

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαπρνέται με βάση το διαφημιζόμενο προϊόν σε: εμπορική, πολιτική, κοινωνική.

με βάση τα μέσα που χρησιμοποιεί σε: δημοτική, πληροφοριακή και αθέμιτη και παραπλανητική

ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙΤΕ ΘΥΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Πρώτα-πρώτα επηρεάζομαστε από το υψίμα της εποχής μας. Ζούμε στην εποχή της αύξησης της επιστημονικής γνώσης και της συναισθηματικής τεχνολογικής εξέλιξης με αποτέλεσμα να δημοσιεύεται πλήθος αφισών και υπηρεσιών που προβάλονται - μέσα από την εμπορική διαφήμιση - η απόκτηση της α-ναγκασιάς μας να είμαστε ευτυχισμένοι. Υπερτιμώντας λοιπόν, την ύλη, εύκολα αποδεχόμαστε τα διαφημιζόμενα μηνύματα που πωθούν τον υγιισμό ως υπερτατή αξία.

Παραλληλικά πολλοί νέοι, εξαιτίας του ελλείματος παιδείας που τους διαπρνεί, αναγράφουν τον υγιισμό τρόπο ζωής και την καταναλωτική μανία των χρόνων τους και ενστερνίζονται μία ποσοτική αντίληψη για τη ζωή. Η αδιαφορία, επίσης, που επιδεικνύουν για τα ανθρωπιστικά μαθήματα, έχει σαν αποτέλεσμα να μην θεωρούνται από υψηλές ποιότητες αξίες όπως το μέτρο και η ευσυνείδηση και να ταυτίζουν την ευτυχία με την απόκτηση της ύλης, αξίας που υπεραξιολογείται η εμπορική διαφήμιση.

Τέλος, όσο δεν γνωρίζουμε τις πραγματικές μας ανάγκες, δεν τις ιεραρχούμε και δεν τις συσχετίζουμε με την οικονομική μας κατάσταση, όσο δεν περιορίζουμε αδυναμίες και ελαττώματα μας όπως η ευημερία, και η ελλείψη ευσυνείδησης, όσο αδιαφορούμε για την ηγεμονική μας καλλιέργεια και δεν μπορούμε ν' αναληφθούμε και ν' αναφυτοφραγήσουμε τις δυσδιάκριτες πτυχές των διαφημιζόμενων μηνυμάτων, τόσο επηρεάζομαστε από αυτά και υιοθετούμε εσφαλμένα πρότυπα όπως η ποσοτικότητα και η ευημερία.

ΡΟΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Το άτομο/το καταναλωτικό υψίμα ενημερώνεται, καταρχάς, με την εμπορική διαφήμιση για προϊόντα και υπηρεσίες που μπορεί ν' αποκτήσει έχοντας βιωτική ευόνοια της αγοράς. Έτσι περνάει χρόνο, χρήμα ενώ ταυτόχρονα καταναλώνει τ' αγαθά που πραγματικά καλύπτουν τις ανάγκες του. Η διαφήμιση, εσφαλμένα, προπαγανδίζοντας τον δημοτικό ανταγωνισμό εταιριών, ωθεί στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων αλλά και στη μείωση των τιμών προς όφελος του καταναλωτή.

Παραλληλικά το άτομο βρίσκει ευκολότερα εργασία καθώς ιδρύονται νέες παραγωγικές μονάδες ή επενδύονται οι ήδη υπάρχοντες, εξαιτίας της αυξημένης ζήτησης που δημιουργεί η διαφήμιση. Ο εργαζόμενος, επίσης, μπορεί ν' επιλέξει μία από

ΤΙΣ ΠΟΛΛΕΣ ΔΕΔΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΑΝ ΔΗΜΑΥΡΧΟΥΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙ-
ΣΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΙΤΕ ΣΤΟ ΕΧΕΔΙΑΓΡΑΦΟ ΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΠΡΩΪΜΙΑ ΤΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ.

