

Ο υπερκαταναλωτισμός βασική αιτία υποβάθμισης του περιβάλλοντος

A) ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Ο ελληνικός πληθυσμός το 1993 είχε συμπεριφορά περίπου όπως 22 εκατομμύρια Έλληνες του 1970 από πλευράς ενεργειακής ρύπανσης και υποβάθμισης του περιβάλλοντος. Ανάλογα ισχύουν για την Βόρεια Αμερική, την Ιαπωνία και την Ευρώπη. Ένα μέρος του πληθυσμού της γης, 1,2 δισεκατομμύρια, κάθε μέρα ξεκινούν για τη συνέχιση της ίδιας διαδικασίας, της κατανάλωσης, που εκφράζεται με ένα σύστημα οικονομικών δεικτών, το ΑΕΠ. Τα υπόλοιπα 4,3 δισεκατομμύρια εν μέρει είναι καθ' οδόν προς την ίδια κατεύθυνση και εν μέρει αγωνίζονται για την καθημερινή επιβίωση. Αυτοί που υπερακαταναλώνουν αλλοιώνουν άμεσα ή έμμεσα το περιβάλλον, και αυτοί που χρησιμοποιούν τα δάση και τα άλλα είδη για να επιβιώσουν στοιχειωδώς κάνουν ακριβώς το ίδιο. Και υπάρχουν 1,1 δισεκατομμύρια απολύτως φτωχών, που δεν έχουν επαρκή τροφή και νερό, και 3,3 δισεκατομμύρια ανθρώπων που αγωνίζονται να φθάσουν εμάς, τους υπόλοιπους καταναλωτές.

B) ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

Ζούμε σήμερα σε ένα κόσμο συνεχώς αυξανόμενης κατανάλωσης παντοειδών αγαθών, ηλεκτρονικών, αυτοκινήτων ξυλίας, ύλης, ενέργειας, που λόγω των θερμοδυναμικών νόμων συνεπάγεται ρύπανση και εξάντληση των πόρων. Επειδή όμως τίποτα δεν είναι άπειρο, είναι σαφές ότι η κατανάλωση δεν μπορεί να αυξάνεται άνευ περιορισμών. Εκείνο που τώρα είναι βέβαιο είναι ότι ο φαύλος κύκλος της κατανάλωσης δεν τελειώνει, αφού δεν επιφέρει την ικανοποίηση και επιζητείται πάντα μεγαλύτερη στάθμη της. Όταν δεν είχαμε τηλεοράσεις, τηλέφωνα, και παρόμοια εργαλεία, υπήρχε πολύς ελεύθερος χρόνος για κοινωνικές συναντήσεις πάσης φύσεως και τη δημιουργία κάποιας αίσθησης ισορροπίας.

Τώρα έχουμε βίντεο, τηλεοράσεις, μηχανές fax, ακόμη υπολογιστές με τους οποίους κάποιοι από εμάς ανταλλάσσουμε μηνύματα και σύντομα θα κάνουμε τις διάφορες συναλλαγές μας. Και ο ελεύθερος χρόνος έγινε ελάχιστος και συνεχώς τρέχουμε. Οι μηχανές επέφεραν μεγάλη πυκνότητα στις δραστηριότητες, αφού τώρα μπορούμε να κάνουμε πολύ περισσότερα ανά μονάδα χρόνου σε σύγκριση με το παρελθόν. Ξεκινώντας από την αρχή ότι δεν μπορούμε να μείνουμε πίσω από τους άλλους, αποκτούμε ό,τι αποκτά ο πλησίον μας (αρχή καταναλωτικής μανίας), και η ασταθής διαδικασία της συγκέντρωσης περισσότερων εργαλείων, ύπαρξης λιγότερης ευτυχίας και συμπύκνωσης του χρόνου μας συνεχίζεται.

