

Валиуллина Е. В.

АДДИКТИВНЫЕ ФОРМЫ ПОВЕДЕНИЯ: ОНИОМАНИЯ

Аннотация

В статье рассмотрено понятие ониомании как одного из видов аддиктивного (зависимого) поведения в работах отечественных и зарубежных ученых. Эмоциональная зависимость характеризуется стойким стремлением к «уходу от реальности» путем фиксации на определенных видах деятельности, в данном случае на страсти к совершению покупок. Психологический механизм ониомании содержит компульсивность к неконтролируемым покупкам; возрастающее эмоциональное напряжение, которое

снимается в процессе приобретений; возникновение радости и эйфории в моменты реализации аддикции и чувство вины после совершения покупок.

Ключевые слова: аддикция, зависимость, ониомания, шопоголизм, зависимое поведение, аддиктивное поведение.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Источники финансирования

Данная работа не имела источников финансирования.

Для цитирования: Валиуллина Е. В. Аддиктивные формы поведения: ониомания // Вестник общественных и гуманитарных наук. 2021. Т. 2. № 4. С. 71–74.

PSYCHOLOGY

Valiullina E. V.

ADDICTIVE BEHAVIOR: ONIOMANIA

Abstract

The article discusses the concept of oniomania as one of the types of addictive (dependent) behavior in the works of domestic and foreign scientists. Emotional addiction is characterized by a persistent desire to "escape from reality" by fixing on certain activities, in this case, on the passion for shopping. The psychological mechanism of oniomania contains compulsive buying behavior; increasing emotional stress, which is relieved in the process of acquisitions; the

emergence of joy and euphoria at moments of realization of addiction and a feeling of guilt after making purchases.

Keywords: addiction, oniomania, shopoholism, addictive behavior, addictive behavior.

Conflict of interest

None declared.

Source of financing

There was no funding for this project.

For citation: Valiullina E. V. Addictive behavior: oniomania // Humanities and social sciences bulletin. 2021. Vol. 2. No. 4. P. 71–74.

Введение

Аддиктивное или зависимое поведение является одной из наиболее острых проблем современного общества. Аддиктивное поведение характеризуется стремлением к уходу от реальности изменением своего психического состояния, которое достигается путем приема химических веществ или фиксацией на определенных видах деятельности. А. В. Смирнов трактует аддиктивное поведение как одну из форм девиантного поведения, рецидивирующее, компульсивное и не поддающееся контролю побуждение к совершению определенных действий, конечной целью которых является получение психологического и физического удовольствия (источником выступают психоактивные вещества или определенные виды деятельности, которые и опредмечивают аддикцию) [11]. В современной аддиктологии принято выделять следующие виды зависимостей: химические (алкоголизм, наркомания, токсикомания), промежуточные (аддиктивное переедание, аддиктивное голодание) и поведенческие аддикции (трудоголизм,

гемблинг, ургентная аддикция, компьютерная аддикция, интернет-аддикция, сексуальная зависимость, аддикция отношений, ониомания и т.д.).

В современных условиях и социальных реалиях массовая культура и информационное пространство нацелены на стимуляцию процессов приобретения как материальных, так и нематериальных благ. Основной транслируемый смысл рекламных сообщений: «купи и получи удовольствие», «для получения интенсивных эмоций – приобретай», что формирует определенный стиль жизни, способ существования в современном обществе. Процесс совершения покупок значительно упрощают специальные технологии в виде акций со скидками и распродажами, доступными интернет-покупками, моментальными бесконтактными платежами, переводами без комиссии, условно бесплатной доставкой, системой кеш-бэков, практически неограниченным кредитованием и т.д. В широком смысле ониомания сегодня демонстрируется как норма поведения и получает все большее распространение среди лиц молодого возраста.

