**ΤΕΣΕΚ ΠΑΦΟΥ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑꓽ ΧΡΙΣΤΙΑΝΑ ΧΑΤΖΗΚΥΡΙΑΚΟΥ**

**ΣΧ.ΧΡ.2019-2020 ΤΜΗΜΑΤΑꓽ ΘΞΜ3,ΕΞ3,ΗΕΗΥ3**

**Έκθεση Γ΄ Λυκείου: Καταναλωτισμός**

**Καταναλωτισμός**: Στο πλαίσιο της σύγχρονης κοινωνίας, όπου η βιομηχανική παραγωγή και το εμπόριο συνιστούν βασικούς παράγοντες της οικονομικής λειτουργίας, η συνεχής επιθυμία αγοράς και κατανάλωσης αγαθών αποτελεί βασικό ζητούμενο προκειμένου να είναι εφικτή η οικονομική ανάπτυξη και η κερδοφορία των εταιρειών. Η επιθυμία αυτή, βέβαια, υποδαυλίζεται έντεχνα μέσω των διαφημίσεων, ώστε αφενός να είναι ακατάπαυστη κι αφετέρου να κατακτά ολοένα και πιο κεντρική θέση στη ζωή των ανθρώπων, καθορίζοντας επί της ουσίας τις περισσότερες επιλογές τους.

Ο καταναλωτισμός, αν και βασίζεται στην ήδη υπάρχουσα και εύλογη επιθυμία του ανθρώπου να κατέχει υλικά αγαθά, προωθείται συστηματικά με έμμεσους τρόπους επηρεασμού της καταναλωτικής συμπεριφοράς των πολιτών. Απώτερος στόχος των οποίων δεν είναι απλώς η επιλογή του ενός ή του άλλου προϊόντος ή αγαθού, αλλά η εδραίωση μιας αντίληψης που να επιτρέπει τον προσδιορισμό του ίδιου του ατόμου με βάση το πλήθος των υλικών αγαθών που κατέχει και καταναλώνει. Ο πολίτης παύει, έτσι, να κρίνεται ως προς το ποιος είναι, και αξιολογείται πλέον με βάση το πόσα έχει.

**Μέσα προώθησης του καταναλωτισμού**

Η εδραίωση του καταναλωτικού προτύπου ζωής έχει επιτευχθεί κατά κύριο λόγο μέσω των διαφημίσεων, οι οποίες έχουν πάψει προ πολλού να αποτελούν απλά ενημερωτικά μηνύματα για τα χαρακτηριστικά του προϊόντος∙ πλέον βασίζονται στην προσπάθεια έμμεσης ή και τελείως πρόδηλης σύνδεσης των υλικών αγαθών με μια κατάσταση ευδαιμονίας και επιτυχίας. Το γεγονός, μάλιστα, ότι οι περισσότεροι άνθρωποι εκτίθενται σε χιλιάδες διαφημιστικά μηνύματα από την πιο μικρή τους ηλικία, επιτρέπει στους διαφημιστές να επηρεάζουν τους πολίτες προτού αποκτήσουν μια σχετική ικανότητα κριτικής σκέψης και αντίστασης απέναντι στη θελκτική εικόνα της επίπλαστης αυτής ευδαιμονίας.

Η επιχειρούμενη σύνδεση, άλλωστε, της ευτυχίας με τα υλικά αγαθά ενισχύεται και μέσα από τις κινηματογραφικές και τηλεοπτικές παραγωγές του δυτικού κόσμου, στις οποίες τα πρωταγωνιστικά πρόσωπα είτε ζουν είτε πασχίζουν για να ζήσουν σ’ ένα κόσμο πολυτέλειας και άφθονης κατανάλωσης. Προκύπτει, έτσι, μια αδιάκοπη προβολή του υλικού πλούτου και των καταναλωτικών αγαθών τόσο από τα Μ.Μ.Ε., όσο και από τη βιομηχανία του θεάματος, που κατορθώνει τελικά να επηρεάσει την πλειοψηφία των πολιτών.

