

УДК 159.9

ОНИОМАНИЯ В СРЕДЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

О. Л. Подлиняев

ONIOMANIA IN THE STUDENT ENVIRONMENT AS THE SOCIAL PROBLEM

O. L. Podlinyaev

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда, проект № 13-06-00018а.

В статье анализируется феномен «ониомания» как социально-психологическая проблема. Названы основные социально-экономические, психологические и валеологические последствия ониомании как аддиктивной формы поведения. Представлены результаты социологического обследования студенческой молодежи, проведенного с целью выявления у них тенденций к ониомании. Подтверждено существование обратной зависимости между стремлением человека к суперпотреблению и наполненностью его жизни смысловыми ориентациями. Охарактеризованы пути профилактики и коррекции названной зависимости у студентов в условиях экзистенциально-ориентированных психологических тренингов. Делается вывод о том, что, чем в большей степени человек ориентирован на самоактуализацию и личностный рост, тем в меньшей степени ему свойственны аддиктивные паттерны поведения.

The paper regards the analysis of the phenomenon of «oniomania» as the social-psychological problem. The basic socio-economical, psychological and valeological consequences of oniomania as the addictive form of behaviour are regarded in this paper. The results of the social investigation of students are presented. The author proves the existence of an inverse relationship between the human desire for super consumption and their life's filling with meaning orientations. The ways of the prophylaxis and correction of students' addiction are characterized in the conditions of existential psychological trainings. It is concluded that the more people are focused on self-actualization and personal growth, the less it is characterized by addictive patterns of behavior.

Ключевые слова: ониомания, склонность к суперпотреблению, смысло-жизненные ориентации, самоактуализация личности.

Keywords: oniomania, inclination to super consumption, sense living orientations, self actualization.

Одним из видов аддиктивного поведения человека является так называемая ониомания – иррациональное, находящееся за пределами здравого смысла, стремление к суперпотреблению (заметим, что понятие «ониомания» (от греч. *onio* – для продажи и *mania* – безумие) ввёл в науку ещё в конце XIX в. немецкий психиатр Эмиль Крепелин).

По данным отечественных психологов (П. Л. Пономарёв [8], Г. А. Чаусовский [11] и др.), ониомания, как вид аддиктивного поведения по степени патологической зависимости приближающегося к алкоголизму и наркомании, уже сегодня охватила более 20 % населения России, несмотря на то, что средняя зарплата в Российской Федерации в 7 раз ниже, чем средняя зарплата в Евросоюзе. При этом социальные, экономические, психологические и валеологические последствия суперпотребления также сходны с последствиями алкоголизма и наркомании.

Среди основных социально-экономических последствий можно выделить следующие:

- накопление финансовых долгов, увеличение количества кредитов и задолженностей по ним;
- ухудшение финансового положения семьи, приводящее к конфликтам между аддиктом суперпотребления и членами его семьи, а нередко и к полному разрыву семейных отношений;
- снижение уровня саморегуляции осознанного поведения, падение самоконтроля, утрата «чувства меры»;

- формирование делинквентного поведения у субъектов аддикции в попытке решения финансовых проблем противозаконными, в том числе криминальными методами.

К психологическим последствиям относятся следующие:

- депрессивное состояние, возникающее в случае фрустрации возможностей осуществить покупки или реализовать иные проявления потребительской аддикции;

- деперсонализирующее замещение жизненных смыслов и других экзистенциальных ценностей такими эрзац-заменителями, как иррациональные покупки дорогостоящих вещей, смещение приоритетов на приобретение материального в ущерб духовному;

- разрушение позитивной «Я-концепции», снижение самооценки, повышение уровня самооценочной тревожности в случае признания у себя аддиктом суперпотребления недостаточных волевых качеств, ведущих к невозможности избавиться от своей зависимости.

Валеологические последствия проявляют себя следующим образом:

- появление неврозов, фобий, нарушение сна;
- развитие психосоматических заболеваний, вегетативные нарушения; нарушение работы пищеварительного тракта;

– увлечение антидепрессантами, алкоголем, что усугубляет потребительскую аддикцию формированием других видов зависимостей.

