

 νέο φροντιστήριο	ΜΑΘΗΜΑ	ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
	ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ	ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ
	ΤΜΗΜΑ	E4, E5, E7
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	ΙΛΙΟΝ
	ΔΙΑΡΚΕΙΑ	3 ΩΡΕΣ

ΚΕΙΜΕΝΟ Ι

Η μετανεωτερική κοινωνία μας είναι μια κοινωνία καταναλωτική· κι όταν την αποκαλούμε καταναλωτική έχουμε στο νου μας όχι απλώς πως τα μέλη της είναι καταναλωτές, αλλά πολύ περισσότερο πως η ίδια η κοινωνία απασχολεί τα μέλη της για την ικανότητα τους ως καταναλωτές. Αυτό σημαίνει πως ο σύγχρονος κοινωνικός ρόλος είναι αυτός του καταναλωτή, και τα μέλη της κοινωνίας κρίνονται από την ικανότητα και την προθυμία τους να διαδραματίσουν αυτόν τον ρόλο.

Ο καταναλωτής ο σημερινός διαφέρει από τους προηγούμενους στο βαθμό που οι καταναλωτικές του επιθυμίες ρυθμίζονται από τον όρο «μέχρι νεοτέρας», καθώς αυτές ρυθμίζονται από τους εμπούρους καταναλωτικών αγαθών. Η ικανοποίηση του καταναλωτή πρέπει να είναι στιγμιαία κι αυτό με διπλή σημασία. Τα αγαθά πρέπει να φέρνουν άμεση ικανοποίηση, να μην προαπαιτούν καθόλου την απόκτηση δεξιοτήτων και μακρά προπαρασκευή, αλλά η ικανοποίηση πρέπει να λήγει τη στιγμή που ο χρόνος που απαιτείται για την κατανάλωση έχει τελειώσει, κι αυτός ο χρόνος πρέπει να ελαττωθεί στο απολύτως ελάχιστο.

Η αναγκαία μείωση κατορθώνεται καλύτερα, αν οι καταναλωτές δεν μπορούν να κρατήσουν την προσοχή τους ούτε να εστιάσουν την επιθυμία τους σε οποιοδήποτε αντικείμενο για μεγάλη διάρκεια· αν είναι ανυπόμονοι, παρορμητικοί κι ανήσυχοι· και προπαντός αν ενθουσιάζονται εύκολα κι έχουν την προδιάθεση να χάνουν γρήγορα το ενδιαφέρον τους. Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές είναι πρωτίστως συλλέκτες αισθήσεων· συλλέκτες πραγμάτων είναι μόνο μια δευτερεύουσα και παράγωγη σημασία. Όπως εύστοχα το έθεσαν ο Mark C. Taylor κι ο Esa Saarinen, «η επιθυμία δεν επιθυμεί ικανοποίηση. Αντιθέτως, η επιθυμία επιθυμεί επιθυμία». Τέτοια είναι τουλάχιστον η περίπτωση με τον ιδανικό καταναλωτή. Η πρακτική της εξασθένισης της επιθυμίας, του διασκορπισμού της, κι η απουσία κάθε δυνατότητας να την επαναφέρουμε ή η προοπτική ενός κόσμου στον οποίο δεν έχει απομείνει τίποτα που να είναι επιθυμητό, πρέπει να είναι ο τρόμος του ιδανικού καταναλωτή (και φυσικά, του εμπούρου καταναλωτικών αγαθών).

Για να αυξηθεί η ικανότητα τους για κατανάλωση, οι καταναλωτές δεν πρέπει να αφήνονται ποτέ σε ηρεμία. Είναι αναγκαίο να εκτίθενται διαρκώς σε νέους πειρασμούς για να τους κρατούν στην κατάσταση της αδιάκοπης υποψίας και της σταθερής δυσαρέσκειας. Το δόλωμα που τους υπαγορεύει να μετατοπίσουν την προσοχή τους χρειάζεται να επιβεβαιώνει την υποψία τους, καθώς προσφέρει μια διέξοδο από τη δυσαρέσκεια: «Νομίζεις ότι τα έχεις δει όλα; Δεν έχεις δει τίποτα ακόμη!» Λέγεται συχνά πως η καταναλωτική κοινωνία αποπλανεί τους πελάτες της. Όμως για να το κάνει αυτό, χρειάζεται πελάτες που θέλουν να αποπλανηθούν, όπως για να διατάζει τους εργάτες του, το αφεντικό του εργοστασίου χρειαζόταν ένα συνεργείο με σταθερά παγιωμένη εξάρτηση στην πειθαρχία και την υποταγή στις εντολές. Σε μια καταναλωτική κοινωνία που λειτουργεί σωστά, οι καταναλωτές αναζητούν δραστήρια να αποπλανηθούν. Ζουν από θέλγητρο σε θέλγητρο, από πειρασμό σε πειρασμό -κάθε θέλγητρο και κάθε πειρασμός είναι κάπως διαφορετικός κι ίσως δυνατότερος από τον προκάτοχο του.

