

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ

ΖΗΤΟΥΜΕΝΑ

Παράγοντες/αιτίες	Αποτελέσματα	Τρόποι αντιμετώπισης
<p>A.</p> <p>Βιομηχανοποίηση</p> <p>Υπερπαραγωγή</p> <p>Άνοδος του βιοτικού επιπέδου</p> <p>Κοινωνίες της αφθονίας</p> <p>B.</p> <p>Τεχνολογία + Επιστήμες</p> <p>Διαφήμιση</p> <p>Υπερκατανάλωση</p>	<p>Άτομο</p> <p>Υπερεργασία</p> <p>Μείωση ελεύθερου χρόνου</p> <p><u>Ψυχικά</u></p> <p>Άγχος, φθόνος, σύμπλεγμα κατωτερότητας, επιθετικότητα</p> <p><u>Πνευματικά</u></p> <p>Φασματική ελευθερία</p> <p>Εξανδραποδισμός</p> <p>Αλλοτρίωση</p> <p>Μαζοποίηση</p> <p>Πνευματική ατροφία</p> <p><u>Κοινωνικά</u></p> <p>Κοινωνική αποξένωση</p> <p><u>Ηθικά</u></p> <p>Ηθικός αμοραλισμός</p> <p>Θεοποίηση του χρήματος</p> <p>Υλισμός</p> <p>Ευδαιμονισμός</p> <p>Απληστία</p> <p><u>Πολιτικά</u></p> <p>Πολιτική αδιαφορία</p> <p>Οικονομία</p> <p>Φαινόμενα αισχροκέρδειας</p> <p>Εκμετάλλευση</p> <p>Παραοικονομία</p> <p>Φοροδιαφυγή</p> <p>Κοινωνία</p> <p>Φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας</p> <p>Πολιτική ζωή</p> <p>Κατάχρηση εξουσίας</p> <p>Κακοδιοίκηση</p> <p>Φαινόμενα διαφθοράς</p> <p>Χρηματισμοί-δωροληψίες</p> <p>Διακρατικές σχέσεις</p> <p>Οικονομικοί ανταγωνισμοί</p> <p>Πόλεμοι</p> <p>Φυσικό περιβάλλον</p> <p>Εξάντληση φυσικών πόρων</p> <p>Οικολογική καταστροφή</p>	<p>Άτομο</p> <p>Λιτότητα, εγκράτεια</p> <p>Έμφαση σε άλλες αξίες (κοινωνικές, ψυχικές, γνωστικές κ.λπ.)</p> <p>Επαναπροσδιορισμός αξιών</p> <p>Κοινωνικές δράσεις-εθελοντισμός</p> <p>Φορείς κοινωνικοποίησης</p> <p><u>Πολιτεία</u></p> <p>Βιώσιμη αειφόρος ανάπτυξη</p> <p>Έλεγχος στη διαφήμιση</p> <p>Δικαιότερη κατανομή πλούτου</p> <p>Πάταξη φαινομένων παραοικονομίας κ.λπ.</p> <p>Τεχνολογία και επιστήμη στην υπηρεσία του ανθρώπου</p> <p>Πάταξη φαινομένων διαφθοράς</p> <p>Αποτελεσματικοί έλεγχοι</p> <p><u>Οικογένεια</u></p> <p><u>Σχολείο</u></p> <p><u>M.M.E.</u></p>

ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΕΙΣ

Κατανάλωση λέγεται η διαδικασία αγοράς αγαθών προκειμένου να καλυφθούν οι βιοποριστικές ανάγκες και άλλες ανάγκες του ανθρώπου για τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής.

Καταναλωτισμός είναι το κοινωνικό φαινόμενο σύμφωνα με το οποίο οι άνθρωποι χαρακτηρίζονται από την τάση για υπερβολική κατανάλωση αγαθών με σκοπό την ικανοποίηση πλασματικών αναγκών.

Καταναλωτικό πρότυπο λέγεται το σύνολο των καταναλωτικών συνηθειών μιας κοινωνίας. Οι άνθρωποι αλληλοεπηρεάζονται στις καταναλωτικές τους συνήθειες. Αυτό οφείλεται: α) στην προσπάθεια των ανθρώπων να μιμηθούν ο ένας τον άλλο, β) στην έμφυτη τάση του ανθρώπου να ξεχωρίσει από το σύνολο.

