

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ

ΚΕΙΜΕΝΟ

Η αλλοτριωμένη στάση προς την κατανάλωση

Ο τρόπος της κατανάλωσής μας έχει **υποχρεωτικά** ως αποτέλεσμα το γεγονός ότι ποτέ δεν είμαστε ικανοποιημένοι, αφού δεν είναι το δικό μας πραγματικό, συγκεκριμένο πρόσωπο που καταναλώνει ένα πραγματικό, συγκεκριμένο πράγμα. Έτσι αναπτύσσουμε μια ολοένα μεγαλύτερη ανάγκη για περισσότερα πράγματα, για περισσότερη κατανάλωση. Είναι αλήθεια ότι εφόσον το βιοτικό επίπεδο του πληθυσμού βρίσκεται κάτω από ένα ανεκτό επίπεδο συντήρησης, θα υπάρχει μια φυσική ανάγκη για περισσότερη κατανάλωση. Είναι επίσης αλήθεια ότι υπάρχει μια βάσιμη ανάγκη για περισσότερη κατανάλωση, όσο ο άνθρωπος αναπτύσσεται πολιτιστικά και έχει πιο εκλεπτυσμένες ανάγκες για καλύτερη τροφή, για αντικείμενα καλλιτεχνικής απόλαυσης, βιβλία κ.τ.λ. Η επιθυμία μας όμως για κατανάλωση έχει χάσει κάθε σχέση με τις πραγματικές ανάγκες του ανθρώπου. Αρχικά η ιδέα της κατανάλωσης περισσότερων και καλύτερων πραγμάτων είχε τη σημασία πως ένας άνθρωπος θα περνούσε καλύτερη, πιο ικανοποιημένη ζωή. Η κατανάλωση ήταν μέσο για ένα σκοπό, το σκοπό της ευτυχίας. Τώρα έχει γίνει αυτοσκοπός. Η σταθερή αύξηση των αναγκών του μας ωθεί σε μια συνεχώς μεγαλύτερη προσπάθεια, μας κάνει να εξαρτιόμαστε από αυτές τις ανάγκες και από τους ανθρώπους και τα ιδρύματα με τη βοήθεια των οποίων τις ικανοποιούμε. «Κάθε πρόσωπο προσπαθεί να δημιουργήσει μια νέα ανάγκη στο άλλο πρόσωπο, για να το σπρώξει σε μια νέα εξάρτηση σε μια νέα μορφή απόλαυσης, και έτσι στην οικονομική του καταστροφή...

Σ'

ένα πλήθος εμπορευμάτων δημιουργείται το βασίλειο των ξένων πραγμάτων που υποδουλώνουν τον άνθρωπο

» (Κ. Μαρξ).[...]

Η αλλοτριωμένη στάση προς την κατανάλωση δεν υπάρχει μόνο στην απόκτηση και κατανάλωση από μέρους μας εμπορευμάτων, αλλά καθορίζει πολύ πέρα από αυτό την απασχόληση του χρόνου ανάπαυσής μας. Τι θα πρέπει να αναμένουμε; Αν ένας άνθρωπος εργάζεται χωρίς να σχετίζεται αληθινά με αυτό που κάνει, αν αγοράζει και καταναλώνει εμπορεύματα με **αφηρημένο** και αλλοτριωμένο τρόπο, πώς είναι δυνατό να χρησιμοποιήσει το χρόνο ανάπαυσής του κατά τρόπο ενεργητικό και αξιόλογο; Εξακολουθεί να παραμένει πάντα ο παθητικός αλλοτριωμένος καταναλωτής. «Καταναλώνει» παιχνίδια, ταινίες κινηματογράφου, εφημερίδες και περιοδικά, βιβλία, διαλέξεις, φυσικές θέες, κοινωνικές συγκεντρώσεις, κατά τον ίδιο αλλοτριωμένο και αφηρημένο τρόπο που καταναλώνει τα εμπορεύματα που έχει αγοράσει. Δε συμμετέχει