**Συνέπειες του καταναλωτισμού**

Η υπέρμετρη έμφαση που δίνεται λόγω της καταναλωτικής επιθυμίας στην απόκτηση υλικών αγαθών και προϊόντων επηρεάζει ποικίλες εκφάνσεις του ανθρώπινου βίου. Ειδικότερα:

- **Τα άτομα δείχνουν ολοένα και λιγότερο ενδιαφέρον για την πνευματική τους καλλιέργεια**. Η αίσθηση που δημιουργείται στους πολίτες πως η καταξίωση και η αποδοχή προκύπτουν ως απόρροια της πρόσκτησης υλικών αγαθών, τους ωθεί σε μια διαρκή προσπάθεια υλικού πλουτισμού, που λειτουργεί φυσικά εις βάρος της πιο ουσιώδους προσπάθειας για την ηθική και πνευματική τους βελτίωση. Οι πνευματικές και ηθικές αρετές που κάποτε αποτελούσαν βασικό κριτήριο για την ποιότητα ενός ανθρώπου, υποχωρούν πλέον μπροστά στην αυξανόμενη βαρύτητα που έχουν λάβει τα χρήματα και ο υλικός πλούτος.

**- Θυσιάζεται στο βωμό του πλουτισμού η ηθική αρτιότητα των ανθρώπων**. Οι πολίτες με το να θέτουν ως κύριο στόχο τους τον υλικό πλουτισμό έρχονται από νωρίς αντιμέτωποι με την ανάγκη να περιορίσουν τις ηθικές αντιστάσεις τους, προκειμένου να γίνουν πιο «αποτελεσματικοί» στον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό χώρο της ελεύθερης αγοράς. Παρατηρείται, έτσι, ενίσχυση αρνητικών πτυχών της ανθρώπινης προσωπικότητας, όπως είναι ο εγωκεντρισμός και ο τυχοδιωκτισμός, αφού πολλοί είναι πρόθυμοι να κάνουν ό,τι χρειαστεί για να πετύχουν τους στόχους τους. Η αλληλεγγύη και η συμπόνια για τους άλλους ανθρώπους καταπιέζονται ή και εξαλείφονται, υπό την πίεση της αξίωσης για μια πιο ανταγωνιστική και πιο σκληρή στάση.

Κι ενώ η ανταγωνιστική διάθεση, ακόμη και παρά το γεγονός ότι αλλοιώνει την ηθική υπόσταση των ατόμων, μπορεί να θεωρηθεί ανεκτή, το κυνήγι του χρήματος οδηγεί συχνά ακόμη και σε τελείως παραβατικές και άνομες συμπεριφορές. Πολλοί είναι εκείνοι που θέλοντας να πλουτίσουν με κάθε κόστος επιλέγουν, όχι τη συστηματική και κοπιώδη εργασία, αλλά την παρανομία και την απάτη, που τους επιτρέπει να αποκτήσουν όσα επιθυμούν εις βάρος των συμπολιτών τους.

**- Δημιουργία σημαντικών κοινωνικών ανισοτήτων**.  Η έμφαση που δίνεται στον υλικό πλουτισμό έχει ως αναγκαία συνέπεια τη βάθυνση των ανισοτήτων ανάμεσα στους ευκατάστατους και τους οικονομικά ασθενείς, καθώς το περίσσευμα πλούτου που διεκδικεί η μία μερίδα προκύπτει επί της ουσίας από την εκμετάλλευση της άλλης. Οι οικονομικά ισχυροί δεν διστάζουν να αυξήσουν τα δικά τους περιθώρια κέρδους με το να μειώνουν όλο και περισσότερο τους μισθούς και τα προνόμια των χαμηλότερων κοινωνικών στρωμάτων.