Homo consumens (άνθρωπος καταναλωτής): καλείται έτσι ο άνθρωπος που αισθάνεται ακόρεστη δίψα κατανάλωσης, με αποτέλεσμα η απληστία και το αίσθημα του ανικανοποίητου να γίνονται κεντρικός πόλος του ψυχικού του βίου.

http://www.youtube.com/watch?v=j0S6dPS_i14&feature=fvsr

<http://www.youtube.com/watch?v=C3vGkG6ZVfY>

Ιστορική αναδρομή

Σ' όλες τις καπιταλιστικές κοινωνίες μεταπολεμικά και σήμερα σ' όλο τον κόσμο, επήλθαν τεράστιες αλλαγές στις συνθήκες και στον τρόπο ζωής. Επικράτησε το υλιστικό πρότυπο και οι αντίστοιχες καταναλωτικές αντιλήψεις. Αυτό λοιπόν το υλιστικό, καταναλωτικό πρότυπο ωθεί τον άνθρωπο στην απόκτηση υλικών αγαθών, στη συνεχή κατανάλωση. Το προβαλλόμενο με πολλούς τρόπους καταναλωτικό όραμα καθορίζει τις ενέργειες και τις επιλογές του σημερινού ανθρώπου, που έχει κάνει αυτοσκοπό του την απόκτηση υλικών αγαθών, προκειμένου να ικανοποιήσει την ακόρεστη καταναλωτική δίψα. Πιστεύει πως μ' αυτόν τον τρόπο, δηλαδή με την αέναη επιδίωξη απόκτησης πλούτου και αγαθών, κατακτά το νόημα της ζωής, την ευτυχία. Η προβολή του υλιστικού προτύπου γίνεται κατά κύριο λόγο με τη διαφήμιση που δημιουργεί περιττές ανάγκες και προβάλλει τον ευδαιμονισμό, δηλαδή την ευζωία μέσω της απόκτησης και χρήσης υλικών αγαθών.

*Αιτίες του καταναλωτισμού***Η διαφήμιση**

- ✓ Η διαφήμιση χάρη στην επιστημονική της οργάνωση και στα καταϊγιστικά μηνύματά της εξωθεί τον άνθρωπο σε μια αδιάκοπη και συχνά αλόγιστη αγορά υλικών αγαθών. Το έργο της διαφήμισης συμπληρώνουν και τα προβαλλόμενα καταναλωτικά πρότυπα ζωής. Η άνεση, η αφθονία και η πολυτέλεια που προβάλλονται κυρίως από την τηλεόραση, συνδυάζονται με ανάλογες νέες αντιλήψεις και αξίες για τη ζωή και την ανθρώπινη συμπεριφορά. Κεντρικό στοιχείο της νοοτροπίας αυτής είναι η απόκτηση υλικών αγαθών, η επίδειξη και η καλοπέραση.

Οικονομικός τομέας

- ✓ Στα πλαίσια της ελεύθερης οικονομίας οι ιδιωτικές επιχειρήσεις επιδιώκουν την μεγιστοποίηση του κέρδους με την υπερπαραγωγή και έντονη προβολή των προϊόντων τους. Η ραγδαία ανάπτυξη της βιομηχανικής παραγωγής καθιστά αναγκαία την

κατανάλωση , για να αποτραπεί η κρίση και η χρεοκοπία των σύγχρονων οικονομιών της αφθονίας. Γι αυτό το ίδιο το οικονομικό σύστημα την επιβάλλει , ως λειτουργική του αναγκαιότητα .

- ✓ Η ανάπτυξη της τεχνολογίας η αυτοματοποίηση της παραγωγής , μαζική παραγωγή , ποικιλία και ελκυστικότητα των παραγόμενων προϊόντων , χαμηλό κόστος που τα καθιστά προσιτά στο ευρύτερο κοινό.
- ✓ Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου Δίνει τη δυνατότητα για την ικανοποίηση πρωταρχικών αναγκών και καλλιεργεί την επιθυμία για ικανοποίηση δευτερευουσών αναγκών.
- ✓ Η κατοχή και χρήση υλικών αγαθών δε συνδέεται μόνο με την ανακούφιση από το βάρος των βιοτικών μεριμνών αλλά και με τις απολαύσεις της ζωής. Προκαλούν , κατ' αυτόν τον τρόπο , μια ευφορία στον ιδιοκτήτη τους που ταυτίζεται με την ευτυχισμένη ζωή. Συναρτώντας , λοιπόν την ευτυχία με την απόκτηση υλικών αγαθών, ο άνθρωπος προσπαθεί , χωρίς να λυπάται κόπους και μέσα , να τα αποκτήσει.