ΕΠΙΠΡΟΒΛΕΤΑ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΙ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΗ ΓΙΑ ΜΑΘΗΤΕ-
ΤΕΧΝΙΑ ΚΑΙ ΑΓΓΛΙΚΑ ΜΕΤΑΝΟΤΑ, ΑΠΟΤΕΛΩΝΤΑΣ ΓΕΝΙΩΤΕΡΑ
ΕΡΕΘΙΣΜΑ ΓΙΑ ΔΙΑΡΚΗ ΕΠΙΣΤΗ ΤΩ ΑΤΟΜΩ ΜΕ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΓΑ-
ΘΑ ΔΗΛΩΣ ΤΟ ΒΙΒΛΙΟ, ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΕΧΝΗΣ. ΤΕΛΟΣ,
Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΕΝΗΜΕΡΩΝΕΙ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟ-
ΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΕΡΓΟ ΕΠΕΛΟΝΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΑΛΙΣ ΘΛΩΣ,
ΝΑ ΤΙΣ ΣΥΝΔΡΑΜΩΝ ΠΟΙΚΙΛΟΤΡΟΠΑ, ΤΟΥ ΥΠΟΔΕΙΚΝΕΙ ΤΗ ΣΩΣΤΗ
ΟΔΙΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΑΘΗΜΟΝΤΑ ΔΗΛΩΣ Η
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΑ ΜΟΙΝΑ ΚΑΙ Η ΥΠΑΡΧΗ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗΣ ΣΩΦΙΣΤΙΚΗΣ,
ΕΩΣ ΤΟΝ ΣΥΜΒΑΛΕΙΝ Ν' ΑΠΟΦΕΥΓΕΙ ΣΩΜΕΙΣ ΔΗΛΩΣ ΤΟ ΚΑΛΗΝΕΚΑ
ΚΑΙ ΤΟ ΑΓΙΟΟΛ.

ΑΡΝΗΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΜΕΛΩ ΤΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ
ΜΗΜΩΝΑΤΩΝ ΠΑΝ ΔΕΧΕΤΑΙ ΤΟ ΑΤΟΜΩ ΔΙΑΦΟΡΕΩΝΕΙ ΠΛΑΘΕΜΑΤΙΚΕΣ Α-
ΝΑΓΜΕΣ ΚΑΙ ΕΣΩΔΕΙΤΑΙ ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΗ ΑΓΟΡΑ ΑΓΑΘΩΝ ΜΑΝΑ ΤΙΣ ΜΑ-
ΛΩΕΙ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΥΠΟΔΕΤΜΑ ΤΩ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩ ΤΡΩΠΩ ΖΩΗΣ.
ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΤΙΜΗ ΔΗΛΩΣ ΠΑΝ Ο ΤΡΩΠΩ ΖΩΗΣ ΤΩ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΙΩΝ
ΔΙΩΗΣ ΤΩ ΕΠΙΛΟΓΗΣ, ΠΑΝΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΚΥΡΙΩΣ ΤΩ ΕΑΥΤΩ ΤΩ ΚΑΙ ΑΓ-
ΔΟΤΡΙΩΝΕΤΑΙ.

ΟΔΩ ΠΑΝ ΤΑΥΤΩ ΤΩΝ ΕΥΧΛΙΑ ΤΩ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΩΤΤΑ ΤΩΝ ΥΛΙ-
ΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ - ΠΑΝ ΕΦΑΥΤΙΑ ΤΩ ΠΛΑΘΕΜΑΤΙΚΩ ΤΩΣ ΠΑΡΑΥΤΗΡΑ
ΚΟΡΕΩΝ ΔΕΝ ΕΧΩΝ - ΥΠΟΔΟΥΛΩΝΕΤΑΙ/ΑΛΛΟΤΡΙΩΝΕΤΑΙ ΨΥΧΙΚΩ. ΑΠΟ
ΤΗ ΜΙΑ ΕΙΝΑΙ ΣΩΛΩΣ ΤΩΣ ΑΝΑΓΕΤΙΑΣ ΤΩ ΑΓΑΘΩ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩ-
ΣΗ ΕΧΕΙ ΚΑΤΑΥΤΗΘΕΙ Μ' ΑΥΤΩΝ ΠΑΔΩΣ ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΛΛΗ ΣΩΛΩΣ
ΑΥΤΩΝ ΠΑΝ ΤΩΝ ΕΛΕΧΩΝ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ.

