

Súlyos kór mérgezi a magyarokat: tízezreket tesz tönkre, ezek a tünetei

- [Pénzcentrum](#)
- 2018. július 5. csütörtök 05:35

- Facebook
- Twitter
- Google
- [E-mail](#)
- [Nyomtatás](#)

A jelenlegi fogyasztói társadalomban, mely arra épül, hogy minél újabb, modernebb, divatosabb eszközökkel vegyük körbe magunkat, lehetetlen ellenállni az impulzusoknak: gyakran vásárolunk olyan termékeket, melyekre valójában nincs is szükségünk. Óriási csapda ez, hiszen minél többet költünk tárgyakra, annál kevésbé tudunk örülni nekik. Egyszerűen elértéktelenednek, magukkal rántva ezzel emberi kapcsolatainkat, saját életünk minőségét is. Limpár Imre szakpszichológussal beszélgettünk az életszínvonal inflációjáról, amely jellemző probléma a magyar társadalomban is.

Ha lenne pár millió forintod, vagy kétszer annyit keresnél, mint most, rendben lenne az életed? A gyakorlat azt mutatja, hogy nem, hiszen a fogyasztói társadalomra az jellemző, hogy minél több pénz áll rendelkezésünkre és minél többet keresünk, annál többet költünk. Pár hónap alatt hozzászokunk az új és jobb tárgyakhoz, már észre sem vesszük a felesleges kiadásainkat.

Míg egy tanuló vagy pályakezdő beéri szerényebb étellel, olcsó használati eszközökkel és szerény lakhatással, 10 évvel később már értéktelenné válik az otthoni melegétel, a régi mobil és lakás, hiszen úgy érzi megengedheti magának, sőt, meg is érdemli a drága éttermi kosztot, a csúcstelefont és egy nagyobb lakást, melyben az összes felhalmozott tárgya elfér.

Ez az életszínvonal inflációja.

Ahogy a pénz értékét veszti, azaz ugyanazért az összegért egyre kevesebbet tudunk vásárolni, ugyanez megtörténik szépen lassan az életünkkel is. Amire évekkkel ezelőtt vágytunk és el is értük, az mára értéktelenné vált: többet és többet akarunk.

A túlköltés, a túlfogyasztás valójában csak egy tünet.

"Sajnos ez egy létező probléma. A mennyiség rabigájába hajszoltan élünk és fogyasztunk: minél többet, minél jobban kell teljesíteni" - kezdi a fenti jelenség elemzését Limpár Imre, tanácsadó, szakpszichológus. Ahogy egy gyerek megszületik és rákerül a csuklójára a karszalag, egy virtuális check-list füzetet is raknak mellé: mely azokat a pontokat tartalmazza, melyeket neki ki kell pipálnia élete során. Ezek társadalmi, szülői, mikro- és makrocsaládi elvárások. Ezért a gyermek úgy nő fel, hogy folyamatosan a pipákért harcol, hogy legyen meg minden, amit kitűztek elé. De a hajszoltság közepette nem tudjuk megélni az élményeinket, örülni annak, amink van. A jelen pillanat helyett már várjuk a következőt, majd az azt követőt - és így el lehet evickélni pillanatról pillanatra egészen a nyugdíjig.

A hozzám betévedő 40-es, inkább 50-es korosztályú emberek szájából, nagyon gyakran hallok azt a mondatot: Majd, ha nyugdíjas leszek... és amikor eléri azt a kort, akkor: Most már nem... Így élünk le egy életet minőség nélkül

- mondja a szakember.

Persze van belőle kiút, nem kell ezt feltétlenül elfogadnunk, de nehéz lesz - folytatja a szakember. Azt javasolja, hogy a vágyak helyett kézzelfogható, mérhető és főleg ésszerű célokat jelöljünk inkább ki. Jelenleg egy hatalmas marketingátverésben élünk - és ezt fel kell ismernünk. A reklámok felhergelnek minket, a vágyainkat, és azt ígérik, ha kinyitjuk a csomagot, boldogok leszünk.

Ha ezt még megszerzem...

A materiától várjuk a gratisz boldogságot, de az rendszerint elmarad, mi pedig nem értjük, hol van. A boldogságot erőltetik ezek a reklámok, de ezzel a fogalommal valójában nagyon nehéz mit kezdeni, hiszen sosem tartós állapot, csupán egy érzéslecsapódás, egy pillanat. Valaminek majd a következménye lesz, vagy éppen nem lesz. Ezzel szemben az elégedettségért lehetne tenni, azért érdemes is, hiszen azt racionálisan végig lehet gondolni, lehet végezni összehasonlításokat. De ebben már nem segít a reklám, ahogy abban sem, hogy lehetne célá alakítani a feltálat vágyat, hiszen akkor óhatatlanul kevesebbet fogyasztanánk.

Fordítva ülünk a lovon

Ha lélektanilag nézzük, ez az egész oksági láncolat valójában fordítva van: boldogtalanok,

kiábrándultak vagyunk, ezért keressük külső dolgokban a belső megnyugvást és elégedettséget. Betömjük velük a hézagokat. Materiális célokért hajtunk, nem pedig azért, hogy tegyük a dolgunkat, az életfeladatunkat - amit persze szintén egyre nehezebb megtalálni. A belső motivációt változtatta át a modern világ külsővé: cél lett a tárgy, nem pedig következmény. Ez pontosan olyan, mint amikor egy gyerek a jó bizonyítványért ajándékokat kap. Először talán még azt érzi, jó dolog tanulni és olvasni, de ha kap érte jutalmat, akkor már azért fog dolgozni, nem pedig saját belső késztetéséből.

Nagy általánosságban ugyanez elmondható a huszonéves populáció munkaerőpiaci jelenlétére is:

bónuszok és emelések bűvkörében élnek, egy olyan világban, ahol semmi sem elég. Ezért is képtelenek huzamosabb ideig egy helyen dolgozni.

Mégis hogy lehet kitörni a körből, és miképp hagyhatjuk magunk mögött ezt a szemléletmódot? Limpár Imre szerint a recept egyszerű: lassítani kell.

Hiszek a részeredményekben, ehhez azonban meg kell állni, átgondolni saját értékrendünket, megfogalmazni, miben hiszünk, és megvizsgálni, átéljük-e azt minden nap. És ez az, ami nagyon kemény és tudatos munkát igényel az egyén részéről. De csak ez tud segíteni.