Ηθικός τομέας

- ✓ Στις σύγχρονες καταναλωτικές κοινωνίες η ευμάρεια θεωρείται ως κριτήριο επιτυχίας και καταξίωσης. Όσα περισσότερα υλικά αγαθά έχει κάποιος , όση περισσότερη καταναλωτική ευχέρεια έχει , τόσο πιο σπουδαίος θεωρείται. Τα πνευματικά και ψυχικά χαρίσματα περνούν σε δεύτερη μοίρα ή απαρατήρητα.
- ✓ Η Χρεοκοπία των πνευματικών, ηθικών και κοινωνικών αξιών αποπροσανατολίζει τον άνθρωπο και τον στρέφει στον υλικό ευδαιμονισμό και σε μια νέα ιεράρχηση αξιών. Η άδεια από τις αξίες , οράματα, ιδανικά ζωή και προσπάθεια αναπλήρωσης του κενού με καταναλωτικά υποκατάστατα.

Κοινωνικός τομέας-ψυχικός τομέας

- ✓ Τα οξυμένα προβλήματα του σύγχρονου ανθρώπου, το άγχος , η ανία οδηγούν το άτομο στην υπερκατανάλωση, ως μέσο εκτόνωσης και φυγής.

Θετικές επιδράσεις του καταναλωτισμού

Οικονομικός τομέας

- ✓ Ο ανταγωνισμός των βιομηχανιών και λοιπών παραγωγικών φορέων συμβάλλει στην ποιοτική βελτίωση των αγαθών.
- ✓ Δυνατότητες επιλογής μεταξύ πολλών , ομοειδών προϊόντων.
- ✓ Βελτίωση των υλικών όρων ζωής, άνοδος βιοτικού επιπέδου.

Αρνητικές επιδράσεις του καταναλωτισμού

'Ανθρωπος

Μείωση ελεύθερου χρόνου

Ο άνθρωπος στην προσπάθειά του να ανταποκριθεί στις οικονομικές απαιτήσεις των νέων προϊόντων της αγοράς , αναγκάζεται να εργάζεται εξαντλητικά . Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη δραματική μείωση του ελεύθερου χρόνου που, αν αξιοποιείται κατάλληλα , του αποφέρει την ευκαιρία ανάπαυση , ηρεμία , περιουλογή, ψυχαγωγία και ανανέωση των δυνάμεών του Ξεπερνώντας , λοιπόν , συχνά τα όρια της αντοχής του κλονίζεται η σωματική του υγεία.

Κοινωνικά

- ✓ Ο άνθρωπος υπερεργάζεται, με αποτέλεσμα την έλλειψη ελεύθερου χρόνου αλλά και διάθεσης για ουσιαστική επικοινωνία με τους συνανθρώπους. Συχνά μεταξύ των ανθρώπων αναπτύσσεται ανταγωνιστική σχέση και επικρατεί ο ατομικισμός και η

αδιαφορία για το συνάνθρωπο. Σχέσεις συνάπτονται με ωφελιμιστικά κριτήρια, χωρίς να είναι υγιείς, αφού λείπουν απ' αυτές η ειλικρίνεια και η αγάπη. Η απώλεια της γνήσιας επαφής με το συνάνθρωπο που αποτελεί ψυχική ανάγκη οδηγεί σε μια οδυνηρή απομόνωση, σε ένα εσωτερικό κενό.

- ✓ Δυσχεραίνεται η κοινωνική πρόοδος, αφού η επιδίωξη του υλικού ευδαιμονισμού αναστέλλει τη διάθεση για συνεργασία, προώθηση του κοινωνικού συμφέροντος.
- ✓ Η ανικανοποίητη επιθυμία απόκτησης καταναλωτικών αγαθών όσο και ο κορεσμός οδηγούν στην εκδήλωση φαινομένων κοινωνικής παθογένεια (βία, έγκλημα, ναρκωτικά).