Τα υλικά αγαθά μας κατατάσσουν κοινωνικά και ικανοποιούν το εγώ. Η κοινωνική θέση του καθενός σε κάποιο βαθμό εξαρτάται από το είδος και το μέγεθος του αυτοκινήτου του, τα ρούχα που φοράει, που πρέπει να συμβαδίζουν με τη μόδα, τα φωτογραφικά ή ηχητικά μηχανήματα που διαθέτει, το υλικό επίπεδο των ανθρώπων με τους οποίους συγχρωτίζεται. Μπορεί κανείς να καυχιέται για τις επιδόσεις του αυτοκινήτου του, όπως κάποιος στην παραλία επιδεικνύει διάφορα μέλη του σώματός του ή κάποιος ακαδημαϊκός μιλάει για τα επιστημονικά του επιτεύγματα και τα ερευνητικά του χρήματα. Ατυχώς κάθε φορά που αποκτούμε κάτι, το συνηθίζουμε σε λίγο χρόνο και χρειαζόμαστε κι άλλη κατανάλωση. Αν θα μπορούσε να ψάξει κανείς για κάτι μόνιμο, αυτό βρίσκεται στους δεσμούς με τους συνανθρώπους, το φυσικό και βιολογικό περιβάλλον.

Γ) ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΠΑΙΤΗΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ:

Η κατανάλωση δεν ορίζεται μόνο από τα εξωτικά καταναλωτικά αγαθά αλλά και από την τροφή και την ενέργεια που δαπανούμε. Ανήκουμε στην κοινωνία των κρεατοφάγων και άρα εκείνων που εμμέσως τρέφονται από πετρέλαιο. Ένα κιλό βοδινού κρέατος, όπως είδαμε, απαιτεί για την παραγωγή του 5 κιλά καλαμποκιού και άλλων καρπών, 3.000 λίτρα νερού και την ενέργεια 2 λίτρων βενζίνης για να παραχθεί η τροφή του ζώου. Για να τραφούν οι κρεατοφάγοι της γης απαιτείται το 40% της γεωργικής παραγωγής δημητριακών παγκοσμίως. Αλλά το κρέας είναι ένα μέρος των τροφικών μας επιδόσεων.

Τα τρόφιμα που συνήθως αγοράζουμε στις υπεραγορές απαιτούν ενέργεια για την παραγωγή, συσκευασία, μεταφορά, ψύξη, μαγείρεμα και, τέλος πλύσιμο συσκευών. Συνολικά 17% της παραγόμενης ενέργειας πηγαίνει σε αυτές τις διαδικασίες. Τα κατεψυγμένα είδη απαιτούν 10 φορές το ποσό της ενέργειας που απαιτούν τα αντίστοιχα φρέσκα. Και η συσκευασία δημιουργεί σκουπίδια και η κατανάλωση ενέργειας καυσαέρια που, συν τοις άλλοις, επιτείνουν το φαινόμενο του θερμοκηπίου. Η ειρωνεία είναι ότι όλες αυτές οι διαδικασίες, η κατανάλωση ενέργειας χωρίς σωφροσύνη και τα διακοσμητικά υλικά συσκευασίας που εξυπηρετούν σκοπούς διαφήμισης, αντί να κάνουν την ζωή μας ευκολότερη, την δυσκολεύουν έντονα μακροχρόνια.

Η συνήθης διασκέδαση των Νεοελλήνων είναι η έξοδος σε ταβέρνα και μετά την παραγγελία υπερεπαρκούς στερεάς τροφής επακολουθεί η παραγγελία οινοπνευματωδών ποτών και αναψυκτικών. Το νερό, όπως και σε κάθε άλλη ανεπτυγμένη χώρα, θεωρείται υποδεέστερο ποτό. Τα αναψυκτικά συχνά έρχονται σε κονσέρβες αλουμινίου ή λευκοσιδήρου που απαιτούν μεγάλη κατανάλωση ενέργειας για την παραγωγή τους και συνήθως οι κονσέρβες καταλήγουν στα σκουπίδια. Το 1980 καταναλώθηκαν παγκοσμίως 23 δισεκατομμύρια λίτρα αναψυκτικών και το 1990 30 δισεκατομμύρια λίτρα.