Ониомания (шопоголизм, шопинг-аддикция, компульсивный шопинг) – один из видов аддиктивного поведения, который проявляется хроническим навязчивым стремлением (страстью) к совершению покупок. Работы по аддикции к покупкам встречаются в исследованиях Н. В. Дмитриевой, А. Ю. Егорова, Ц. П. Короленко, Л. В. Левиной, О. Л. Подлиняева, П. Л. Пономарева, Г. А. Чаусовского и других. В работах Н. В. Дмитриевой и соавторов в характеристиках ониомании отмечено получение удовольствия не столько от конкретных результатов таких покупок, сколько от самого процесса их совершения [5]. О. Л. Подлиняев рассматривает ониоманию в качестве крайнего выражения феномена «суперпотребления» (приобретающего статус психического заболевания) как патологического и непреодолимого желания к потреблению, покупкам без анализа смысла, необходимости и возможных последствий [8].

Для определения ониомании R. J. Faber & T. C. O'Guinn предложили следующие диагностические критерии (причем для квалификации аддикции достаточно наличия лишь одного из них):

- 1) часто возникающие внезапные порывы что-то купить, которые ощущаются как непреодолимые и навязчивые, а также появляется регулярная озабоченность покупками;
- 2) процесс покупок занимает значительное время, гораздо дольше, чем планировалось изначально, а сами покупки совершаются порой не по средствам или покупаются вовсе ненужные вещи;
- 3) мысли о покупках становятся постоянными; порывы приобретения сопровождаются выраженным дистрессом и являются помехой в профессиональной и повседневной деятельности или становятся причиной финансовых проблем;
- 4) хождение по торговым точкам и чрезмерное увлечение покупками необязательно проявляются в периоды гипомании и мании [6].

Цель исследования

Рассмотреть понятие ониомании (шопоголизма, страсти к совершению покупок) как одного из видов аддиктивного поведения в работах отечественных и зарубежных психологов и психиатров.

Материалы и методы

Для реализации цели исследования применялись анализ научной психологической и психиатрической литературы по предмету исследования, структурирование и обобщение полученных данных.

Результаты и их обсуждение

Среди широкого спектра девиаций аддиктивное поведение является наиболее распространённым типом отклоняющегося поведения. Степень выраженности зависимости может варьировать от практически нормально-го социально приемлемого поведения до тяжелых форм

аддикций, которые сопровождаются психологической и/или соматической патологией. Наличие измененного состояния сознания выступает важным диагностическим критерием для любых форм зависимостей, происходит это в период реализации зависимости и проявляется получением положительных эмоций. Многие авторы отмечают коморбидность (от лат. «одновременно», «совместно») или сочетанность аддикций – одновременное присутствие нескольких видов зависимостей у одного человека или перетекание одного вида аддикции в другой ее вид [2, 10, 14].

Известный исследователь аддиктивных форм поведения д-р R. Brown выделяет следующие компоненты, универсальные для всех видов зависимостей (см. рисунок 1): «сверхценность» актуальной зависимости для личности; на этапе реализации зависимости человек испытывает значительные позитивные эмоции, вплоть до эйфории; со временем происходит снижение воздействующих доз аддиктора, и для достижения эффекта необходимо эту дозу постоянно увеличивать, т.н. рост толерантности; при прекращении «приема» зависимости возникает дискомфортное психологическое и физическое состояние, т.н. «симптом отмены»; в реальной жизни у человека возникают конфликты с близкими, окружающими и, часто, с самим собой; существует возможность рецидива, возвращения зависимости на этапе избавления от нее [13].