Πνευματικά

- ✓ Η έμμονη προσκόλληση στα υλικά αγαθά οδηγεί στην παραμέληση ή την **αδιαφορία για την πνευματική του καλλιέργεια**. Από τη στιγμή που ενδιαφέρεται αποκλειστικά για την απόκτηση υλικών αγαθών, η γνώση, η τέχνη και γενικότερα η πνευματική ζωή τον αφήνουν αδιάφορο. Έτσι οδηγείται σε μια μονοδιάστατη ζωή. Ο σύγχρονος άνθρωπος έχει δώσει προτεραιότητα στα υλικά αγαθά κι όχι στις πνευματικές αξίες.

Ψυχικά

- ✓ Ο σύγχρονος άνθρωπος αισθάνεται **άγχος** για την απόκτηση όλο και περισσότερων υλικών αγαθών. Επίσης βιώνει **συμπλέγματα κατωτερότητας** όταν αδυνατεί να εξασφαλίσει ισάριθμα με άλλους αγαθά. Ο καταναλωτής **υποδουλώνεται ψυχικά** καθώς εξαρτά την ευτυχία του από την ευχέρεια απόκτησης και κατανάλωσης διαρκώς και περισσότερων υλικών αγαθών. Επειδή όμως οι ανάγκες αυτές συνεχώς ανανεώνονται δεν είναι δυνατό να κορεστούν. Έτσι η επιδίωξη αυτή γίνεται σταθερή και μόνιμη και καταντάει στο τέλος πάθος, εξάρτηση.

Ηθικά

- ✓ Η **εργασία αντιμετωπίζεται συνήθως χρησιμοθηρικά**, αποκλειστικά ως πηγή κέρδους και όχι ως μέσο αίσθησης πληρότητας, δημιουργίας και προσφοράς στο κοινωνικό σύνολο.
- ✓ Ο άνθρωπος για να ικανοποιήσει την ακόρεστη δίψα για υλικά αγαθά γίνεται συχνά, **ιδιοτελής, κερδοσκόπος, εκμεταλλεύεται τον συνάνθρωπό** του και αδιαφορεί για το ηθικό περιεχόμενο των πράξεών του. Μπορεί να καταφύγει σε αθέμιτα ακόμη και σε εγκληματικά μέσα.

Πολιτικά

- ✓ Ο σύγχρονος πολίτης απομακρύνεται από ιδεολογικές αναζητήσεις και αδιαφορεί για την πολιτική ζωή.
- ✓ Κοινωνίες χωρίς πολιτικά ιδεώδη γίνονται ευάλωτες στην προσπάθεια χειραγώγησής τους.

Φυσικό περιβάλλον

- ✓ Καταστρέφεται το φυσικό περιβάλλον, καθώς λεηλατούνται οι φυσικές πλουτοπαραγωγικές πηγές, για την κάλυψη των αναγκών της σύγχρονης καταναλωτικής κοινωνίας. Το έργο της καταστροφής συμπληρώνουν οι μεγάλες ποσότητες απορριμμάτων που ρίπτονται σ' αυτό.

Προτάσεις αντιμετώπισης του καταναλωτισμού

'Ατομο

Συνειδητοποίηση από το ίδιο το άτομο ότι η ποιότητα ζωής και η πραγματική του ευτυχία δεν ταυτίζεται με την απόκτηση πληθώρας υλικών αγαθών. Κριτική στάση και εγκράτεια πρέπει να διέπουν την προσωπικότητά του. Αυτογνωσία, ώστε να γνωρίζει τις δυνατότητές του και να προβαίνει σε σωστές επιλογές. Ανάπτυξη ευρύτερων ενδιαφερόντων (κοινωνικών, πολιτικών, πολιτιστικών). Αναθεώρηση αντιλήψεων, ώστε να αποκατασταθεί η ισορροπία μεταξύ υλικών και πνευματικών αξιών.

Κοινωνικοί φορείς

Η οικογένεια πρέπει να καλλιεργήσει το πνεύμα ολιγάρκειας και εγκράτειας , την αίσθηση του μέτρου και του εφικτού στις επιθυμίες.

