

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

ΟΡΙΣΜΟΣ : Η τάση για εξίσωση της προσωπικής ευτυχίας με την απόκτηση όλο και περισσότερων υλικών αγαθών. Συνδέεται άρρηκτα, με την προώθηση της νοοτροπίας του υλικού ευδαιμονισμού, η οποία προτάσσει την άκριτη και υπερβολική απόκτηση υλικών αγαθών. **Ο υπερκαταναλωτισμός** παρουσιάζεται ως η πιο ακραία μορφή του φαινομένου. Όσο πιο μεγάλο είναι το εσωτερικό κενό, που αισθάνεται ο σύγχρονος άνθρωπος, τόσο πιο πολύ αυξάνεται η απληστία του και η επίπλαστη τάση για κάλυψη των συναισθηματικών αδυναμιών. Συνεπώς, καταναλωτισμός είναι η οικονομική και κοινωνική τάση της κοινωνίας να παράγει και να καταναλώνει προϊόντα, τα οποία ανταποκρίνονται σε δευτερογενείς και καθόλου ιεραρχημένες ανάγκες.

ΑΙΤΙΑ ΠΟΥ ΟΔΗΓΟΥΝ ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟ

I. Οικονομικά

1. Ο Β΄ Παγκόσμιος πόλεμος επέφερε οικονομική πτώχευση σε διεθνή κλίμακα. Οι άνθρωποι μετά τη λήξη του πολέμου θεώρησαν ότι **λύση σε αυτή την παγκόσμια οικονομική κρίση θα φάνταζε η υπερπαραγωγή αγαθών**. Όμως, η απορρόφηση της πληθώρας αυτής των αγαθών ήταν ισοδύναμη με την αύξηση των οικονομικών απολαβών, η οποία επιτεύχθηκε μέσω της διαφήμισης. Έτσι, δημιουργήθηκε ο **“homo consumens”**, ο νέος αυτός τύπος του ανθρώπου, που **δεν καταναλώνει για να ζήσει, αλλά ζει για να καταναλώνει**.
2. **Η πρόοδος της επιστήμης και της τεχνολογίας, σε συνδυασμό με την εμφάνιση της βιομηχανίας οδήγησε στην υπέρμετρη παραγωγή αγαθών προς κατανάλωση**. Σε συνδυασμό με την άνοδο του βιοτικού επιπέδου, οι άνθρωποι επεδίωξαν να προβάλλουν την οικονομική τους ευρωστία, μέσω της απόκτησης ολόένα και περισσότερων υλικών πραγμάτων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί η εμφάνιση των πρώτων αυτοκινήτων κατα την έναρξη της βιομηχανικής επανάστασης, τα οποία οι άνθρωποι αποκτούσαν σε ευρεία κλίμακα - όχι επειδή τα χρειαζόνταν άμεσα - αλλά επειδή βρίσκονταν σε αφθονία και ήταν οικονομικά προσιτά.
3. **Το διεθνές οικονομικό κατεστημένο προωθεί διευκολύνσεις πληρωμών και δανειοδοτήσεων**, που ενισχύουν την ματαιοδοξία των ανθρώπων και δημιουργούν πλαστές ανάγκες, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στην επίλυση του βιοποριστικού προβλήματος, αλλά ενισχύουν την οικονομική εξάρτηση από ένα καπιταλιστικό σύστημα.

II. Κοινωνικά

1. **Η ματαιοδοξία των ανθρώπων και η τάση αυτοπροβολής δημιουργούν μια εμπορευματοποιημένη μόδα**, που προβάλλει πρότυπα, που στηρίζονται μόνο στην πρόσκτηση υλικών αγαθών. Οι άνθρωποι ταυτίζουν το “έχειν” με το “είναι” και πιστεύουν ότι η **κοινωνική αποδοχή και καταξίωση είναι ισοδύναμη με την υλική ευμάρεια**.
2. **Τα ΜΜΕ βομβαρδίζουν τους εν δυνάμει καταναλωτές με διαφημίσεις και μέσω των δελεαστικών προσφορών δημιουργούν επίπλαστες ανάγκες**. Τα ΜΜΕ

συμβάλλουν στην ενίσχυση της εμπορευματοποιημένης μόδας, προωθώντας τον άκρατο μιμητισμό, κυρίως στους νέους ανθρώπους, οι οποίοι είναι περισσότερο ευεπηρεάστοι.

