I BISOGNI INDOTTI

Alcuni bisogni sono creati dal processo consumistico mediante i canali della pubblicità e della moda (*bisogni indotti*): non riguardano beni necessari ma oggetti percepiti come tali per raggiungere un determinato status, come il possesso di un televisore (preferibilmente di ultima generazione), dello scooter o dell'automobile, del telefono, di pelletterie o abiti conformi alla moda, ecc. reputati fondamentali per il soddisfacimento di alcuni bisogni sociali.

Per la mentalità consumistica sono essenziali l'esistenza e il mantenimento di un contesto economico efficiente e in continua crescita, per garantire la continuazione infinita degli scambi, e quindi dei consumi, e quindi delle possibilità produttive: interrompendo la catena di scambi, consumi e produzione, rischia di essere compromesso e danneggiato l'intero sistema di vita.
Il sistema consumistico richiede dunque una continua espansione, e questa negli ultimi decenni del '900 ha comportato un ampio mutamento di molti aspetti della vita e dell'organizzazione sociale.
Pensiamo che si possa addirittura parlare di un'"**epoca del consumismo**" contrassegnata dalla centralità culturale e sociale dell'economia.
Proviamo a fornire un elenco dei principali mutamenti dell'"epoca del consumismo":
· un impiego più vasto e articolato della tecnologia nella produzione: si producono quindi più beni, ma con manodopera e costi di produzione inferiori;
· una crescita dei nuovi settori produttivi, per far fronte ai nuovi bisogni (soprattutto indotti) della popolazione;
· una necessità di organizzare il lavoro mediante la programmazione produttiva condotta con criteri scientifici;
· un'accelerazione dello scambio di informazioni soprattutto grazie alla televisione, all'informatica e alla telematica;
· una crescita dell'interdipendenza tra i settori della vita sociale e tra gli stati: una scelta che si opera in un settore o in un paese influisce anche sugli altri settori o paesi della terra ("planetarizzazione del globo" o "globalizzazione");
· una maggiore disponibilità di beni e servizi, accompagnata dalla crescita del benessere, evidente soprattutto se messa a confronto con il tenore di vita delle generazioni precedenti;
· un soddisfacimento dei "bisogni primari" e "secondari" per la maggioranza della popolazione dei paesi che hanno adottato questo sistema;
· produzione apposita, nascita e crescita di "bisogni indotti" o superflui tramite la propaganda pubblicitaria dei "mass-media" che fa uso di conoscenze psicologiche per rendere più efficace la sua opera di persuasione degli individui;
· aumento del lavoro necessario per soddisfare i nuovi bisogni ("stiamo meglio ma lavoriamo di più").

Spesso il desiderio di ciò che non hai non ti permette di godere ciò che possiedi
proverbio cinese

DIPENDENZA DA SHOPPING O SHOPPING COMPULSIVO

CHE COS'E'



Lo shopping compulsivo è un comportamento di acquisto guidato da un impulso urgente e irresistibile a comprare, che seppure riconosciuto eccessivo da chi lo mette in atto, viene ripetuto fino a che determina effetti dannosi per l'individuo e per le persone a lui legate.

Il comportamento è quindi mantenuto nonostante gravi conseguenze personali e innumerevoli tentativi fallimentari di controllarlo e porvi fine.

Le problematiche che seguono al comportamento di shopping compulsivo sono sentimenti di colpa, vergogna, umiliazione, problemi di salute, problemi familiari, lavorativi, legali e finanziari.

L'individuo colpito può non vedere inizialmente il comportamento come un problema ma, principalmente, come un sollievo immediato da ansia e stress emotivo e come fonte di gratificazione personale. Proprio questa apparente ricompensa iniziale rinforza il comportamento, determinando, poi, processi compulsivi e ripetitivi.

Lo shopping compulsivo è utilizzato come un rimedio contro il senso di vuoto e la depressione, è un tentativo della persona di regolare i propri affetti.

Il disturbo presenta diversi aspetti riconducibili ad altre patologie già chiaramente classificate quali la depressione, i disturbi d'ansia ,tra i quali il disturbo ossessivo compulsivo, e il disturbo del controllo degli impulsi.

La nota scrittrice Sophie Kinsella ha trattato questo problema in chiave ironica nei suoi ultimi romanzi "I love shopping", "I love shopping in bianco", I love shopping con mia sorella" ecc.

Criteri diagnostici per la dipendenza da shopping

Secondo L. Koran, Professore di Psichiatria della Stanford University School of Medicine e Direttore della Clinica per i disturbi ossessivi compulsivi, lo shopping compulsivo si configura come un disturbo del comportamento quando si verificano queste condizioni:

• quando il denaro investito per lo shopping è eccessivo rispetto alle proprie possibilità economiche;

• quando gli acquisti si ripetono più volte in una settimana;

• quando gli acquisti perdono la loro ragione d'essere: non importa che cosa si compri, se abiti, CD, profumi, lampade o prosciutti; ciò che conta è comprare, soddisfare un bisogno inderogabile e imprescindibile che spinge a entrare in un negozio e uscirne carichi di pacchi;

• quando lo shopping risponde a un bisogno che non può essere soddisfatto, per cui il mancato acquisto crea pesanti crisi di ansia e frustrazione;

• quando la dedizione agli acquisti compare come qualcosa di nuovo rispetto alle abitudini precedenti.

Al primo posto tra gli oggetti della "febbre da acquisto", per quanto riguarda le donne, ci sono i capi d'abbigliamento, seguiti da cosmetici, scarpe e gioielli: tutti elementi riconducibili all'immagine. L'uomo, invece, predilige simboli di potere e prestigio come telefonini, computer portatili e attrezzi sportivi.