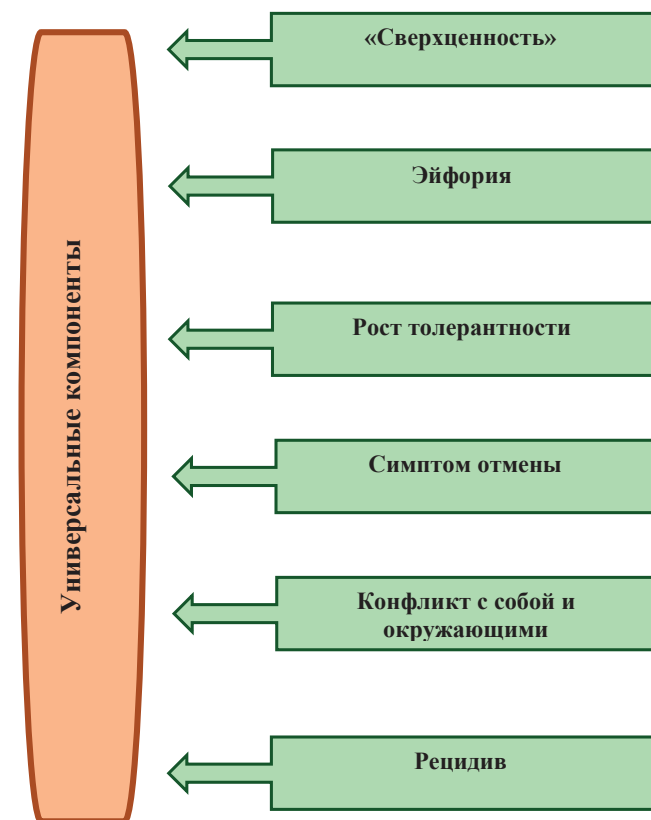


Рисунок 1. Универсальные компоненты зависимостей по R. Brown.
(Источник: авторская разработка)

Понятие ониомании или «мании совершать покупки» было введено немецким психиатром Э. Крепелином в начале XX века, автор описывает людей которые могут компульсивно совершать покупки, бездумно делать долги и постоянно затягивать с платежами. В 1990-х гг. S. L. Mc Elroy и соавторы описали и типизировали неконтролируемое влечение совершать покупки («compulsive buying») в соответствии с диагностическими критериями компульсивно-обсессивного и аддиктивного расстройства [15].

Современные отечественные ученые изучают проблему ониомании в различных аспектах – понятийном, структурном, типологическом и т.д. В исследованиях Н. С. Фонталовой выявлены социально-психологические особенности зависимых от покупок молодых людей. Так, для ониоманов характерны заниженная самооценка, подверженность воздействию рекламных акций, частое чувство тревоги и депрессивные состояния, сложности взаимоотношений с коллегами [12]. В работах Н. В. Миромановой и К. Е. Бояркина показано, что люди, склонные к ониомании, привержены мыслям, фантазиям и мечтам о деньгах, они чаще гордятся своим финансовым положением, своими достижениями и возможностями в денежном плане, следовательно, могут использовать деньги, как «лекарство» от хандры и депрессии [7].

Современные исследователи выделяют следующие этапы в развитии ониомании: первый этап характеризуется как «единичная, бессмысленная и неожиданная покупка». Для формирования ониомании, как и для других видов аддикций, особое значение имеет аттачмент – сильная эмоциональная фиксация на акте совершения покупки. В том случае, если эта покупка получила положительное подкрепление (аттачмент) и при наличии предрасположенности к формированию зависимого поведения, запускается второй этап – этап экспериментирования, когда исследуются и формируются индивидуальные предпочтения аддикта.

На третьем этапе покупки становятся привычным устойчивым ответом на появление желания, которое характеризуется обсессивными влечениями и мысли о покупках и походах по магазинам становятся доминирующими, а перерывы в реализации аддикции приводят к психологическому дискомфорту. Четвертый этап обеспечивается компульсивными покупками, которые совершаются по любому поводу, критичность мышления утрачивается, происходит значительный рост толерантности, наблюдается социальная дезадаптация и конфликты с окружающими. На пятом этапе зависимость осознается, сопровождается чувством вины, попытки себя «сдерживать» приводят к эмоциональным срывам и значительным финансовым тратам, на этом этапе возможны проблемы с законом [1].

В психологических механизмах развития аддиктивного процесса ониомании Н. В. Дмитриева и соавторы выделяют несколько компонентов (см. рисунок 2): компульсивность к неконтролируемой покупке совершенно ненужных предме-