Αυτός ο κύκλος επιθυμίας είναι ένας καταναγκασμός, μια υποχρέωση για τον πλήρως αναπτυγμένο, ώριμο καταναλωτή· ωστόσο αυτή η υποχρέωση, αυτή η εξωτερικευμένη πίεση, αυτή η πιθανότητα να ζεις τη ζωή του με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, θεωρείται η ελεύθερη άσκηση της βούλησης σου. Η αγορά ίσως να τους έχει ήδη επιλέξει ως καταναλωτές κι έτσι τους στέρησε την ελευθερία να αδιαφορούν για τις κολακείες της, αλλά με κάθε διαδοχική επίσκεψη στην αγορά, οι καταναλωτές έχουν κάθε λόγο να αισθάνονται ότι είναι αυτοί οι ίδιοι που διατηρούν τον έλεγχο. Είναι οι δικαστές, οι κριτές, οι επιλογείς. Μπορούν, άλλωστε, να αρνηθούν την αφοσίωση τους σε οποιαδήποτε από τις απεριόριστες επιλογές που προσφέρονται-εκτός από την επιλογή να επιλέγουν ανάμεσα σε αυτές τις προσφερόμενες επιλογές.

Κι ενώ όλοι μας είμαστε καταδικασμένοι στη ζωή των επιλογών, δεν έχουμε όλοι μας τα μέσα να κάνουμε επιλογές. Κι αυτό γιατί η επιθυμία δεν είναι αρκετή για να είναι κανείς καταναλωτής. Για να στραγγίξει κανείς την απόλαυση μέσα από την επιθυμία, πρέπει να έχει μια λογική ελπίδα απόκτησης του επιθυμητού αντικειμένου, κι ενώ αυτή η ελπίδα είναι λογική για μερικούς, είναι μάταιη για άλλους. Ο καθένας, λοιπόν, μπορεί να οδηγηθεί στον τρόπο ζωής του καταναλωτή· ο καθένας μπορεί να ευχηθεί να είναι καταναλωτής, και να ενδώσει στις ευκαιρίες που προσφέρει αυτός ο τρόπος ζωής· αλλά δεν μπορεί ο καθένας να είναι καταναλωτής.

(συμπλήρωμα αποσπασμάτων από το βιβλίο του Ζίγκμουντ Μπάουμαν, «Ο εαυτός σε μια καταναλωτική κοινωνία», σε μετάφραση του Καψάλη Δημήτρη)

ΚΕΙΜΕΝΟ II

Ο καταναλωτισμός είναι ένας τρόπος ζωής που έχει επικρατήσει στις αναπτυγμένες κοινωνίες κι επιδρά διατρητικά σε κάθε τομέα της ανθρώπινης ζωής· ως πρακτική αφορά στη συλλογή και κατανάλωση αντικειμένων κι υπηρεσιών. Κι ενώ μπορεί να υπάρχουν κάποια οφέλη από τον καταναλωτισμό, όπως η ευκολία πρόσβασης σε προϊόντα κι υπηρεσίες, η υπερβολική κατανάλωση μπορεί να είναι επιζήμια για την ψυχική υγεία.

Πρώτον η υπερβολική κατανάλωση μπορεί να οδηγήσει σε μια αίσθηση ανασφάλειας κι απογοήτευσης. Όταν οι άνθρωποι επικεντρώνονται πολύ στην απόκτηση πραγμάτων και την παρουσίαση τους στους άλλους, μπορεί να αισθανθούν ότι δεν είναι αρκετά καλοί ή δεν έχουν αξία δίχως αυτά. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένο άγχος, καταθλιπτικά συμπτώματα κι αυξημένο κίνδυνο για ψυχικά νοσήματα, όπως η κατάθλιψη κι οι διατροφικές διαταραχές. Παράλληλα αυξάνεται το άγχος τους να διατηρήσουν αλώβητα τα αγαθά τους, ώστε βιώνουν επιπρόσθετο στρες για να προστατεύσουν την «περιουσία» τους επενδύοντας σε δικλείδες ασφαλείας (π.χ. ασφάλειες, κάμερες παρακολούθησης, κ.α.) ή για να την αντικαθιστούν όποτε πλήττεται.

