitativnimi analizami dobljenih rezultatov. Večina raziskav dokazuje, da je med kompulzivnimi nakupovalci od 82 do 90 odstotkov žensk, pri čemer se razlike med spoloma povečujejo s starostjo. Kompulzivnemu nakupovanju je bolj podvržena mlajša populacija, najbolj tista od 23 do 31 let. Večji delež kompulzivnih nakupovalcev od povprečja je med osebami z nižjo izobrazbo in nižjimi dohodki.

Poleg naštetega so raziskave tudi pokazale, da obstaja več dejavnikov, ki lahko vplivajo na razvoj kompulzivnega nakupovanja. Eden pomembnejših je materializem. Ljudje, ki materialnim vrednotam pripisujejo velik pomen, so pogosteje nezadovoljni s svojim življenjem, saj svojo uspešnost merijo s količino pridobljenih materialnih dobrin. Ravno tako pomemben dejavnik tveganja je izrazita nagnjenost k sanjarjenju oziroma idealiziranju, saj posameznika oddaljuje od realnosti. Potrošnja postane zanj sredstvo za doseganje tistega, kar si želi. Določene dobrine povezuje s specifičnimi ideali, toda ko te dobrine kupi, postanejo del realnosti, ta pa ni nikoli tako lepa, kot si jo je predstavljal. Sledita razočaranje in želja po novi dobrini. To stalno prisotno potrošništvo dodatno spodbujajo sodobne oblike nakupovanja, na primer možnost plačevanja s kreditno kartico in spletno nakupovanje. Pomembni so tudi družinski dejavniki, ki so s kompulzivnim nakupovanjem povezani na več stopnjah: družina lahko vpliva na dinamiko nakupovanja, družinske razmere so lahko izvor težav, posledice kompulzivnega nakupovanja najmočneje občuti prav družina itd.

Kompulzivno nakupovanje uvrščamo med potrošniške bolezni današnjega časa, saj je njegov nastanek povezan z družbeno-kulturnimi spremembami, ki jih je t.i. razviti svet doživel v zadnjih desetletjih. Te spremembe lahko označimo za potrošno revolucijo, za zamenjavo tradicionalne družbene ureditve in reda s prakso potrošnje. Slednja je postala sredstvo, s katerim posameznik oblikuje svoje življenje oziroma gradi svojo identiteto in subjektiviteto ter izraža tisto, kar bi želel biti (ideal). Potrošnja poteka v obliki nakupovanja dobrin, ki posamezniku prinesejo zadovoljstvo, tako na praktični kot na simbolni ravni. V uvodu postavljena hipoteza, da je kompulzivno nakupovanje lahko razumljeno kot »stranski proizvod« sodobne družbe, ki pa v sebi skriva veliko več kot zgolj izražanje osebnosti posameznika, je potrjena. Pri pripravljanju naloge sem ugotovila, da je ta vedenjska motnja res tesno povezana s kultom trošenja v sodobni družbi, vendar ni njen edini vzrok. Predpogoj za nastanek te motnje je v prvi vrsti posameznikova psihična težava, ki ji sledi kompulzivno nakupovanje kot beg od nje in neke vrste zdravilo. Profesorica Roberta Biolcati, raziskovalka in profesorica klinične psihologije na Univerzi v Bologni ter soavtorica knjige o različnih oblikah zasvojenosti »Le dipendenze senza droghe«, je kompulzivno nakupovanje opisala kot zasvojenost, ki ima korenine v človekovi psihi, vzorci vedenja v družbi pa predstavljajo rodovitno prst, v kateri ta zasvojenost vzkali in zraste v vedenjsko disfunkcijo. Sprva je nakupovanje nekaj prijetnega in ga oseba izvaja zato, ker ji prinaša občutke ugodja, ščasoma pa postaja vedno bolj nadležno in se spreminja v svoje nasprotje – oseba izgubi nadzor nad sabo, nakupovanje postane neprijetna obsedenost, ki se ji oseba ne more upreti. Vsebinsko in namen nakupovanja nadomesti ideja nakupovanja samega po sebi.

Podoben odnos do nakupovanja se je pokazal tudi pri treh »strastnih« nakupovalkah, ki so pristale na sodelovanje v intervjujih. Želela sem ugotoviti, ali so potencialne kompulzivne nakupovalke oziroma ali imajo lastnosti in vzgibe, ki jih pripisujemo kompulzivnim nakupovalcem. Izkazalo se je, da ima vsaka od njih svojevrstno nakupno vedenje, ki vključuje tudi nekatere znake kompulzivnega nakupovanja. Kljub temu pa nobena ne zapostavlja drugih življenjskih področij – vse se zavedajo svojih omejitev (zlasti finančnih) in ravno to samoomejevanje jih ščiti pred tem, da bi nakupovanje nadvladalo njihova življenja.

Zdravljenje kompulzivnega nakupovanja je povezano s stopnjo »obolelosti« za to motnjo. V lažjih primerih je dovolj že nekaj praktičnih nasvetov oziroma zvijač, ki posamezniku pomagajo zmanjšati količino nakupov. Če to ne zaleže, se je treba zdravljenja lotiti s pomočjo podpornih skupin in psihoterapije, ki je lahko individualna ali skupinska. V skrajnih primerih je treba poseči tudi po zdravilih (antidepresivi). Ugotovili so namreč, da je pri kompulzivnih nakupovalcih, tako kot pri tistih, ki trpijo za depresijo, raven delovanja serotonina nizka. Antidepresivi intenzivirajo njegovo delovanje in prispevajo k izboljšanju počutja. Vsekakor pa je pri zdravljenju najpomembnejše in najbolj učinkovito to, da odkrijemo pravi vzrok odvisnosti, torej tisto izvirno težavo, ki v večini primerov sploh ni povezana z nakupovanjem.

5 LITERATURA

1. *Barbara*. 2009. Intervju z avtorjem. Koper, 20. februar.
2. Benessere.com. 2008. *Psicopatologia dell'aquisto – la sindrome da shopping*. Dostopno prek:
http://www.benessere.com/psicologia/arg00/sindrome_da_shopping.htm (17. januar 2008).
3. Biolcati, Roberta in Roberto Pani. 2006. *Le dipendenze senza droghe*. Novara: De Agostini Scuola SpA.
4. Black, Donald W. MD, Susan Repertinger MD, Gary R. Gaffney MD in Janelle Gable RN. 1998. Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying – preliminary findings. *American journal of psychiatry* 155(7): 960-963.
5. Bowlby, Rachel. 1993. *Shopping with Freud*. London, New York: Routledge.
6. Case, Raffaella. 2007. Siamo tutti dipendenti?. *Gente* LI(32): 55-56.
7. Campbell, Colin in Pasi Falk. 1997. *The shopping experience*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
8. Campbell, Colin. 1998. Skrivnost in moralnost modernega potrošništva. *Družboslovne razprave* XIV(27-28): 11-25.
9. --- 2004. I shop, therefore I know that I am – the metaphysical basis of modern consumerism. *Elusive Consumption*: 27-44.
10. *Delo*. 2006. Obsedenost z nakupovanjem, (9. januar).