ενεργητικά

και επιθυμεί να «προσλάβει» όλα όσα μπορεί να δεχτεί και να έχει όσο το δυνατό περισσότερη ευχαρίστηση, κουλτούρα κτλ. Στην πραγματικότητα, δεν είναι ελεύθερος να απολαύσει την ανάπαυση «του». Η κατανάλωση του χρόνου ανάπαυσής του καθορίζεται από τη βιομηχανία, όπως καθορίζονται και τα εμπορεύματα που αγοράζει. Το γούστο του είναι προκαθορισμένο, επιθυμεί να δει και να ακούσει αυτό που υποτίθεται πως πρέπει να δει και να ακούσει. Η ψυχαγωγία είναι μια βιομηχανία όπως και οι άλλες, ο καταναλωτής ωθείται στο να αγοράσει διασκέδαση, όπως ωθείται στο να αγοράσει ρούχα και παπούτσια. Η αξία της διασκέδασης καθορίζεται από την επιτυχία της στην αγορά, και όχι από κάτι που θα ήταν δυνατό να μετρηθεί με ανθρώπινους όρους.

Με κάθε παραγωγική και **αυθόρμητη** δραστηριότητα συμβαίνει κάτι μέσα μου ενώ διαβάζω, απολαμβάνω την εξοχή, μιλώ σε φίλους κτλ. Μετά την εμπειρία, δεν είμαι όπως ήμουν πριν. Στην αλλοτριωμένη μορφή της ευχαρίστησης, τίποτα δε συμβαίνει μέσα μου. Έχω καταναλώσει τούτο ή εκείνο. Τίποτα δεν άλλαξε μέσα μου και το μόνο που έχει μείνει είναι η ανάμνηση αυτού που έκανα. Ένα από τα πιο εκπληκτικά παραδείγματα του είδους αυτού ευχαρίστησης κατανάλωσης είναι η λήψη φωτογραφιών, που έχει αναδειχτεί σε μια από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες κατά την ανάπαυση. Το σύνθημα της Κόντακ «πιέστε το κουμπί, τα υπόλοιπα είναι δική μας δουλειά», που

**έχε
συ**

ι μβάλει

τόσο πολύ από το 1889 στην εκλαΐκευση της φωτογραφίας σε όλον τον κόσμο, είναι συμβολικό. Είναι ένα από τα παλαιότερα προτρεπτικά στο αίσθημα παντοδυναμίας που αποκτάμε με το πάτημα των κουμπιών. Δεν κάνεις τίποτα, δε χρειάζεται να ξέρεις τίποτα, τα πάντα γίνονται μόνα τους. Το μόνο που έχει να κάνεις είναι να πατήσεις το κουμπί.

Έριχ Φρομ, Η Υγιής Κοινωνία

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

A. Να γραφεί η περίληψη του κειμένου (100 λέξεις)

25 μονάδες

B.1. «Σ' ένα πλήθος εμπορευμάτων δημιουργείται το βασίλειο των ξένων πραγμάτων που υποδουλώ νουν τον άνθρωπο». Να αναπτύξετε το νόημα της παραπάνω φράσης σε μία παράγραφο 100 περίπου λέξεων

10 μονάδες

B.2. Να βρεθούν οι διαρθρωτικές λέξεις και οι νοηματικές σχέσεις που αυτές σημαίνουν στην πρώτη παράγραφο.

5 μονάδες

B.3. Ποιους τρόπους και ποια μέσα πειθούς χρησιμοποιεί ο συγγραφέας στην πρώτη παράγραφο; Να αιτιολογήσετε την απάντησή σας

5 μονάδες

B.4. Να βρεθούν η δομή και ο τρόπος ανάπτυξης της δεύτερης παραγράφου του κειμένου.