ΤΑΥΤΟΧΡΑΝΑ ΓΙΑ ΝΑ ΙΜΑΝΟΠΟΙΩΘΕΙ ΤΙΣ ΑΝΑΓΜΕΣ ΤΩ ΕΡΓΑΖΕΤΑΙ Δ-
ΘΩ ΜΠΟΡΕΙ, ΕΦΑΥΤΩΝΤΑΣ ΤΙΣ ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΕΣ ΤΩ ΔΥ-
ΝΑΜΕΙΣ ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΑΡΑΔΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΨΥΧΙΚΗ ΤΩ ΥΓΕΙΑ.

ΠΑΡΑΛΛΗΛΑ, Η ΠΟΡΜΗ ΤΩΣ ΣΥΣΤΩΡΕΩΝ ΤΩΝ ΥΛΙΚΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΠΑΝ
ΕΝΔΕΤΕΡΝΙΩΤΑΙ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΤΩΝ ΟΔΗΓΕΙ ΣΤΗΝ ΥΠΟΔΕΤΜΑ ΚΑΙ ΑΝΩ-
ΛΟΓΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΔΗΛΩΣ Η ΥΛΗ ΚΑΙ ΤΟ ΧΡΗΜΑ. ΔΕΝ ΕΦΑΧΡΕΙΩΝΕΤΑΙ ΤΟ
ΑΤΟΜΩ ΔΗΛΩΣ ΜΩΝΟ ΓΙΑΤΙ ΥΠΟΔΕΤΕΙ ΤΩΝ "ΥΠΙΩΝ ΤΩ ΧΡΗΜΑΤΩΣ". ΔΥΣΤΟ-
ΧΩΣ Η ΔΙΑΦΗΜΙΑ ΠΟΛΛΕΣ ΦΟΡΕΣ ΠΡΟΣΒΑΛΛΕΙ ΠΑΡΑΔΟΞΙΑΚΕΣ ΑΓΙΕΣ,
ΔΙΑΜΩΜΩΔΕΙ ΠΡΕΠΟΘΗΘΕΙΣ, ΕΚΧΥΔΑΙΖΕΙ ΣΩΜΑΤΕΡΗΜΑΤΑ ΔΗΛΩΣ Ο ΕΡΩΤΑ.
ΕΦΑΛΛΑΝ, ΑΥΤΩ ΠΑΝ ΕΧΕΙ ΜΕΙΩΜΕΝΕΣ ΨΥΧΙΚΕΣ ΑΝΤΙΣΤΑΘΕΙΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ
ΑΝΑΡΤΩΘΕΙ ΠΑΡΑΒΑΤΙΚΗ, ΑΝΑΜΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΓΙΑ ΝΑ ΙΜΑΝΟ-
ΠΟΙΩΘΕΙ ΤΙΣ ΥΛΙΩΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΔΥΜΕΙΣ.

ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Καθώς ισχυροί επιχειρηματίες με όλη τους τη διαφήμιση με-
 τροποιούν τα υέρδη τους και συσσωρεύουν το μεφάλαιο, δημιουρ-
 γούνται πολυεδνικές επιχειρήσεις που κυριαρχούν στην αγορά. Καθώς
 οι μικρότερες επιχειρήσεις δεν μπορούν να τις ανταγωνισθούν, κλείνουν
 και οι εργαζόμενοι ε' αυτές απολύονται. Ταυτόχρονα το ενδιαφέρον των
 επιχειρηματιών στρέφεται στην παραγωγή διαφημιζόμενων προϊόντων
 μηδαμινής αξίας που δεν καλύπτουν πραγματικές ανάγκες των πολιτών
 ενώ θα έπρεπε να ασχολούνται με την ανάπτυξη δωρεάν παραγω-
 γικών υλίδων που θα εξασφαλίσουν την οικονομική πρόοδο της χώρας.