11. Dittmar, Helga. 2005. Compulsive buying – a growing concern? An examination of gender, age and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology* (96): 467-491.
12. Eccles, Sue. 2002. The lived experiences of woman as addictive consumers. *Journal of Research for Consumers* (4).
13. Faber, Ronald J. in Thomas C. O'Guinn. 1992. A clinical screener for compulsive buying. *Journal of consumer research* 19(3): 459-469.
14. Graham, Judy F.. 1999. Materialism and consumer behavior – toward a clearer understanding. *Journal of social behavior and personality* 14(2): 241-258.
15. Guerreschi, C. in A. Ciardo. 2007. Shopping compulsivo – uno studio quantitativo e qualitativo. *Difesa sociale* LXXXVI(1): 37-48.
16. Hall, Stuart in Paul de Guy. 1997. Proizvodnja pomena v potrošnji – primer Sonyjevega walkmana. *Teorija in praksa* 34(4): 709-723.
17. Infoazzardo. 2008. *Approfondimenti sullo shopping compulsivo*. Dostopno prek: <http://www.infoazzardo.it/Frames/shopping.htm> (17. januar 2008).
18. Katja. 2009. Intervju z avtorjem. Koper, 19. februar.
19. Kinsella, Sophie. 2000. *I love shopping*. Milano: Arnoldo Mondadori Editore SpA.
20. Koran, Lorrin M. MD, Ronald J. Faber PhD, Elias M. A. Aboujaoude MD, Michael D. Large PhD in Richard T. Serpe PhD. 2006. Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American journal of psychiatry* 163(10): 1806-1812.
21. Krueger, David W.. 1988. On compulsive shopping and spending – a psychodynamic inquiry. *American journal of psychotherapy* 42(4): 574-584.

22. La mescolanza. 2008. *Sindrome dello shopping compulsivo*. Dostopno prek: http://www.lamescolanza.com/Temp2005/112005/shopping_compulsivo=7112005.htm (5. februar 2008).
23. Lury, Celia. 1996. *Consumer culture*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
24. Luthar, Breda. 1998. Ne tako visoka kultura – prepovedani užitki nakupovanja. *Časopis za kritiko znanosti* (198): 117-130.
25. --- 2002. Homo ludens – homo šoper. *Cooltura*: 245-262.
26. Magee, Allison. 1994. Compulsive buying tendency as a predictor of attitudes and perception. *Advances in consumer research* 21(1): 590-594.
27. Med.Over.Net. 2008. *Serotonin – hormon za srečo*. Dostopno prek: http://med.over.net/za_bolnike/mosko_zensko_zdravje/clanki_m/serotonin.htm (21. april 2008).
28. McCracken, Grant. 1990. *Culture and Consumption*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
29. Neuner, M., G. Raab in L. A. Reisch. 2005. Compulsive buying in a maturing consumer societies – an empirical re-inquiry. *Journal of economic psychology* (26): 509-522.
30. Neznani avtor. 1995. The call of the mall. *Psychology today* 28(1): 8.
31. Park, Tai-Young, Sung-Hui Cho in Jinsook Helen Seo. 2006. A compulsive buying case – a qualitative analysis by the grounded therapy method. *Contemporary family therapy – an international journal* 28(2): 239-249.
32. Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative research and evaluation methods*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

33. Pondelek, Damjana. 2006. Zapeljani v nakupovanje. *VIP* XVI(1): 30-31.
34. Roberta Biolcati. 2009. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 17. februar.
35. Rodriguez-Villarino, Rafael, Manuel Gonzales-Lorenzo, Angel Fernandez-Gonzales, Maria Lameiras-Fernandez in Marika L. Foltz. 2006. Individual factors associated with buying addiction – an empirical study. *Addiction research and theory* 14(5): 511-525.
36. Rose, Paul. 2007. Mediators of the association between narcissism and compulsive buying – the role of materialism and impulse control. *Psychology of addictive behaviors* 21(4): 576-581.
37. Siri, Giovanni. 2001. *La psiche del consumo*. Milano: FrancoAngeli s.r.l.
38. Societa` Italiana di Intervento sulle Patologie Compulsive. 2008. *New Addictions – Shopping Compulsivo*. Dostopno prek: <http://www.siipac.it/newaddictions/shoppingcompulsivo.htm> (17. januar 2008).
39. Tivadar, Blanka. 2008. *Predavanja pri predmetu 'Potrošna družba in (post)moderni potrošnik' na Fakulteti za družbene vede*. Ljubljana: FDV.
40. Ula. 2009. Intervju z avtorjem. Ljubljana, 16. februar.
41. Žerovc, Beti. 2008. *Kurator in sodobna umetnost – pogovori*. Ljubljana: Maska.

6 PRILOGE

PRILOGA A: INTERVJU Z ROBERTO BIOLCATI

Lo shopping compulsivo e' una dipendenza moderna che viene quasi sempre attribuita allo stile di vita del giorno d'oggi, fortemente marcato dalla societa' del consumismo. Nonostante questo, molti autori sostengono l'idea che si tratta di un disturbo psicopatologico, con forti radici nella psiche dell'essere umano. Qual'e' la sua opinione?

La mia opinione è che qualsiasi dipendenza sia primariamente un problema della mente, anche se la società e le sue suggestioni possono rappresentare il terreno fertile su cui crescono alcuni comportamenti disfunzionali. Il consumismo sicuramente rappresenta l'humus ideale di cui si alimenta la ricerca spasmodica di beni da possedere. Non è l'individuo o la società che soli possono spiegare la dipendenza ma l'incontro tra certa caratteristiche di personalità pre-esistenti e le offerte del mercato con i valori simbolici ed esse legati. Se l'incontro è fortunato la persona rimetterà in atto il comportamento, ancora ed ancora...

Le sensazioni e le emozioni che prova uno shopper compulsivo nel momento dell'acquisto vengono in teoria descritte come vibrazioni positive, eccitamento, felicità, godimento, vampate di calore etc. Pero' un esperimento fatto recentemente in Inghilterra ha dimostrato il contrario. A uno shopper compulsivo hanno misurato le vibrazioni cerebrali durante lo shopping, ed e' risultato come un'attivita' sgradevole, ripugnante, correlata a forti sentimenti negativi. Come lo spiegherebbe?

Lo shopping compulsivo ha caratteristiche egosintoniche cioè in sintonia con l'Io della persona ma anche egodistoniche cioè disturbanti, talvolta ossessionanti, spiacevoli. Inizialmente il comportamento viene messo in atto per la piacevolezza che crea (come una droga), ma quando si ha perdita di controllo, aumenta la vergogna, si sperimenta la colpa, diventa spiacevole ossessione. Si utilizza lo shopping per ricercare piacere ma anche per il suo contrario cioè evitare il dolore, dipende da soggetto a soggetto.

Lo shopping compulsivo e` collegato ai seguenti fattori: al materialismo, alla televisione, al fantasticare su delle cose, ai diversi modi di fare shopping, alle varie possibilita` di pagamento, al sesso della persona, alla situazione familiare, alla predisposizione biologica... Quale di questi fattori e` il piu` importante secondo lei? Aggiungerebbe qualcosa?

Bassa autostima e tendenza ad avere un umore depresso. Del materialismo non sono poi così sicura. Quello che è certo è che per alcune persone gli oggetti ricoprono un ruolo ben più importante di quello per cui sono stati costruiti. Sono importanti per regolare l'umore e per ricercare di avere un'identità stabile e migliore ai propri occhi ed agli occhi degli altri - sono caricati di valore simbolico, sostituti di altro. È presente anche la tendenza a fantasticare e il pensiero magico. La televisione entra ben poco, non è la moda che crea anoressiche.

Quali sono le sue esperienze con le persone che si sono curate per lo shopping compulsivo?

Donne fragili, poco sicure di sé, dipendenti, molto, troppo vulnerabili al giudizio degli altri. Però spesso con una buona capacità di lavorare in termini psicologici.

Gli shopper compulsivi di solito trovano aiuto da soli, cioè lo fanno di propria iniziativa, o lo fanno i loro parenti, amici...?

Dipende, di sicuro quando arrivano sono almeno 10 anni che soffrono.