5 μονάδες

B.5. Να γράψετε δύο σύντομους ορισμούς 30 περίπου λέξεων για τις έννοιες **α. αλλοτρίωση και β. καταναλωτισμός**

5 μονάδες

B.6. Να γραφούν τα συνώνυμα των παρακάτω λέξεων: **υποχρεωτικά, αφηρημένο, ενεργητικά, αυθόρμητα, έχει συμβάλει**

5 μονάδες

Γ. Σε μία ομιλία σας στην Ένωση Καταναλωτών της περιοχής σας να αναπτύξετε τις συνέπειες που έχει στη ζωή του ανθρώπου ο καταναλωτισμός και του τρόπους με τους οποίους θα μπορούσε να περιοριστεί. (550-600 λέξεις)

40 μονάδες

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Η αλλοτριωμένη στάση προς την κατανάλωση

Ο τρόπος της κατανάλωσής μας έχει **υποχρεωτικά** ως αποτέλεσμα το γεγονός ότι ποτέ δεν είμαστε ικανοποιημένοι, αφού δεν είναι το δικό μας πραγματικό, συγκεκριμένο

πρόσωπο που καταναλώνει

ένα πραγματικό, συγκεκριμένο πράγμα.

Έτσι αναπτύσσουμε μια ολοένα μεγαλύτερη ανάγκη για περισσότερα πράγματα, για περισσότερη κατανάλωση.

[1]

Είναι αλήθεια ότι εφόσον το βιοτικό επίπεδο του πληθυσμού βρίσκεται κάτω από ένα ανεκτό επίπεδο συντήρησης, θα υπάρχει μια φυσική ανάγκη για περισσότερη κατανάλωση. Είναι επίσης αλήθεια ότι υπάρχει μια βάσιμη ανάγκη για περισσότερη κατανάλωση, όσο ο άνθρωπος αναπτύσσεται πολιτιστικά και έχει πιο εκλεπτυσμένες ανάγκες για καλύτερη τροφή, για αντικείμενα καλλιτεχνικής απόλαυσης, βιβλία κ.τ.λ.

Η επιθυμία μας όμως για κατανάλωση έχει χάσει κάθε σχέση με τις πραγματικές ανάγκες του ανθρώπου.

Αρχικά η ιδέα της κατανάλωσης περισσότερων και καλύτερων πραγμάτων είχε τη σημασία πως ένας άνθρωπος θα περνούσε καλύτερη, πιο ικανοποιημένη ζωή. Η κατανάλωση ήταν μέσο για ένα σκοπό, το σκοπό της ευτυχίας.

Τώρα έχει γίνει αυτοσκοπός. Η σταθερή αύξηση των αναγκών του μας ωθεί σε μια συνεχώς μεγαλύτερη προσπάθεια, μας κάνει να εξαρτιόμαστε από αυτές τις ανάγκες

[2]

και από τους ανθρώπους και τα ιδρύματα με τη βοήθεια των οποίων τις ικανοποιούμε.

«Κάθε πρόσωπο προσπαθεί να δημιουργήσει μια νέα ανάγκη στο άλλο πρόσωπο, για να το σπρώξει σε μια νέα εξάρτηση σε μια νέα μορφή απόλαυσης, και έτσι στην οικονομική του καταστροφή...

Σ' ένα πλήθος εμπορευμάτων δημιουργείται το βασίλειο των ξένων πραγμάτων που υποδουλώ νουν τον άνθρωπο

» (Κ. Μαρξ).[...]

Η αλλοτριωμένη στάση προς την κατανάλωση δεν υπάρχει μόνο στην απόκτηση και κατανάλωση από μέρους μας εμπορευμάτων, αλλά καθορίζει πολύ πέρα από αυτό την απασχόληση του χρόνου ανάπαυσής μας. [3] Τι θα πρέπει να αναμένουμε; Αν ένας άνθρωπος εργάζεται χωρίς να σχετίζεται αληθινά με αυτό που κάνει, αν αγοράζει και καταναλώνει εμπορεύματα με **αφηρημένο** και αλλοτριωμένο τρόπο, πώς είναι δυνατό να χρησιμοποιήσει το χρόνο ανάπαυσής του κατά τρόπο ενεργητικό και αξιόλογο;

Εξακολουθεί να παραμένει πάντα ο παθητικός αλλοτριωμένος καταναλωτής.

«Καταναλώνει» παιχνίδια, ταινίες κινηματογράφου, εφημερίδες και περιοδικά, βιβλία, διαλέξεις, φυσικές θέες, κοινωνικές συγκεντρώσεις, κατά τον ίδιο αλλοτριωμένο και αφηρημένο τρόπο που καταναλώνει τα εμπορεύματα που έχει αγοράσει.