III. Ψυχολογικά:

1. Ο σύγχρονος τρόπος ζωής είναι συνυφασμένος με **έντονους και αγχωτικούς ρυθμούς**, που επιτείνουν τα ψυχολογικά προβλήματα και κυρίως την κατάθλιψη. Έτσι, τα άτομα, που παρουσιάζουν αδυναμία ικανοποίησης των ουσιαστικών αναγκών τους, όπως την εξασφάλιση ποιοτικού χρόνου για τον εαυτό τους, καταφεύγουν σε λανθάνουσες μορφές ψυχαγωγίας και αποσυμπίεσης από τα προβλήματα της καθημερινότητας. Ο καταναλωτισμός αποτελεί υποκατάστατο μιας κενής, ανούσιας και επαναλαμβανόμενης πραγματικότητας.

ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ

- **Ηθική διάβρωση των ανθρώπων**, επειδή προτάσσουν τον ατομικισμό έναντι της αλληλεγγύης. Οι σύγχρονες καταναλωτικές κοινωνίες προωθούν τον στείρο ανταγωνισμό, με απότοκο εκείνος, που είναι οικονομικά πιο εύρωστος να χρέζει πλήρους κοινωνικής αποδοχής. Σε επαγγελματικό επίπεδο, οι άνθρωποι χρησιμοποιούν αθέμιτα και παράνομα μέσα ανέλιξης και δε διστάζουν να υποτιμήσουν και να διαβάλλουν τους συναδέλφους τους, προκειμένου να ανέλθουν στην εργασιακή ιεραρχία. Η λεγόμενη νοοτροπία «ο θάνατός σου, η ζωή μου». Παράλληλα, σε επαγγελματικό επίπεδο προτάσσεται η νοοτροπία του ελάχιστου μόχθου, που προωθεί τον εύκολο πλουτισμό, χωρίς την ύπαρξη του ελάχιστου πνευματικού ή και σωματικού μόχθου. Συνεπώς, οι άνθρωποι ολοένα και περισσότερο επιχειρούν να εξασφαλίσουν χρηματικά οφέλη μέσω οικονομικών εξαπατήσεων ή εγκληματικών ενεργειών, προκειμένου να εξασφαλίσουν την οικονομική δυνατότητα, ώστε να ανταποκριθούν στις επίπλαστες ανάγκες της σύγχρονης καταναλωτικής κοινωνίας.
- **Παραγκωνίζεται η πνευματική καλλιέργεια και η πρόοδος των ανθρώπων**, επειδή στηρίζονται στη **νοοτροπία του ελάχιστου μόχθου** και επιδιώκουν να εξασφαλίσουν εύκολο χρήμα. Αυτό συνεπάγεται ότι οι άνθρωποι δεν προσπαθούν να καλλιεργηθούν, ώστε να εξελιχθούν και να καθιερωθούν σταδιακά στον εκάστοτε επαγγελματικό τους χώρο. Η σταδιακή καταξίωση και επαγγελματική ανέλιξη δεν ικανοποιεί την ακόρεστη δίψα των ανθρώπων για ικανοποίηση όλων των επίπλαστων καταναλωτικών αναγκών, που αναδύονται.
- **Οι οικονομικές ανισότητες επιδεινώνονται**, εξαιτίας της πόλωσης, που δημιουργείται στην κοινωνία μεταξύ των οικονομικά εύρωστων και των οικονομικά ασθενών ανθρώπων. Οι οικονομικά ισχυροί επιδιώκουν την αύξηση της οικονομικής τους δύναμης και εξουσίας και εκμεταλλεύονται διαρκώς τους οικονομικά ανίσχυρους. Έτσι, οι κοινωνικές αυτές ανισότητες οδηγούν σε βίαιες συμπεριφορές και παραβατικές ενέργειες, όπως τις κλοπές.
- **Έντονες ψυχολογικές επιδράσεις**, που έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Η αρνητική και πεσμένη ψυχολογία είναι συνυφασμένη με την συνεχή και