**- Αρνητική ψυχολογική επίδραση**. Ο καταναλωτισμός και η διαρκής ανάγκη για χρήματα που τον ακολουθεί προκαλεί σημαντικό άγχος και έντονη αίσθηση πίεσης σε πολλούς ανθρώπους, οι οποίοι συνειδητοποιούν πόσο δύσκολο είναι να αντεπεξέλθει κανείς στα καταναλωτικά πρότυπα της εποχής. Η επίγνωση πως προκειμένου να θεωρηθούν επιτυχημένοι από τους συνανθρώπους τους οφείλουν να αποκτήσουν σημαντική οικονομική επιφάνεια τους ωθεί σ’ ένα ψυχοφθόρο αγώνα επαγγελματικής ανέλιξης. Μια αδιάκοπη σειρά επαγγελματικών υποχρεώσεων που μειώνουν δραστικά τα περιθώρια ελεύθερου χρόνου και, άρα, τα περιθώρια ηρεμίας και πραγματικής βίωσης της ζωής, επισφραγίζουν επί της ουσίας την ιδιότυπη αυτή υποδούλωση των ανθρώπων στα υλικά αγαθά.

**- Υπονόμευση των άλλων πτυχών του ανθρώπινου βίου**. Λόγω ακριβώς της αυξημένης επιθυμίας και ανάγκης για την απόκτηση περισσότερων χρημάτων, ο κάθε άνθρωπος θέτει τις ατομικές του επιδιώξεις στο επίκεντρο των καθημερινών του προσπαθειών. Αυτός ο ατομικισμός, όμως, έχει ως συνέπεια την παραγνώριση της κοινωνικής και πολιτικής διάστασης του ανθρώπινου βίου∙ η συμμετοχή στα κοινά, το ενδιαφέρον για τους άλλους, η ενεργή παρακολούθηση των πολιτικών και κοινωνικών εξελίξεων, η κοινωνική και φιλανθρωπική δράση, που τόσο πλουτίζουν την ψυχή του ανθρώπου και τον καθιστούν πολύτιμο μέλος της κοινωνίας, παραμελούνται πλήρως, οδηγώντας σε μια επιζήμια αποξένωση.

**- Σημαντικός αντίκτυπος στο περιβάλλον**. Η αύξηση της ζήτησης καταναλωτικών προϊόντων, οδηγεί αλυσιδωτά στην αύξηση ζήτησης πρώτων υλών καθώς και καυσίμων. Προκύπτει, έτσι, μια άκρως εξοντωτική για το περιβάλλον υπερεκμετάλλευση που εξαντλεί τους φυσικούς του πόρους και εντείνει τη μόλυνσή του. Είναι, άρα, σαφές πως η επιδίωξη οικονομικού κέρδους μέσα από την εντατικοποίηση της παραγωγής και την υπερβολική κατανάλωση, ακόμη και προϊόντων που δεν έχουν να προσφέρουν τίποτε το σημαντικό στους ανθρώπους, λειτουργεί επιβαρυντικά για το περιβάλλον και υπονομεύει το επίπεδο ζωής.

**Προτάσεις για τον περιορισμό του καταναλωτισμού**

Η αποδέσμευση των ανθρώπων από την καταπιεστική και ψυχικά επιζήμια καταναλωτική μανία αποτελεί καίριο ζητούμενο της εποχής μας, και απαιτεί μια ουσιαστική αναθεώρηση του τρόπου με τον οποίο γίνεται αντιληπτή η ζωή και οι αξίες της. Ειδικότερα:

**- Έμφαση στην αξία του ανθρώπου και της ανθρώπινης ζωής**. Το γεγονός ότι ο καταναλωτισμός έχει δημιουργήσει επονείδιστες καταστάσεις με την εκμετάλλευση ανθρώπων -ακόμη και παιδιών- στις αναπτυσσόμενες χώρες που εργάζονται νυχθημερόν για έναν ελάχιστο μισθό, σε χώρους που δεν πληρούν καμία από τις προϋποθέσεις ασφάλειας και υγιεινής, οφείλει να αποτελέσει το έναυσμα για έναν ριζικό επαναπροσδιορισμό των αξιών και των επιδιώξεών μας.