Παιδεία: Διαμόρφωση ελεύθερων πολυδιάστατων προσωπικοτήτων με ευρύτητα σκέψης, αυτόνομη βούληση, εσωτερικές αντιστάσεις, ορθή διαβάθμιση των προτεραιοτήτων τους.

Πνευματικοί άνθρωποι: Συμβολή στη διαμόρφωση μιας νέας βιοθεωρίας και κοσμοαντίληψης που θα διασφαλίζει την εσωτερική ισορροπία του ανθρώπου και θα στοχεύει στη δημιουργία μιας κοινωνίας με ανθρωπιστικά ιδεώδη και ανάλογους προσανατολισμούς.

Μ.Μ.Ε : Προβολή θετικών προτύπων , ατόμων απαλλαγμένων από τάσεις νεοπλουτισμού και κοινωνικής επίδειξης με υγιείς αξίες και ιδανικά που αγωνίζονται για την πραγμάτωση υψηλών στόχων.

Πολιτεία : Επιβολή δεοντολογικών αρχών στην αθέμιτη παραπλανητική διαφήμιση, ώστε να μη λειτουργεί ως παράγοντας παραπληροφόρησης και μαζοποίησης.

ΚΡΙΤΗΡΙΟ

ΟΙ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΙΝΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ ΚΑΙ Ο ΒΑΘΜΟΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ ΤΟΥΣ	Θέματα Πληροφορίες Λογικές σχέσεις
<p>Όταν επισημαίνεται από γονείς ή συνηθέστερα δασκάλους ο καταναγκαστικό και κατευθυνόμενος χαρακτήρας των επιλογών του σημερινού ανθρώπου σε ποικίλες εκφάνσεις της προσωπικής ζωής και των επιλογών του, ακούγεται πολύ συχνά η απολογητική υπεράσπιση που συμπυκνώνεται με κάποιον υπεραπλουστευτικό τρόπο στον αφορισμό «εγώ το διάλεξα» ή «εμένα αυτό μου αρέσει». Τότε προβάλλει επιτακτική η ανάγκη της προσέγγισης και της ανάλυσης αυτής της στάσης, ώστε να γίνει κατανοητή, για να ξεπεραστεί από τους αφελείς φορείς της.</p> <p>Δεν είναι καθόλου άστοχη η άποψη που θέλει τον καθένα μας προϊόν, γέννημα της εποχής και της κοινωνίας που τον διαπαιδαγωγούν και τον ανατρέφουν. Είναι μεγάλη αλήθεια ότι ο άνθρωπος αρχίζει να δέχεται επιδράσεις από το κοινωνικό περιβάλλον του ήδη από την περίοδο της κυοφορίας του. Είναι σχετικά όσα ισχυρίζεται η ψυχολογία για την ευεργετική επίδραση που ασκεί στην ψυχρύνθεση του ανθρώπου η ακρόαση από την εγκυμονούσα μητέρα και — μέσω αυτής — από το έμβρυο κλασικής μουσικής (Μότσαρτ κ.τό.). Στην απόδειξη της ίδιας αλήθειας αλλά από την αντίθετη οπτική γωνία συμβάλλει η επιστημονική άποψη που συνδυάζει στενοχώριες και ψυχικές εντάσεις της μητέρας με προβλήματα ψυχολογικά έως και παθολογικά του εκκολαπτόμενου ανθρώπου.</p> <p>Ο ισχυρισμός-αφορισμός του τύπου «εμένα αυτό μου αρέσει» διαψεύδεται εύκολα, αν συνεξεταστούν όλοι εκείνοι οι κοινωνικοί, ψυχολογικοί και πνευματικοί παράγοντες που διαμορφώνουν την προσωπικότητα κάθε ανθρώπου. Η δύναμη — καταλυτική, κατά την επικρατέστερη παιδαγωγική θεωρία — που ασκεί το κοινωνικό περιβάλλον στο βρέφος και στη συνέχεια στο παιδί που αναπτύσσεται είναι τεράστια. Το παιδί που από τη βρεφική ηλικία εθίστηκε στο τάδε είδος μουσικής θα εξακολουθήσει να ακούει τέτοιου επιπέδου τραγούδια, γιατί οι αισθητικές αρχές έχουν τοξινωθεί και κατευθυνθεί από την πολύχρονη και καθημερινή επιρροή. Μόνο ένα ισχυρό σοκ ή μια αποτελεσματική παιδαγωγική επίδραση είναι δυνατό να φέρουν σε έναν ποιοτικότερο δρόμο. Ακόμη, όμως, και τότε η προσαρμογή δε θα γίνει χωρίς αντιδράσεις, παλιμβουλίες και υπαναχωρήσεις. «Έξις δευτέρα φύσις» έλεγαν απολύτως δικαιολογημένα οι αρχαίοι Έλληνες.</p> <p>δυνάμεις της αγοράς, της διαφήμισης και τελικά του εμπορίου έχουν οργανώσει την πολιτική χειραγώγησης ξοδεύοντας τεράστια ποσά στην ψυχολογική προσέγγιση του προφίλ του πελάτη-καταναλωτή και έχουν πλέον κατορθώσει όχι απλώς να το κατανοήσουν, αλλά - πολύ χειρότερα — να το χειραγωγούν προς την κατεύθυνση που εκείνες θέλουν. Η κατεύθυνση, βέβαια, αυτή δεν είναι άλλη από την επιβολή συγκεκριμένων επιλογών και των εμφύτευση</p>	