Δε συμμετέχει

ενεργητικά

[4]

και επιθυμεί να «προσλάβει» όλα όσα μπορεί να δεχτεί και να έχει όσο το δυνατό περισσότερη ευχαρίστηση, κουλτούρα κτλ. Στην πραγματικότητα, δεν είναι ελεύθερος να απολαύσει την ανάπαυση «του».

Η κατανάλωση του χρόνου ανάπαυσής του καθορίζεται από τη βιομηχανία, όπως

καθορίζονται και τα εμπορεύματα που αγοράζει.

Το γούστο του είναι προκαθορισμένο, επιθυμεί να δει και να ακούσει αυτό που υποτίθεται πως πρέπει να δει και να ακούσει.

Η ψυχαγωγία είναι μια βιομηχανία όπως και οι άλλες,

ο

καταναλωτής ωθείται στο να αγοράσει διασκέδαση,

[5]

όπως ωθείται στο να αγοράσει ρούχα και παπούτσια. Η αξία της διασκέδασης καθορίζεται από την επιτυχία της στην αγορά, και όχι από κάτι που θα ήταν δυνατό να μετρηθεί με ανθρώπινους όρους.

Με κάθε παραγωγική και **αυθόρμητη** δραστηριότητα συμβαίνει κάτι μέσα μου ενώ διαβάζω, απολαμβάνω την εξοχή, μιλώ σε φίλους κτλ. Μετά την εμπειρία, δεν είμαι όπως ήμουν πριν.

Στην αλλοτριωμένη μορφή της ευχαρίστησης, τίποτα δε συμβαίνει μέσα μου. Έχω καταναλώσει τούτο ή εκείνο. Τίποτα δεν άλλαξε μέσα μου και το μόνο που έχει μείνει είναι η ανάμνηση αυτού που έκανα.

[6]

Ένα από τα πιο εκπληκτικά παραδείγματα του είδους αυτού ευχαρίστησης κατανάλωσης είναι η λήψη φωτογραφιών, που έχει αναδειχτεί σε μια από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες κατά την ανάπαυση. Το σύνθημα της Κόντακ «πιέστε το κουμπί, τα υπόλοιπα είναι δική μας δουλειά», που έχει

συμβάλει

τόσο πολύ από το 1889 στην εκλαΐκευση της φωτογραφίας σε όλον τον κόσμο, είναι συμβολικό. Είναι ένα από τα παλαιότερα προτρεπτικά στο αίσθημα παντοδυναμίας που αποκτάμε με το πάτημα των κουμπιών. Δεν κάνεις τίποτα, δε χρειάζεται να ξέρεις τίποτα, τα πάντα γίνονται μόνα τους. Το μόνο που έχει να κάνεις είναι να πατήσεις το κουμπί.

Έριχ Φρομ, Η Υγιής Κοινωνία

Τα κομμάτια του κειμένου με κίτρινο χρώμα μετέχουν στην εξαγωγή περίληψης και με μώ β αρίθμηση σημαίνεται πού βρίσκεται το καθένα από αυτά ως νόημα μέσα στο κείμενο της περίληψης. (Κ.Κ.)

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Α. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το κείμενο πραγματεύεται την αλλοτρίωση που χαρακτηρίζει ως παθολογική κατάσταση τις καταναλωτικές πρακτικές του σύγχρονου ανθρώπου. [1]Οι άνθρωποι σήμερα δεν αποκομίζουν ικανοποίηση από την κατανάλωση προϊόντων,

[2]

καθώς αυτή δε σχετίζεται με τις πραγματικές τους ανάγκες έχοντας και έχει πια μετατραπεί σε αυτοσκοπό.

[3]

Η αλλοτριωμένη κατανάλωση επηρεάζει επιπλέον και την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου,

[4]

όπου ο άνθρωπος παραμένει παθητικός και

[5]

καθοδηγείται στην ψυχαγωγία και τη διασκέδασή του από μία πανίσχυρη βιομηχανία του ελεύθερου χρόνου.