Secondo lei, come si potrebbe seguire o misurare piu` accuratamente il fenomeno dello shopping compulsivo?

Con il mio gruppo di ricerca si sta costruendo uno strumento di misurazione italiano dello shopping compulsivo date le scale più usate in letteratura CBS (Faber, O'Guinn, Valence d'Astous, Fortier, Edwards).

Nelle sale cinematografiche presto uscirà il film »I love shopping«, basato sull'omonimo libro best seller di Sophie Kinsella, che racconta le vicende di una giovane donna ossessionata dallo shopping. Qual'è il suo parere su questo libro? Perché è diventato un successo?

Lo andrò a vedere senz'altro. Ha fatto successo perché permette a tante donne di identificarsi piacevolmente, in modo bonario, sorridendo ed ironizzando senza troppi sensi

di colpa. Del resto chi ha le mani bucate fa sorridere. In realtà ci sono persone che soffrono

davvero, ma l'intento dell'autrice di sicuro era divertire.

Vorrebbe aggiungere qualche pensiero su questo tema? Ha qualche commento da fare?

Mi scuso per la fretta ma il mio tempo non è molto. Tema interessantissimo che studio ormai da 10 anni. In Italia ci stiamo lavorando...

PRILOGA B: INTERVJU Z ULO

1. TEMA – NAKUPOVANJE

Nakupovanje je v današnjem času ena najpogostejših dejavnosti, s katerimi se ljudje vsakodnevno ukvarjajo. Kakšen je tvoj odnos do nakupovanja?

V trgovino po hrano ne maram hodit, ker se mi zdi prav izguba časa. Se izgubljam med vsemi tistimi stalžami in izdelki, kjer je treba iskati tiste z najbolj sprejemljivo ceno za to, kar kupuješ... Kar se pa tiče oblek, čevljev in kozmetike, torej stvari zase, pa me zelo navdušuje in grem rada v trgovino.

Kako pogosto pa se odpraviš po teh nakupih, ki te veselijo?

Prej, ko nisem imela psa in nekih večjih finančnih dolžnosti pa tudi svojega stanovanja, sem šla vsak dan. Zdej se nekako omejujem, da grem enkrat na teden ali trikrat na mesec.

In vedno nekaj kupiš?

Ja! Ampak zdej se počutim prav slabo, ker si ne morem privoščiti toliko, kot sem si lahko včasih.

Kako slabo?

Notri me prav neki duši in komaj čakam tiset trenutkov, ko grem lahko v trgovino si nekaj kupit. Zdej iščem razloge, da si lahko upravičeno kaj privoščim in da nimam slabe vesti pri temu.

Kdaj pa greš najraje po nakupih?

V ponedeljkih ali torkih, v glavnem enkrat začetek tedna. Konec tedna nikoli.

Kako to?

Ne vem, ker se mi zdi, da sem najbolj spočita po vikendu.

Kako pa razpoloženje vpliva na tvoje nakupe?

Ponavadi je tako, da ko sem vesela in ful dobre volje, ne nakupujem, ker raje delam druge stvari. Po nakupih grem raje, ko sem slabe volje, ker si s tem v bistvu hočem izboljšati razpoloženje.

Kako pa najraje nakupuješ? Sama, s prijatelji...

Sama ali pa z eno prijateljico. Eno tako, da ne gre preveč gledat zase stvari, ker potem te niti ne pogleda, če ti karkoli v redu stoji in ti kar reče: »Ja, kupi!« Kar je še večji motivacijski vzgib, da nakupiš še več stvari, ki ti na koncu ne koristijo, ker ti ne stojijo prav in ti delajo samo navlako doma.

A nakupuješ kdaj s partnerjem?

Ja, ampak je ponavadi tako, da on bolj gleda zase in na koncu pride on poln stvari domov, jaz pa nimam nič, ker sem se mogla ves čas ukvarjat z njim. Fantje so po mojem nesposobni pri tem, jim je treba vedno pomagat.

Kaj pa najraje kupuješ izmed oblek, čevljev in kozmetike?

Čevlje! Imam enajst parov samo superg, poleg tega pa še ostale čevlje...

Med nakupovanjem komuniciraš z osebjem ali se raje sama znajdeš?

Raje sama. Če mi na primer nekaj ni jasno, ne najdem prave številke, hočem drugo barvo in podobno, potem vprašam prodajalko. Drugače pa ne, ker mi gre na živce, da svetujejo, ker se mi zdi, da to počnejo samo zato, da čim več prodajo. In ti rečejo »Uuuu, ja, super ti stoji!«, a te sploh ne pogledajo, kako ti res stoji. Jaz imam recimo širše rame in zato ne morem nosit majic z naborki. Ko pa kaj takega poskusim, mi prodajalka vsakič reče: »Oh, kako vam lepo stoji!«, čeprav se na tri kilometre vidi, da

sploh ni v redu. Ali mi hoče zadevo prodati ali pa res nima smisla o tem, kako mora bit nekdo oblečen, da bo vsaj malo estetsko.

Se ti zdi, da obvladaš nakupovanje, da si izkušena nakupovalka?

Ne! Zato, ker ima vsaka trgovina drugače postavljene stalaže in se potem vsakič znova zgubljam. Tudi v sami trgovini, ko pride recimo nova kolekcija, vedno znova premikajo stvari, barve in ne najdeš več tistega, kar ti paše. To delajo prav zanalašč, da pogledaš vse, preden najdeš tisto, kar ti je všeč, in posledično kupiš še kaj drugega.

Kako se počutiš, ko nakupuješ?

Malo pod stresom. V bistvu sem dobre voje, ker vem, da bom dobila nekaj novega, ampak me vseeno daje nek stres, ker vem, da moram nekaj najti. Tudi, če mi stvari na razpolago niso preveč všeč, se moram potruditi, da dobim nekaj, kar se da ustreznega.

In ko končno najdeš nekaj, kar ti je všeč, si vesela, zadovoljna?

Ja, samo ponavadi ima vedno toliko višjo ceno, da me potem še to malo demoralizira.

Ampak kljub temu to stvar kupiš?

Ja ali pa ne. Odvisno. Presodim, če je vredno tega denarja.

Načeloma kupuješ malo dražje stvari ali bolj poceni?

Malo dražje, ker dam na blagovno znamko in na kvaliteto.

Se ti pogosto dogaja, da kupiš nekaj, česar sprva sploh nisi načrtovala? Na primer, da zagledaš neko stvar in si v tistem trenutku rečeš: »To pa moram imet!«

Ja, se mi dogaja. In če mi je res všeč, potem kupim. Ampak zdej, ko malo bolj pazim na finance, niti ne prav pogosto. Prej pa ja! Zdej se pa zavedam, da si ne morem toliko privoščiti. Ker imam stroške stanovanja, se moram nekako omejiti.

Kako se počutiš, ko se tako omejuješ?

Mi je hudo. Imam grozen občutek.

Grozen občutek? Mi lahko to malo bolje opišeš?

Kot nekakšna tesnoba in živčnost. In potem še naprej razmišljam o tej stvari več časa. Na primer, to majico, ki sem jo kupila danes, gledam že en mesec. Na koncu sem se odločila, da jo kupim, ker mi je res všeč in še sem ugotovila, da rabim nekaj takega. Če pridem do tega, da zeleno stvar rabim, potem ni problema...

Kaj pa narediš, ko v izložbi vidiš nekaj, kar ti je zelo všeč in bi rada kupila, ampak pri sebi nimaš dovolj denarja?

Plačam s kartico. Če pa je ne sprejemajo, potem grem na bankomat dvignit denar.

Kateri dejavniki pa najbolj vplivajo na tvoje nakupe? Osebni okus, nasveti prijateljev, oglasi, cena...

