

ΤΑ ΕΠΙΣΗΜΑ στοιχεία λένε ότι τις μέρες των Χριστουγέννων τα περισσότερα λεφτά μας τα «τρώμε» στην υπερκατανάλωση προϊόντων. Πράγματι τις μέρες των Χριστουγέννων η αγορά έχει φροντίσει να φορτώσει με το απαραίτητο εορταστικό κλίμα την ατμόσφαιρα των μαγαζιών. Γιρλάντες, λαμπιόνια, δέντρα και φάνες έχουν πνίξει τους δρόμους. Θέλεις δεν θέλεις δηλαδή είσαι αναγκασμένος και εσύ να πάρεις μέρος σε αυτό το γαϊτανάκι. Φυσικά το κλίμα των εορτών δεν έχει αρχίσει τις τελευταίες μέρες. Από τα τέλη Οκτωβρίου και όλο το Νοέμβριο έχουν επιστρατευτεί όλα εκείνα τα απαραίτητα «ασεξουάρ» για να μας θυμίζουν την ημέρα των Χριστουγέννων. Μάλιστα πολλοί θα ήταν εκείνοι οι μαγαζάτορες που θα εύχονταν να είχαμε δυο και τρεις φορές το χρόνο Χριστούγεννα. Μπορεί να ακούγεται παράδοξο ή ακόμη και βλάσφημο, αλλά η σχέση του εμπορίου με κάθε ανθρώπινη καθημερινή ή μη εκδήλωση έχει ξεπεράσει κάθε όριο. Και γι'αυτό έχει φροντίσει η διαφήμιση, που μόνο αυτή γνωρίζει το μονοπάτι για να οδηγήσει τη συντριπτική πλειοψηφία του πληθυσμού μας να γίνουν μέλη της καταναλωτικής κοινωνίας μας.

Ο ΜΑΡΣΑΛ ΜΑΚ ΛΟΥΑΝ που είχε προφητέψει ότι τα Μαζικά Μέσα Επικοινωνίας θα γίνουν ο «αυτόματος υπηρετής» μας έκανε λάθος, γιατί γίναμε εμείς δουλικά υποχείριά τους. Πράγματι η προπαγάνδα, σε αυτόν τον «οπτικο-ακουστικό χώρο» που όλοι είμαστε βυθισμένοι, ξεκινάει από μια «αθώα» προβολή προϊόντων διαφόρων πολυεθνικών εταιρειών και φτάνει ως την επιβολή ενός «τρόπου ζωής», όπου κυριαρχεί η απληστία του κέρδους και κάνει τον άνθρωπο να χάνει την ανθρωπιά του και να γίνει δέσμιος της



Γράφει η Δέσποινα Μπαχά

Υπάρχουν και Όρια

καταναλωτικής κοινωνίας. Και αυτό το βλέπουμε σε μια «πονηρή» διαφήμιση όπου το προϊόν γίνεται ανάρπαστο. Η διαφήμιση σήμερα ασχολείται κυρίως με την προβολή προϊόντων και έχει σαν στόχο της να τονώσει τα θετικά στοιχεία, να αποσιωπήσει τα αρνητικά και κυρίως να βρει τον τρόπο με τον οποίο θα υποβάλει στο κοινό την επιθυμία να αποκτήσει το προϊόν που διαφημίζει και έτσι να καταναλωθεί και να φέρει κέρδος. Και αν πιστεύετε ότι όλα αυτά είναι υπερβολικά διαβάστε και τα παρακάτω.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ στην ελληνική τηλεόραση που χάρη στις προσόδους της τεχνολογίας έχουμε τη δυνατότητα και εμείς στη μακρινή Αυστραλία να βλέπουμε: «Χριστούγεννα, η μεγάλη γιορτή της χριστιανοσύνης», ακούγεται γλυκιά μια γυναικεία φωνή. Αρχίζεις μετά από αυτό να σχηματίζεις την εντύπωση ότι θα ακολουθήσει μήνυμα υπέρ του εράνου της Αρχιεπισκοπής ή υπέρ κάποιας αγαθοεργίας, όπως συνηθίζεται άλλοτε αυτές τις μέρες. Η επόμενη πρόταση όμως σε προσγειώνει στην πραγματικότητα, που δεν είναι άλλη από τη βασιλεία του χρήματος μέσα σε μια καθημερινή ανθρώπινη πραγματικότητα γεμάτη από

οικονομικές ανάγκες: «Να είχα ένα ε-κατομμυριάκι...! Αχ Άγιε μου Βασίλη που να τα βρώ»; Μετά από το μικρό σοκ πιστεύεις ότι θα δεις τη διαφήμιση κάποιου τυχερού παιχιδιού που τα τελευταία χρόνια έχουν τρομερή άνθιση στην Ελλάδα και στην Αυστραλία.