[6]

Έτσι ο άνθρωπος δεν μπορεί να απολαύσει τίποτα πραγματικά τη ζωή του και απομένει να ικανοποιείται με επιφανειακές εμπειρίες και μνήμες ευχάριστων στιγμών. (96)

B.1. Αν κάτι χαρακτηρίζει το σύγχρονο κόσμο είναι η αναζήτηση της υλικής ευδαιμονίας μέσα από την κατοχή και τη συσσώρευση ολοένα και περισσότερων υλικών αγαθών. Ο σύγχρονος άνθρωπος έχει πειστεί ότι η ευτυχία του βρίσκεται στην κατανάλωση και τον αγώνα για απόλαυση προϊόντων, που παρέχουν μια βραχύχρονη και επιφανειακή ευχαρίστηση. Ο αγώνας αυτός μετατρέπεται σε εμμονή και ουσιαστικά αποξενώνει τον άνθρωπο από τα υλικά αντικείμενα που συσσωρεύει, καθώς η κατανάλωση γίνεται αυτοσκοπός που δεν ικανοποιεί πραγματικές και υπαρκτές ανάγκες. Καταναλώνει για να καταναλώνει, γιατί θεωρεί ότι αυτό θα δώσει νόημα στη ζωή του. Έτσι, χωρίς να το καταλάβει, ο άνθρωπος γίνεται δούλος της εξάρτησής του από υλικά αντικείμενα, επιδίδεται μηχανιστικά στον αγώνα για κατοχή και συσσώρευση, αναζητώντας μια ικανοποίηση που διαρκώς διαφεύγει.

B.2. ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΕΣ ΛΕΞΕΙΣ/ΕΚΦΡΑΣΕΙΣ

Έτσι: συμπέρασμα

Είναι αλήθεια: επιβεβαίωση, διαπίστωση

επίσης: προσθήκη

όμως: αντίθεση

Αρχικά: χρονική σχέση

Τώρα: χρονική σχέση

B.3. ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΠΕΙΘΟΥΣ

Στην πρώτη παράγραφο ο συγγραφέας χρησιμοποιεί

α. Επίκληση στη λογική με επιχειρήματα π.χ.

- «Αναπτύσσουμε μια ολοένα μεγαλύτερη ανάγκη για περισσότερα πράγματα, για περισσότερη κατανάλωση, επειδή ποτέ δεν είμαστε ικανοποιημένοι από τον τρόπο της κατανάλωσής μας...»
- «Η επιθυμία μας όμως για κατανάλωση έχει χάσει κάθε σχέση με τις πραγματικές ανάγκες του ανθρώπου, διότι έχει γίνει αυτοσκοπός».

β. Επίκληση στην αυθεντία με την παράθεση της άποψης του διανοητή και φιλοσόφου Κ. Μαρξ: «Κάθε πρόσωπο προσπαθεί να δημιουργήσει ...υποδουλώνουν τον άνθρωπο»

B.4. ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η δεύτερη παράγραφος αναπτύσσεται

α. Με αιτιολόγηση, καθώς στη Θεματική Περίοδο ο συγγραφέας διατυπώνει μία άποψη/θέση και στη συνέχεια προσπαθεί να την αιτιολογήσει με πλήθος επιχειρημάτων και

β. Με παραδείγματα π.χ. «Καταναλώνει» παιχνίδια, ταινίες κινηματογράφου, εφημερίδες και περιοδικά, βιβλία, διαλέξεις, φυσικές θέες, κοινωνικές συγκεντρώσεις...»

B.5.α. Αλλοτριώση: αλλοίωση της ανθρώπινης προσωπικότητας, καθώς ο άνθρωπος γίνεται κάτι άλλο από αυτό που πραγματικά είναι, αποξένωση του ανθρώπου από τον εαυτό του, από την εργασία του, από το συνάνθρωπό του.