Таким образом, следует признать, что ониомания, как очевидный феномен современного общества, ведёт к появлению не только социальных, психологических, но и широкого спектра иных проблем, в том числе, медицинского характера. В связи с этим данная проблема должна стать предметом разностороннего и глубокого изучения специалистами самого различного профиля: социологами, психологами, педагогами, юристами, медиками и т. д.

Автор настоящей статьи в течение трёх последних лет проводил исследование проблемы ониомании, как вида аддиктивного поведения в среде студенческой молодёжи Восточно-Сибирского региона России [4 – 7]. В исследовании приняли участие студенты старших курсов, обучающиеся в учреждениях высшего профессионального образования городов Иркутска, Ангарска, Братска и Улан-Удэ. В общей сложности объём выборки составил 352 человека, средний возраст респондентов – 20 лет.

Социологические методы исследования, направленные на выявление склонности к суперпотреблению, позволили выделить из общего числа его участников три группы респондентов с различной степенью выраженности стремления к потреблению: группу с высоким уровнем стремления к потреблению, группу с умеренным уровнем и группу с низким и нулевым уровнями. Дифференцирование участников исследования было проведено на основе бесед, интервью, а также специально разработанного опросника, представленного в таблице.

Респонденты, набравшие в ходе ответов на вопросы от 21 до 30 баллов, были включены нами в группу с высоким уровнем стремления к суперпотреблению; их оказалось 79 человек, что составило 22,44 % от общего количества респондентов. Это, в целом, совпадает с вышеприведёнными данными, представленными в работах отечественных психологов [8; 11].

Наиболее многочисленную группу составили респонденты с умеренным уровнем стремления к потреблению, набравшие от 11 до 20 баллов; в неё вошли 228 человек, что составило 64,77 %.

Респонденты с низким уровнем стремления к потреблению, набравшие не более 10 баллов, оказались в меньшинстве – 45 человек или 12,79 %.

Учитывая, что ониомания – это крайне высокий уровень стремления к потреблению, мы допустили предположение, что респонденты, попавшие в первую группу, отличаются признаками, характерными для такой поведенческой зависимости.

Таким образом, количество студентов с признаками ониомании более чем в полтора раза превышает численность респондентов, проявивших низкий уровень стремления к потреблению.

Последующий анализ психологических причин возникновения такого вида поведенческой зависимости у студентов позволил выдвинуть гипотезу о том, что глубинные механизмы суперпотребления определяются недостаточно сформированными экзистенциальными ценностями и адекватными смысложизненными ориентациями. По словам В. Франкла: «Сегодня мы имеем дело с фрустрацией не сексуальных потребностей, как во времена Фрейда, а с фрустрацией потребностей экзистенциальных. Сегодня человек уже не столько страдает от чувства неполноценности, как во времена Адлера, сколько от глубинного чувства утраты смысла, которое соединено с ощущением пустоты – поэтому я говорю об экзистенциальном вакууме» [10].

Для уточнения психологических причин формирования потребительской зависимости в группе студентов с признаками ониомании нами был использован тест POI (Personal Orientation Inventory), разработанный Э. Шостромом на основе концепции самоактуализации А. Маслоу и валидизированный для специфических особенностей российского менталитета А. В. Лазукиным под названием «САМОАЛ» (самоактуализация личности) [3].

