

[0-18 urte bitarteko seme-alabak dituzten familientzako doako Orientazio Zerbitzua.](#)

Egin zure kontsulta telefonoz (944051549. Ostegunero: 11:30etatik 13:00etara eta 16:00etatik 17:30etara) **edo Leioako Udaleko webguneko inprimakia betez**
PSIKOLAGUN <http://www.leioa.eu/>

“Hori nahi dut.....erosi ieza dazu!”

Adin desberdinetako seme-alabak dituzten heldu askok entzuten duten esaldia dugu hau. Gaur egungo gizarte kontsumistan, bada uste bat errotua dagoena: gure nahiera guztiak bete “**behar**” dira. Eta lortzen ez badira besteak ez bezalakoak gara. Ezaugarri, bereizgarri dena, arazo bezala kudeatzen da. Are gehiago, umeen kasuan, bestelako ideia bat berenganatzen dute, senide edo gurasoak direla eskatzen duten hori eman “**behar**” dietenak.

“*Journal of Children and Media*” (*) aldizkarian argitaratutako ikerketa batean parte hartu zuten 64 amek adierazi zuten, 3 eta 5 urte bitarteko beraien seme-alabek behin eta berriz eskatzearen estrategia bidez, hau da ekinaren bidez, lortzen zutela nahi zuten hori.



Ikerketa horrek, umeek telebistan gehien ikusten zituzten elikadura produktuen iragarkiak jasotzen dituen eredu. Datuen arabera, kontsumitutako iragarkien %4a esnekien produktuena zen eta %1a fruta eta barazkiena. % 34a gozoki eta zizka-mizkena zen, %28a zerealena eta %10a janari azkarra deritzona.

Ikerketan parte hartu zuten amek, seme-alaben eskakizunek, uneoro liskarra eta eztabaidak sortzen zituela sentitzen zuten. Seme-alabek, iragarkietako estalki liluragarriak edo miresten zituzten pertsonaiek iragarritako produktuak eskatzen zituztela, nahiz eta produktu horiei buruzko informazio nahikorik izan ez.

Seme-alabak, behar ez zituzten edo beraiantzat onuragarriak ez ziren produktu horiek lortzeko temati jartzen zirenean, amek ondorengo estrategiak erabiltzen zituztela aitortu zuten.

Erabilitako estrategia batzuk:



- Osasunarentzako kaltegarriak diren elikagaien **iragarkiak ikusteko denbora mugatu**. Estrategia hau umeen gizentasuna prebenitzeko neurri proaktiboa litzateke. Horrez gain, badira bestelako neurri proaktiboak; besteak beste, seme-alabei produktu hori **ez erosteko arrazoiak** ematea, **osasungarriagoa den produktu bat erosten** uztea, **negoziatzea** edota **arauak ezartzea**.

- Bestalde, eskatutako **produktua erosten** uztea, umeen **eskariei muzin egitea** edota umea **distraitzea**, neurri errektiboak lirateke. Baina hauek ez dira hain eraginkorrak suertatzen.

Bada bestelako estrategiarik. Zehazki, familia batzuk egoerari aurre egiteko erabiltzen dutena: **“borondatezko sinpletasuna”** deritzona. Familia hauek, bizi eredu propioa eta alternatiboa dute, materialista ez den bizi estiloa maite dute eta satisfazioa eta ongizatea bilatzen dute. Bizi estiloa, maila pertsonalean aberasgarriago dela deritzote eta era berean, onuragarria gizarte eta ingurumenarentzat.

Baliteke ikerketak, familiek egunero bizi dituzten egoeretara extrapolatzeko estrategiarik ez eskaintzea. Baina, bada helduok seme-alaben eskakizunei erantzuteko dugun moduan erreparatzeko edota hausnartzeko bide:

LAGUNGARRIAK EZ DIREN PENTSAMOLDEAK

- Seme-alabek besteak dutena ez izateak **“pena”** ematen dit
- **Besteak duten hori** “behar izatearen ustea” izatea
- **“Eman ahal badiot**, hori edo gehiago badu, hobe!”
- **“Merezi du”**
- ...

LAGUNGARRIAK IZAN DAITEZKEEN PENTSAMOLDEAK

- Nire seme edo alabak **“pena”** ematea, momentu horretan gertatzen ari dena ikusteko edo duen beharrezko hautemateko oztopo da. Are gehiago, bestelako egoeretan konpentsatzeko joera erreproduzitzera narama. Nahiago dut, bere beharrezko arabera jardun eta ez nire sentimenduen arabera (bereak ez bezalako izan daitezkeelako edo ez).

- Bere burua maitatzen irakasten diot, bere abileziak nabarmenduz eta besteekiko inolako **konparaziorik** egin gabe. Bere irudirik onena bere isla delako. Horrela ikasiko du, berak behar duena ez dela beti besteek behar dutena.
- Helduok **eman genezakeena**, ez da dugun diru kopuruaren araberakoa, diruaz egiten dugun erabilera arduratsua eta gastuak erregulatzeko dugun gaitasuna agertzea baizik.
- **“Merezi”** izateak, zerbait zor diodanaren seinale da. Eta uste dut, nire seme edo alabarentzako ez dela batere onuragarria, bere bizitzan satisfazio pertsonala bilatu ordez, lortzen den horren araberako satisfazioa bilatzen ibiltzea. Jakinda, lortu dezakeen horrek mugarik ez duela.



Iturria:

* *Familian Hezi (2017ko maiatzeko elkarrizketa)*

* *Cómo influyen los niños en las compras familiares”, Emprendedores (2016) aldizkarian argitaratua*

* *Holly K. M. Henry & Dina L. G. Borzekowski (2011). The Nag Factor, Journal of Children and Media, 5:3, 298-317*