Najpomembnejši je moj lasten okus, torej kar je meni najbolj všeč. Potem tudi cena... Čeprav če mi je nekaj zelo všeč, potem kupim, ne glede na ceno.

Se ti je kdaj zgodilo, da si nekaj kupila, potem pa si na to stvar popolnoma pozabila in je ostala v omari neuporabljena?

Itak. V omari imam ogromno oblek, ki jih nisem še nikoli oblekla.

Kako se počutiš, ko pomisliš, da si naredila toliko nepotrebnih nakupov?

Se tolažim s tem, da nikoli ne grem nekam, kjer bi si lahko to oblekla – do sedaj še ni bilo takšne priložnosti. Ampak ko bo prišla, potem bom sigurno to oblekla!

Si kdaj pomislila, da bi neuporabljene obleke komu podarila ali prodala?

Ja. Zdej se mi v bistvu vedno bolj pogosto to dogaja, ker imam vedno manj prostora v omari in nekako moram narediti prostor za nove stvari.

Imaš do skrajnosti polno omaro?

Bi rekla! Pri štiridesetih parih hlač!?! Zato sem se odločila, da moram malo ščistiti omare. In ker imajo tudi druge prijateljice podoben problem, občasno organiziramo posebna srečanja »stara za novo«, kjer si izmenjujemo obleke. Zdaj pripravljamo že tretje srečanje. Predstavimo obleke in če obstaja kakšna smešna anekdota o njih, si tudi to povemo. Potem jih damo na kup in vsaka izbere, kar hoče. Domov se tako odpravim z oblekami, ki niso šle v promet, in še z eno vrečko novih. Tako da če dobro pomislim, je praznjenje omare bolj eno nadaljno polnjenje... Sem vedno na istem. (smeh)

Mogoče bi namesto oblek lahko začela kupovati omare, že ki jih potrebuješ... Se ti kdaj zgodi, da med nakupovanjem izgubiš občutek za čas in porabiš več časa, kot si ga nameravala?

Hmmm, ja. Tudi to se mi včasih zgodi. Še posebno takrat, ko je velika ponudba trgovin. Tukaj v Sloveniji niti ne, v tujini pa ja. Recimo v Berlinu bi lahko cel teden samo hodila po trgovinah, ker imajo toliko večjo ponudbo.

Kaj pa meniš o razprodajah?

Bljak, mi niso všeč. Mislim, popust kot sam, mi je všeč – to, da dobiš nekaj po znižani ceni, ampak koncept razprodaj, ko dajo na obešalnike stvari, ki so stare že tri leta in jih noben noče kupiti, je čisto zgrešen. Se mi zdi, da pri takih zadevah noben popust ni dovolj in da bi take stvari lahko dajali kar zastonj. In itak je vedno vse tako nabasano in razmetano, da sploh ne moreš gledat stvari. Pa še toliko ljudi na kupu mi gre na živce. Vsega je preveč in se ne morem koncentrirat. Najpogosteje naredim tako, da si že pred popusti pogledam, če mi je kaj všeč (ko je v trgovini še normalno stanje), in potem grem med popusti preverit, če slučajno imajo še vedno to stvar, znižano seveda. Tako

imam prostor nekako pod kontrolo in vem vsaj približno, kaj bi hotela imeti. Četudi ne potrebujem nujno, vseeno vzamem, ker vem, da je to ugodna priložnost in da se mi splača.

Kakšna oblika nakupovanja pa ti je najbolj všeč? Sprehod po trgovinah, prek katalogov, prek spleta, prek televizijskih prodaj (TopShop ipd.)...?

Kupujem samo po trgovinah, ker edino tako lahko poskusiš stvari in veš, da so ti prav. Če ne smo spet na istem in se ti nabira še več neuporabnih stvari. Prek interneta naročam samo knjige, ker se mi ne da iti v trgovino. Če bi se dalo, bi tudi hrano naročala prek interneta.

Pa veš, da že obstajajo trgovine, kjer lahko naročaš hrano prek neta?

Ja, edino Mercator, ki pa mi ni všeč.

Zakaj ne?

Ne vem. Pač mi ne leži. Jaz grem vedno v LeClerc, ker imajo največjo izbiro, ker ni nikoli gužve, ker je veliko bolj pospravljeno... Moti me, če ni reda. Tudi v omari imam red – vse obleke imam lepo zložene (hlače posebej, bluže na obešalnikih, puloverji skupaj itd.). Imam red doma, zato mi gre na živce, če ga ni v trgovini.

2. TEMA – FINANCE

Kako najpogosteje plačuješ nakupe?

V glavnem z bančno kartico, včasih pa tudi z gotovino.

Kakšno bančno kartico? Kreditno ali debetno?

Študentski račun. Tista, ki ti takoj trže. Kreditnih kartic sploh nimam.

Torej nimaš problemov z neplačanimi oziroma nepokritimi računi?

Edino toliko, kolikor grem lahko v minus. Ampak glede na to, da imam tri kartice, se mi kar nabere. Se mi je že zgodilo, da sem čisto pozabila na to, da moram pokriti minus. Banki to ni bilo všeč in so mi svetovali, naj ga ukinem. Tako da sem potem na eni kartici ukinila minus.

Če ti na koncu meseca ostane še kaj denarja, ga shraniš ali si privoščiš kupiti nekaj novega?

Če se da, malo shranim in malo porabim. Naredim en kompromis.

Kako bi ocenila svoje trenutno finančno stanje?

Slabo. Ker si ne morem privoščiti toliko, kot sem si prej, čeprav bi si želela. Da bi malo osvežila svojo omaro... Spet pa ni tako slabo, da bi rekla, da nimam za živeti.

Torej na nek način obvladuješ svoje izdatke. Veš, koliko si lahko privoščiš?

Sedaj ja, ampak so bili tudi časi, ko nisem toliko pazila. In ravno zato, ker sem takrat šla toliko v minus in je bilo vse tako grozno, sem sedaj bolj pazljiva. Še posebno zato, ker prišparam lahko edino pri oblekah in podobnih stvareh, drugo so osnovne in nujne zadeve.

Si si morala kdaj sposoditi denar?

Ja. Od tete, stica in od prijateljice.

Pa si jim potem denar vrnila?

Prijateljici ja, teti in stricu pa ne. Smo rekli, da naj bo to za rojstni dan.

3. TEMA – SPLOŠNO

Lahko mi opišeš svoj vsakdanjik?

Sem študentka, ampak na faks ne hodim, ker sem absolventka. Vsake toliko se tudi kej učim, ker imam še dva izpita za naredit. Nekako tudi delam na tem, da bi začela pisati diplomo. Zjutraj vstanem, peljem psa, pozajtrkujem, se stuširam in za deseto uro grem v službo. Tam sem do petih. Sicer pa delam samo tri dni na teden – torek, sreda, četrtek. Ko pridem iz službe grem jest ven, ker se mi ne da kuhat doma. Potem peljem psa, se dobim s kakšno prijateljico in dvakrat na teden hodim k jogi. Ponedeljke imam proste, zato se takrat odpravim po nakupih.

Kaj pa televizija? Jo rada gledaš?

Tako tako. Če je na sporedu kakšen dober film, si ga pogledam. Drugače pa spremljam dve nanizanki – Nip/Tuck in še eno standardno ameriško, ki govorih o njihovi družbi.

Če bi se morala opisati, kakšne besede bi uporabila?

Ne vem...

Se ti zdi, da si oseba, ki stoji trdno na tleh, ali si bolj sanjaški tip človeka?