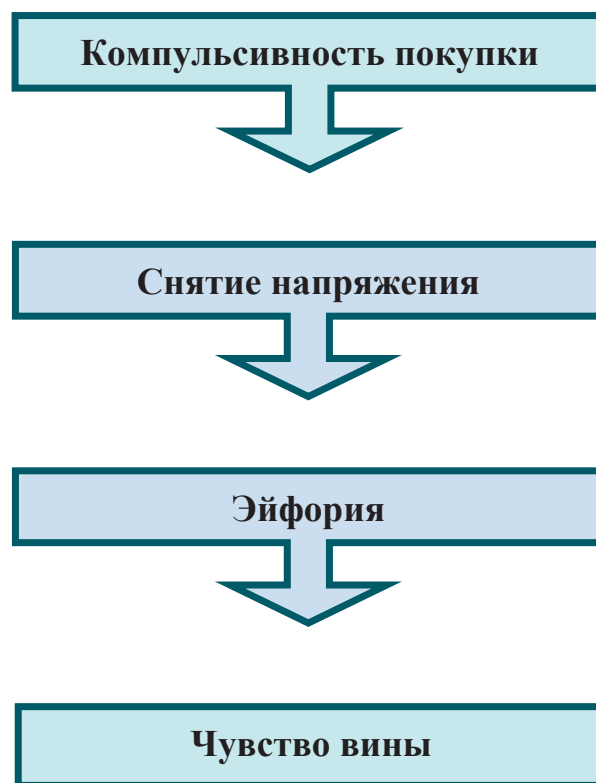


Рисунок 2. Психологический механизм процесса ониомании.
(Источник: авторская разработка)

тов (которые, к тому же, порой не могут быть оплачены); возрастающее внутреннее напряжение, которое исчезает почти сразу после реализации аддикции; чувство радости в процессе совершения покупки; чувство вины после совершения этой покупки [5].

В перерывах между покупками у зависимых лиц нарастает тревожность и эмоциональное напряжение, которые можно снять лишь очередной покупкой. Некоторые авторы отмечают, что подобные действия могут сопровождаться чувством вины [16]. Повышенная невротизация, депрессивные и тревожные состояния сопровождают зависимые формы поведения. «Уровень тревожности зависит от многих параметров: от того насколько часто и как интенсивно возникает состояние тревоги, как оно проявляется в поведении человека или не проявляется вовсе» [4].

Для аддиктов ониомании характерен широкий спектр негативных эмоциональных состояний, позитивные эмоции (вплоть до эйфории) возникают лишь в процессе реализации зависимости – в момент совершения покупок. Для таких лиц важна не сама вещь, а процесс приобретения этой вещи, процедура покупки. На современном этапе развития интернет-услуг покупки через виртуальные магазины также могут привести к развитию зависимости, когда человек комбинирует покупки в супермаркетах и реальных магазинах с виртуальным шопингом. При этом приобретаются вещи импульсивно, совершаются ненужные покупки, зачастую траты превышают реальный до-

статок зависимого, вынуждая его прибегать к кредитам. У зависимых от покупок лиц наблюдается характерный психологический эффект – бессмысленность, нелепость и абсурдность такого поведения, – который носит навязчивый и плохо контролируемый характер. При значительных проявлениях аддикции у зависимых лиц возможно накопление долгов, могут возникать проблемы с законом, а также присоединение аффективных расстройств, химических зависимостей, пищевых аддикций.

Заключение

Зависимые (аддиктивные) формы поведения приводят к значительным расстройствам и серьезным проблемам в личной, профессиональной, социальной, образовательной, семейной и других значимых сферах жизни человека [3]. Необходимость коррекции ониомании обусловлена нарушениями в следующих аспектах:

- 1) социально-экономический аспект включает финансовые долги, снижение собственного финансового благополучия и благосостояния семьи, формирование деликвентного поведения (вплоть до криминального), семейные и межличностные конфликты;
- 2) психологический аспект содержит снижение уровня са-

моконтроля, утрату чувства «меры», депрессивные состояния в случае невозможности удовлетворить аддикцию, приоритет материальных ценностей над духовными, разрушение положительной «Я»-концепции; утрату «силы воли»; снижение самооценки при признании наличия аддикции;

3) психосоматический аспект подразумевает невротические состояния, страхи, фобии; психосоматические расстройства; нарушения сна; вегетативные нарушения; присоединение химических аддикций (алкоголизм, зависимость от антидепрессантов).