Τον πρωτεύοντα ρόλο σε αυτή την κατανάλωση κατέχει η Coca –Cola, της οποίας ο διευθυντής είπε: «Όταν σκέφτομαι την Ινδονησία – μια χώρα στον Ισημερινό με 180 εκατομμύρια ανθρώπους που η μέση τους ηλικία είναι 18, και με τη μουσουλμανική απαγόρευση του οινοπνεύματος τότε νομίζω ότι ξέρω πως είναι ο παράδεισος». Αυτός ο παράδεισος επιδιώκεται καθημερινά σε όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, κυρίως στην τηλεόραση, όπου συνήθως γίνεται εκμετάλλευση των σεξουαλικά απωθημένων των θεατών. Κατά κάποιον τρόπο υποβάλλεται στον θεατή η ιδέα ότι, αν πίνει το συγκεκριμένο αναψυκτικό, τότε, τότε θα μπορεί να έχει σχέσεις με εκρηκτικές γυναίκες και ο ίδιος να είναι νέος, αθλητικός και ερωτικά ελκυστικός. Αντίστοιχη είναι η υποβολή στις γυναίκες. Για την διακίνηση των αναψυκτικών χρησιμοποιούνται ετησίως 200 δισεκατομμύρια κονσέρβες, μπουκάλια και ποτήρια μιας χρήσης. Και άλλες ποσότητες ύλης και ενέργειας που ασκόπως γίνονται ρύπανση.

Η απόδοση στη χρήση ενέργειας ποικίλει σημαντικά από χώρα σε χώρα. Οι ανεπτυγμένες χώρες την σπαταλούν κατά κόρον, αλλά χρησιμοποιούν 40% λιγότερη ενέργεια για την παραγωγή των ίδιων αγαθών και υπηρεσιών από τις υπό ανάπτυξη χώρες. Οι υπό ανάπτυξη χώρες εξελίσσονται με παραδοσιακές σπατάλες τεχνολογίας, και η υποδομή τους είναι ενεργοβόρα. Στην Ινδία χρησιμοποιείται το διπλάσιο πετρέλαιο για την παραγωγή χημικών λιπασμάτων από ό,τι στην Αγγλία, και στο Μπαγκλαντές χάνεται το 40% της παραγόμενης ηλεκτρικής ενέργειας σε απώλειες των γραμμών και κλοπές. Ένα κινέζικο ηλεκτρικό ψυγείο χρησιμοποιεί 3,5 φορές την ενέργεια ενός ευρωπαϊκού.

Δ) ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ: ΚΑΤ' ΕΞΟΧΗΝ ΤΟΜΕΑΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ

Τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων με αεροπλάνα απαιτούν 10 φορές την κατά κεφαλή ενέργεια αντιστοιχών ταξιδιών με τρένο. Το αυτοκίνητο με έναν επιβάτη απαιτεί 1200 χιλιοθερμίδες ενέργειας ανά χιλιόμετρο, ενώ το λεωφορείο 580, το περπάτημα 60, και το ποδήλατο μόνο 20.

Υπάρχουν τώρα 450 εκατομμύρια αυτοκίνητα που προκαλούν 250.000 θανατηφόρα ατυχήματα ετησίως και μεγάλη ρύπανση στην ατμόσφαιρα. Η τιμωρία της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης, του Λος Άντζελες και κάθε μεγάλης πόλης είναι το ιδιωτικό αυτοκίνητο.