β. Καταναλωτισμός: η ακατάπαυστη και ανεξέλεγκτη τάση για αγορά και συσσώρευση υλικών αγαθών, σε μία προσπάθεια αναζήτησης της υλικής ευτυχίας. Η απόλαυση που αποκομίζει κανείς από την κατανάλωση είναι περιστασιακή και ψευδαισθησιακή, γι' αυτό και ο καταναλωτικός τύπος ανθρώπου επιδίδεται στη διαρκή αγορά προϊόντων η οποία του παρέχει ικανοποίηση καθεαυτή.

B.6. ΣΥΝΩΝΥΜΑ

υποχρεωτικά: αναγκαστικά, αναπόφευκτα, αναπόδραστα

αφηρημένο: αόριστο, απροσδιόριστο, συγκεχυμένο, ασαφή

ενεργητικά: δραστήρια, ενεργά

αυθόρμητα: παρορμητικά, αυτόματα

έχει συμβάλει: έχει βοηθήσει, έχει συντελέσει, έχει ενισχύσει

Γ. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΛΟΓΟΥ

Επικοινωνιακό πλαίσιο: Ομιλία

Προσφώνηση: Κυρίες και Κύριοι, Αγαπητοί φίλοι/συμπολίτες

Πρόλογος

Η κατανάλωση προϊόντων αποτελεί σύμφυτο χαρακτηριστικό του καπιταλιστικού τρόπου παραγωγής και καλλιεργήθηκε ως κοινωνική τάση κυρίως μετά το β' παγκόσμιο πόλεμο. Το καπιταλιστικό σύστημα παραγωγής στηρίζεται στο δίπολο παραγωγή – κατανάλωση και άρα δεν θα μπορούσε να αναπτυχθεί το πρώτο σκέλος, χωρίς παράλληλη ανάπτυξη του δεύτερου. Έτσι από τη μία έγινε προσπάθεια για ενίσχυση της αγοραστικής δύναμης των μαζών (με έμφαση στην ανάπτυξη της μεσαίας τάξης) και από την άλλη καλλιεργήθηκε η ανάγκη αγοράς και κατοχής ολοένα και περισσότερων υλικών αγαθών, μέσα από μηχανισμούς προσωπικής καταξίωσης, υλικού ευδαιμονισμού και κοινωνικής ανάδειξης. Οι άνθρωποι κατέληξαν σήμερα να είναι αυτό που έχουν, δηλαδή να αξιολογούνται και να χαρακτηρίζονται από την ποσότητα και την ποιότητα των αγαθών που διαθέτουν και όχι από την ποιότητα της προσωπικότητας που έχουν διαμορφώσει. Όλο αυτό βέβαια το άμετρο και άκριτο κυνήγι των υλικών αγαθών οδηγεί τα άτομα σε ακραίες και παράλογες συμπεριφορές, που έχουν αντίκτυπο στην ποιότητα της ζωής, των σχέσεων και των ιδιών των ανθρώπων.

Κυρίως θέμα

Ζητούμενο Α' (Συνέπειες του καταναλωτισμού)

1. Στην κοινωνία

- Υποβάθμιση της ποιότητας των κοινωνικών σχέσεων, υποταγή τους στη λογική και την ηθική του συμφέροντος, μετατροπή των ανθρώπων σε μέσα για την πραγματοποίηση σκοπών πλουτισμού και κατανάλωσης, εμπορευματοποίηση των κοινωνικών επαφών, ανταγωνισμός, ιδιοτέλεια, χρησιμοθηρία, ωφελιμισμός
- Εμφάνιση φαινομένων κοινωνικής παθογένειας όπως βία, εγκληματικότητα κ.λπ. Τα άτομα εξωθούνται σε παραβατικές συμπεριφορές, προκειμένου να καλύψουν τις αδυσώπητες καταναλωτικές τους ανάγκες
- Διεύρυνση του χάσματος ανάμεσα σε πλούσιους και φτωχούς, όξυνση των κοινωνικών ανισοτήτων
- Επιβάρυνση και καταστροφή του περιβάλλοντος, ρύπανση, μόλυνση από την παραγωγή και αχρήστευση των αγαθών
- Ηθική κατάπτωση, επικράτηση καταναλωτικών προτύπων και κριτηρίων αξιολόγησης, εκτίμηση του ανθρώπου με βάση αυτό που έχει και όχι αυτό που είναι
- Πολιτισμική ισοπέδωση, παραγκωνισμός των τεχνών, των επιστημών και των γραμμάτων
- Υποβάθμιση της ιδιότητας του πολίτη, απουσία ενδιαφέροντος για τα κοινά

