

Όνοματεπώνυμο: .....

Μάθημα: .....

Ύλη: .....

Επιμέλεια διαγωνίσματος: .....

Αξιολόγηση : .....

---

## ΕΚΦΡΑΣΗ - ΕΚΘΕΣΗ Γ' ΛΥΚΕΙΟΥ

### **ΚΕΙΜΕΝΟ: Η καταναλωτική μανία δημιουργεί κατάθλιψη**

Για μια ολόκληρη γενιά η «καταναλωτική θεραπεία» προσέφερε την υπέρτατη σωτηρία από τα άγχη της σύγχρονης ζωής. Σύμφωνα, όμως, με νέα έρευνα η ψυχαναγκαστική εμμονή με τις αγορές δεν είναι συναισθηματική πανάκεια. Αντίθετα, μπορεί να κάνει τον «πάσχοντα αγοραστή» να νιώσει ακόμη χειρότερα.

Ερευνητές οι οποίοι μελέτησαν τις απαντήσεις χιλίων ατόμων, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι περισσότεροι ήταν εξαιρετικά δυστυχείς. Το 55%, μάλιστα, δήλωσε ότι νιώθει θλίψη, ενώ όσοι δήλωσαν ότι ένιωθαν έντονη στενοχώρια είχαν διπλάσιες πιθανότητες να αγοράσουν κάτι για το οποίο μετανόησαν αμέσως μετά.

«Για πολλούς, η απογοήτευση είναι τώρα μέρος της διαδικασίας των αγορών», **επεσήμανε** η Λούσι Πέρντι, της εταιρείας αναλυτών Publicis, που εκπόνησε την έρευνα. «Αυτή η έλλειψη ικανοποίησης προστίθεται στα **αρνητικά** συναισθήματα που τους οδήγησαν στο να κάνουν αγορές αρχικώς. Η αγορά ενός αγαθού μπορεί να δώσει μια εξαιρετικά **βραχυπρόθεσμη** ευφορία, αλλά αποδεικνύεται ότι ως κοινωνία αναγνωρίζουμε ότι δεν αντέχουμε άλλο αυτές τις σύντομες συγκινήσεις».

Μια άλλη πτυχή του θέματος είναι ο ηθικός καταναλωτισμός και, όπως τονίζει η Λούσι Πέρντι, «ο ηθικός καταναλωτισμός επεκτείνεται με αργά αλλά σταθερά βήματα. Οι καταναλωτές αναγνωρίζουν, λόγου χάριν, ότι μπορούν να ασκήσουν εξουσία, όπως παραδείγματος χάρη, όταν πηγαίνουν στο σούπερ μάρκετ και δεν αγοράζουν τα γενετικώς τροποποιημένα τρόφιμα. Πολλές εταιρείες δεν εκτιμούν το γεγονός ότι όταν οι καταναλωτές έχουν κακή διάθεση, το μόνο που κάνουν είναι να μην αγοράσουν ξανά τα προϊόντα τους».

Ο ψυχολόγος Όλιβερ Τζέιμς, συγγραφέας του βιβλίου «*Η Βρετανία στο ψυχαναλυτικό κρεβάτι*», τόνισε ότι σήμερα στη Βρετανία οι καταναλωτές είναι «παιδιά της Θάτσερ. Βρίσκονται παγιδευμένοι στις αξίες ενός πολιτισμού χαμένων και κερδισμένων και μεγάλωσαν πιστεύοντας ότι η αναζήτηση πλούτου και κοινωνικής **καταξίωσης** θα τους οδηγήσει στη συναισθηματική πληρότητα. Τελικά, όπως αποδείχθηκε, αυτό απλώς δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Αν, λοιπόν, βρίσκεται κανείς στα εισοδηματικώς ανώτερα στρώματα σε ένα ανεπτυγμένο κράτος, το πόσο ακριβώς πλουσιότερος είσαι από τους άλλους δεν επηρεάζει καθόλου την εσωτερική ευδαιμονία ή την ψυχική σου κατάσταση».

Η αναλύτρια της έρευνας, εξάλλου, προσέθεσε ότι «όσοι νιώθουν δυστυχία **αποπειρώνται** να αλλάξουν τη ζωή τους κάνοντας διάφορες αγορές. Αλλάζουν τη διατροφή τους, την εμφάνισή τους ή τα σπίτια τους. Όπως φαίνεται, οι νεότεροι και πιο εύποροι είναι αυτοί που αγοράζουν πράγματα που ούτε χρειάζονται ούτε θέλουν».