Επιμετρώνοντας, εσάλλα, το ενδιαφέρον μας στην απόκτηση υλικών
 αγαθών, απαξιώνουμε το συνάνθρωπο μας και είτε δεν έχουμε τον χρό-
 νο να διαμορφώσουμε αβιαστικές φιλίες σχέσεις, είτε αυτές είναι
 επιδερμικές και ωφέλιμες. Αλλωστε, όσοι έχουν μειωμένες υλικές
 ανάγκες, δεν διστάζουν να χρησιμοποιήσουν ανέμετα μέσα σε βά-
 ρος του άλλου, προκειμένου να ικανοποιήσουν τις υλικές επιθυμίες
 τους, φτάνοντας και στην υιοθέτηση παραβατικής συμπεριφοράς. Έτσι
 όμως τραυματίζεται η συνοχή και η εύρυθμη λειτουργία της κοι-
 νίας που ζούμε.

Παραλληλικά η ανάπτυξη των δωρεάν και του χρόνου μας στην α-
 πόκτηση της υλης μας καθιστά "αχρείους" πολίτες. Αδιαφορούμε
 για την πολιτική μας ενημέρωση από την ποιότητα της οποίας εξαρ-
 τάζεται η ενεργός συμμετοχή μας στα κοινά. Έτσι, παραληρηροφρη-
 μένοι ή αδιαφοροί, για τις ευλογικές υπαθέσεις, είτε δεν συμμετέ-
 χουμε στις πολιτικές διαδικασίες είτε οδηγούμαστε σε κακή πολιτι-
 κή επιλογή. Η διαφήμιση όμως, δεν υπονομεύει μόνο κατ' αυτών
 τον τρόπο τη δημοκρατία. Όσο υπογράφεται στη συνείδηση μας
 την ανάγκη να ασχολούμαστε απουλειστικά με την καλυψη ατο-
 μικών επιθυμιών, τόσο διογκώνεται ο ατομικός σε βάρος του κοι-
 νού καλός με αποτέλεσμα να συρρικνώνεται η κοινωνική μας συνεί-
 δηση.

Τέλος, η διαφήμιση οδηγεί στην πολιτιστική μας αλλοτρίωση. Είναι
 γεγονός, ότι οι οικονομικά και τεχνολογικά ανεπτυγμένες χώρες χρησι-
 μοποιούν την εμπορική διαφήμιση για να προβάλλουν ως πρότυπο προς
 μίμηση το δικό τους πολιτισμό πχ τρόπο ένδυσης, διατροφής, δια-
 σκέδασης κλπ. Εμείς που ζούμε σε αναπτυσσόμενες χώρες επηρεάζου-
 με να υιοθετήσουμε αυτό το μοντέλο ζωής ως ανώτερο, ανεπιφύλα-
 κτα, έτσι την παράδοση μας, περιφρονώντας τις αξίες, αλλοιώνοντας
 τη γλώσσα μας.

ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΪΤΑΞΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΘΕΜΙΤΗ - ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΤΙΚΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ (Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ)

Η ευάτοτε πολιτική ημερία αποδεικνύοντας εμπραυτα ότι έχει την πολιτική βούληση να προστατεύει τους πολίτες από την αθέμιτη και παραπλανητική διαφήμιση (έμπορικη-πολιτική), οφείλει να ευθυγράμνιστους σχετικούς νόμους. Έτσι το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης που είναι αρμόδιο για θέματα τηλεοπτικής και ραδιοφωνικής διαφήμισης θα διαθέτει τα απαραίτητα όπλα για να επιτελέσει το δεσμευό του ρόλο. Θα μπορεί να εφαρμόσει σειρά μέτρων όπως ο έλεγχος των διαφημιστικών μηνυμάτων για να αξιολογηθεί η ποιότητα τους, η εφαρμογή του κώδικα δεοντολογίας δεοντολογίας και η επιβολή αμοτίμων αλλά διαιωνίων ποινών σε αυτούς που την παραβιάζουν, υιοθετώντας καλύτερα τις παραδοχές πρακτικές διαφημιστών και επιχειρηματιών στο καταναλωτικό κοινό.

Παράλληλα ευθύνη της πολιτείας είναι και η δημιουργία πολιτών με καταναλωτική αγωγή. Προς αυτή την κατεύθυνση η οργανωμένη επιμόρφωση ετός από την παροχή ανθρωπιστικής παιδείας που θα δωραίνονται τους νέους με αξίες και αρετές όπως το μέτρο και η ευγένεια αλλά και υψηλή ηθική ηρώτα τους, θα πρέπει να οφείλει την υγιή τους διεύθυνση ώστε να αναλαμβάνονται τις αναδεοντολογικές τεχνικές πείρας των διαφημιστών. Ταυτόχρονα η ενημέρωση των παιδιών από ευρωπώπας της υπηρεσίας προστασίας καταναλωτή ή των μη κυβερνητικών καταναλωτικών οργανώσεων θα συμβάλει στη διαμόρφωση σωστής καταναλωτικής συνείδησης και συμπεριφοράς.

Αυτή η προσπάθεια ωστόσο θα έχει καλύτερα αποτελέσματα αν οι γονείς νωρίτερα είχαν μάθει στα παιδιά τους να ιεραρχούν τις πραγματικές ανάγκες τους, διδάσκοντας τους την τήρηση του μέτρου, αποφεύγοντας οι ίδιοι παραδείγματα προς μίμηση, αν τους έπεισαν ότι η αχαλάρωση δεν μετριέται με την παροχή υλικών αγαθών αλλά με την καθημερινή φροντίδα, τη στοργή και το ενδιαφέρον σε κάθε βήμα της ζωής τους, αν διοχέτευαν την ενέργεια των παιδιών τους σε δημιουργικές δραστηριότητες όπως πολιτιστικές-αθλητικές ενασχολήσεις, ώστε να απασχολούνται από την τηλεοπτική-διαδικτυακή διαφήμιση.

Μεγάλη, ωστόσο, είναι και η ευθύνη των διαφημιστών που έχουν χρέος να τηρούν τον κώδικα διαφημιστικής δεοντολογίας. Να διασφαλίζουν ματ' αρχάς την τήρηση της αρχής της απεικονικότητας και της αλήθειας ώστε το κοινό να σχηματίζει πραγματική εικόνα για τα πλεονεκτήματα και τις ιδιότητες αγαθών και υπηρεσιών. Εξάλλου πρέπει να βέβαια την ακεραιότητα του κοινού, τις παραδόσεις του, τα έθνη και δημοφιλή του σύμβολα αλλά και τα ανθρωπίνως δικαιώματα λιγότερα χωρίς να ενοχλούν και να αναπαράχουν αρνητικά στερεότυπα και απαξιωτικές αναλήψεις για διάφορες κοινωνικές ομάδες.

