

滿足購物慾不代表能得到快樂－購物真能帶給我們快樂嗎？

01-28

自從人類最早開始出現對非必需品有了渴求的慾望以來，迄今人對物慾的追求已成為日常生活的一部份了。美國人可說是擁有較多物品的一群，因為他們有相當多可自由支配的收入。隨便去任何一家購物中心，然後環顧四周，將難發現，賣場裡陳列的商品其實大都並非真正的必需品。無論被為「進步」的原動力，或是有待卸下的重擔，毋庸置疑地，人類和物質佔有兩者之間，長久以來的確存有相當複雜的關係。但或許我們可以更透徹地了解箇中原委。

「密蘇里大學堪薩斯市分校」美國研究教師珍娜·羅斯告訴她的學生，人們對物品所採取的態度，最終還是和自我價值感密不可分，而其中也包括了優越感作祟。

她表示，「這是相當典型的現象，亦即人們藉由指出他人偏差的消費行為，來試圖替自己的消費行為辯護。因此，事實真相是...他們其實是在論斷他人。」

你負擔得起嗎？

堪薩斯跳蚤市場的老手賣家羅尼·哈特爾試圖提供一處不受論斷干擾的空間。每當週末來臨，他就會快樂地坐鎮在自己的跳蚤市場攤子，裡頭充斥著運動紀念物、書籍、唱片、金幣、銀幣、名家設計的盤子、洋娃娃、玻璃器皿、聖誕節裝飾和大量珠寶首飾。

很多哈特爾的客戶都樂於掏腰包購買一些他們早年負擔不起的東西，不過，有時即使是這種購物行為，都需要經過某種合理化的解釋才行。

「當你真正在財力上負擔得起的時候，很可能就不想擁有那樣東西了」，哈特爾說，「但你還是會回想著，『嗯，在我小時候，還真的很想要那樣東西呢。』」

有樣東西是哈特爾不想要的，那就是當人們的支出超過自己財力範圍之外。「有位女士可能想向我買珠寶首飾，然後口中說著『我其實並不需要這枚戒指，但我非得擁有它不可。』這是我會回答，『啊，也許這超出你財力負擔呢。』」

這樣是否能讓她改變心意嗎？

「決不可能，」他如此說道。

01-29

樂趣 vs. 快樂

「南喬治亞大學」心理學教授威廉·麥金塔表示，廣告無遠弗屆的力量，讓人難以逃脫。「基本上，我們顯然是被騙了」，他如此說道，「我們所接收到的訊息是，這樣東西能使我們快樂，但底下更根本的訊息其實是，消費能使我們快樂。不過，其實有大量研究都告訴我們，這絕非事實。」

麥金塔指出，消費者一再犯下的錯誤是，錯把樂趣當成了快樂。「如果你從購物當中，獲得了樂陶陶的感覺，其實你只是從某件能帶來樂趣的東西上，取得了短暫的快感而已」，他說道，「我們卻幾乎把這視為通往快樂的路標。」

「不過，在心理學上，這種感覺其實被比擬為上癮。即使我們在嘴巴上說，『我知道這無法讓我快樂』或『我知道我買不起』，但我們卻無法停止購物慾，這出自於一種想要持續消費、難以抗拒的衝動。」

正向消費主義

倫敦《Time Out》雜誌消費者議題編輯瑪姬·戴維斯，希望能藉由她所寫的《死前必購的一〇一件好物》(暫譯)一書，用自己的方式來紓解買東西所帶來的壓力。「書名其實有點半開玩笑」，戴維斯說道，「但

本書用意是希望能作為具有啟發性的指南，教大家買到最佳好物——而且並不一定非得花很多錢不可。」

「如果不善此道，則購物也可能淪為相當膚淺」，戴維斯說道，「就像是閱讀不入流的小說、觀看粗製濫造的電視節目或吃垃圾食物無異。不過，如果能精通購物之道，而且真的買到很有價值的東西，那麼事實上這還有助於改善你的生活品質，而且當中還涉及熱望和夢想。」

作者戴維斯表示，無論別人怎麼看待你的東西，要記住：這是你的東西，「如果你真的很喜愛某樣東西，那就保有它吧。」