Ένα σύνηθες αυτοκίνητο έχει 1000 κιλά μέταλλο, 100 κιλά πλαστικό και ό,τι η παραγωγή αυτών των υλικών συνεπάγεται σε τοξικά υλικά και άλλες μορφές ρύπανσης. Το αυτοκίνητο όμως αποτελεί μια ιδιόμορφη κατανάλωση. Δεν ρυπαίνει μόνο με την κατασκευή και τη λειτουργία, αλλά κυριολεκτικά γεμίζει τις πόλεις με την παρουσία του. Απαιτούνται τεράστιοι χώροι στάθμευσης και δρόμοι οι οποίοι είναι πάντα πλήρεις οχημάτων. Στην Αθήνα και τις περισσότερες ελληνικές πόλεις, τα ελάχιστα πεζοδρόμια που υπάρχουν έχουν αυθαίρετα μεταβληθεί σε χώρους στάθμευσης. Έτσι βλέπει κανείς το παράδοξο οι δρόμοι να καταλαμβάνονται από τους πεζούς, ανάμεσα στους οποίους ελίσσονται οχήματα με κάθε γραφικότητα, και στα πεζοδρόμια να είναι σκαρφαλωμένα όσο οχήματα έτυχε να μην κινούνται.

Τελευταία κυκλοφορούν ευφρείς ιδέες επίλυσης του κυκλοφοριακού προβλήματος με ηλεκτρονικούς υπολογιστές και ειδικά τηλεπικοινωνιακά συστήματα. Τα αυτοκίνητα μπαίνουν στο δρόμο, όπου αυτόματα καθοδηγούνται σε διμοιρίες οχημάτων που κινούνται υπό τον έλεγχο υπολογιστών, σε ελάχιστες αποστάσεις μεταξύ τους, με σταθερή ταχύτητα. Έτσι υπάρχει αρκετά μεγάλη ταχύτητα σε μεγάλο αριθμό διμοιριών που περιέχουν οχήματα τοποθετημένα κοντά. Η όλη τεχνική είναι πειραματική, πολύπλοκη και αμφίβολης πρακτικής αξίας. Αντί για μεγάλες ιδέες υψηλής τεχνολογίας, ίσως θα ήταν χρησιμότερο να τεθεί το ίδιο το σύστημα μεταφορών υπό αμφισβήτηση. Οι δημόσιες συγκοινωνίες και η ύπαρξη ποδηλατοδρόμων μπορούν να επιλύσουν πολύ περισσότερα προβλήματα από ό,τι ακριβές ιδέες που μπορούν να εφαρμοστούν λίγο στη Νέα Υόρκη ή το Λος Άντζελες.

Σε κάθε αυτοκίνητο παγκοσμίως το 1970 αντιστοιχούσαν 18 άνθρωποι, το 1994 12, στην Ευρώπη 3 και στις ΗΠΑ 2. Παρά το υψηλό περιβαλλοντικό του κόστος, το αυτοκίνητο είναι το μεταφορικό μας πάθος. Ένας λόγος είναι ότι στην τιμή του περιλαμβάνεται μόνο το πλασματικά χαμηλό κόστος των υλικών και τίποτε σχετικό με τη ρύπανση που προκαλεί. Αν λαμβανόταν υπόψη η αέρια ρύπανση, το 13% της συμβολής του στο φαινόμενο του θερμοκηπίου, το ότι η βιομηχανία μετάλλων είναι τρίτη στην παραγωγή τοξικών υλικών, η εξάντληση του πετρελαίου, οι καταστροφές από την όξινη βροχή και το κόστος των αναπνευστικών νοσημάτων, τότε είναι πιθανόν το φθηνότερο αυτοκίνητο να κόστιζε όσο μια Rolls -Royce, μοντέλο 94.

E) ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΜΑΝΙΑ

Η κατανάλωση υλικών ανήκει στο γενικότερο πλέγμα σπατάλης της ύλης. Το 1987 η Ιαπωνία είχε κατά κεφαλήν κατανάλωση 582 κιλών χάλυβα, ενώ το Μπαγκλαντές 5, κατά το 1989 η Ιαπωνία είχε κατά κεφαλήν κατανάλωση χαρτιού 222 κιλών, και το Μπαγκλαντές ενός μόνο. Η σπατάλη της ύλης βρίσκει την αποκορύφωσή της στα είδη μιας χρήσης. Εκατομμύρια πάνες για μωρά που οι Έλληνες αδειάζουν ετησίως στους σκουπιδότοπους, 183 εκατομμύρια ξυράφια, 2,7 εκατομμύρια μπαταρίες, 140 εκατομμύρια κυβικά μέτρα αφρώδους πολυστερίνης για συσκευασία, και 7,5 εκατομμύρια συσκευές τηλεόρασης που οι αμερικανοί

πετούν στο περιβάλλον, 5 εκατομμύρια συσκευές που κάθε χρόνο Οι Γερμανοί μετατρέπουν σε σκουπίδια και ούτω καθεξής.

Αν συνεχισθεί ο καταναλωτισμός, θα υπάρχει εργασία για λίγες δεκαετίες ακόμη σε ένα κόσμο αυξανόμενης ρύπανσης, δυστυχίας, εξαφάνισης των ειδών και προ πάντων αυξανόμενης πιθανότητας κατάρρευσης των οικοσυστημάτων. Το παρόν οικονομικό σύστημα δεν έχει τη φιλοσοφία της μονιμότητας. Οι οικονομολόγοι και πολιτικοί, που τονώνουν την αγορά για να υπάρχει καταναλωτισμός και εργασία, επιλύουν ένα μικρό πρόβλημα δημιουργώντας ένα ογκωδέστερο, εκείνο της αμφίβολης επιβίωσης της κοινωνίας. Εναπόκειται στις κυβερνήσεις και σ' εμάς ατομικά να δημιουργήσουμε την εναλλακτική κοινωνία της φειδωλής κατανάλωσης, όπου οι αστέρες της τεχνολογίας και της επιστήμης δεν θα είναι οι εφευρέτες φωτογραφικών μηχανών μιας χρήσης, αλλά ειδών αναγκαίων με μακροβιότητα, ούτε εκείνοι που εγκαθιστούν έναν ακόμη πυρηνικό σταθμό ηλεκτροπαραγωγής, αλλά εκείνοι που βρίσκουν τρόπους εφαρμογής ήπιων μορφών ενέργειας, ούτε εκείνοι που συνθέτουν καλύτερα ένα χημικό λίπασμα, αλλά εκείνοι που εφαρμόζουν μεθόδους οργανικής καλλιέργειας με έμφαση στην εργασία και όχι στην ενέργεια. Και οι τομείς αυτοί μπορούν να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας. Η ανακύκλωση είναι ένας τέτοιος τομέας. Ήδη στη Γερμανία από το 1995 οι βιομηχανίες υποχρεούνται να ανακυκλώσουν τα περισσότερα υλικά που χρησιμοποιούν μαζί με άχρηστα αυτοκίνητα και συσκευές.

«Σημασία δεν έχει τι έχουμε εμείς για να ζήσουμε καλά, αλλά τι έχει ο γείτονάς μας σε σχέση με μας». Με την αρχή αυτή αρχίζει ο ανταγωνισμός για να αποκτήσουμε αγαθά, που δεν χρειαζόμαστε, αλλά για να καλύψουμε τον εγωισμό μας προκειμένου να έχουμε περισσότερα υλικά αγαθά από τον διπλανό μας.