Odvisno, včasih tako včasih drugače. Bi rekla, da sem malo depresivna, ker mi pogosto niha razpoloženje. Sem trmasta, dokaj vesela, nisem nek velik težak – ljudi pustim pri miru, na splošno sem bolj pesimistična. Nikoli ne razmišljam o tem, da bo šlo nekaj dobro, zato da potem nisem razočarana. Če pa se zadeva lepo izteče, toliko boljše.

Kaj pa zunanji videz? Si si všeč ali je kaj, kar bi spremenila na sebi?

No, ne vem katera ženska na svetu ne bi hotela biti bolj suha, ne? Drugo pa ne bi nič spremenila.

Se ti zdi pomemben zunanji videz človeka?

Ja, zelo. Se mi zdi, da dandanes ne dobiš službe, če izgledaš grdo – slab, zanemarjen, ves čas slabe volje. Zdrav duh v zdravem telesu!

Si imela kdaj kakšne zdravstvene težave, zasvojenost ipd.?

Ja. Imam dedno napako, zaradi katere lahko od prevelikega sekiranja in stresa dobim dokaj hitro rano na želodcu. Veliko težav okoli tega sem imela, ko sem se preselila iz Kopra v Ljubljano. Zame je bila ta sprememba še kar stresna, ker sem kar naenkrat bila prepuščena sama sebi in sem se morala sama znajti, tudi v finančnem smislu.

Kaj pa drugi družinski člani?

Moja sestrična je bila zasvojena z drogo, ampak sedaj se zdravi in ima celo že svojega otroka.

Lahko opišeš družino, v kateri si odraščala?

Ko sem bila še zelo majhna, sta se starša ločila – ne spomnim se sploh, da bi kdaj živeli skupaj. Oče ni nikoli prevzel svoje očetovske vloge in tudi videla sem ga zelo poredko. Mama pa je umrla za rakom, ko sem bila stara osemnajst let. Jaz sem v glavnem živela z babico in moram priznat, da mi je bilo prav lepo. Potem pa sem šla živeti k teti in stricu. Tam se nisem najbolje razumela s sestrično, ker sva kar naenkrat dve edinki postali »sestri« in sva si vse zadeve morali deliti. Nekako obe sva tpeli to, da nisva več v centru pozornosti. Tudi sobo sva najprej imeli skupaj, potem pa so naju mogli dat narazen, ker sva se konstantno kregali. Zaradi obojestranske posesivnosti si niti nisva dali možnosti, da bi se družili in videli, če sva karakterno za skupaj.

A si sedaj z očetom v kontaktu?

Ne. Sicer vem, kje je, ampak nimam ne potrebe ne želje po tem, da bi ga videla. Enkrat sem ga prosila, če mi posodi nekaj denarja, ampak mi je bilo takoj žal, da sem to naredila in sem ga zato raje pustila pri miru.

Kakšno je sedaj tvoje življenje v primerjavi z družinsko situacijo iz preteklosti?

Se mi zdi, da sem prej imela dosti več, ampak tega nisem znala cenit. Na primer glede denarja, sem prej imela dosti več. Ko so šli moji na kakšno potovanje, nisem šla z njimi, ker sem bila pač v uporniških najstniških letih. Zdaj, če si hočem privoščiti kakšno potovanje, moram kar veliko žrtvovati, da prišparam. Skratka, takrat bi lahko šla zastoj, zdaj pa moram sama plačati. Se mi zdi butasto, da takrat nisem izkoristila te priložnosti.

Katere stvari najbolj ceniš v življenju? Katere stvari so tiste, ki so zares pomembne – tiste, ki pripomorejo k temu, da je človek srečen in zadovoljen?

Kot prvo to, da si zdrav, ker če si zdrav, lahko delaš. In če delaš, lahko služiš. In če služiš, imaš denar za si kupit določene stvari, ki jih potrebuješ.

Torej se ti materialne dobrine zdijo pomembne?

Ja.

Bi zase sedaj lahko rekla, da si srečna?

50% ja, 50% ne. Nekje na pol, ker si ne morem glih privoščiti vsega, kar bi si želela. In še dodatno zato, ker sem na tem prelomnem obdobju, ko končujem faks in začnjam delat... Se sprašujem, ali bom sploh dobila službo, da si bom lahko zagotovila določene stvari. Ta recesija pa sam še slabša vse skupaj. Toliko dvomov imam, da ne morem biti ravno vesela.

Meniš, da bi bilo tvoje življenje boljše, če bi imela določene stvari, ki jih trenutno nimaš?

Ja.

Kaj na primer?

Kakšno večje potovanje, za katerega bi rabila okoli 2000, 3000 evrov. Pa tudi stvari za stanovanje, glede na to, da po enem letu in pol še nisem do konca uredila svojega stanovanja. Luč bi na primer mogla kupit, ampak tiste, ki so meni všeč, so vedno vsaj 900 evrov. Lahko bi kupila eno za 30 evrov, ampak mi ni všeč. Raje počakam, da prišparam dovolj za tisto, ki mi je všeč. Se mi pa zdi trenutno tudi malo škoda dat za luč toliko, ko si lahko za ta denar kupim dosti lepih oblek. Ker itak stanovanje se ne vidi toliko navzven.

Kako pa to, da imaš že svoje stanovanje?

Prej sem živela v podnajemniškem stanovanju v Ljubljani. Ko pa sem dobila izplačano dediščino po mami, sem se odločila, da si kupim svojega. Se mi je zdela še najboljša naložba.

Kako si predstavljaš svojo prihodnost? Imaš kakšne strahove?

Poleg tistega, kar sem prej omenjala, me malo skrbi zdravje. Še posebno me skrbijo posledice, ki jih imam lahko zaradi stresa. Ker brez stresa pa ne gre – jaz sem namreč pri vseh stvareh najbolj uspešna, ko sem pod stresom. Če hočem narediti dobro izpit, se moram veliko učiti in biti obvezno pod stresom. Tudi ko nakupujem, če nisem pod stresom, ne opravim dobro. Tako da me je malo strah, da me bo ta stres pokopal.

Kaj pa bi si želela v prihodnosti oziroma česa si ne bi želela?

Vsekakor ne bi rada počela službe, za katero sem študirala, ker je brez zveze in preveč naporna pa še prilagajati se moraš veliko. Raje bi počela nekaj, kjer sem lahko bolj svobodna in avtonomna.

Kaj pa družina? Že razmišljaš o njej?

Ne, družine sploh ne bi hotela imeti. Otroci se mi zdijo prevelika obveza, še za psa komaj poskrbim. Imam fanta in zaenkrat mi je v redu tako. Ko se ga bom naveličala, si bom našla drugega. Kot potrošni material – dokler ima uporabno vrednost, ga obdržiš, potem pa ga zamenjaš. V današnji družbi je vse poteka po tem principu in jaz temu pač sledim.

Torej že veš, da ne boš z njim za vedno in samo čakaš, kdaj boš imela razlog za konec zveze?

Ja.

PRILOGA C: INTERVJU S KATJO

1. TEMA – NAKUPOVANJE

Nakupovanje je v današnjem času ena najpogostejših dejavnosti, s katerimi se ljudje vsakodnevno ukvarjajo. Kakšen je tvoj odnos do nakupovanja?

Nakupujem po potrebi, torej tiste stvari, ki bi jih lahko uvrstili v nujnostno nakupovanje (hrana ipd.), poleg tega pa še dodatno nakopičim tudi druge zadeve, ki jih v bistvu sploh ne potrebujem.

Zakaj pa jih potem kupiš?

Ja zato, ker me kar vleče, da moram polnit voziček oziroma še kaj vzeti. Saj vemo, da nas te multinacionalke skozi farbajo s temi akcijami, ampak mi zavestno pristajamo na to. Na nek način je to ene vrste hobi. Misliš, da boš nekaj dobil, ampak na koncu ne dobiš nič, poleg tega pa še denar izgubiš.