Δεύτερον, ο καταναλωτισμός μπορεί να οδηγήσει σε μια στρεβλή αντίληψη της ευτυχίας. Πολλοί -αν όχι οι περισσότεροι- πιστεύουν πως η αγορά πραγμάτων κι η κατανάλωση υπηρεσιών θα τους προσφέρει ευτυχία· ωστόσο, η ευτυχία δεν είναι ένα αγαθό που αγοράζεται. Οι πραγματικές σχέσεις, η συμβολή στην κοινότητα κι η οικογενειακή ζωή είναι οι αληθινοί παράγοντες που διαμορφώνουν τον βαθμό ευτυχίας του ανθρώπου· η επικέντρωση στον καταναλωτισμό, λοιπόν, μπορεί να αποπροσανατολίσει τους ανθρώπους από αυτά και να τους οδηγήσει σε αδυναμία εύρεσης και βίωσης της πραγματικής ευτυχίας.

Η υπερβολική κατανάλωση μπορεί να οδηγήσει σε οικονομικά προβλήματα που με τη σειρά τους προκαλούν ή διογκώνουν τα προβλήματα της ψυχικής υγείας. Η δυσκολία αποπληρωμής λογαριασμών κι οικονομικών υποχρεώσεων μπορεί να προκαλέσει στρες κι άγχος που θα καταλήξουν σε κατάθλιψη. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα αληθές για όσους πιστεύουν ότι η αγορά αγαθών είναι η μόνη διέξοδος για την επίλυση των προβλημάτων τους ή για την επίτευξη των στόχων τους.

(απόσπασμα άρθρου ελαφρά διασκευασμένου για τις ανάγκες της εξέτασης, αλιευμένο από το επίσημο site του Ινστιτούτου Καταναλωτή, ανακτημένο στις 19/02/25)

ΚΕΙΜΕΝΟ III

ΠΡΑΓΜΑΤΑ

Το μπαστούνι, μια αρμαθιά κλειδιά, κάτι κέρματα,
η απαλή κλειδαριά, κάτι τελευταίες
σημειώσεις που δε θα ξαναδιαβαστούν
τις λίγες μέρες που μου απομένουν, η τράπουλα,
η σκακιέρα, ένα βιβλίο και κάπου στα φύλλα του
η ξεραμένη βιολέτα, ενθύμιο κάποιας βραδιάς
αξέχαστης ασφαλώς αλλά κιόλας ξεχασμένης,
στη δύση ο κόκκινος καθρέφτης πυρπολώνοντας
ένα δειλινό της φαντασίας. Τόσα και τόσα πράγματα,
ομπρέλες, πίπες, άτλαντες, φλιτζάνια, μπιχλιμπίδια
που δουλεύουν για χάρη μας σαν αμίλητοι σκλάβοι,
τυφλά, και απολύτως βουβά!
Θα επιζήσουν πέρ' από τη λήθη μας·
δίχως να ξέρουν καν πως έχουμε υπάρξει.

(ποίηση του Χόρχε Λουίς Μπόρχες σε μετάφραση του Δημήτρη Καλοκύρη)

ΘΕΜΑΤΑ

A1. Παρουσιάστε σε μια παράγραφο 70 περίπου λέξεων τις ιδέες που διατυπώνονται στην 3^η-4^η παράγραφο του **ΚΕΙΜΕΝΟΥ Ι**. (μονάδες 20)

B1. Επαληθεύστε ή διαψεύστε τις παρακάτω προτάσεις λαμβάνοντας υπόψη σας κατά πόσο αποδίδουν το νόημα των κειμένων αναφοράς σημειώνοντας **ΣΩΣΤΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** αντίστοιχα. Η απάντησή σας να τεκμηριώνεται με ένα ενδεικτικό χωρίο. (μονάδες 10)

ΚΕΙΜΕΝΟ Ι

- i. Ο νέος τύπος κατανάλωσης υποστηρίζεται από την ψυχική υπερδιέγερση του καταναλωτή και τη διάσπαση της προσοχής του.
- ii. Σε κοινωνικό επίπεδο προεξάρχει ο καταναλωτικός ζήλος του ανθρώπου.
- iii. Η αγορά σήμερα έχει επιτύχει την διασφάλιση της ψευδαίσθησης της ελευθερίας και συνάμα τη θωπεία του καταναλωτή.