Τέλος, καλένας από μας πρέπει ν' απαιτήσει αυτογνωσία, να έχει
βυνεθμένη εξαπλωμάτων και αδυναμιών όπως η έλλειψη αυτοελέγ-
χου και εμψυγίας που θα τον καταστήσουν ελάττω στην κατανά-
λωση προπαγάνδα. Γνωρίζοντας ποιοι είχατε πραγματικά, θα ιερα-
ρχήσουμε τις ανάγκες μας σύμφωνα με την οικονομική μας κατά-
σταση, αντιβτιούμενοι στα μέγιστα των διαφημιστικών μην-
μάτων και θα επιλέξουμε έναν τρόπο ζωής ταιριαστό στην προ-
σωπικότητα μας. Ταυτόχρονα η διαρκής ηθικοπνευματική μας βελτί-
ση θα μας εξασφαλίσει τη ζωή και την υγιεινή διεύλη ώστε ν'
απορρητογραφούμε τις δυσδιακριτές πτυχές της διαφήμισης και να
μην ταυίζουμε την έντιμια και την ελευθερία με την κατανάλωση.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ

Οι ανεπτυγμένες χώρες είναι χώρες αφθονίας αγαθών και υπηρεσιών που συνεχώς βελτιώνονται και εξελίσσονται και με την αγορά τους ο άνθρωπος καλύπτει πραγματικές και αυξανόμενες ανάγκες. Όταν όμως ο άνθρωπος δεν καταναλώνει για να ζει αλλά για να καταναλώνει, αγοράζοντας αγαθά και υπηρεσίες επανεισώδεις ή παροδικής αξίας που καλύπτουν πλασματικές ανάγκες του, τότε μετατρέπεται σε υπερκαταναλωτή. Ο καταναλωτισμός, λοιπόν, είναι βλαπτικός, όχι όμως ο υπερκαταναλωτισμός.

ΘΕΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ (ΣΤΟ ΑΤΟΜΟ)

(γιατί είναι απαραίτητη για κάθε άνθρωπο η επάρκεια υλικών αγαθών;) Καθώς αναπτύσσεται έντονος ανταγωνισμός ανάμεσα στους παραγωγούς και επιχειρηματίες για να κερδίσουν την προτίμηση του καταναλωτικού κοινού με νέα προϊόντα - υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών, ο καταναλωτής ωφελείται καθώς έχει στη διάθεσή του μεγαλύτερη ποικιλία αγαθών που συνεχώς βελτιώνονται ποιοτικά σε χαμηλές τιμές. Αγοράζοντας αυτά που καλύπτουν τις πραγματικές ανάγκες του, βελτιώνει τις συνθήκες ζωής έχοντας ποιοτική βίβαση, ενδυση, διατροφή, πρόσβαση σε αγαθά όπως η ποιοτική υγεία και η εκπαίδευση.

Διαθέτοντας όλα όσα έχει ανάγκη, λοιπόν, νιώθει ικανοποιημένος, ασφαλούς μενός που επιδρά ευεργετικά και στη γενικότερη ευημερίωσή του. Πιο πολύ, η απελευθέρωση από την βιοτική κέρση στρέφει το ενδιαφέρον του στα πολιτιστικά αγαθά όπως τα βιβλία, η τέχνη, τα ταξίδια, στο συνάδωπό του και στη βελτίωση των μεταξύ τους φιλικών σχέσεων αλλά και στον δημόσιο βίο στον οποίο πιθανότατα να συμβτέχει ευεργότερα.

ΘΕΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ (ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ)

Η αύξηση της ζήτησης και της καταναλώσεως αγαθών - υπηρεσιών οδηγεί στην αύξηση της παραγωγής. Έτσι δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας είτε με την ίδρυση νέων παραγωγικών μονάδων, είτε με την επέκταση των υαρχόντων, είτε με την ανάπτυξη του εμπορίου, του τουρισμού και άλλων οικονομικών κλάδων. Η οικονομική πρόοδος των κρατών τους επιτρέπει να δημιουργήσουν έργα υποδομής και να χρηματοδοτήσουν την προνοιακή πολιτική τους αναλαμβάνοντας ευπαθείς ομάδες πληθυσμού. Έτσι περιορίζονται οι ανισότητες μέσα στην κοινωνία, εξασφαλίζεται μεγαλύτερη βωοχή και καλύτερη λειτουργία της.

