

Katarzyna Kucewicz

Psycholog, psychoterapeutka, autorka książki „Zakupoholizm”

Biopsychospołeczne uwarunkowania zakupoholizmu

Zakupoholizm charakteryzuje się specyficznymi cechami, które definiują jego powstawanie. Aby wyjaśnić istotę tego uzależnienia, warto przyjrzeć się trzem możliwym przyczynom jego występowania i intensyfikacji – czynnikom biologicznym, psychologicznym i społecznym.

W społeczeństwie pokutuje przeświadczenie, że zakupoholizm bierze się ze snobizmu i braku zainteresowań. Zarzucany wyłącznie zamożnym, znudzonym życiem kobietom jest raczej powodem do drwin i żartów niż do wzbudzenia refleksji na ten temat. Czasem nawet psychoterapeuci, pamiętając, że uzależnienie należy traktować jako najważniejszy problem do przepracowania na początku terapii, w tym przypadku tracą czujność i zostawiają problem zakupów „na deser”, skupiając się na innych bolączkach pacjenta. A przecież każda praca terapeutyczna z klientem powinna się zaczynać od przyjrzenia się i pokonania największych trudności – w tym wszelkich nałogów. Dlaczego zatem zakupoholizm traktuje się jako problem mniejszej wagi?

Często dyskutując na temat uzależnień, staramy się załagodzić nasze wypowiedzi, by nie mówić wprost, że nałóg to choroba, czasem nawet śmiertelna. Z nadmiernymi zakupami jest odwrotnie, w tym przypadku lepiej nazywać rzeczy po imieniu, by podkreślić wagę tematu. Od lat staram się walczyć z lekceważącym stereotypem uzależnienia od zakupów i w tym artykule również chcę podkreślić, że zarówno przyczyny, jak i skutki zakupoholizmu są poważne, wielopłaszczyznowe i nie do końca zbadane, przez co groźne.

Mimo wciąż podejmowanych prób znalezienia konkretnego powodu, dla którego jedni ludzie popadają w uzależnienie od zakupów, a inni nie, nadal naukowcom i badaczom, nie udało się tego jednoznacznie zdefiniować.

Warto wyjaśnić, dlaczego istotne jest skupienie się na zawartym w tytule pojęciu „biopsychospołeczne”, które zawiera w sobie aż trzy możliwe przyczyny występowania zakupoholizmu

– biologiczne, psychologiczne oraz społeczne. I nie jest prawdą, iż zakupoholizm jest w zasadzie taki sam jak inne nałogowe czynności, a różni się jedynie bodźcem, wobec którego się uzależniamy. Jako odrębne z uzależnień od czynności charakteryzuje się bowiem specyficznymi cechami, które definiują jego powstawanie.

Czynniki biologiczne

Czynniki biologiczne nie są zbadane w kontekście stricte zakupoholizmu, ale oczywiście gros teorii wskazuje, że zakupoholizm dotyka osoby mające problemy z przepływem dopaminy¹. Neuroprzebieg, jakim jest dopamina, bezpośrednio wpływa na istniejący w mózgu układ nagrody. Układ ten definiuje nasze poczucie zadowolenia i radości z wykonanej czynności. Spokojne czytanie tego artykułu w zaciszu domowym może dawać np. 50% wzrostu dopaminy, czyli przyjemności i nagrody, zjedzenie smacznego dania 100% wzrostu, a zakupy dla zakupoholika to już 1000% nagrody i silny skok dopaminowy. Innymi słowy jest to euforyczność nieporównywalnie większa niż inne aktywności, a przez to bardzo przez organizm pożądana. Pozytywne, czyli „nagradzające” działanie zakupów (dla kogoś, kto je lubi) jest najbardziej prawdopodobnym mechanizmem odpowiedzialnym za powstawanie uzależnienia. Odgrywa też pewną rolę w utrzymywaniu uzależnienia oraz w jego nawrotach, ponieważ człowiek co pewien czas pragnie odczuwać skok dopaminowy, ale niestety tolerancja organizmu się zwiększa i po jakimś czasie to, co kiedyś było zakupowym hajem, teraz może być niewystarczające, dlatego też szuka on coraz silniejszych podnieć, np. robi coraz bardziej kosztowne zakupy, nie zważając na topniejący budżet. Udowodniono bowiem, że oddziaływanie na określone

ośrodku i szlaki neuronalne w mózgu wywołuje pozytywne, subiektywnie przyjemne odczucia, które prowadzą do powtórzenia bodźca.

Dopamina zatem (a raczej jej skoki) sprawiają, że osoba uzależniona od kupowania, dla której posiadanie ma wyjątkową wartość, będąc w sklepie stacjonarnym lub internetowym, odczuwa silną euforię, podobną do tej, jaką odczuwa się np. podczas orgazmu (choć większość pacjentów twierdzi, że jest to o wiele przyjemniejsze doświadczenie).