ΚΕΙΜΕΝΟ ΙΙ

- i. Ο καταναλωτισμός αξιολογείται αποκλειστικά ως επιζήμιος παράγοντας της ανθρώπινης διαβίωσης.
- ii. Η συνεξάρτηση της αποθησαύρισης αγαθών και της ευδαιμονίας συνιστά μια φενάκη.

B2. α. Αναγνωρίστε τα δομικά μέρη της 4^{ης} παραγράφου (Για ν' αυξηθεί η ικανότητα...δυνατότερος από τον προκάτοχο του.) του

ΚΕΙΜΕΝΟΥ Ι και στη συνέχεια γράψτε μια δική σας κατακλείδα περίοδο. (μονάδες 4)

β. Εντοπίστε δύο (2) τρόπους ανάπτυξης της 1^{ης} παραγράφου του ΚΕΙΜΕΝΟΥ ΙΙ (Ο καταναλωτισμός είναι ένας τρόπος ζωής.. επιζήμια για την ψυχική υγεία.) και εξηγήστε τι εξυπηρετεί η επιλογή τους, κατά τη γνώμη σας. (μονάδες 6)

B3. α. ΚΕΙΜΕΝΟ Ι

Σχολιάστε τις παρακάτω γλωσσικές επιλογές ως προς την ανάδειξη του νοήματος και την επίδραση τους πάνω στον αναγνώστη:

- i. Εισαγωγικά: «η επιθυμία δεν επιθυμεί ικανοποίηση. Αντιθέτως, η επιθυμία επιθυμεί επιθυμία». (μονάδες 1)
- ii. ρηματικό πρόσωπο: «Νομίζεις ότι τα έχεις δει όλα; Δεν έχεις δει τίποτα ακόμη!» (μονάδες 3)
- iii. επανάληψη: Ζουν από θέλγητρο σε θέλγητρο, από πειρασμό σε πειρασμό (μονάδα 1)

β. ΚΕΙΜΕΝΟ ΙΙ

Αναγνωρίστε δύο (2) διαφορετικούς τρόπους επίτευξης της συνοχής της τελευταίας παραγράφου. (μονάδες 5)

B4. ΚΕΙΜΕΝΟ Ι: «Στην πραγματικότητα, οι καταναλωτές είναι πρωτίστως συλλέκτες αισθήσεων· συλλέκτες πραγμάτων είναι μόνο μια δευτερεύουσα και παράγωγη σημασία.»

ΚΕΙΜΕΝΟ ΙΙ: «Ο καταναλωτισμός [...] ως πρακτική αφορά στη συλλογή και κατανάλωση αντικειμένων κι υπηρεσιών.»

Σε μια παράγραφο 60 περίπου λέξεων σχολιάστε τη συνομιλία στο περιεχόμενο των δύο χωρίων. (μονάδες 5)

Γ1. Αν δεχτούμε πως το ποιητικό υποκείμενο σκιαγραφεί έναν κόσμο κατανάλωσης που αναπτύσσεται παράλληλα αλλά και ξέχωρα από την ανθρώπινη ύπαρξη, ποιες ανθρώπινες ανάγκες και ψευδαισθήσεις βλέπετε να υπαινίσσεται πως υπηρετούνται από την κατοχή των υλικών αγαθών; (μονάδες 15)

Δ1. Γράφετε ένα κείμενο που θα εκφωνήσετε στην ημερίδα «Κατανάλωση και Ποιότητα ζωής» που διοργανώνει ο δήμος σας στο πλαίσιο ενημέρωσης κι ευαισθητοποίησης των πολιτών στο ζήτημα της υπερκατανάλωσης και της αειφορίας. Στο κείμενο σας, το οποίο κυμαίνεται στις 350-400 λέξεις, παρουσιάζετε τεκμηριωμένα τις κυριότερες επιπτώσεις του υπερκαταναλωτικού μοντέλου ζωής που αλλοτριώνουν την ανθρώπινη έκφραση και εν συνεχεία αντιπροτείνετε τρεις λύσεις που προάγουν την αειφορία επιτρέποντας ένα αξιοπρεπές επίπεδο ζωής για τον άνθρωπο. Στην ομιλία σας αξιοποιείτε δημιουργικά ιδέες από τα κείμενα αναφοράς. (μονάδες 30)