ΑΙΤΙΑ - ΠΑΡΑΤΟΝΤΕΣ ΥΠΕΡΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ

Πρώτα - πρώτα επηρεαζόμαστε από το υλίμα της εποχής μας . . .

Από την άλλη πολλοί νέοι αναγράφουν . . .

Τέλος, καλένας από μας ενδύεται . . .

ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΥΠΕΡΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ

ΓΙΑ ΤΟ ΑΤΟΜΟ

Όσο ο άνθρωπος ταυτίζει την ευτυχία και την καταξίωση του με την απόκτηση υλικών αγαθών - που εξαιτίας του πλεονασμού τους παραυπνά σφαιρούνται και κορεσμός δεν έχουν - υιοθετεί ένα καταναλωτικό τρόπο ζωής που δεν έχει επιλέξει ο ίδιος αλλά του επιβάλλουν ευτελώς επιχειρηματίες και διαφημιστές. Έτσι γίνεται δούλος της εφημερίδας του, αφού η καταναλωτική του αυτονομία είναι πλάτος αλλά και δούλος αυτών που καθορίζουν τον τρόπο ζωής του. Ταυτόχρονα για να αγοράσει όσους όσα "δωρεά αναγκάζει", εργάζεται όσο περισσότερο μπορεί, εξαντλώντας τις σωματικές και πνευματικές του δυνάμεις και διαταράσσοντας την ψυχική του ισορροπία.

Παράλληλα η λογική της συντήρησης των υλικών αγαθών που ευστεννίζεται ο άνθρωπος τον οδηγεί στην υιοθέτηση και αναλογική αξιών που δεν είναι άλλες από την υλή και το χρήμα. Αδιαφορεί για την πνευματική του καλλιέργεια και τη γενικότερη επαφή του με πολιτισμικά αγαθά όπως το βιβλίο και η τέχνη και καθώς οι ηθικές του αντιστάσεις είναι μειωμένες μπορεί να χρησιμοποιήσει αμόρα και αδέλφια μέσα για να ικανοποιηθεί τις υλικές του επιθυμίες ή να υιοθετήσει εξαιτίας τους αναμοιωνιστική και παραβατική συμπεριφορά.

ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Επιμετρώνοντας, εφάλλον, το ενδιαφέρον μας στην απόκτηση υλικών αγαθών, αναβιώνουμε το ανώτερο μας και είτε δεν έχουμε χρόνο για να διαφοροποιούμε ουδιστικές φιγούρες, είτε αυτές είναι επιδερμικές και ωφελιστικές με αποτέλεσμα να τραυματίζεται η βουνοχή και η εφρώκη λειτουργία της κοινωνίας.

Η ανάληψη, μάλιστα, των δυνάμεων και του χρόνου μας στην απόκτηση της υλής μας καθιστά "αχρείους" πολίτες. Αδιαφορούμε για την πολιτική μας ενημέρωση από την ποιότητα της οποίας εξαρτάται η ενεργός συμμετοχή μας στα κοινά. Έτσι, παρατηρητοφωρημένοι ή αδιάφοροι για τις ευλογημένες υποθέσεις, είτε δεν συμμετέχουμε στις πολιτικές διαδικασίες, είτε οδηγούμαστε σε καμείς πολιτικές επιλογές.

Τέλος, ισοπεδώνονται οι πολιτισμικές ιδιαιτερότητες ατόμων και λαών καθώς υιοθετούνται άκριτα πολιτιστικά στοιχεία οικονομικά και τεχνολογικά ανεπτυγμένων δυτικών κρατών που προβάλλουν ως πρότυπο προς μίμηση τον πολιτισμό τους. Επιβάλλεται, παρυσίμως, ένας κοινός τρόπος ζωής και καταναλώνονται ποικίλα αγαθά χαμηλής ποιότητας πχ ενδύσεις, διατροφή, διαβιβάσεις που παράχουν οι χώρες αυτές, αλλοιώνοντας τον πολιτισμό των άλλων.