κοπιώδη αναζήτηση χρημάτων, για την κάλυψη των επίπλαστων αναγκών, που δημιουργεί ο καταναλωτισμός. Επιπλέον, αναπτύσσεται έντονο άγχος και ανταγωνιστικότητα, λόγω της υπερεργασίας, που προσφέρει μεν περισσότερα χρήματα, καταπιέζει δε τις πραγματικές ανάγκες των ανθρώπων για μια ποιοτική ζωή, που εξασφαλίζει ελεύθερο χρόνο. Επομένως, η έλλειψη ελεύθερου χρόνου προκαλεί θυμό και στρές, που επιδρούν μακροπρόθεσμα τόσο στην ψυχική υγεία των ατόμων(καταθλίψεις, αγχώδεις διαταραχές), όσο και στη σωματική (επιβαρυσμένο καρδιακό σύστημα).

- **Έλλειψη υγιούς πολιτικοποίησης.** Το συνεχές κυνήγι του χρήματος για την υπερκάλυψη των πλαστών αναγκών, που αναδύονται με τον καταναλωτισμό, δεν αφήνει περιθώρια στους ανθρώπους να ενημερώνονται για τα πολιτικά και κοινωνικά δρώμενα και παρουσιάζονται αδιάφοροι και παθητικοί, όσον αφορά στις τρέχουσες εξελίξεις. Συνεπώς, αυτού του τύπου ο εφησυχασμός επιφέρει την πολιτική χειραγώγηση των ανθρώπων.
- **Ο καταναλωτισμός επιβαρύνει το περιβάλλον.** Η έντονη εκβιομηχάνιση για την παραγωγή ολοένα και περισσότερων καταναλωτικών προϊόντων, εξαντλεί τους φυσικούς πόρους, οι οποίοι αδυνατούν να αναπαραχθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα. Παράλληλα, τα ενεργειακά αποθέματα εξαντλούνται, δημιουργώντας απίστευτη ανισορροπία στο φυσικό περιβάλλον. Σε συναρμογή με όλα αυτά, έρχονται να προστεθούν και τα απόβλητα, που εξαπολύονται στην ατμόσφαιρα και τις θάλασσες, καθώς και τα απορρίμματα, που αδυνατούν να υποστούν ανακύκλωση και να βιοδιασπασθούν.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ

- Το άτομο οφείλει να συνειδητοποιήσει ότι η πραγματική ευτυχία δεν ισοδυναμεί με την αλόγιστη επιδίωξη και εξασφάλιση υλικών αγαθών. Ουσιαστική λύση, λοιπόν, φαντάζει η **ιεράρχηση των αναγκών και ο επαναπροσδιορισμός των αξιών** του ανθρώπου. Σε αυτό συμβάλλει και η καλλιέργεια των πνευματικών ενδιαφερόντων του ατόμου, που αντισταθμίζει την καταναλωτική φρενίτιδα. Παράλληλα, το άτομο αναπτύσσει εγκράτεια μέσω της κριτικής ικανότητας, την οποία μπορεί να αποκτήσει με τη συμμετοχή του σε συλλόγους καταναλωτών, που θα το οδηγήσουν στη σωστή καθοδήγηση.
- Φυσικά, η **οικογένεια**, ως πρωταρχικός φορέας κοινωνικοποίησης, οφείλει να εκπαιδεύσει το νέο άτομο, όσον αφορά στην ιεράρχηση των αναγκών του. Αυτό συνεπάγεται ότι οι περιορισμοί και οι κανόνες, που θα του θέτει, θα το μετουσιώσουν σ' ένα άτομο ικανό να ξεχωρίσει τις ουσιαστικές από τις δευτερεύουσες ανάγκες και να επιλέγει το μέτρο.
- Το **εκπαιδευτικό σύστημα** οφείλει να ακολουθήσει έναν ανθρωπιστικό προσανατολισμό και να απαλλαγεί από την άγνονη μάθηση, που καλλιεργεί τον τεχνοκρατισμό και την ηθική αναλγησία. Όταν οι μαθητές εμποτιστούν με ένα πνεύμα συλλογικότητας, θα αντιληφθούν ότι στο επίκεντρο πρέπει να είναι ο άνθρωπος. Επίσης, θα εμφορούνται από την αξία της περιβαλλοντικής συνείδησης και θα προσπαθούν να μετριάσουν την υλιστική μανία, που καταστρέφει τους φυσικούς πόρους και τα ενεργειακά αποθέματα. Ακόμη, η εκπόνηση ομαδοσυνεργατικών δράσεων και εργασιών, καθώς και η επάνδρωση των εκπαιδευτικών εγκαταστάσεων με καταρτισμένο προσωπικό (ψυχολόγοι και κοινωνιολόγοι) θα βοηθήσει τους νέους, ώστε να είναι σε θέση να ιεραρχούν ορθότερα τις αξίες τους.
- Τα **MME**, μέσω της τεράστιας απήχησης, που έχουν στο μέσο άνθρωπο, οφείλουν να προβάλλουν θετικά πρότυπα, απαλλαγμένα από τις μικροαστικές αντιλήψεις του

νεοπλουτισμού και της κοινωνικής επίδειξης. Τα ΜΜΕ οφείλουν να δρουν ως μεταδότες υψηλών στόχων, χωρίς να προβάλλουν διαρκώς τη νοοτροπία του «ελάσσονος μόχθου» και του εύκολου πλουτισμού. Παράλληλα, η άσκηση της δημοσιογραφίας είναι θεμιτό να διέπεται από ουσιαστικές ηθικές αρχές και να μη δρά παραπλανητικά προάγοντας τη μαζοποίηση και τον υλικό ευδαιμονισμό. Ιδιαίτερη προσοχή οφείλουν να επιδείξουν τα ΜΜΕ για τα νέα παιδιά, τα οποία είναι περισσότερο ευάλωτα στους μηχανισμούς της παραπλάνησης και της προώθησης επίπλαστων αναγκών.

- **Οι κρατικές αρχές** οφείλουν μέσω των αρμοδίων υπηρεσιών (υπουργείο εμπορίου) να διενεργούν διαρκείς ελέγχους για την ποιότητα και την αξία των προβαλλόμενων προϊόντων, ώστε να μην παραπληροφορούν το καταναλωτικό κοινό και το ωθούν σε λανθασμένες και άκριτες επιλογές.
- **Οι οργανώσεις καταναλωτών** οφείλουν να ενημερώνουν το καταναλωτικό κοινό και να στηλιτεύουν πιθανόν προσπάθειες χειραγώγησής του.
- **Η επιστημονική κοινότητα**, η οποία είναι στην πιο αρμόδια θέση για να ενημερώνει τους πολίτες για την καταλληλότητα των προϊόντων οφείλει να αποτρέπει την πραγματοποίηση επιβλαβών και δευτερευόντων αγορών.
- **Η σωστή αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου και η ενασχόληση με δραστηριότητες, που ωφελούν την ψυχική και σωματική υγεία** (αθλητισμός, διάβασμα) προσφέρει στο άτομο μια αίσθηση επάρκειας και αυτογνωσίας. Έτσι, το άτομο αισθάνεται καλά με τον εαυτό του και δε χρειάζεται να επιδιώκει τεχνητές απολαύσεις και χαρές, μέσα από την λεγόμενη “ψυχοθεραπεία της κατανάλωσης” το γνωστό σε όλους μας “shopping therapy”.