**Потрошачко друштво**

 Потрошња је једна од савкодневних активности савременог појединца. Свако од нас је потрошач неког производа, сервиса, услуга или медијског садржаја. Живимо у добу изобиља, када су сви производи доступни у безброј различитих верзија и варијација. Производимо и трошимо много више него што нам је заиста потребно и неопходно.

 Као деца која одрастају у 21. веку, стално смо бомбардовани порукама које нас охрабрују да конзумирамо. Од реклама на телевизији до билборда на улици, говоре нам да је кључ среће и успеха у куповини све више и више ствари. Али да ли је ово заиста истина? У свету је све већа производња и куповина, све се више обавља куповина „из фотеље“. Све већа производња и инсистирање на већој ефикасности самог процеса производње утиче како на нас тако и на наше животно окружење. Многи људи су почели да критикују потрошачко друштво због његовог негативног утицаја и на појединце и на планету. Са становишта животне средине, производња и одлагање свих ових ствари има огроман угљенични отисак и доприноси климатским променама. Поред тога, стална жеља за потрошњом може довести до расипања и прекомерне потрошње, јер људи бацају савршено добре ствари како би направили места за ново и сјајно. Највећи утицај је тренутно на климатске услове, на убрзан раст и развој градова. Такође можемо рећи да живимо у времену највећих класних разлика, у времену најдубљег јаза између најбогатијих и најсимромашнијих. Али негативни утицаји потрошачког друштва превазилазе само животну средину. Стални притисак да се купује и иде у корак са најновијим трендовима може бити неодољив и довести до осећаја неадекватности и несигурности. То такође може допринети повећању јаза у приходима, јер су они са више новца у могућности да купе више, а они са мање примања боре да задрже корак. Па шта можемо да урадимо поводом тога? Можда немамо велику контролу над већим системима који покрећу потрошачко друштво. Али ми можемо да доносимо одлуке у сопственим животима да трошимо мање и дајемо предност квалитету над квантитетом. Такође можемо проговорити и поделити своје бриге са одраслима о нашим животима, и охрабрити их да донесу свеснији избор потрошње. У улози потрошача можемо и морамо бити одговорнији и бити свесни да својим одлукама и изборима о куповини утичемо не само на друштво око нас већ шаљемо сублимиране поруке нашим пријатељима и родбини. Према неким дефиницијама потрошачко друштво је друштво у коме људи често купују нове ствари које им и нису баш неопходне. Већ то предстваља део савременог тренда који карактеришу прекомерна потрошња, гомилање купљених производа као и одбацивање и замена старих непохабаних производа без потребе. Једном речју куповина због куповине. Медији овде такође имају огормну улогу. Медији нас обликују у потрошаче. Осим кроз стандардне рекламне садржаје медији нам пласирају поруке везане за стилове и трендове у потрошачком друштву на које нажалост нико од нас није имун. Стилови и трендови се тако брзо мењају да сваке године морају да се купују нове патике, мобилни телефони или неки делови гардеробе без претходне процене о стварној потреби истих. Све ово нам се перфидно намеће кроз разне медијске садржаје. Као појединци који нису отуђени нити изоловани од потрошачког друштва коме припадамо принуђени смо да купујемо и трошимо да бисмо уживали и да би смо пројектовали слику о себи за коју ми сматрамо да је прихватљива у оваквом савременом потрошачком друштву. У оваквом друштву нематеријалне вредности се потискују. Врлине знања и скромности више нису на цени а мерило успеха се искључиво види као праћење одређеног стила или тренда. Како пронаћи меру у потрошачком друштву ако знамо да се развој светских економија заснива на томе да будемо део овог зачараног круга и да никада из њега не изађемо.

 Важно је да научимо да освестимо да смо део потрошачког друштва и да купујемо само онда кад нам је заиста неопходно. За нас је важно да запамтимо да срећа и успех нису дефинисани колико ствари имамо. Можемо пронаћи радост и испуњење кроз наше односе, хобије и лична достигнућа. Хајде да извучемо поруку да потрошња није кључ среће и уместо тога да тежимо одрживијем и испуњенијем начину живота.