Co ważne, gdy dopamina przestaje być pobudzana (bo np. osoba postanawia zerwać z nałogiem), w jej miejsce organizm produkuje kortyzol, czyli hormon odpowiedzialny za stres. Dlatego wychodzenie z nałogu jest tak trudne i dla wielu osób mocno stresujące.

Czynniki społeczne

Czasami może nasunąć się pytanie, dlaczego jednej osobie zakupy podwyższają poziom dopaminy o 100%, a drugiej o 10% albo mniej? Jest to uwarunkowane między innymi czynnikami społecznymi.

Zakupoholizm ma bardzo silne ugruntowanie w społeczeństwie i w kulturze, zwłaszcza w dzisiejszych czasach, zdominowanych przez konsumpcjonizm. Dla wielu ludzi posiadanie dóbr luksusowych jest wartością, ponieważ pozwala na zdobycie wysokiej pozycji w hierarchii społecznej. To nabywanie dóbr decyduje o tym, w jaki sposób postrzega nas otoczenie i jakie miejsce zajmujemy w danej grupie towarzyskiej; decyduje też o naszej atrakcyjności jako partnerów seksualnych czy przyjaciół. Mogłoby się wydawać, że w ten sposób przedstawiam perspektywę młodzieży szkolnej, bo to głównie adolescentenci cenią dobra materialne i nadają im wartość duchową, ale niestety tak nie jest. Okazuje się, że to właśnie osoby dorosłe cierpią dziś na obsesję ekskluzywności, nowości czy też oryginalności. „Posiadane dobra są przedłużeniem nas samych. (...) Poprzez posiadanie sygnalizujemy nasz status i naszą tożsamość” wyjaśnia brytyjski psycholog Bruce Hood z Uniwersytetu w Bristolu, na łamach czasopisma „Nature”². Hood podkreśla, że już dwulatki kłócą się ze sobą o zabawki, konkludując, że generalnie różnice w zamożności nakręcają obsesję posiadania coraz lepszych, coraz bardziej pożądanых przez innych rzeczy. Patologiczną odsłoną tego pożądanego jest zakupoholizm, w którym osoba zatraca wartości duchowe na rzecz manii posiadania



Fot. Aneta Zdunek

kolejnych, niejednokrotnie niepotrzebnych rzeczy, podnoszących jej status w oczach przyjaciół, znajomych, a przede wszystkim jej samej. Ta potrzeba jest tak wielka, że przesłania często zdroworozsądkowe myślenie, które podpowiada umiar. Czemu tak bardzo chcemy imponować innym ludziom, wyróżniać się luksusem na ich tle? Odpowiedź na to pytanie możemy znaleźć w trzeciej grupie czynników – czyli w uwarunkowaniach psychologicznych.

Czynniki psychologiczne

Pomiędzy psychologami a psychiatrami od lat toczy się spór o przysłowiowe jajko i kurę, o to, co było pierwsze: czy to zmiany w neuroprzekaznikach prowadzą do pojawiania się potrzeb emocjonalnych, czy odwrotnie – to potrzeby emocjonalne wpływają na zmianę funkcjonowania neuronów. Jedno jest pewne – i jedno, i drugie wpływają na to, jak bardzo zakupoholizm może być groźnym zaburzeniem.

Czynniki psychologiczne dają odpowiedź na pytanie, dlaczego człowiek chce „mieć”. Ale nie jest to odpowiedź prosta i jednoznaczna, bowiem istnieje wiele możliwości interpretacji. Z całą pewnością wiadomo, że zakupoholicy już od dziecka charakteryzują się niską samooceną, a zakupy mają za zadanie ją podnieść³. To niskie poczucie własnej wartości bierze się z niskiego statusu społecznego rodziny albo z destrukcyjnych wpływów wychowania, albo z doświadczania sztywnych rówieśniczych, z powodu ubóstwa

czy cech fizycznych, np. otyłości, koloru skóry, koloru włosów, wady wzroku. Osoba stale poddawana szykanom schematycznie i automatycznie przyjmuje postawę ofiary na przestrzeni całego swojego życia, ma wewnętrzne przekonanie, że naprawdę mniej znaczy, bo jest nie dość dobra i obsesyjnie pragnie to zmienić. Przez to jednak, że nie potrafi tego zrobić rozsądnie (np. przy pomocy terapii), próbuje otoczyć się drogiymi przedmiotami, mającymi zapewnić jej uznanie społeczne i zniwelować poczucie gorszości. Taka osoba jednak szybko zdaje sobie sprawę, że jedna czy dwie rzeczy materialne nie rozwiążą problemu, zatem gromadzi coraz więcej dóbr, całkowicie przy tym zatracając siebie.

