



Изследователи са открили, че връзката между ниското самочувствие и материализма в никакъв случай не може да бъде наречена „косвена“. Всъщност социолозите постоянно се сблъскват с модели на поведение, в които занижената самооценка увеличава материализма, а той от своя страна допринася за увеличаване на ниското самочувствие. Изследването също така разкрива, че когато положителната оценка за личността нараства, материализмът се стопява. В началото изследването е било фокусирано върху това, как материалната култура засяга живота на децата и подрастващите.

Лан Чаплин (от университета в Илинойз) и Дебора Джон (от университета в Минесота) разкриват, че дори най-лекото укрепване на положителната самооценка драматично намалява стремежа към материализъм и от своя страна дава средства на личността да се справи с чувството за несигурност в живота.

„По времето, когато децата навлязат в ранното юношество и започнат да преживяват първите признаци на понижено самочувствие, се поставят декорите на сцена в тяхния живот, в която материалните притежания започват да играят ролята на основна стратегия за справяне с чувството за

ниско самочувствие“ - се твърди в изследването на учените.

Парадоксът, който изследвания, подобни на това, изкарват на преден план, се състои в това, че консуматорството е добро за икономиката, но лошо за отделния индивид. В краткосрочен план за икономиката е изключително добре, когато младите хора повярват, че се нуждаят от това, да сменят напълно гардероба си за следващата година. Скриятата цена, която обществото обаче плаща, е далеч по-висока от съизмеримата с доларовия еквивалент. Хората плащат с усещането си за щастие, когато повярват, че стойност-

Научно изследване твърди, че ниското самочувствие и материализмът вървят ръка за ръка

парадоксът на консуматора

та им като човешки същества се измерва с пари. Последствията за околната среда, в която живеем на земята, са също плачевни, когато презърнем материализма.

В книгата си „Happiness: Lessons From a New Science“ („Щастие: уроци от една съвременна наука“) Ричард Лейърд описва парадокса на нашия живот. Мнозинството от нас копнеят за по-големи доходи, чрез които да можем да консумираме повече. Въпреки това обаче, когато обществата забогатяват, те не стават по-щастливи. Всъщност в развития свят се срещат много по-често депресията, различните видове химическа зависимост и престъпленията, отколкото преди петдесет години. Този парадокс властва с особена сила във Великобритания, САЩ, континентална Европа и Япония.

Статистиката ясно показва, че днес хората притежават много повече, отколкото преди петдесет години, но всъщност са много по-нещастни, отколкото тогава. Вредите върху околната среда са също много по-значими днес, отколкото преди половин век. Все още не знаем какво в крайна сметка ще ни се наложи да заплатим, за да върнем качеството и щастие в живота си. Онова, което мнозина млади хора днес не

разбират, е, че ако искаме да спасим околния свят, в даден момент в близкото бъдеще ще ни се наложи да купуваме и консумираме по-малко. Например не е необходимо да купуваме толкова бутилирана минерална вода. Множество изследвания показват, че в повечето случаи тя не е по-чиста от онази, която тече от чешмите в кухните ни. Осъзнаем ли това, планините от пластмасови бутилки в страните ни ще започнат да се стопяват. Само в пластмасовите изделия около нас ненужно се прехвърлят огромна енергия и ресурси, но млади и възрастни упорито вярват, че се нуждаят от нещата, с които са свикнали всеки ден, за да изпитат удоволствие и наслада

процента намаление и ниски месечни вноски“. Това смешно изявление престава да бъде смешно, когато осъзнаем, че е истина. Единствената причина хората да желаят онова, което в момента смятат за „яко“, е, че вярват, че то ще допринесе за благополучие и щастие в живота им. Думата „вярват“ се оказва ключова. Хората вярват, че пазаруването на все повече и повече неща ще ги направи щастливи, когато всъщност социологическите изследвания отново и отново ни показват, че това просто не е истина. Онова, което със сигурност обаче можем да заявим, е, че купуването на все повече и повече ненужни вещи допринася за унищожаването на планетата, в която живеем.

Наистина, това, че един човек е осъзнал, че материализмът не носи нищо добро, няма да окаже особено голямо влияние върху света около нас, но все пак действията на този човек ще имат положителен ефект върху онези, с които той контактува. Тогава, когато цели нации започнат да осъзнават кои са митовите, с които са свикнали да живеят, индивидите в тези нации ще разберат значението на думата „щастие“.

„Сам бъди промяната, която би искал да видиш в света около теб.“ (Махатма Ганди)

„Рекламите ни карат да се втурваме към коли и дрехи, да търсим нова работа, която мразим, за да си купим боклуци, от които не се нуждаем.“

(„Боев Клуб“)

от живота си.

Както сполучливо отбелязва списание „Mad“, „Единствената причина, поради която множество семейства не са пожелали да притежават слон, е, че никога не са им предлагали да си купят слон с десет