

ΦΗΜΕΣ ΛΕΝΕ...

Γράφει ο Δημήτρης Θεοφάνης



Καταναλωτισμός : Το σύγχρονο πρόβλημα μιας ανθυγιεινής κοινωνίας

Καταναλωτισμός ή αλλιώς Consumerism -στα αγγλικά- είναι η τάση για κατανάλωση όσο το δυνατόν περισσότερων αγαθών, πέρα από τις αντικειμενικά υπάρχουσες ανάγκες του ανθρώπου.

Ο καταναλωτισμός γεννιέται πριν εκατοντάδες χιλιάδες χρόνια όταν ακόμα στο προσκήνιο ήταν αρχαίοι πολιτισμοί όπως αυτοί των Αιγυπτίων, των Ρωμαίων κ.λπ. .Όστόσο η σημερινή έννοια της λέξης δεν έχει καμία σχέση με την έννοια της τότε λέξης.

Σήμερα ο καταναλωτισμός είναι ένα από τα μείζονα θέματα της κοινωνίας μας που έχει διαβάλλει τους πολίτες κάθε χώρας ανά την υφήλιο. Σημαντικό ρόλο σε αυτή τη προσπάθεια του καταναλωτισμού παίζουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης! Μέσω αυτών ο κάθε επίδοξος κερδοσκόπος μπορεί να προβάλλει το προϊόν του παρουσιάζοντας το σαν το μέγιστο αγαθό, κάνοντας καταναλωτή να το αγοράσει! Καθημερινώς βομβαρδιζόμαστε από περίπου 2,500 χιλιάδες διαφημίσεις χωρίς να το καταλαβαίνουμε!

«Με το νέο μας σαμπουάν θα έχετε τα πιο λαμπερά μαλλιά απ'όλους»

«Δάνειο με επιτόκιο 3%, μόνο στη δική μας τράπεζα»

«Με 5€ θα μιλάς ,θα γράφεις και θα σερφάρεις για ένα μήνα»

Είναι κάποιες από τις διαφημιστικές φράσεις που ακούμε καθημερινώς ...

Όμως, σημαντικότερο ρόλο σε αυτή τη καταναλωτική μανία παίζουν τα υποσυνείδητα μηνύματα .Τα βρίσκουμε σε πολλές διαφημίσεις προϊόντων αλλά και τραγουδιών .

Το Σεπτέμβριο του 1957 ο James M. Vicary συγκάλεσε συνέδριο με σκοπό την δημιουργία της

Subliminal Projection Company (Εταιρεία Υποσυνείδητης Προβολής).

Ο Vicary παρουσίασε τα αποτελέσματα από πείραμα 6 εβδομάδων που δι-



εξήχθη σε κινηματογραφική αίθουσα του New Jersey, όπου ένας υψηλής ταχύτητας κινηματογραφικός προβολέας χρησιμοποιήθηκε στο να εκπέμπει τις φράσεις «πιες Coca Cola» και «φάε ποπκόρν» κατά τη διάρκεια της ταινίας, με ταχύτητα 1/3,000 του δευτερολέπτου ανά πέντε δευτερόλεπτα, χωρίς οι φράσεις αυτές να γίνονται αντιληπτές από το μάτι των θεατών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι κατά τις 6 εβδομάδες που διήρκεσε το πείραμα οι πωλήσεις ανέβηκαν 57,5 % στο ποπκόρν και 18.1 % για την Coca Cola.

Αρα τα υποσυνείδητα μηνύματα επηρεάζουν, δίχως να γίνονται αντιληπτά!!!

Κάτι άλλο που θέλω να επισημάνω είναι η τύπωση ημερομηνίας λήξης στα

σημερινά προϊόντα!

Έχετε άραγε αναρωτηθεί ποτέ γιατί έχει μπει στη ζωή μας αυτή η συνήθεια την ώρα που οι γονείς μικροί δεν ήξεραν τι θα πει η λέξη «λήξη»; Σας διαβεβαιώ πως οι γονείς μου - όπως μου διηγούνται- δεν πάθηναν τίποτα τρώγοντας προϊόντα που δεν ανέφεραν την ημερομηνία λήξης πάνω στα προϊόντα!

Μήπως άραγε είναι και αυτό ένα καταναλωτικό όπλο;

Συμπτώματα του καταναλωτισμού

- Οικονομική δραστηριότητα
- Τέχνη : εμπορευματοποίηση της τέχνης , μαζική κουλτούρα , παραγωγή υποπροϊόντων που στοχεύουν στον εντυπωσιασμό , δίνουν έμφαση στο θεαματικό , εκρηκτικό « περιτύ-

λιγμα » αδιαφορώντας για την ουσία .

- ΜΜΕ : τηλεσκουπίδια , εκμετάλλευση του ανθρώπινου πόνου , εξευτελισμός της ανθρώπινης προσωπικότητας , τεράστιος όγκος μηνυμάτων τα οποία δεν αφομοιώνονται

- Αθλητισμός : εμπορευματοποίηση του θεάματος , οπαδοποίηση

- Κοινωνικός τομέας : εμπορευματοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων , ιδιοτέλεια , εκθρόνιση των ηθικών αξιών , πρωτοκαθεδρία των υλικών

Αίτια του καταναλωτισμού

- Η επίδραση και η δυναστεία της διαφήμισης , η χειραγώγηση των μαζών , η τηλε-κατεύθυνση του καταναλωτή , η μόδα .

- Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου και της αγοραστικής ικανότητας του μέσου πολίτη .

- Η αφθονία των αγαθών και των προσφερόμενων υπηρεσιών , η ποικιλία των προϊόντων και η προσιτιμή τους.

- Η σύνδεση της ευτυχίας με την κατανάλωση και η αντικατάσταση εννοιών όπως η επιτυχία , η νοημοσύνη , η φιλία από προϊόντα .

- Η αύξηση των αναγκών μέσα από την εξασφαλισμένη κάλυψη των βασικών αναγκών .

- Η αναζήτηση διεξόδου και νοήματος στη ζωή , σε μία εποχή που οι οικογενειακές σχέσεις περνούν κρίση , ο άνθρωπος έχει σπάσει τη σχέση του με το θεό , η τέχνη έχει εκχυδαϊστεί , η εργασία αποτελεί χώρο πλήξης και όχι πεδίο διοχέτευσης των πρωτοβουλιών.

Ο μόνος τρόπος αντιμετώπισης αυτού του τεράστιου προβλήματος που μαστιάζει τη σημερινή κοινωνία είναι αντικειμενική κατανάλωση! Θα πρέπει να αγοράζουμε αυτό που πραγματικά μας χρειάζεται χωρίς να σπαταλάμε τα λεφτά μας σε άσκοπα προϊόντα!

Ο ΚΟΣΜΟΣ

ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ & ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ

www.kosmos.com.au

• Τηλ.: (02) 95536955 • Fax: (02) 9553 6944 • E-mail: kosmos@kosmos.com.au

Shop 7/5 Belgrave St, Kogarah, NSW 2217

Κάθε
Τρίτη
Τετάρτη
& Παρασκευή



Find us on
Facebook

Ο Kosmos / Greek - Australian Newspaper