To nie jedyna ścieżka interpretacji, bowiem w bardzo różny sposób można interpretować owo kolekcjonowanie nowych rzeczy – przykładowo jako chęć przedłużenia młodości czy poczucia stania się kimś innym niż się jest w rzeczywistości. Niektórzy nawet twierdzą, że u podstaw kompulsji kupowania stoi strach przed śmiercią i potrzeba otoczenia się rzeczami materialnymi będącymi ochroną przed tym, co abstrakcyjne, nieznanne i przerażające, czyli przed śmiercią⁴. Gdyby jednak spróbować uogólnić różne interpretacje psychologiczne, to sprowadziłoby nas to do stwierdzenia, że, tak jak w przypadku hazardu, seksoholizmu czy nawet alkoholizmu, emocjonalne źródła uzależnień tkwią w braku umiejętności radzenia sobie z przeżywaną frustracją, lękiem i rozpaczą. U zakupoholików podstawą doświadczania tej emocjonalnej triady przeważnie bywa poczucie nieatrakcyjności własnego życia i wyglądu. Ludzie kupują, by zagłuszyć depresyjność wynikającą z faktu, że nie są zadowoleni ze swojego życia, a nie mają odwagi i umiejętności, żeby je zmienić. Są głęboko zamknięci w sobie, nie wierzą w swoją siłę sprawczą, a przez to są trudnymi pacjentami w terapii, ponieważ niechętnie otwierają się przed terapeutą i pokazują swoje prawdziwe ja, bez maski doskonałości.

O ile alkoholików często cechuje ekstrawertyzm, co widać na sesjach terapeutycznych, o tyle zakupoholicy raczej niechętnie dzielą się swoimi przeżyciami. Można ich porównać do okazów muzealnych do podziwiania; otaczają się zbędnymi przedmiotami i są niechętni do zmiany, do pozbywania się, segregowania czy chociażby oddawania nabytych przedmiotów – tak, jakby zakupy były talizmanem, bez którego traci się moc.

Podsumowanie

Reasumując, określenie „biopsychospołeczne” jest niezwykle trafne, bowiem faktycznie te trzy czynniki przyczyniają się do intensyfikacji zakupoholizmu, łącząc się ze sobą i wpływając na wzajemne korelacje. W psychoterapii zakupoholizmu istotne jest, aby próbować te czynniki wyszukać, nazwać, aby klient rozumiał, na czym polega dynamika uzależnienia w jego przypadku. Czasami ludzie ze zdumieniem odkrywają, że zakupy leczą ich kompleksy, których już dawno nie ma. Przykładem może być pewna klientka, która jako dziecko przeżywała gehennę wśród rówieśników z powodu wady wymowy. Wada ta dyskwalifikowała ją jako „fajną” koleżankę. W życiu dorosłym swoją frustrację i brak zaufania do ludzi leczyła zakupami. Dopiero w markowych ubraniach czuła się wystarczająco interesująca, by zasłużyć na sympatię swoich znajomych. Sęk w tym, że już od lat nie miała żadnej wady, mówiła poprawnie i co więcej – miała zupełnie nową grupę przyjaciół. Jej lęki były zatem stricte neurotyczne, czyli powstałe na skutek przeżyć emocjonalnych z przeszłości, oparte na wspomnieniach. Lęki te nie były osadzone w rzeczywistości, nie były reakcją na aktualne wydarzenia, wyparły zdrowy rozsądek i rzeczywistość „tu i teraz”. Kiedy pacjentka uświadomiła sobie, że zakupy to dowartościowywanie wewnętrznego dziecka z wadą wymowy, podjęła decyzję o rzuceniu nałogu. Oczywiście zmiana wymagała dużo wysiłku, pojawiały się chwile zwątpienia, ale z czasem nauczyła się kontrolować swoje kompulsywne zachowania i wzięła odpowiedzialność za dbanie o swój dobrostan psychiczny. Pacjentka już wcześniej próbowała ograniczyć zakupy, lecz dopiero dotarcie do sedna problemu i zrozumienie osobistych przyczyn kompulsji pozwoliło jej na odzyskanie wewnętrznej kontroli.

¹ Osoby, które chcą więcej wiedzieć na temat biologicznych podstaw uzależnień, odsyłam do lektury wyników badań dotyczących uzależnień w kontekście genetycznym, w: Longstaff A., *Neurobiologia. Krótkie wykłady*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

² Cały artykuł dostępny na: <http://www.nature.com/news/make-recycled-goods-covetable-1.19592>

³ Ciekawe badania na ten temat opisał prof. Varun Sharma na łamach czasopisma „Delhi Psychiatry Journal” w 2009 roku.

⁴ Zachęcam do lektury swojej książki „Zakupoholizm”, gdzie wyjaśniam dokładnie wszystkie powody emocjonalne napadowego kupowania.