При исследовании рисков формирования ониомании среди молодежи психологи подчеркивают высокую склонность к ее развитию в молодом и юношеском возрасте, а в качестве причин ониомании на уровне глубинных механизмов выделяют низкую осознанность совершения покупок, недостаточную сформированность ценностей и смысловых ориентаций [9]. Осознание, принятие и анализ собственного зависимого поведения является первым шагом к избавлению от аддикции. Этому способствует популяризация аддиктологии, информирование общества о психологических механизмах формирования зависимостей, поведенческих проявлениях и клинических признаках аддиктивных форм поведения.

Источники и литература / Sources and references

1. Акопов А. Ю. Свобода от зависимости. Социальные болезни личности. – СПб: Речь, 2008. – 224 с.
2. Бохан Н. А. Клиническая гетерогенность алкоголизма и коморбидность: парадигма мультиаксиальной сопряженности проблем // Наркология. – 2002. – № 2. – С. 31–37.
3. Валиуллина Е. В. Аддиктивное поведение: гемблинг // В сборнике: Актуальные вопросы психиатрии, наркологии и клинической психологии. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. – Кемерово: КеМГМУ, 2021. – С. 93–101.
4. Валиуллина Е. В. Тревожность и ассертивность // В сборнике: Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. – Стерлитамак, 2018. – С. 50–52.
5. Дмитриева Н. В., Короленко Ц. П., Левина Л. В. Проблемы возникновения и развития шопоголизма // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2012. – № 2–3. – С. 63–77.
6. Егоров А. Ю. Аддикция к покупкам (компульсивный шопинг) // Дневник психиатра. – 2014. – № 2. – С. 11–13.
7. Миromanова Н. В., Бояркин К. Е. Изучение особенностей личностей с разной степенью шопоголизма (ониомании) // Современные тенденции в социально-экономических и гуманитарных науках: теория и практика. – Иркутск, 2017. – С. 173–179.
8. Подлинный О. Л. Анализ феномена «суперпотребление» с позиции различных психологических теорий // Вестник Восточно-Сибирской государственной академии образования. – Иркутск, 2013. – Вып. 18. – С. 40–47.
9. Пчелкина Е. П., Бражник Д. Ю. Исследование риска развития шопоголизма (ониомании) у современной студенческой молодежи // В сборнике: Наука и образование: отечественный и зарубежный опыт. Международная научно-практическая конференция: сборник статей. – 2018. – С. 311–317.
10. Руководство по аддиктологии / Под ред. проф. В. Д. Менделевича. – СПб: Речь, 2007. – 768 с.
11. Смирнов А. В. Базовые психологические компоненты аддиктивного поведения в структуре интегративной индивидуальности. Автореф. дисс. ... д-ра психол. наук. – Екатеринбург, 2015. – 42 с.
12. Фонталова Н. С. Социально-психологические особенности проявления ониомании у молодежи // Baikal Research Journal. – 2017. – № 4. – С. 10.
13. Brown R. Some contributions of the study of gambling to the study of other addictions. In W.R. Eadington & J.A. Cornelius, Gambling Behavior and Problem Gambling. Reno: University of Nevada Press. 1993. – P. 241–272.
14. Hatcher A. S. From one addiction to another: life after alcohol and drug abuse // Nurse Pract. 1989 Nov. V. 14. № 11. – P. 13–20.
15. Mc Elroy S. L., Keck P. E., Phillips K. A. Kleptomania, compulsive buying and binge-eating disorder // J. Clin. Psychiatry. 1995. V. 56. Suppl 4. – P. 14–26.
16. Miltenberger R., Redlin J., Crosby R. et al. Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying // J. Behav. Therapy and Experimental Psychiatry. 2003. V.34, №1. – P. 1–9.

Информация об авторе:

Валиуллина Евгения Викторовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психиатрии, наркологии и медицинской психологии Кемеровского государственного медицинского университета. E-mail: valiullina@ya.ru.

Author information:

Valiullina Evgeniya Viktorovna, Ph.D of psychological sciences, associate Professor of Department of psychiatry, narcology and medical psychology of Kemerovo state medical University. E-mail: valiullina@ya.ru.