



ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΖΩΗ - Κατανάλωση Κείμενο για τον εκπαιδευτικό

Μια από τις αγαπημένες εξόδους των παιδιών σήμερα είναι η βόλτα στα μεγάλα εμπορικά κέντρα της πόλης. Σίγουρα υπάρχουν πολλοί καλοί λόγοι για να περνά κανείς το Σάββατό του σε ένα εμπορικό κέντρο. Βρίσκεις ό,τι θες, προϊόντα και ψυχαγωγία, παρέα, ασφάλεια από το κρύο και τη ζέστη και από άλλους κινδύνους. Τι συμβολίζει όμως το σύγχρονο εμπορικό κέντρο; Αρκεί να το συγκρίνουμε με την αρχαία Αγορά για να καταλάβουμε τι έχει συμβεί στη σύγχρονη καταναλωτική μας κοινωνία. Τότε η Αγορά ήταν η κοιτίδα των εμπορικών δραστηριοτήτων, της πολιτικής και πνευματικής ζωής. Σε μια γωνιά της θα αγόραζες ζαρζαβατικά φρέσκα που έρχονταν από τα Μεσόγεια και στην άλλη θα άκουγες τον Σωκράτη και τον Αριστοφάνη ή τους απλούς Αθηναίους πολίτες να συζητάνε για τα κοινά. Βίος υπαίθριος κάτω από τον καταγάλανο Αττικό ουρανό. Οι στοές αναλάμβαναν την προστασία από τη βροχή και τον ήλιο. Ταυτόχρονα οι κιονοστοιχίες οριοθετούσαν τη Θέα, πλαισιώναν λεπτομέρειες και αναδείκνυαν το τοπίο.

Σήμερα στους ναούς της κατανάλωσης ζήτημα είναι να δεισδύει λίγο φυσικό φως. Ας μη μιλήσουμε για Θέα, φύση, τοπίο, φρέσκο αέρα ή πνευματικές αναζητήσεις. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που καλούμαστε να καταναλώσουμε έρχονται από μακριά, συχνά από την ακαθόριστη "ΕΥ" και ακόμη συχνότερα από την Κίνα. Στην παγκοσμιοποιημένη οικονομία μας τα προϊόντα ταξιδεύουν πολλά χιλιόμετρα ενώ συχνά πίσω από μια χαμηλή τιμή κρύβεται ένα υψηλό κόστος για το περιβάλλον και η καταπάτηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Πόσο θα κόστιζαν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες αν περιελάμβαναν την αληθινή αξία του δάσους που καταστράφηκε για την παραγωγή τους; Και βέβαια όλοι γνωρίζουμε ότι υπάρχει σοβαρός λόγος που ο όρος "slavery footprint" έχει κάνει την εμφάνισή του.

Κι όμως συνεχίζουμε να καταναλώνουμε απερίσκεπτα, κι ακόμη κι αν έχουμε αναγκαστεί να μειώσουμε τις αγορές μας, ο τρόπος ζωής μας είναι καταναλωτικός. Η αισθητική μας, όπως φάνηκε παραπάνω, η διασκέδασή μας, οι προσδοκίες μας από τη ζωή καθορίζονται από αυτή τη διαρκή σύγχυση ανάμεσα στις επιθυμίες και τις ανάγκες. Είχαμε φτάσει στο σημείο να δουλεύουμε για να μπορούμε να καλύπτουμε διαρκώς νέες "ανάγκες". Η διαφήμιση ξέρει να δημιουργεί ανάγκες εκεί που δεν υπάρχουν. Λίγοι σοκάρονται από διαφημίσεις που λένε, με χίλιους τρόπους, ότι για να είσαι αγαπητός ως γονιός, π.χ. πρέπει να χαρίσεις ακριβό δώρο στο παιδί σου.

*Το οικολογικό αποτύπωμα των πόλεων:
ο καθρέφτης της υπερκατανάλωσης*

*Το οικολογικό αποτύπωμα του Λονδίνου είναι
120 φορές μεγαλύτερο από την έκταση της ίδιας
της πόλης!*

*Το αποτύπωμα μιας τυπικής πόλης της Βόρειας
Αμερικής με πληθυσμό 650,000 κατοίκων έχει
οικολογικό αποτύπωμα 30.000 τ.χλμ. Αυτό είναι
το α!*

*Μια παρόμοια πόλη της Ινδίας έχει αποτύπωμα
2.800 τ.χλμ.*

Πηγή: <http://www.gdrc.org/uem/footprints/index.html>



Δε θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι ο μηχανισμός της διαφήμισης λειτουργεί σαν υπνωτικό. Όλοι θέλουμε να είμαστε αγέραστοι, νέοι, αδύνατοι, αρυτίδωτοι, ατσαλάκωτοι και περιστοιχισμένοι από άπειρα αγαθά. Να ζούμε σε πολυτελή σπίτια με πισίνες και να μένουμε, στις διακοπές μας, σε πολυτελή ξενοδοχεία. Οι μαθητές καταθέτουν ευθαρσώς αυτό το όνειρο στις σχετικές συζητήσεις. Γιατί το lifestyle διείσδυσε από τις μικρές οθόνες μας και κατέλαβε τα σπίτια, τη γειτονιά, την πόλη και όλον τον κόσμο!