Είναι καιρός να πάψουμε να συναρτάμε την ευτυχία μας και την επίλυση κάθε προβλήματος μ' ένα αντικείμενο. Η αγορά, της οποίας κεντρική έκφραση σήμερα είναι τα εμπορικά κέντρα, είναι ο χώρος όπου εκδηλώνουμε το σύγχρονο σύνδρομο του Μίδα. Εκείνος έλυνε τα προβλήματα επιβεβαίωσης και ευτυχίας μετατρέποντας ότι άγγιζε σε χρυσό. Εμείς επιλύουμε τα ίδια προβλήματα αποκτώντας ό,τι αγγίζει η βούλησή μας. Και οι δύο καταλήγουμε στην έλλειψη ικανοποίησης και τη δυστυχία. Εν τούτοις, ο βομβαρδισμός των διαφημίσεων μας κατευθύνει σ' αυτό το σύνδρομο. Αν θέλουμε να είμαστε ωραίοι, υγιείς, ελκυστικοί, δυνατοί, δακτυλοδεικτούμενοι, υπάρχει πάντα κάποιο αντικείμενο που πραγματοποιεί αυτή την επιθυμία. Παγκοσμίως η κατά κεφαλήν δαπάνη για διαφημίσεις το 1950 ήταν 25 δολάρια για να γίνει το 1988 47. Σήμερα έχουμε φθάσει να αγοράζουμε περιοδικά και εφημερίδες που περιέχουν που περιέχουν διαφημίσεις με προσμίξεις άλλης ύλης. Τα προγράμματα της τηλεόρασης είναι σαφείς εκφραστές αυτού του φαινομένου. Ακόμη και οι ειδήσεις διακόπτονται για τις διαφημίσεις. Η κουλτούρα του σημερινού καταναλωτή από την Ελλάδα μέχρι την Ιαπωνία και από την Λωρίδα της Γάζας μέχρι τον Καναδά είναι ένα συνονθύλευμα Coca-Cola, αθλητικών παπουτσιών Reebok ή Nike, μπλουτζίν, χάρμπουκερ και ουίσκι.

ΣΤ) ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΜΕΙΩΣΟΥΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Είναι δικό μας ζήτημα να ελαττώσουμε την κατανάλωση που επεκτείνεται σε τεράστιο φάσμα: σπατάλη ενέργειας, νερού, τροφής, μανιώςδης συγκέντρωση εργαλείων, αντικειμένων, και συστημάτων της καταναλωτικής κοινωνίας. Είναι δικό μας ζήτημα να ζητήσουμε την ευτυχία εκεί που πράγματι μπορεί να υπάρχει, στην αρμονική επικοινωνία και συμβίωση με τους συνανθρώπους και το περιβάλλον. Γνωστά δράματα βαθύπλουτων που πέθαναν δυστυχείς, όπως του Χιούζ, του Αριστοτέλη και της Χριστίνας Ωνάση, δείχνουν ότι ο καταναλωτισμός επ' ουδενί λόγω δεν αποτελεί ικανή συνθήκη ανθρώπινης ηρεμίας. Θα ήταν

δύσκολο να διατυπώσει κανείς κάποια συνταγή ευτυχίας. Θα ήταν εύκολο να πει κανείς τι δεν επιτυγχάνει. Ο καπιταλισμός έχει δύο σημαντικά χαρακτηριστικά: δεν επιφέρει καμιά μακροχρόνια ικανοποίηση και, αν συνεχιστεί με τον παρόντα ρυθμό, θα οδηγήσει το περιβάλλον και την κοινωνία μας σε κρίση χωρίς ιστορικό προηγούμενο.

Ο πολίτης δεν πρέπει να αισθάνεται αδύναμος εμπρός στο μέγεθος του προβλήματος. Υπάρχουν πολλές δυνατότητες σε όλους μας. Χωρίς να μπορούμε να δώσουμε μια πλήρη συνταγή αντιμετώπισης του καταναλωτισμού, υπάρχει μια σειρά δράσεων που θα μπορούσαμε να αναλάβουμε στη καθημερινή μας ζωή, για να επιφέρουμε ο καθένας τη δική του μικρή βελτίωση στον πλανήτη μας, που σύντομα όμως είναι μεγάλη.

Μανόλης Βουτυράκης

Φυσικός Περιβαλλοντολόγος

Πρόεδρος του Συλλόγου Προώθησης των Α.Π.Ε. στην Κρήτη (Σ.Π.Α.Π.Ε.Κ.Ε.Κ.)

spapekeek@her.forthnet.gr