2. Στο άτομο

- Αύξηση του χρόνου εργασίας, εξαφάνιση του ελεύθερου χρόνου, αποκτήνωση του ανθρώπου και αλλοτρίωση, προκειμένου να ικανοποιήσει τις καταναλωτικές ανάγκες του ίδιου, της οικογένειας κ.λπ.
- Η μείωση – εξάλειψη του ελεύθερου χρόνου συνεπάγεται περιορισμό του κοινωνικού και πνευματικού προσώπου του ανθρώπου, συναισθηματική και πνευματική ρηχότητα
- Άγχος, ψυχολογική πίεση, αισθήματα ματαιοπονίας, απαξίωσης και απογοήτευση
- Αποχαύνωση του ανθρώπου, μετατροπή του σε άνευ διερωτήσεων μανιακό της κατανάλωσης, δυνατότητα χειραγώγησης
- Απώλεια της προσωπικής ελευθερίας, πνευματική και ψυχική υποδούλωση
- Νεοπλουτισμός, ξιπασιά, επίδειξη, κενότητα, ματαιοδοξία, πνευματική υποβάθμιση

Ζητούμενο Β' (Τρόποι ανάσχεσης του καταναλωτισμού)

Όλες οι προτάσεις που μπορεί να υπάρξουν κινούνται στη σφαίρα περισσότερο του δεοντολογικού και λιγότερο του εφικτού. Ο καταναλωτισμός αποτελεί σήμερα μια προβληματική μεν, αλλά εδραιωμένη οικονομική και ψυχολογική πραγματικότητα, που αποτελεί το καύσιμο για το κυρίαρχο σύστημα παραγωγής. Έτσι, κάθε προσπάθεια

ανάσχεσής του, είτε προϋποθέτει την αναμόρφωση ολόκληρου του οικονομικού – κοινωνικού συστήματος (ουτοπικό υπό τις παρούσες συνθήκες) είτε την πνευματική αναμόρφωση των ανθρώπων που τυφλά και ασύνειδα τον υπηρετούν. Μέσα στο πλαίσιο αυτό προτείνονται

- Ορθολογικοποίηση της κατανάλωσης, στη βάση των πραγματικών ανθρώπινων αναγκών
- Επαναπροσδιορισμός του συστήματος αξιών που καθορίζουν τη ζωή των ανθρώπων
- Καλλιέργεια της ανθρωπιστικής παιδείας, έμφαση στην αξία του ανθρώπου
- Ενίσχυση της γενικής παιδείας των ατόμων, διαμόρφωση συνολικά σκεπτόμενων προσωπικοτήτων
- Δημιουργία κανόνων λειτουργίας της διαφήμισης και έλεγχος της ασυδοσίας της

Επιλογικά

Ο καταναλωτισμός είναι τρόπος αντίληψης του κόσμου και στάση ζωής. Θεωρείται απότοκο της ελευθερίας του να επιλέγουν τα άτομα όλα εκείνα που τους παρέχουν ευχαρίστηση και –υλική έστω-ηδονή. Κάθε προσπάθεια κριτικής ή αμφισβήτησης αυτής της «ελευθερίας» είναι καταδικασμένη σε αποτυχία, εφόσον δε συνοδεύεται από πνευματική ανύψωση και πολιτιστική καλλιέργεια.

Δημιουργία Κριτηρίου Αξιολόγησης και Απαντήσεις Ασκήσεων:

Κωνσταντίνος Καρεμφύλλης, Φιλόλογος, Θεσσαλονίκη

Συντάχθηκε απο τον/την Κ. ΚΑΡΕΜΦΥΛΛΗΣ

Κυριακή, 04 Ιούνιος 2017 16:20 - Τελευταία Ενημέρωση Κυριακή, 04 Ιούνιος 2017 16:34
