

## И СУЗЕ И СМЕХ ЗБОГ ПОКЛОНА

# Купи, купи, купи!

**Професор психологије на Универзитету у Кенту сматра да треба да откријемо на који начин на нас делује куповина да бисмо следећи пут, у време празника, могли да се носимо с том обавезом**

За неке особе претпразничне куповине су права дивота. Има свакако и оних који кажу да је новогодишња трка за поклонима прави пакао. Али, извесно је да начин на који се обавља куповина говори о особи која се упушта у тај подухват. Сад кад је узбуђење око куповине иза нас, можемо да размислимо о томе како смо се понашали током тих претпразничних дана, али и да се сетимо оних који нису могли ништа да купе ни себи ни другима. А нису ни од кога ни примили поклон... Како, дакле, на нас делују окићене продавнице, рекламе којима готово не можемо да одолимо? Купи, купи, купи! – поручују са свих страна. У новинама, на телевизији, па чак и у поштанском сандучету. А све цене су наводно ниже... Да ли нас ти позиви узнемиравају? Да ли нас надахњују или можда растужују? Куповина и човекове особине



Ново истраживање људског понашања и емоција у време празника – Нове године и Божића – показује да куповина открива неке важне особине човека. Пол Албанезе, психолог, професор Универзитета у Кенту, бавио се управо овом појавом: новогодишњим „купохоличарским“ страстима и о томе објавио научну студију. Кад је реч о куповини, професор Албанезе издвојио је четири типа личности: нормални, неуротични, психотични и компулзивни. Према мишљењу професора Албанезеа, треба доћи до закључка ком типу личности припадамо (кад је реч о куповини у посебним приликама), јер ће нам онда бити лакше да се следећи пут ухватимо у коштац с куповином. Нормални тип купца води рачуна да све што купи има употребну сврху, да поклон, односно купљена ствар буде корисна. Овакви људи купују ципеле, шал, телевизор... Они троше мање него што зараде и мудро штеде за нешто што им заиста недостаје. Другим речима, паметно троше свој новац и ниједна реклама не може да их збунује. Присилне радне и страствене жеље

Неуротични купац куповином заправо задовољава своје емотивне жеље. Он обожава сам чин куповине и брижљиво је планира: купује углавном шта жели. Како препознати такве купце? Лако! Они доводе до „белог усијања“ оне који су се преварили па кренули с њима у куповину без краја и конца. Уз то, неуротични купци тешко могу да се обуздају, па купују углавном оно што им није ни потребно. Компулзивни купци купују да би смањили напетост. Човек изненада осети жељу да купи нешто иако зна да му то није потребно и да је реч о присилној радњи. Стога покушава да се супротстави тој жељи неком другом присилном радњом. Али, то га толико уплаши да ипак изврши присилну радњу. Овом типу купаца припадају особе које се понашају као зависници, попут пушача који не могу да се лише цигарета. Они се најчешће стиде својих куповина, па их зато држе у тајности. На њих новогодишњи украси и окићене продавнице делују тужно, као подсетници личне слабости. У ствари, празничне куповине код њих изазивају потиштеност.

Психотични купац је или крајње узбуђен или потпуно потиштен. У тренуцима врхунског узбуђења празнична куповина за њега је најсјајнија и најлепша представа, сматра професор Пол Албанезе. Психотични купац у стању је да дође у сукоб са законом само да би дошао до предмета који је угледао и који га је опчинио. Узима га иако нема довољно новца или се, рецимо, предмет већ налази у рукама друге особе. Празничне гужве изазивају код таквих људи својеврсну психозу. Кад им неко пред носом уграби жељену ствар, или кад схвате да су потрошили много више него што су имали у банци, као да са облака тресну на земљу

**Мирјана Огњановић**

**Илустровао Добросав Боб Живковић**

**НАЗАД**