τεχνητών αναγκών στον άνθρωπο-καταναλωτή. Για τις δυνάμεις της αγοράς ο άνθρωπος είναι πρώτα καταναλωτής και έπειτα άνθρωπος. Γι' αυτό και φροντίζουν να του δημιουργούν διαρκώς νέες, επίπλαστες ανάγκες, ώστε να τον στρέφουν αέναα προς την κατανάλωση. Π.χ. το ραδιόφωνο έδωσε κάποτε τη θέση του στο μαγνητόφωνο, αυτό στο CD, εκείνο στο DVD κ.ο.κ. Από ένα σημείο κι έπειτα επιβάλλεται η αλλαγή του μέσου μαζικής ακρόασης από την αγορά, που αποσύρει ένα είδος, παύει να το υποστηρίζει με ανταλλακτικά και νέα παραγωγή προϊόντων κ.τ.λ., ώστε να πετύχει την προώθηση του νέου τεχνολογικού προϊόντος.

Μπροστά στο κύμα αυτό των επιστημονικά μελετημένων επεμβάσεων στην ψυχή και το πνεύμα του καταναλωτή, οι δυνατότητες αντίστασης του τελευταίου δεν αργούν να συρρικνωθούν έως και την εξαφάνιση. Στην πορεία αυτή συμβάλλουν ασύνειδα και το οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον. Όταν όλος ο κοινωνικός περίγυρος ασχολείται με ένα συγκεκριμένο είδος μουσικής ή κινηματογράφου, απαιτείται ιώβεια υπομονή και απaráμιλλη ψυχική δύναμη, για να αντισταθεί κανείς στο ρεύμα. Ο φόβος της απόρριψης και επομένως της περιθωριοποίησης μειώνει τις αντιστάσεις και ενσωματώνει το άτομο στην ψυχολογία και τις επιλογές της μάζας. Ακόμη και εκείνοι που θα ακολουθήσουν ένα διαφορετικό δρόμο πολύ συχνά θα υποκύψουν στον πειρασμό να ενδώσουν στις επιταγές της μόδας και να υιοθετήσουν τις προτιμήσεις των πολλών και άβουλων θυμάτων της αγοράς.

Συχνά, μάλιστα, οι προφάσεις και τα προσχήματα που τεχνηέντως υποβάλλονται στη χειραγωγούμενη πλειονότητα ενδύονται και με ένα λαϊκιστικό αντιδιανοουμενίστικο περίβλημα. Εξυφαίνονται επιθέσεις κατά της «ηθικής ή πνευματικής αριστοκρατίας, η οποία αδυνατεί να αντιληφθεί τα γνήσια γούστα του λαού» και επιθυμεί δήθεν να του επιβάλει μια ψυχαγωγία άνοστη, άνευρη και αφόρητα πληκτική. «Δε θέλουμε, βρε αδελφέ, να προβληματιστούμε· θέλουμε να διασκεδάσουμε, να το ρίξουμε λίγο έξω»! Με την επιχειρηματολογία, όμως, αυτήν εκείνο που επιδιώκεται και τελικά επιτυγχάνεται είναι η διχοτόμηση των ανθρώπινων δραστηριοτήτων σε «λαϊκές» και σε «ακαταλαβίστικες, πληκτικές». Στην κατάληξη αυτήν έχουν σημαντικό μερίδιο ευθύνης η διαφήμιση και τα μαζικά μέσα ενημέρωσης (η γενική αποτελεί ευφημισμό).