Kljub temu rada nakupuješ ali ti je odveč?

Kakšen dan mi je odveč, ampak če gledam generalno, nakupujem z veseljem. Navsezadnje smo mi še vedno otroci socializma... Ker včasih nismo imeli toliko izbire,

nas sedaj ta ogromna ponudba navdušuje in se pač prepustimo. Sej če mi nakupovanje ne bi bilo všeč, potem ne bi hodila toliko v trgovino.

Kako pogosto pa se odpraviš po nakupih?

Ja mislim, da kar vsak dan.

Kaj pa najraje nakupuješ?

Hrana me toliko ne zanima, zato pogledam kakšno majčko in take stvari. Na koncu kar vse skupaj namečem not, čeprav podzavestno vem, da ne rabim. Če bi sedaj nehala nakupovat, imam oblek še za pet življenj.

Nakupuješ bolj zase ali tudi za druge?

Zase in za druge. Si mislim, da bo mogoče komu to prišlo prav. Sej v tistem trenutku se zavedam, da je kar neki, ampak se mi vseeno zdi fajn. Kar tako. (smeh)

Kako običajno nakupuješ? Sama, s prijatelji...

Ne, ne, ponavadi sama.

Pa komuniciraš z osebjem v trgovini ali se raje sama znajdeš?

Ne, ne, ne. Včasih kaj vprašam, ampak načeloma nočem, da mi oni kaj težijo.

Meniš, da obvladaš nakupovanje, da si izkušena nakupovalka?

Ja, ja, poznam pa res vse. Ponudbo, cene itd. Mene pa res ne morejo zafrknit. Imam res vse poštmano, vem kje je kaj in po kakšnih cenah.

Kako se počutiš ko nakupuješ?

Ja, deset minut v redu, potem pa pridem domov in vidim, koliko stvari sem nabrala, ki jih sploh ne rabim. V tistem trenutku postanem malo jezna, ker pomislim: »Kaj sem vlačila vso to kramo s sabo!?!« V bistvu pa hkrati vem, da jutri bom šla še enkrat in naredila isto. Včasih si že v trgovini rečem: »Ma dej Katja, sej nisi zadnjič v življenju v trgovini, bejži domov!« Ampak vseeno... (smeh)

Torej praviš, da se ti vsak dan dogaja, da kupiš nekaj, česar sprva nisi načrtovala?

Ja, ja. In potem pridem domov in vidim, da mi ne rabi. Dobro, sej na koncu tako ali drugače že nekje konča.

Predstavljaš si, da v izložbi vidiš nekaj, kar ti je zelo všeč, pri sebi pa nimaš dovolj denarja za nakup. Kaj narediš?

Ojoj, to se mi včasih zgodi, ampak v bistvu nikoli za tiste stvari, ki bi jih zares rabila. Zato potem, ko pridem iz trgovine, itak pomislim, da pa tega sploh ne rabim.

Ti ni žal, da niso mogla opraviti nakupa?

Ne, kar hitro pozabim na to.

Kateri dejavniki najbolj vplivajo na tvoje nakupe? Osebni okus, cena, oglasi...

Jaz sem bolj vizualni tip – zagledam nekaj v trgovini in si mislim, kako je fajn. Mogoče mi podzavestno ostane kej od oglasov, ampak v glavnem sledim trenutnemu instinktu. Kupim tisto, kar mi je v tisti sekundi všeč. V trgovino se nikoli ne odpravim z načrtom, kaj bom kupila. Padam bolj na to, da mi neka stvar reče: »Poglej me! Al nekaj takega...«

Ceno pogledaš? Ima pomen?

Ja, ja. Ponavadi si hočem nekaj kupit, ampak ne za vsako ceno. Če vidim, da je predrago, jih pošljem nekam in pač ne vzamem.

Se ti med nakupovanjem kdaj zgodi, da izgubiš občutek za čas in porabiš več časa, kot si ga nameravala?

Ja, to ja. Pridem notri, da bom na hitro opravila, potem pa kar neki zablužim med policami. Kakšnih petnajst minut ali pol ure, več pa ne. Ker če je predolgo, se pa naveličam. Ko dobim svojo dozo, mi je dovolj in grem domov.

Se ti pogosto dogaja, da nekaj kupiš, potem pa na to stvar popolnoma pozabiš in ostane doma neuporabljena?

Ja. Povlečem nekaj iz omare in se kar čudim, kaj imam.

Zakaj misliš, da se to zgodi?

Zato, ker je bila takrat to umetna želja. Očitno tega nisem potrebovala.

Kako se počutiš, ko to ugotoviš?

Nič posebnega. Nisem jezna in se ne sekiram zaradi tega. Začnem pa razmišljati, komu jo bom dala oziroma jo vržem v tisto kanto za rdeči križ.

Kaj meniš o razprodajah in popustih?

Menim, da je na razprodajah še vedno vse predrago. Realna cena proizvodnje je še vedno veliko nižja od tiste, ki je na popustih. Oni imajo še zmeraj zelo visok dobiček. Imam občutek, da nas prav vlečejo za nos.

Kljub temu kupuješ na razprodajah?

Zelo malo. Če slučajno pač najdem nekaj, kar mi je všeč. Ne kupim pa samo zato, ker ima znižano ceno. V bistvu skoraj nikoli ne kupujem na razprodajah, tudi zato, ker se mi ne da gužvati.

Kakšna oblika nakupovanja ti je najboj všeč? Sprehod po trgovinah, prek interneta, prek katalogov...

Samo po trgovinah, ker edino tako me nekaj pritegne. Vidim, mi je všeč in takoj vzamem.

2. TEMA – FINANCE

Kako najpogosteje plačuješ nakupe? S kartico, z gotovino...

V glavnem s karticami. Sicer tudi z gotovino, ampak ne tako pogosto, ker v tem primeru dejansko vidiš znesek in te boli srce, ko moraš dati toliko denarja. Pri kartici pa je vse bolj abstraktno in gre plačilo skoraj mimo tebe. Sej vem, sej v tem je ravno finta.

Če ti na koncu meseca ostane še kaj denarja, ga shraniš ali si privoščiš kupiti nekaj novega?

Sploh nikoli ne razmišljam o tem. Jaz pač nadaljujem svojo rutino, delam vse bolj impulzivno, instant.

Kako bi ocenila svoje trenutno finančno stanje? Si zadovoljna z njim?

Pri nas imamo skupne finance, vsa družina. In ja, kar v redu je.

Torej obvladuješ izdatke?

Ja. Nikoli ne bi naredila nekih dolgov ali pa da bi šla čez limit. Zelo pazim in imam vse pod kontrolo. Če vem, da ne smem več zapravljati, me čisto nič ne more poklicati s police.

Se ti je v preteklosti kdaj zgodilo, da si imela finančne težave, ker si nakupila več, kot si si lahko privoščila?

Ne! Kje pa!

3. TEMA – SPLOŠNO

Lahko opišeš svoj vsakdanjik?

Zjutraj vstanem, popijem kavo, preberem vse časopise, malo pospravim, grem v trgovino, skuham kosilo, spet berem in če dobim kakšno dobro zamisel, jo zapišem. Potem se še ogromno sprehajam in malo gledam televizijo – ampak strogo samo izbrane zadeve (poročila, dokumentarne in izobraževalne oddaje, ne-ameriške filme ipd.). Se ne obremenjujem preveč, ker itak moram priti še malo k sebi zaradi bolezni...

Kaj pa je bilo, če smem vprašati?