Επιπλέον η βιομηχανία έχει μια συγκροτημένη στρατηγική για να μας ωθεί στην υπερκατανάλωση. Λέγεται «εγγενής απαξίωση των αγαθών». ("In built obsolescence") Τα αγαθά παράγονται με τέτοιο τρόπο ώστε να απαξιώνονται γρήγορα. Χαλάνε γρήγορα, εκλείπουν τα ανταλλακτικά από την αγορά και πάντα βγαίνει ένα νέο μοντέλο που ανταποκρίνεται σε νέες, κατασκευασμένες φυσικά, ανάγκες που ακυρώνουν τα προηγούμενα.

Ας ξυπνήσουμε λοιπόν μικροί και μεγάλοι από τον λήθαργο και ας γίνουμε πρωτίστως πολίτες και δευτερευόντως καταναλωτές. Βεβαίως η ζωή στην πόλη δε βοηθάει. Οι πόλεις μεγαλώνουν με ιλιγγιώδεις ρυθμούς. Τεράστιες πόλεις, με τις παραγκουπόλεις και τη φτωχολογιά στις παρυφές ή στο κέντρο του άστεως, και τις ευκατάστατες ομάδες του πληθυσμού στα δικά τους «γκέτο» τρέφονται, υδρεύονται και εξασφαλίζουν τα απαραίτητα για τη διαβίωσή τους από μακριά. Κάποτε ήταν η ύπαιθρος έξω από την πόλη που προμήθευε τους αστούς με τα απαραίτητα αγαθά για τον ρουχισμό, την ένδυση, τη διατροφή και την κατοίκηση. Τώρα είναι τα δάση του Αμαζονίου, οι βαμφακοφυτείες της Ινδίας ή τα κακαόδεντρα της Ακτής του Ελεφαντοστού που φτάνουν στο πιάτο, τη ντουλάπα και το σπίτι μας. Κι έτσι οι πόλεις γιγαντώνονται και ασκούν πιέσεις στη φύση που βρίσκεται κάπου εκεί μακριά.

Μήπως αν δοκιμάζαμε να καταναλώσουμε λιγότερο, υπεύθυνα και, γιατί όχι, να γίνουμε παραγωγοί στο βαθμό που μπορούμε, στη γειτονιά και στο σχολείο και στο σπίτι μας, θα ήταν μια αρχή αφύπνισης; Οι επαναστάσεις δεν γράφονται μόνο με αίμα και οδοφράγματα.

Η αστικοποίηση σε αριθμούς

- Σύμφωνα με τις προβλέψεις του ΟΗΕ, σχεδόν τα δύο τρίτα του αναπτυσσόμενου κόσμου θα ζουν σε πόλεις μέχρι το 2025. Τουλάχιστον έξι πόλεις θα αυξήσουν τον πληθυσμό τους με ποσοστά αρκετά υψηλά ούτως ώστε να διπλασιαστούν σε μόλις 20 χρόνια.
- Πολλές πόλεις στις ταχέως αστικοποιούμενες περιοχές θα αντιμετωπίσουν ποσοστά αύξησης του πληθυσμού κατά 2,3% ανά έτος, σε σύγκριση με τον παγκόσμιο μέσο όρο του 1,8% για αστικές περιοχές και περίπου 1% του συνόλου του παγκόσμιου πληθυσμού, μεταξύ 2000 και 2030.
- Μέχρι το 2005 θα προκύψουν 33 μεγαλουπόλεις με πληθυσμό πάνω από 8 εκατομμύρια, και 27 από αυτές θα είναι στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- Περισσότεροι από 1,1 δισεκατομμύρια ανθρώπων ζουν σε αστικές περιοχές όπου η ρύπανση υπερβαίνει τα υγιή επίπεδα, 220 εκατομμύρια άνθρωποι δεν έχουν πρόσβαση σε καθαρό πόσιμο νερό και 420 εκατομμύρια δεν έχουν πρόσβαση στα απλούστερα αποχωρητήρια.
- Υψηλή πυκνότητα πληθυσμού, άνιση κατανομή του εισοδήματος και κακή διαχείριση των κοινωνικών υπηρεσιών, κυριαρχούν στις μεγαλουπόλεις και αποτελούν γόνιμο έδαφος για ασθένειες και κοινωνικές αναταραχές.

Πηγή: <http://www.worldwatch.org/>



Γράφονται και με βαθιές αλλαγές στις «μακρές διάρκειες», στην καθημερινή ζωή των ανώνυμων ανθρώπων. Και μπροστά στους χρόνους της φύσης, του πλανήτη μας και του σύμπαντος, όλοι είμαστε ανώνυμοι!