Στο μεταίχμιο των αιώνων και των χιλιετιών που ζούμε έχει πια αναγνωριστεί από το σύνολο της κοινωνιολογικής και της ψυχολογικής επιστήμης ο καθοριστικός ρόλος των μηχανισμών διαμόρφωσης της κοινής γνώμης. Η τηλεόραση, που απασχολεί με τον καταιγισμό των εικόνων την όραση, αλλά αφήνει το πνεύμα σε αδράνεια, έχει αναγορευτεί πλέον σε πόλο εξυπηρέτησης πολιτικών, οικονομικών, ακόμη και θρησκευτικών συμφερόντων. Όποιος έχει πρόσβαση στα μέσα μπορεί πολύ εύκολα να εξανδραποδίσει την κοινωνική πλειοψηφία. Τα φαινόμενα ασήμαντων προσωπικοτήτων που κατόρθωσαν να αναρριχηθούν με τη δύναμη της διαφήμισης και των μέσων ενημέρωσης αποτελούν εύγλωττη απόδειξη της θέσης μας αυτής. Απόδειξη εκ του αντιθέτου συνιστούν και όσοι σπουδαίοι ηγέτες, επιστήμονες ή κοινωνικοί παράγοντες έμειναν στην αφάνεια ή και απολησμονήθηκαν, επειδή δεν είχαν την εύνοια των μηχανισμών διαμόρφωσης

της κοινής γνώμης. ·ΑΝΤΩΝΗΣ ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ	
----------------------------------------	--

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

A. Να γραφεί η περίληψη του κειμένου (80-90 λ.)

B1. «Ο φόβος της απόρριψης και επομένως της περιθωριοποίησης μειώνει τις αντιστάσεις και ενσωματώνει το άτομο στην ψυχολογία και τις επιλογές της μάζας» Να αναπτυχθεί η φράση (70-80 λ.)

B2. Στην 6^η παρ. του κειμένου ο συγγραφέας αξιοποιεί φράσεις σε εισαγωγικά. Τι ρόλο παίζουν τα σημεία στίξης; Τι επιθυμεί να επιτύχει ο συγγραφέας;

B3. Αναγορευτεί, διαφήμιση, διαμόρφωσης, ενδώσουν: Από το β' συνθετικό των λέξεων που δόθηκαν να σχηματίσετε από μία απλή και μία σύνθετη παράγωγη λέξη.

B4. Ποιους τρόπους και μέσα πειθούς αξιοποιεί ο συγγραφέας στην 3^η παρ. του κειμένου;

Γ. Παραγωγή λόγου

1.«Δεν είναι καθόλου άστοχη η άποψη που θέλει τον καθένα μας προϊόν, γέννημα της εποχής και της κοινωνίας που τον διαπαιδαγωγούν και τον ανατρέφουν». Με βάση την παραπάνω διαπίστωση να γράψετε ένα άρθρο για το περιοδικό του σχολείου σας στο οποίο να αναπτύξετε τις απόψεις σας σχετικά με τις επιδράσεις της διαφήμισης σε βασικούς τομείς της ζωής μας, ιδιαίτερα τον οικονομικό και τον κοινωνικό και να προτείνετε τρόπους με τους οποίους μπορούν να αποτραπούν οι αρνητικές συνέπειές της

2 «Είναι ελεύθερος και ως ποιο βαθμό είναι ελεύθερος ο άνθρωπος που διαθέτει άφθονα οικονομικά μέσα σε κοινωνίες σαν τις δικές μας σήμερα; Να γράψετε ένα άρθρο για το περιοδικό του σχολείου σας, στο οποίο να αναπτύξετε τις απόψεις σας για τον παραπάνω προβληματισμό και για τους τρόπους με τους οποίους πιστεύετε ότι ο άνθρωπος μπορεί να οδηγηθεί στην ευτυχία.