Prebolela sem kar hudega malignega raka. To stopnjo, ki sem jo imela jaz, običajno noben ne preživi. Prestala sem dokaj težko operacijo in močna zdravila, tako da moram res imeti nekega hudiča v sebi.

Če bi se morala opisati, kakšne besede bi uporabila?

Zelo sem dvojna. Sem izredno racionalna, kritična, hladna, ampak po drugi strani pa sem hipersenzibilna in neverjetno intuitivna. Včasih se zaradi te dvojnosti še sama sebi čudim. Je pa res, da ko tista super-racionalna polovica prevzame glavno vlogo, vse pošlihta in obrne v pravo smer.

Kaj pa zunanji videz? Si si vseč ali bi morda rada kaj spremenila na sebi?

Normalno, da bi vsak rad imel deset let manj, ampak staranje je pač del življenja. Ni hujšega od tistih, ki se toliko popravljajo, da se potem niti smejeti ne morejo več. Časa itak ne moremo ustaviti, premikati se moramo naprej z njim. In namesto, da bi ljudje to sprejeli, jih je strah. In ravno na tem strahu gradijo marketinške strategije – ponujajo ti zadeve, ki olajšajo ta strah in navidezno rešijo tvoje probleme (seveda v zameno za določen denar, itak). Neprestano te strašijo in te delajo dovzetnega za njihove izdelke.

Se ti zdi pomemben zunanji videz človeka?

Seveda je. V današnji družbi je pač tako in ogromno ljudem to veliko pomeni. Nič nimam proti, če se nekdo ureja, če hodi v telovadnico, če si vsaka dva tedna naredi lifting... Ampak se mi zdi, da ni hujšega, če nekdo konstantno živi z idejo, da je napačen.

Lahko opišeš družino, v kateri si odraščala?

Bila je zelo posebna. Nismo bili klasični, formalni. Imeli smo ogromno, preveč svobode in nobenih pravih obvenosti. Oba starša sta bila profesorja in sta delala z mladimi. Ko sem vstopila v svet, sem se čudila, kako so nekateri lahko tako omejeni. Udarila sem ob družbene norme in pravila, ki jih nikakor nisem mogla razumeti. Sem imela pač probleme, ker sem bila preveč svobodomiselna.

Kakšni pa so bili vaši odnosi med sabo?

V redu, ker smo bili vsi bolj individualisti, vsak je bil čudak zase.

V primerjavi s tvojo sedanjo družino ozioma s tvojim sedanjim življenjem?

Jaz sem bila do svojih otrok veliko bolj stroga. Postavljala sem več pravil, ravno zaradi tega, ker sem videla, da self-service sistem ni dober. Jaz sem trdna osebnost in sem se uspela kontrolirati, ampak nikoli ne veš, kam te lahko odnese.

Katere stvari najbolj ceniš v življenju? Katere stvari so tiste, ki so zares pomembne – tiste, ki pripomorejo k temu, da je človek srečen in zadovoljen?

Zdi se mi, da je v današnjem svetu velika kriza, in sicer kriza etike. Današnja etika in nepravilnost me strašno motita. Ne moreš imeti petsto ultra bogatašev in hkrati skoraj celo Afriko, ki umira. Ljudje vedno bolj silijo v individualizem, egoizem in tekmovalnost. To ni zdravo.

Bi kljub temu zase lahko rekla, da si srečna?

Ne, nisem srečna, sem pa mirna. Problem je ta, da ko ti stvari končno postanejo jasne in si najbolj moder, takrat umreš. Starejši kot si, boljše razumeš svet, ampak hkrati si vedno bliže koncu. In ko na koncu vidiš, da je itak vse skupaj brez zveze in se s tem sprijazniš in si zadovoljen, umreš.

Misliš, da bi bilo tvoje življenje boljše, če bi imela določene stvari, ki jih trenutno nimaš?

Ne. Bilo bi drugačno, ampak ne boljše. Ker itak ti si ti, zunanji svet te ne more spremeniti. To, da bi bilo naše življenje boljše, če bi imeli določene stvari, je samo iluzija. Štos sploh ni v tem.

Kako si predstavljaš svojo prihodnost?

Sploh se ne ubadam s prihodnostjo. Delam na principu iz danes na jutri. Vse skupaj bolj doživljam v sebi in se mi zato niti ne da več toliko družiti z ljudmi, me ne zanimajo več, me dolgočasijo.

Če bi lahko kaj spremenila, kaj bi naredila?

Ma nič, mogoče bi šla za ene dve do tri leta v tujino.

PRILOGA D: INTERVJU Z BARBARO

1. TEMA – NAKUPOVANJE

Nakupovanje je v današnjem času ena najpogostejših dejavnosti, s katerimi se ljudje vsakodnevno ukvarjajo. Kakšen je tvoj odnos do nakupovanja?

Ne nakupujem rada, ker imam malo denarja in moram stiskati.

Kaj pa, če bi imela več denarja?

Seveda, potem pa ja. Kupila bi marsikaj, kar rabim.

Kaj na primer?

Mah, na primer ene nove klaviature.

Torej znaš igrati?

Ne, se pa učim...

Kaj pa na splošno najraje nakupuješ?

Če si lahko privoščim, potem kakšen pulover ali pa kakšno majčko. Ampak še to bi bilo boljše, da ne bi, ker se potem takoj pozna in moram stiskati na hrani. Drugače pa

kupujem stvari za ročna dela, ker rada pletem goblene. Včasih tudi kakšnega prodam in nekaj zaslužim.

Kako pogosto se odpraviš po nakupih?

Kadar je nujno nakupiti hrano. In to tam, kjer je najbolj kvalitetna in najbolj poceni.

Kako pogosto pa kupuješ ostale stvari, ki niso hrana ipd.?

Ah, kadar se kaj rabi. Tudi vsak dan, če je treba. Recimo zadnjič sem kupila en lonec, ki kuha, mesi, peče, reže, miksa... Skratka take osnovne zadeve. Da si vsaj za jest lahko pripravim. Sicer je bil drag, 700 evrov, ampak je vreden tega denarja. Še dobro, da ga imam.

Vidim, da imaš poleg tega še kar nekaj kuhinjskih aparatov vseh vrst...

Tisto, kar je obvezno, če hočeš sploh kaj skuhati.

Aha, razumem. Kdaj pa se najraje odpraviš po nakupih?

Sploh ne grem. Če sem brez denarja, ne grem nikamor. Drugače pa po prvem, ko dobim penzijo.

Greš raje, ko si dobre volje ali ko si slabe volje?

Veš, da grem raje, ko sem dobre volje. Ker če sem slabe, si mislim, da bom preveč potrošila in je vse skupaj še slabše.

Med nakupovanjem komuniciraš z osebjem ali se v trgovini raje sama znajdeš?

Jaz grem v glavnem v samopostrežne trgovine in če kaj ne vem, vprašam.

Se ti zdi, da obvladaš nakupovanje oziroma da si izkušana nakupovalka?

Jaz mislim, da ja.

In kako se počutiš, ko nakupuješ?

Nič posebnega. To jemljem kot nujnost, da si pač priskrbim stvari, ki jih rabim.

Se ti pogosto dogaja, da kupiš nekaj, česar sprva nisi načrtovala kupiti? Na primer, da zagledaš neko stvar in si v tistem trenutku rečeš: »To pa moram imeti!«

Ja. Ko pridem v trgovino, vem, kaj imam za kupit, potem pa zagledam še druge stvari, ki mi doma manjkajo. In pač vzamem...

Predstavljaš si, da v izložbi vidiš nekaj, kar ti je zelo všeč, pri sebi pa nimaš dovolj denarja za nakup. Kaj narediš?