Με όχημα την ανθρωπιστική παιδεία, η πολιτεία και οι φορείς αγωγής θα πρέπει να αποζητήσουν μια ουσιαστική αλλαγή στις βασικές προτεραιότητες των πολιτών. Τα υλικά αγαθά δεν μπορούν -και δεν πρέπει- να θεωρούνται σημαντικότερα από τους ίδιους τους ανθρώπους∙ η επιδίωξη του υλικού πλουτισμού δεν μπορεί να ωθεί στην απάνθρωπη εκμετάλλευση των άλλων ή ακόμη και στο άσκοπο ξόδεμα της ίδιας της ζωής του ατόμου μέσα στο άγχος και την ένταση.

Οι άνθρωποι καλούνται να κατανοήσουν πως η ευδαιμονία που προκύπτει μέσα από τη δημιουργικότητα, τον αθλητισμό, την τέχνη, καθώς και από τη συμπαράσταση στους άλλους μέσα από την κοινωνική δράση και τον εθελοντισμό, είναι σαφώς πιο ουσιαστική και διαρκής, απ’ ό,τι η υποτιθέμενη ευδαιμονία που αντλείται από την κατοχή υλικών αγαθών.

Προκύπτει, επομένως, το αίτημα για μια διαφορετική ιεράρχηση των επιδιώξεων του κάθε πολίτη, ώστε η έμφαση να δίνεται στην προσπάθεια συγκρότησης μιας ολοκληρωμένης και άρτιας προσωπικότητας, με ηθικές αρχές και πνευματική καλλιέργεια, κι όχι στην αλόγιστη επιθυμία για την πρόσκτηση όλο και περισσότερων υλικών αγαθών. Η ηθική και πνευματική ποιότητα του ανθρώπου θα πρέπει να βαρύνει περισσότερο στη σκέψη των πολιτών απ’ ό,τι η οικονομική και κοινωνική θέση.

**- Μέριμνα για τη διαμόρφωση ορθών καταναλωτικών συνηθειών**. Με προφανές ζητούμενο να μην παρασύρονται οι πολίτες, και ιδίως οι νέοι, σε μια δίχως μέτρο καταναλωτική μανία, κρίνεται εξαιρετικά σημαντική η έγκαιρη διαμόρφωση των αναγκαίων αντιστάσεων απέναντι στα κελεύσματα του καταναλωτισμού. Οι νέοι οφείλουν να κατανοούν τη διαφορά ανάμεσα στα προϊόντα που τους είναι αναγκαία και σ’ εκείνα που δεν έχουν να τους προσφέρουν τίποτε το σημαντικό ή το ωφέλιμο. Οφείλουν, επίσης, να αντιλαμβάνονται τα τεχνάσματα των διαφημιστών και τις προσπάθειες έμμεσου επηρεασμού τους με την επίκληση στο συναίσθημα και τη δημιουργία ανέφικτων προσδοκιών.

Ζητούμενα που μπορούν να επιτευχθούν μόνο μέσα από την ενίσχυση της κριτικής τους ικανότητας, ώστε να συνειδητοποιούν και να διακρίνουν ακόμη και τις πλάγιες προσπάθειες για τον δελεασμό και την προσέλκυσή τους να υιοθετήσουν έναν τρόπο ζωής που ταυτίζει την ευτυχία με τα υλικά αγαθά. Οι νέοι θα πρέπει να έχουν επίγνωση πως ένα οποιοδήποτε προϊόν, όσο ελκυστική και να είναι η διαφημιστική παρουσίασή του δεν μπορεί να υποκαταστήσει την ικανοποίηση που προέρχεται από πολύ πιο ουσιαστικές εκφάνσεις του ανθρώπινου βίου, όπως είναι η φιλία, η συντροφικότητα, η επαφή με τη φύση, ο αθλητισμός και η τέχνη.

