

Forbrugerisme, drømme - og det hele menneske.

Refleksioner over bl.a. artiklen: "Jeg køber den jeg er", fra Kristeligt Dagblad, fredag den 18. marts 2005, af Morten Mikkelsen.

En blæsende forårsformiddag med kurs gennem Strøget lige før butikkernes åbningstid, hvor menneskemængden endnu er begrænset. Det er på dette tidspunkt af dagen, meget let at se hele udbudet af iscenesatte og kunstfærdigt anlagte butiksvinduer, der lokker med alskens vidunderlige skatte, som perler på en snor. Og det er fantastisk at iagttage, hvorledes de butiksansatte med ihærdighed og kyndige hænder, får bokset stabler og stativer med varer ud på fliserne, så kunderne kan fristes og lokkes helt herudefra. Dagen er ved at begynde, og der er ved at blive lagt an til det spil, som ved dagens slutning blandt andet kan gøres op i kroner og ører.

Men hvad er det da, at dette spil går ud på, - set fra forbrugerens side? Hvad er det vi falder for, når vi går i svime foran et helt særligt vindue? Hvad er det, der flirter med os?? Hvad er det der gør, at vi må eje - tja, hvad det nu lige er, som vi er faldet for, hvad enten det er det nyeste hotte skørt eller det flotteste elfenbensfarvede møblement?? Hvad er det egentligt, der byder sig til foran os, og hvad er det der bliver solgt??

Vi lever i en tid, hvor vi har fået flere penge mellem hænderne, og derfor kan de fleste af os i langt højere grad end tidligere tillade os og har mulighed for at købe mere end vi har brug for. Velstanden er steget i årtier, og regeringen inviterer til at bruge penge til hurtigt forbrug, for på denne måde at få etableret flere arbejdspladser. Og det er let og smertefrit at få oprettet et hurtigt forbrugslån. Forbruget er steget massivt, ja endda voldsomt de sidste år, og indkøb af forbrugsvarer har fået en anden karakter og betydning end tidligere.

Forskere ved Institut for Fremtidforskning hævder, at vi bruger varene til at fortælle omverdenen hvem vi er. At vi gennem de varer vi køber, også køber varens signalværdi. At det i sig selv i dagens Danmark ikke er noget særligt at kunne købe, og derfor lægges der vægt på de signaler som varen indeholder... det er så at sige signalerne vi køber og som er interessante for os. Selve varen bliver på denne måde afgørende for vores selviscenesættelse.

Men køber vi blot for at signalere til omverdenen? Altså køber, for ydre signalers skyld? Hvad er det der gør, at nogle går helt amok i indkøb og bliver shopaholics? Køber for at holde en depression stangen? Eller køber for at være perfekte, som en amerikansk undersøgelse beretter? Hvad er de psykologiske mekanismer bag et indkøb???

Hvad sker der egentligt, når vi står foran vinduet?? Er det identiteten, denne udvendige forståelse af os selv, vi gerne vil give andre og os selv et billede af, som vi på denne måde stiver af eller iscenesætter, eller er det et indre behov, som varen skal tilfredsstille??

Forskerne og eksperterne påstår, at vi bruger indkøb til at vise andre hvem vi er og til at forstå os selv, samt at der indimellem er tale om at enkelte mister kontrollen over forbruget, med problemer til følge. Men er vi blot forbrugere, der forsøger at vise og forstå os selv? Kommer vi til at forstå os selv gennem indkøb? Jeg tillader mig at tvivle!

For at få en dyberegående fornemmelse af hvad der sker, er det nødvendigt at gå lige til kilden, stille forbrugeren overfor vinduet, og høre "klikket"! Hvad sker der egentligt i disse sekunder?..hmm... Der er "noget" som fastholder vores opmærksomhed - i måske brøkdele af sekunder, som gør, at vi lynhurtigt kan udvælge, hvad vi er tiltrukket af. Der er "noget" som flirter med os !!! Der er "noget" som tiltrækker vores opmærksomhed! ... Hvad kan dette "noget" være??? Det er noget indre - noget iboende,- for det kommer jo indefra -, der viser sit ansigt.... Det er vore drømme, der er på spil i disse sekunder. Vi bliver tiltrukket af en drøm - en drøm, der ligger **bagved** varen. Varen i sig selv har ingen værdi, men det har den drøm, som ligger bagved. Varen er midlet, som får os i kontakt med drømmen. Og drømmen er for de allerfleste dyrebar!!!! At det oftest fungerer på denne måde er almindeligvis ikke fuldt erkendt og bevidst. Det der sker i de hurtige sekunder er, at vi projicerer vore inderste og dybeste drømme ud på disse varer. Man kan sige, at vi, når vi så køber varen, i virkeligheden forsøger at købe drømme - vore egne drømme.. For mig at se kan der også ligge en signalværdi i varen, men det må langt fra være det primære.