Таблица

№	Утверждение	Никогда	Иногда	Часто
1.	Я хожу в магазины без чёткого желания найти что-либо конкретное	0	1	2
2.	У меня возникает желание купить что-либо без реальной потребности	0	1	2
3.	Без регулярного посещения магазинов у меня возникает апатия	0	1	2
4.	Я захожу в торговые заведения даже если у меня нет денег	0	1	2
5.	Отсутствие возможности что-либо купить вызывает у меня признаки депрессии или плохое настроение	0	1	2
6.	Я смотрю рекламные ролики по телевидению, слежу за рекламой в иных средствах массовой информации	0	1	2
7.	У меня возникает непреодолимое желание что-либо покупать независимо от необходимости и средств	0	1	2
8.	Процесс совершения покупок повышает моё настроение	0	1	2
9.	Я стараюсь покупать самые новые модели гаджетов (смартфонов, айфонов)	0	1	2
10.	Я беру кредиты для покупки товаров, без которых можно было бы обойтись	0	1	2
11.	Мне нравится тратить деньги в процессе совершения покупок	0	1	2

12.	Мне приятно внимание и уважительное обращение, проявляемое ко мне со стороны продавцов в момент выбора приобретаемых товаров	0	1	2
13.	Мне приносят удовлетворение обращённые на меня заинтересованные (и даже завистливые) взгляды других покупателей в тот момент, когда я делаю дорогую и престижную покупку	0	1	2
14.	Когда я прихожу в магазин то делаю спонтанные (незапланированные) покупки	0	1	2
15.	Приобретение дорогих товаров повышает моё самоуважение и мою самооценку	0	1	2

Анализ результатов диагностики, проведенный с помощью указанного теста, выявил обратную зависимость между уровнем самоактуализации и стремлением к суперпотреблению. Общий уровень самоактуализации у респондентов группы с высоким уровнем стремления к суперпотреблению оказался значительно ниже средних показателей. Особо низкие показатели в данной группе были выявлены по шкале «аутоэмпатия» (характеризующей самопонимание и сензитивность личности по отношению к собственному внутреннему миру); по шкале «ценности» (определяющей насколько респондент принимает ценности самоактуализации, к числу которых относятся ответственная свобода, творчество, аутентичность, бытийная мотивация); по шкале «креативность» (показывающей уровень стремления человека к творчеству).

Полученные результаты позволяют предположить, что для коррекции зависимых форм поведения, в психологической природе которых лежат экзистенциальные проблемы, необходимо использовать методы, разработанные в пространстве экзистенциальной психологии и психотерапии.

Для проведения работы, направленной на профилактику и коррекцию зависимости от суперпотребления нами на добровольной основе была сформирована группа студентов в количестве четырнадцати человек. Все студенты, входившие в данную группу, проявляли высокий уровень стремления к потреблению.

В коррекционной работе с зависимыми студентами нами использовалась групповая фасилитация, основанная на личностно-центрированном подходе К. Р. Роджерса и осуществляемая в энкаунтер-группах (от англ. *encounter-group* – группа встречи). Отметим, что в личностно-центрированном подходе понятием «встреча» обозначают не только встречу психолога-фасилитатора (от англ. *to facilitate* – помогать, способствовать) и участников групповой терапии, но и встречу между самими членами группы на аутентичном, неролевом уровне.

Концепция фасилитации в энкаунтер-группах позволяла не только отойти от моносубъектной директивной стратегии психологического консультирования и терапевтической работы, но и активизировать процесс личностного роста и самоактуализации каждого участника «встречи». Специфика энкаунтер-групп позволила использовать такие интерактивные методы, как групповые и индивидуальные тренинги личностного роста, эмпатии и коммуникативности; тренинги по экзистенциальной рефлексии; тренинги, включающие элементы индирективной психотерапевтической подложки (построенные на основе арт-терапии) и т. д.

Практика показала, что полноценное фасилитирующее воздействие на участников «группы-встреч»

начинается после того, как развитие самой группы пройдет через ряд стадий, что в целом совпадает с динамикой становления энкаунтер-групп, описанной К. Р. Роджерсом [9]. Рассмотрим подробнее выявленные стадии.

1. Стадия вхождения в стандартные взаимоотношения. Студенты к началу работы в режиме «встречи», как правило, уже знают друг друга (на уровне имен, кратких сведений и т. д.) и имеют опыт, как минимум, стандартно-делового общения между собой. Начало работы в режиме энкаунтер-группы почти во всех случаях характеризовалось стремлением ее членов к воспроизведению сложившихся ранее коммуникативных взаимоотношений.