Ah, če se mi zdi, da nujno rabim, potem grem po denar oziroma prišparam pri čem drugem, da si lahko to privoščim. V nasprotnem primeru pač ne kupim. Ampak trenutno niti ne hodim veliko okoli in ne gledam po izložbah, ker če ne zmeraj kaj zapravim.

V bistvu se zavedno izogibaš trgovin, ker veš, da se ne boš mogla upreti skušnjavi?

Mah, ne vem, recimo, da ja. Zadnjič sem videla ene lepe škornje in sem jih vzela... Ampak samo zato, ker so me bolela stopala in sem nujno rabila nove. Tako da sedaj imam udobne in mehke čevlje.

Kateri dejavniki najbolj vplivajo na tvoje nakupe? Osebni okus, cena, oglasi...

Osebni okus, cena in kvaliteta. Oglasom sploh ne šmirglam. Ti povem, da že tri leta nisem kupila nič kej takega!

Smem vprašati, kaj pa si nazadnje kupila?

Nazadnje? Hmm...mislím, da je bil solarij.

Se ti med nakupovanjem kdaj zgodi, da izgubiš občutek za čas in porabiš več časa, kot si nameravala?

Niti ne. Običajno se mi nikamor ne mudi.

Se ti je kdaj zgodilo, da si nekaj kupila, potem pa na to stvar popolnoma pozabila in je ostala doma neuporabljena?

Moja omara je polna oblek, starih tudi deset, petnajst, dvajset let, ki so mi premajhne. Sem pomislila, da bi jih dala stran, ampak je dosti takih, ki jih bom mogoče še lahko oblekla, ko bom shujšala. So lepe stvari, ki sem jih kupovala, ko sem imela več denarja, ko je bila moja mama še živa. Takrat sem tudi imela tak posel, ko sem hodila okoli direktorjev in sem morala biti lepo oblečena, čista in urejena. Je pač moralo biti tako in tudi možnost je bila, ker je bilo nekaj več denarja.

Kakšna oblika nakupovanja ti je najbolj všeč? Sprehod po trgovinah, internet, katalogi...

V glavnem kupujem prek katalogov, ker v trgovinah nimajo nič kej takega. Pa še vse je zmečkano in totalno nekvalitetno.

Torej daš na kvaliteto?

Ja, da izgledaš urejen in čist! Ne pa kot kakšen capin.

Kaj pa misliš o televizijskih prodajah? Si že kdaj kupovala na ta način? Top Shop ipd.?

Ja, ja. Po Top Shopu sem tudi pred leti kupovala. Kupila sem masažno blazino, kremo za gube za mamó (to sem večkrat naročila) in še par drugih stvar – zdaj se ne spomnim točno kaj. To je tako, da ti dajo na probo, in če si zadovoljen, kupiš. Lahko pa tudi vrneš...

Si ti tudi kdaj kaj vrnila?

Ja, sem, ker ni ustrezalo tistemu, kar je bilo na sliki.

Kaj pa meniš o razprodajah in popustih? Kupuješ ob takih priložnostih?

Če sem ravno tam naokoli, potem si grem malo pogledat. In če mi je nekaj všeč in če mi je prav, potem kupim.

Aha, torej...

Ampak drugače ne kupujem nič. Redko kdaj kakšno majčko, ker se pač hitreje zrabijo in je potem treba zmeraj nabaviti kakšen nov kos.

2. TEMA – FINANCE

Kako najpogosteje plačuješ nakupe? S kartico, z gotovino, s čeki...

S čeki plačujem zavarovalnico, za vse drugo pa uporabljam kartico.

Kakšno kartico pa? Debetno ali kreditno?

Ovisno. Če imam na računu denar, potem z debetno. Če pa je račun prazen, potem s kreditno. Gotovine pa itak nimam nikoli pri sebi, ker jo takoj porabim in mi potem ne ostane nič.

Če ti konec meseca ostane še kaj denarja...

Mi ne ostane. Komaj pridem skozi, ko plačam položnice, kupim hrano, obleke, čevlje in kakšen cigaret.

Predpostavljajmo, da ti slučajno kaj ostane. Ga shraniš ali privoščiš kupiti nekaj novega?

Pustim pri miru.

Se ti je kdaj zgodilo, da si imela finančne težave?

Si jih ne morem niti privoščiti, ker se zavedam, da se nimam na koga obrniti in da sem kreditno nesposobna. Sem konstantno na minimumu.

Si si morala kdaj sposoditi denar?

Na banki sem vzela že en kredit. Pa tudi limit imam.

Kaj pa od prijateljev ali sorodnikov?

Ne, si ne sposojam od nobenega nič. Včasih mi je mama posodila kaj malega, ampak sem ji vse sproti vrnila.

3. TEMA – SPLOŠNO

Lahko opišeš svoj vsakdanjik?

Ukvarjam se z ročnimi deli, grem malo ven na zrak, če je treba, grem v trgovino...

Rada gledaš televizijo?

Ne, raje imam radio. Poslušam glasbo, poročila, to je še najboljše.

Če bi se morala opisati, kakšne besede bi uporabila?

Jaz?! Pojma nimam!

Recimo, da bi morala uporabiti tri besede za opisati svoj karakter.

Kako bi se jaz opisala? V prvi vrsti bi rekla, da sem dovolj skromna, dovolj ustvarjalna in dovolj spretna, da samo od svojega preživim.

Kaj pa zunanji videz?

Jaz mislim, da sem dovolj čista in dovolj urejena. Včasih še preveč, glede na to, kakšni so drugi ljudje, ki jih srečaš.

Se ti zdi pomemben zunanji videz pri človeku?

Seveda! Moraš biti urejen in čist ne glede na finančne zmožnosti. Vodo in elektriko imamo vsi, tako da se lahko operemo in umijemo. Nekaj osnovne kozmetike mora biti, sej se jo da dobiti tudi zelo poceni – deodorant za en evro, krema za dva evra... Je dobro iti malo po trgovinah, da vidiš, kako lahko preživiš, ko imaš najmanj. Jaz mislim, da je lahko vsak dovolj čist in urejen, tudi če ni umetniško dotiran.

Lahko opišeš družino, v kateri si odraščala?

Urejena, skoromna, delovna.

Kakšni so bili odnosi s starši?

V redu.

V primerjavi s tvojim sedanjim življenjem?

Sedanjim? Jaz se v bistvu že zmeraj prehranjujem tako, kot smo se vedno. Drugače sem pa sama in kaj naj ti še rečem?

Dobro. Katere stvari najbolj ceniš v življenju?

Poštenost.

Poleg tega, za katere stvari bi rekla, da so zares pomembne – tiste, ki pripomorejo k temu, da je človek srečen in zadovoljen?

Mora imeti urejen dom, družino. In to urejeno, pošteno, kulturno.

Bi zase sedaj lahko rekla, da si srečna?

Mah, srečo najdeš vsepovsod. Kaj dobrega narediš... Drugače pa jaz posebne sreče nimam, je preveč slabega na tem svetu. Je preveč slabih ljudi, ki vplivajo na to, da drugi ne morejo biti srečni.

Se ti zdi, da bi bilo tvoje življenje boljše, če bi imela določene stvari, ki jih sedaj nimaš?

Če ne bi bilo terorizma in toliko hudobije.

Kaj pa, če gledaš v nekoliko ožjem krogu, torej konkretno tiste stvari, ki se tičejo tebe?

Seveda bi bilo marsikaj boljše, če bi imela višjo penzijo.

Kako si predstavljaš svojo prihodnost? Imaš kakšne strahove?

Kako si predstavljam prihodnost? Sedaj imam 56 let in si želim samo to, da bi bila dovolj zdrava in da bi mi zneslo imeti lepšo starost, kot sem imela do sedaj življenje.