Υπερκατανάλωση, ανισότητες και περιβάλλον

Χρειάζονται 3.000 λίτρα νερό για να φτιαχτεί ένα burger. Στη Μεγάλη Βρετανία καταναλώνονται 10 δισεκατομμύρια burgers τον χρόνο.

Ο μέσος Βορειοαμερικανός χρησιμοποιεί 400 λίτρα νερό σε καθημερινή βάση. Στον αναπτυσσόμενο κόσμο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν 10 λίτρα νερό την ημέρα.

*Πηγή: <http://en.wikipedia.org/wiki/Over-consumption>
<http://www.guardian.co.uk/environment/overconsumption>*

Εμπρός για τη νέα ζωή στο σχολείο, το σπίτι και τη γειτονιά μας. Αρχίστε τη δράση επιλέγοντας να εφαρμόσετε κάποιες από τις ιδέες που θα βρείτε εδώ ή και επινοώντας τις δικές σας. Το σύνθημά σας

μπορεί να είναι Reduce, Reuse, Recycle. Ενσωματώνει όλη τη φιλοσοφία της λύσης στο πρόβλημα της υπερκατανάλωσης. Εμείς είμαστε εδώ για να αναδείξουμε τη δουλειά σας και τις μικρές μας νίκες σε μια μεγάλη νίκη. Το σχολείο γίνεται φορέας καινοτομίας χάρη σε σας.

Η διαδικασία είναι απλή. Σας δίνουμε εδώ μια παλέτα ιδεών για δράση σε τρία επίπεδα:

- στο σχολείο μαζί σας,
- στο σπίτι με την οικογένεια τους ή
- στην γειτονιά όπου οι ίδιοι θα' ναι πρεσβευτές της προστασίας του περιβάλλοντος και της αλλαγής τρόπου ζωής.

Δεν είμαστε υποχρεωμένοι να κάνετε όλες τις δράσεις, αλλά όσες και όποιες θέλετε, όποιες πιστέψετε ότι θα "μιλήσουν" στα παιδιά, όποιες επιλέξουν τα ίδια τα παιδιά.

Αυτό που θέλουμε σίγουρα από εσάς είναι να εμπνεύσετε τα παιδιά και να καταγράψετε με όποιο τρόπο μπορείτε (φωτογραφίες, βίντεο, αφήγηση, blog κλπ) τις δράσεις σας και να μας ενημερώνετε, να ανεβάζετε στο ΤΟ ΕΚΑΝΑ ντοκουμέντα των δράσεων υπευθυνης κατανάλωσης που αναλαμβάνετε. Εμείς θα σας ενημερώνουμε τακτικά για τα νέα του δικτύου, τις εκδηλώσεις και τις ευκαιρίες για δράση που θα υπάρχουν είτε σε τοπικό είτε σε πανελλαδικό επίπεδο, τους διαγωνισμούς στους οποίους τα παιδιά θα λάβουν μέρος, τις εκκλήσεις που θα μπορούν να υπογράψουν και να διακινούν. Μείνετε λοιπόν συντονισμένοι και Καλή Αρχή!



Διαβάστε ακόμη:

Ορισμός της υπερκατανάλωσης: <http://en.wikipedia.org/wiki/Over-consumption>

Η ιστορία των πραγμάτων. Το οικολογικό αποτύπωμα των αγαθών που χρησιμοποιούμε καθημερινά. Με εξαιρετικά βίντεο που θα αρέσουν και θα προβληματίσουν τους μαθητές: <http://www.storyofstuff.org/>

Μπρωντιγιάρ, Ζ. (2000), *Καταναλωτική κοινωνία: Οι μύθοι και οι δομές της*. Νησίδες.

Για το οικολογικό αποτύπωμα: <http://www.footprintnetwork.org> και πάρα πολλά άλλα sites με στοιχεία και τρόπους μέτρησης του οικολογικού αποτυπώματος σε ατομικό και συλλογικό επίπεδο.

Συμβουλές για έναν πιο οικολογικό τρόπο ζωής υπάρχουν σε πολλά sites. Δείτε: http://www.wwf.org.uk/what_we_do/changing_the_way_we_live/cities/top_ten_ways_to_reduce_your_ecological_footprint.cfm

http://www.myfootprint.org/en/take_action/reduce_your_footprint/

<http://www.dumblittleman.com/2010/02/7-effective-ways-to-consume-less-and.html>

Παιδαγωγικό υλικό:

<http://www.wwf.gr/footprint/>

<http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/StoryofstuffErgastirioPerigrifi.pdf>

<http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/OverConsumption.pdf>

http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/C_Senario_Final_v1.pdf

http://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/CheeseburgerPhhttp://www.wwf.gr/images/pdfs/pe/ECO2nomy_Game_Instructions.pdfaper.pdf