2. Стадия сопротивления личностному самораскрытию и саморефлексии. На этой стадии фасилитатор (функции которого выполнялись психологом), используя тренинговые формы работы, предоставлял членам группы возможность перейти на более глубокие неформальные уровни взаимоотношений, способствующих личностному самораскрытию и экзистенциальной рефлексии. В качестве тренинга по экзистенциальной рефлексии использовалась методика Д. Бюджентала «SELF-AND-WORLD-CONSTRUCT SYSTEM» («Исследуйте Вашу систему понятий «Я-И-МИР»») [2]. Однако большинство студентов оказывали внутреннее сопротивление таким изменениям, стремясь к сохранению сложившихся отношений, отвечающих общепринятым социальным ожиданиям. В конечном итоге, в группе возникало напряжение, вызванное противоречием между предлагаемыми индирективными формами личностного взаимодействия, требующими рефлексии и выхода на диалогический стиль общения и опасением нарушить привычные коммуникативные традиции. Данное противоречие выводило энкаунтер-группу на следующую стадию развития.

3. Стадия кризиса межличностных отношений. Нарастание напряжения в энкаунтер-группе сопровождалось появлением выраженных эмоциональных реакций, в основном негативного характера. По всей видимости, это было связано с кризисом у студентов устоявшихся ригидных представлений о жизненных смыслах и ценностях. Здесь, как правило, происходило деление членов группы на тех, кто продолжал удерживаться в пространстве формально-ролевого общения, произвольно или непроизвольно блокируя свое аутентичное самопредъявление и тех, кто «решился» на личностное самораскрытие, позволяющее строить диалогические взаимоотношения как между членами группы, так и между группой и фасилитатором. Основная задача фасилитатора на этой стадии заключалась в поддержке проявлений самопринятия, самораскрытия

и саморефлексии участников тренинга и одновременном безоценочно-эмпатическом отношении к возможным негативным проявлениям в энкаунтер-группе. При этом фасилитатору было необходимо акцентировать внимание студентов на их собственных эмоциональных переживаниях, как позитивного так и негативного характера (что обеспечивалось при помощи тренингов на саморефлексию и самооценку).

4. Стадия реорганизации смысложизненных отношений, жизненных смыслов и ценностей. Ее начало характеризовалось заметным увеличением числа студентов, ориентированных на самораскрытие, экзистенциальную рефлексию и диалогические отношения. В энкаунтер-группе началось развитие атмосферы взаимодоверия и взаимоподдержки. Наметился постепенный переход функций фасилитатора от психолога к группе, в частности, группа начала более эффективно разрешать межличностные противоречия и конфликты, являющиеся последствием предыдущей стадии, а также активно производить переоценку мотивационной сферы и поведения. На этой же стадии активно использовались тренинги личностного роста и самоактуализации.

В результате проведенной коррекционной работы большинство участников энкаунтер-группы преодолели существовавшую у них зависимость. Одиннадцать человек (78,57 % от всех участников) отметили в итоговом анкетировании, что им удалось полностью отказаться от иррационального потребления; при совершении покупок они стали руководствоваться принципами необходимой достаточности, научились планировать свои финансовые расходы путем составления списка предметов первоочередной потребности и соотнесения расходов с имеющимся доходом. Ещё три участника

тренингов вынуждены были признать, что в полной мере им не удалось преодолеть стремление к суперпотреблению, но, тем не менее, они стали значительно реже делать ненужные покупки и в целом научились использовать приёмы нейтрализации бесконтрольных и бессмысленных приобретений.