For at se hvad der egentligt gemmer sig i drømmen - at finde frem til de stemninger og tilstande der ligger heri -, er det nødvendigt at bevæge sig dybt ind og undersøge, hvad der egentlig tiltrak vor opmærksomhed og så at sige, udfolde drømmen. I denne proces vil man uvilkårligt skulle arbejde med roller som vil dukke op, og grundigt afprøve disse roller - for derigennem at finde ud af hvad det egentligt var, som vi blev tiltrukket af, - og altså nå frem til hvad det var for et budskab der ligger i det der tiltrak vor opmærksomhed. Det er en dybere proces at finde frem til dette, og den er altid helt individuel.

Oftest finder vi frem til sider af os selv, som vi i det daglige ikke er i særlig megen kontakt med. Sider, som vi mangler at leve mere ud i vores dagligdag, og som kan berige vores liv, hvis de bringes til udtryk og leves erkendt. Vi forsøger således via indkøbet, at nå ind til sider af os selv, som vi har brug for, for at føle os mere hele! For at få de sider af os selv med, som vi ikke er i kontakt med. Da vi ikke er i umiddelbar

kontakt med disse gemte eller glemte sider af os selv, kommer "ansigtet" blandt andet frem når det gælder overflodsindkøb, og forsøger på denne måde at få plads i vores liv. Varen er et middel til at komme i kontakt med dybere lag i os selv. Som en vej at gå, hvis vi skal komme i kontakt med dybere lag i os selv. Og det er **det** indkøbet de allerfleste gange handler om. Vi vil gerne have et mere fantastisk og helt liv. Men for at opnå en dybere forståelse af os selv må vi gå vejen med at udforske og udfolde hvad der ligger bagved flirten - eller det der tiltrak vor opmærksomhed, hvilket ikke sker fordi vi køber varen.

Køber vi varen, sker der almindeligvis det, at vi ikke får det vi oprindeligt var vilde med - drømmen, og tilstanden bagved drømmen! - fordi den i de fleste tilfælde ikke er blevet erkendt, - derfor ikke bliver levet som sit fulde udtryk, og derfor er nødt til at leve videre i det skjulte - stadig som en drøm - en side af os, som vi endnu ikke har megen kontakt med. Så hvad er det vi egentlig køber? Hvad er det der sker? Vi får et hurtigt "fix"! Vi får et glimt af noget dyrebart, noget dybere, som mange af os længes efter at have i vores liv – et glimt af den del af os selv, som ikke leves, men som kunne være med til at gøre vort liv mere spændende, rigere, mere fantastisk. Så der er jo ikke noget at sige til, at vi må købe mere, som shopaholic'erne, eller at vi bliver deprimerede, når det viser sig, at vi ikke fik det vi gerne ville have - det vi troede vi købte, og gerne ville have ind i vores liv!

Resultatet er, at mange af os går fra fix til fix, - vi får blot smagt en anelse af det vi dybest set gerne vil have og troede at vi købte!! Det store forbrugsræs kan ses som udtryk for, at mange af dagens danskere jager hurtige fix, fordi de ikke har fundet andre metoder til at mærke sig selv - blive mere hele, levende og i kontakt med sig selv, selvom ønsket om dette ofte desperat er til stede.

Så vi vil altså gerne lære os selv at kende, men det sker almindeligvis bare ikke på denne måde via forbrug. Vi får blot en lille forsmag, der aldrig går så dybt at den kan bruges til at forstå os selv, eller til at blive mere hele og komme mere i kontakt med os selv. De hurtige fix kan således ikke bruges til at finde frem til, hvad vi virkelig mangler i vort liv, for at forstå os selv.

Regeringen er godt tilfreds med vores stigende forbrug, trods det faktum at det ikke har vist sig som genvejen til markant flere arbejdspladser. Bliver vi lykkeligere?? Næppe! Heller ikke selvom vi får sendt signaler til vore omgivelser om hvem vi er!! Det er trods alt rent iscenesættelse og blå, der ikke giver så meget i det lange løb. Sikkert er det, at chancen for at komme til at forstå os selv bedre via forbrug og indkøb er minimal, med mindre vi udforsker hvad der egentlig ligger gemt dybt inde i de flirts, som vi næsten alle har, når vi ser de fristende butiksruder. Flirten og drømmene kan vi udforske -

udfolde, gå dybere og have det sjovt med, i en legende udforskende proces - og endda arbejde med at integrere i vort liv, så vi bliver mere hele og levende, - uden at betale en eneste krone i butikken og uden bagefter at have besværet med at opbevare tingen og skulle smide den væk igen. Resultatet af vores nuværende ræs er, at vi bliver endnu større forbrugere, fordi vi ikke får hvad vi egentlig var ude efter. Og til glæde for hvem bliver vi endnu større forbrugere??? Producenterne, politikerne... for kloden og vores forståelse af os selv beriges næppe på denne måde.

Lone Nørgaard, privatpraktiserende psykolog.