ΠΙΡΙΝ ΠΡΟΛΑΒΟΥΜΕ να βάλουμε τις σκέψεις μας σε μια σειρά βλέπουμε τον Άη Βασίλη σε όλη του τη μεγαλοπρέπεια με την κουδουνίστρα να βροντοφωνάζει «Μια είναι η φιλάνθρωπη τράπεζα» και να οδηγεί την κυρία στη συγκεκριμένη τράπεζα και όλη αυτή η σκηνή ντυμένη με το κατάλληλο ηχητικό χριστουγεννιάτικο φόντο! Και μετά ακούγεται η ίδια γλυκιά γυναικεία φωνή «Θέλετε σαν χριστουγεννιάτικο δώρο ένα ψυγείο, πλυντήριο, ηλεκτρική κουζίνα, τηλεόραση και ότι χρειάζεται ο σύγχρονος άνθρωπος; Ένα και μοναδικό είναι το μαγαζί του Άη Βασίλη». Το διαπράξαμε λοιπόν και αυτό. Και το διαπράξαμε σαν κάτι το απολύτως φυσιολογικό και αυτονόητο. Σημειοθετούμε τον Άη Βασίλη και τον βάζουμε να «παίξει» σε προπαγανδιστικά σκετς, με την ίδια άνεση που κάνουμε άλλα καθημερινά πράγματα προς χάρη της αγοράς και

του εμπορίου. Μην πιστεύετε ότι τα παραπάνω γράφτηκαν εξαιτίας κανενός ιδιαίτερου θρησκευτικού πνεύματος εκ μέρους μας. Αλλά πιστεύω ότι όλα τα πράγματα έχουν το όριό τους. Το σημείο βρασμού τους. Πόσο μάλλον οι ιδέες και τα πιστεύω.

ΕΠΙΤΑΚΤΙΚΗ, λοιπόν, ανάγκη ο σύγχρονος άνθρωπος να αρχίσει να προβληματίζεται σοβαρά πάνω στα προβλήματα της ζωής και να καταλάβει πως η άσκοπη ολοκληρωτική και υπέρμετρη απόλαυση των υλικών αγαθών δεν οδηγεί πουθενά. Γι'αυτό και επιβάλλεται, τόσο για την ανανέωση και την αναζωογόνηση του ατόμου, όσο και της κοινωνίας όπου ανήκει, αλλαγή πορείας και συγκερασμός της υλικής και πνευματικής ζωής, γιατί μόνο έτσι θα μπορέσουμε να αντιμετωπίσουμε το άγχος, την ένταση, την πλεονεξία και αυτόν ακόμα τον ολοκληρωτικό αφανισμό, που απειλεί την ανθρωπότητα το φαινόμενο του θερμοκηπίου και τα πυρηνικά όπλα, που είναι και τα δυο αποτέλεσμα των ψυχολογικών καταστάσεων που προκαλεί η υπέρμετρη προσκόλληση στα υλικά αγαθά. Βέβαια δεν αρνούμαστε τον ευεργετικό ρόλο της σημερινής καταναλωτικής κοινωνίας με τα τόσα επιτεύγματα στη ζωή του ανθρώπου, αλλά πρέπει να προσέξουμε να μην παρασυρθούμε από αυτή, να κρατήσουμε ψηλά την ανθρωπιά και τις παραδόσεις μας, τις ηθικές αξίες και τα ιδανικά μας. Γιατί η λύση δεν βρίσκεται στην άρνηση είτε της πρώτης είτε των δεύτερων, αλλά στον πετυχημένο συνδυασμό τους, όπως μας λέει ο Αριστοτέλης, ώστε και υλικά και ηθικά η ζωή να είναι σε υψηλό επίπεδο. Διαφορετικά κινδυνεύουμε να γίνουμε είτε Προπτόγονοι είτε Απάνθρωποι.

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΕΛΕΤΩΝ

Euro Funeral Services

Τηλ. 9759 9759

Αξιόπιστο • Ειλικρινές • Αξιοπρεπές



**Εξυπηρετούμε
όλο το Σύνδευ**

• **Αποκλειστικά για την Ελληνική Παροικία**
Πληρώστε την κηδεία με μηνιαίες δόσεις για δύο χρόνια.

• **Προκαταβολική αγορά τάφου στο κοιμητήριο σε τωρινές τιμές**
ξεπληρώνοντάς τον με δόσεις για δύο χρόνια.

• **Μνημείο τάφου - το ίδιο με δόσεις.**

• **Μετακομιδή σορού στην Ελλάδα, μπορεί επίσης να συμπεριληφθεί στο σχέδιο αποπληρωμής.**

• **Το σχέδιο πληρωμών διατίθεται επίσης για συνταξιούχους γήρατος.**

• **Δωρεάν λεωφορεία απο τις εκκλησίες για τα κοιμητήρια**



**Ανοίξαμε
Νέο Γραφείο
στο 23 Regent
St., Kogarah**

14334

Head Office and Chapel

890 Canterbury Rd., Roselands, 2196

10 Hassall Street, Parramatta, 2150