Наше исследование подтвердило существование обратной зависимости между стремлением человека к суперпотреблению и наполненностью его жизни смысловыми ориентациями: чем в меньшей степени жизнь наполнена смыслом, тем в большей степени проявляется склонность к зависимым формам поведения, в том числе и к иррациональному потреблению как к попытке заполнить смысловой вакуум. Чем в большей степени человек ориентирован на самоактуализацию и личностный рост, тем в меньшей степени ему свойственны аддиктивные паттерны поведения. Именно поэтому любое тоталитарное государство, не заинтересованное в существовании самоактуализирующихся и свободных людей, стремится не выпускать своих граждан за пределы реализации примитивных потребностей, насаждает идеологию потребления, заполняет подконтрольные средства массовой информации агрессивной рекламой, формирующей культ потребительской и «гламурной» жизни.

Безусловно, делать какие-либо серьёзные выводы на основе работы с небольшой группой студенческой молодёжи было бы некорректно. Но очевидным является то, что такие направления психологической работы как помощь человеку в поиске и нахождении истинных жизненных смыслов, экзистенциальных ценностей, фасилитация процесса его личностного роста и самоактуализации должны стать приоритетным для психологической науки и практики.

Литература

1. Братченко С. Л. Диагностика личностно-развивающего потенциала: методическое пособие для школьных психологов. Псков, 1997. 68 с.
2. Бюджентал Дж. Искусство психотерапевта. СПб.: Питер, 2001. 304 с.
3. Маслоу А. Психология бытия [пер. с англ.]. М.: Рефл-бук, Киев: Ваклер, 1997. 304 с.
4. Подлияев О. Л. Анализ феномена «суперпотребление» с позиции различных психологических теорий // Вестник Восточно-Сибирской государственной академии образования. (Серия: Педагогические науки). Иркутск: ВСГАО, 2013. Вып. 18. С. 40 – 47.
5. Подлияев О. Л. Анализ психологических детерминант феномена «суперпотребление» и специфики его проявления у студенческой молодежи (на примере Иркутской области и республики Бурятия) // «Magister Dixit» – научно-педагогический журнал Восточной Сибири № 2(14). 2014. Июнь. Режим доступа: <http://md.islu.ru/>
6. Подлияев О. Л. Феномен обратной зависимости между стремлением к суперпотреблению и личностной самоактуализацией у современной молодежи // Гуманитарные и социальные проблемы развития регионов Сибири: материалы XXIII Межвузовской научной конференции. Братск: Изд-во БрГУ, 2014. С. 24 – 26.
7. Подлияев О. Л. Суперпотребление как вид зависимого поведения и его психологическая коррекция у студенческой молодежи // Materiały XI Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji: Strategiczne pytania światowej nauki, 07 – 15 lutego 2015 roku. – Vol. 14. Psychologia i socjologia. Politologija: Przemysł. Nauka i studia. С. 6 – 11.
8. Пономарёв П. Л. Психология человека в условиях экономического кризиса. Режим доступа: <http://www.pavelp.ru/index.php/2011-08-12-09-07-46/2011-08-12-09-09-46/206-2012-12-24-10-21-33> (дата обращения: 27.04.2015).
9. Роджерс К. Р. Клиентоцентрированная терапия [пер. с англ.]. М.: Рефел-бук, Киев: Ваклер, 1997. 320 с.
10. Франкл В. Человек в поисках смысла: сборник [пер. с англ. и нем.]; общ. ред. Л. Я. Гозмана, Д. А. Леонтьева. М.: Прогресс, 1990. 368 с.
11. Чаусовский Г. А. Новая психотехнология нейтрализации «навязчивой магазинной зависимости» (ониомании, шоппингомании) // Medlinks.ru. 09.02.2009. Режим доступа: <http://www.medlinks.ru/article.php?sid=35207&query=%CA%F3%EA%EA> (дата обращения: 27.04.2015).

Информация об авторе:

Подлиняев Олег Леонидович – профессор кафедры педагогики Иркутского государственного университета, доктор педагогических наук, Почётный работник высшего профессионального образования РФ, podlinyaev@inbox.ru.

Oleg L. Podlinyaev – Doctor of Pedagogics, Honoured Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Professor at the Department of Pedagogy, Irkutsk State University.

Статья поступила в редколлегию 26.05.2015 г.