

Шопомания - искусство красивой смерти от депрессии



Друзья шопомании

- **Шо́ппинг** (англ. *shopping*) — форма времяпровождения в виде посещения магазинов (чаще всего больших торговых центров) и покупки товаров (одежды, обуви, аксессуаров, головных уборов, подарков, косметики и т. д.)
- **Ониомания** (от греческих *onios* — для продажи, *mania* — безумие) — непреодолимое желание что-либо покупать, не обращая внимания на необходимость и последствия. Покупки становятся и отдыхом, и развлечением, и самостоятельным смыслом. В просторечии эту манию часто называют шопоманией, *шопинголизм* или *шопоголизм*.
- **Ма́ркетинг** (англ. *marketing* — продажа, торговля на рынке) — управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом.
- **Мерчанда́йзинг** (англ. *merchandising*) — часть процесса маркетинга, определяющая методику продажи товара. Слово образовано от английского *merchandise* — продвигать на рынке.

- **Брендинг** – это процесс создания бренда и управления им.
- **Брендом** определяют торговую марку, которая в глазах потребителя вбирает в себя четкий и значимый набор ценностей и атрибутов.
- **Реклама** — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
- **Нейминг** (англ. *naming*: именование) — профессиональная разработка названия. Создание оригинального названия товару, услуге или компании, позволяющее их легко узнавать и подчеркивать преимущества.
- **Паблик Рилейшнз (PR)** — это искусство формирования благоприятного отношения общественности к фирме, либо выпускаемой ею продукции.
- **Нейромаркетинг** — это сочетание науки о человеческом мозге и экономике. Он исследует мозг. А потом использует все, что происходит в человеческой голове, чтобы заставить людей больше покупать.



Еще одна болезнь XXI века

В Европе и Америке шопоголизм уже стал настоящим бедствием. Покупная эпидемия докатилась и до нас. Но откуда берется эта зараза? Чаще всего психологи выделяют три главные причины шопоголизма.

Жажда адреналина. Что-нибудь покупая, мы вдобавок получаем и дозу адреналина. Организм к ней быстренько привыкает и начинает нуждаться во все больших его дозах.

Иллюзия власти. Помимо власти над купленными вещами, вы завладеваете некоторыми атрибутами власти от продавцов: уважение, услужливое обращение, льстивые похвалы.

Свобода. Шопинг позволяет нам ощутить, пускай и иллюзорную, но свободу и контроль над своей жизнью.

Шопинг способен снять у шопоголиков депрессию и тревогу лучше каких-либо медикаментов, повышает самоуважение и уверенность в себе. Но какова бы ни была причина, результат всегда один – дом, забитый ненужными безделушками, и опустошенные кошелек и кредитка.

Причины возникновения шопомании

- ✓ Психологические проблемы
- ✓ Низкая самооценка
- ✓ Глубокий внутренний конфликт
- ✓ Трудности общения и взаимоотношений
- ✓ Чувство вины или старые обиды
- ✓ Скучная жизнь
- ✓ Горе, разочарование
- ✓ Психологические травмы детства
- ✓ Недостаток человеческого внимания
- ✓ Чувство вины или старые обиды
- ✓ Скучная жизнь
- ✓ Горе, разочарование
- ✓ Психологические травмы детства
- ✓ Недостаток человеческого внимания
- ✓ Депрессия
- ✓ Стресс



Симптомы шопоголизма

1. Участвовавшееся плохое настроение, личные неудачи и жалость к себе. Шопинг используется в качестве антидепрессанта и принимается «лекарство» все чаще, постепенно увеличивая «дозу». Это признак пристрастия к покупкам.
2. Спонтанность и необдуманность дорогостоящих приобретений – тревожный признак.. Тратит то, чем не располагает. Ради удовлетворения своей страсти в момент покупательной эйфории готов одолжить деньги и не задумывается, как будет их отдавать.
3. Осуждение покупок домашними, ухудшение отношений в семье. Большая часть семейного бюджета уходит на оплату счетов из магазинов.
4. При всех покупках депрессия не проходит, жалость к себе появляется снова и снова. Долгожданные изменения в жизни не происходят. Покупки создают лишь кратковременную иллюзию счастья.

Как узнать шопоголика?

- если, покупая что-либо, вы совершенно не анализируете, зачем эти вещи приобретаете, когда и где будете их носить, соответствуют ли они вашему стилю;
- если сразу после покупок вас охватывает злость по поводу того, что вам опять подсунули какую-то ерунду;
- если вы все чаще начинаете приобретать «не те» вещи, причем понимаете это, не успев порадоваться приобретению;
- если тяга пройтись по магазинам возникает тогда, когда вы злитесь, испытываете недовольство или просто скучаете;
- если все время вы даете себе слово, что в очередной раз будете обдумывать, что покупаете, но не следуете ему и постоянно срываетесь... то скорей всего, вы – шопоголик.

От этой болезни можно уберечься

1. Расплачивайтесь в магазинах наличными и берите с собой только ту сумму, которую предварительно наметили потратить. Кредитную карточку на время шопинга оставляйте дома.
2. Четко наметьте, что вам нужно купить, и смотрите только на те предметы, которые входят в ваш список действительно нужных покупок.
3. Никогда не ходите в магазины в плохом настроении и голодными.
4. Расширьте круг друзей, интересов и сферу занятий, доставляющих удовольствие и поднимающих моральный тонус. Сформируйте социум, который заполнит пустоту и избавит от одиночества. Используйте свободное время для поездок, встреч, посещения театров и кино.