Ενώ, συνάμα, οι νέοι θα πρέπει να έχουν πλήρη επίγνωση της ζημιάς που προκαλεί στο φυσικό περιβάλλον η τακτική των μεγάλων εταιρειών να αυξάνουν όλο και περισσότερο την παραγωγή τους, και να κατανοούν πως η δική τους στάση μπορεί να επιφέρει μια ουσιώδη διαφορά, καθώς αν εκείνοι απορρίψουν τον καταναλωτισμό και την άκριτη αγορά προϊόντων, οι εταιρείες θα αναγκαστούν να μειώσουν την παραγωγή τους, και άρα την αναίτια καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος.

**- Αναγκαία κρίνεται και η συμβολή της Πολιτείας**. Με δεδομένη την κυριαρχία της διαφήμισης, αλλά και της ιδιαίτερα ανταγωνιστικής προσπάθειας προσέλκυσης αγοραστών, η πολιτεία καλείται να μεριμνήσει ώστε να γίνονται σεβαστές οι αρχές που οφείλουν να διέπουν τα διαφημιστικά μηνύματα. Οι εταιρείες δεν θα πρέπει να αφήνονται ελεύθερες να αξιοποιούν κάθε πιθανό τέχνασμα για τη θελκτικότερη παρουσίαση των προϊόντων τους, ιδίως όταν η παρουσίαση αυτή δημιουργεί ψευδείς προσδοκίες στους αγοραστές και τους εξαπατά ως προς τις ιδιότητες των προϊόντων.

Αντιστοίχως, ιδιαίτερης σημασίας είναι και οι έλεγχοι ποιότητας των προϊόντων, καθώς οι εταιρείες στην προσπάθειά τους να αυξήσουν τα περιθώρια κέρδους καταφεύγουν σε διάφορες τακτικές μείωσης του κόστους παραγωγής.

**- Συνειδητοποίηση της προσωπικής ευθύνης**. Ο κάθε πολίτης οφείλει να κατανοεί πως τόσο οι καταναλωτικές του επιλογές όσο και η στάση του απέναντι στο γενικότερο υλιστικό πνεύμα της εποχής, έχουν σημαντική βαρύτητα, υπό την έννοια πως αν αφήνεται στο ρεύμα του καταναλωτισμού προσφέρει τη συναίνεσή του και το ενισχύει. Ένας γονιός, για παράδειγμα, που έχει τη δυνατότητα να διαμορφώσει από νωρίς υγιείς καταναλωτικές συνήθειες στο παιδί του και να του διδάξει την αξία της ορθής επιλογής, προκειμένου να μην παρασύρεται από τα τεχνάσματα των διαφημιστών, έχει την ευθύνη να αναλάβει έγκαιρα τη σχετική μέριμνα.

**- Συλλογική αντίδραση απέναντι στην απληστία των πολυεθνικών εταιρειών**. Η συνειδητοποίηση πως ο καταναλωτισμός είναι επιζήμιος για το περιβάλλον, αλλά και πως η οικονομική ανάπτυξη πολλών εταιρειών βασίζεται στην ανελέητη εκμετάλλευση των εργαζομένων τους, αφού οι μονάδες παραγωγής τους εδράζονται σε χώρες όπου οι μισθοί είναι εξαιρετικά χαμηλοί, θα πρέπει να ωθήσουν τους πολίτες σε μια συντονισμένη αντίδραση. Με την αποχή από τα προϊόντα εταιρειών που δεν σέβονται είτε το περιβάλλον είτε το εργατικό τους προσωπικό, μπορεί να προκύψει ένα ιδιαίτερα σημαντικό αποτέλεσμα, το οποίο θα λειτουργήσει παραδειγματικά προς όλες εκείνες τις επιχειρήσεις που ακολουθούν αντίστοιχες τακτικές.

Είναι το δίχως άλλο αναγκαίο να γίνει αντιληπτό πως πίσω από την επίπλαστη εικόνα ευδαιμονίας που παρουσιάζουν οι διαφημιστές κρύβεται μια άλλη απάνθρωπη εικόνα εκμετάλλευσης και καταστροφής∙ μια εικόνα, μάλιστα, που συνεχίζει να υφίσταται με τη σιωπηλή συναίνεση των ίδιων των πολιτών.