Η έλλειψη ικανοποίησης, όσον αφορά τις γυναίκες, είναι κατανοητή, εξηγεί ο ψυχολόγος, «αφού οδηγήθηκαν στην πεποίθηση ότι όλα είναι δυνατά. Στην πραγματικότητα, όμως, εργάζονται πολύ σκληρά για να κάνουν κάποιους άλλους πλούσιους. Οι διαφημίσεις που τις πείθουν ότι η κατανάλωση είναι η πηγή της ευτυχίας, ευθύνονται σε μέγα μέρος για τη δημιουργία της δυσφορίας που νιώθουν, όσον αφορά το σώμα και την προσωπικότητά τους».

Η καταναλωτική μανία προκαλεί εθισμό στις δαπάνες. Η Ε.Ε., εξάλλου, δημοσίευσε στις αρχές του χρόνου μελέτη για τον «εθισμό στη δαπάνη», όπου αναφέρεται ότι το 33% των καταναλωτών εμφανίζουν «εξάρτηση στις βιαστικές ή τις περιττές δαπάνες», με αποτέλεσμα να βυθίζονται στο τέλμα των υπέρογκων χρεών. Οι νέοι Σκωτσέζοι είναι οι πιο ευάλωτοι Ευρωπαίοι στις ψυχαναγκαστικές αγορές προϊόντων, αναφέρεται στη μελέτη. Επίσης, οι ειδικοί της Publicis επεσήμαναν ότι οι έμποροι οφείλουν να διαμορφώσουν πιο προσεκτικά τις διαφημιστικές τους πρακτικές έτσι ώστε οι αγοραστές να μην πιστεύουν ότι τους ξεγέλασαν και τους έκαναν να αγοράσουν άχρηστα πράγματα.

(Η Καθημερινή, 11 – 05 – 2001)

#### **ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ:**

**A.** Να γράψετε την περίληψη του κειμένου σε 80 – 100 λέξεις.

**(25 μονάδες)**

**B.1.** Με βάση το περιεχόμενο του κειμένου, να χαρακτηρίσετε ως **Σωστές** ή **Λάθος** τις παρακάτω προτάσεις και να αιτιολογήσετε την απάντησή σας:

**α.** Η αγορά προϊόντων καλύπτει τις συναισθηματικές ανάγκες των καταναλωτών.

**β.** Τα δυστυχισμένα άτομα οδηγούνται ευκολότερα στην αγορά προϊόντων.

**γ.** Αν κάποιος που νιώθει στενοχωρημένος προβεί σε αγορά προϊόντων, θα νιώσει πολύ καλύτερα.

**δ.** Οι άνθρωποι που ανήκουν στα οικονομικά ανώτερα στρώματα έχουν περισσότερες πιθανότητες να είναι ευτυχισμένοι.

**ε.** Οι διαφημιστικές τεχνικές που χρησιμοποιούνται κάνουν τους αγοραστές να πιστεύουν ότι εξαπατήθηκαν.

**(10 μονάδες)**

**B.2.** «Ο ψυχολόγος Όλιβερ Τζέιμς ... κατάσταση»: Να επισημάνετε το είδος του συλλογισμού της παραγράφου και να αιτιολογήσετε την απάντησή σας.

**(05 μονάδες)**

**B.3.** «Η καταναλωτική μανία ... άχρηστα πράγματα»: **α)** Να εντοπίσετε τα δομικά μέρη της παραγράφου. **β)** Ποιον τρόπο και ποια μέσα πειθούς χρησιμοποιεί ο αρθρογράφος στη συγκεκριμένη παράγραφο; Τι γνωρίζετε για τον τρόπο αυτό;

**(10 μονάδες)**

**B.4.** Ποιες είναι οι παρατηρήσεις σας για τη γλώσσα και το ύφος του κειμένου;  
**(05 μονάδες)**

**B.5.** επεσήμανε, αρνητικά, βραχυπρόθεσμη, καταξίωσης, αποπειρώνται: Να γράψετε ένα συνώνυμο για κάθε μία από τις παραπάνω λέξεις του κειμένου.  
**(05 μονάδες)**

**Γ.** Ο καταναλωτισμός στις μέρες μας διαμορφώνει συνθήκες που υποβαθμίζουν τη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου. Σε μια ημερίδα που διοργανώνεται με θέμα τον καταναλωτισμό από το σύλλογο προστασίας καταναλωτών, στον οποίο είστε μέλος, να εκθέσετε τις απόψεις σας για τις αρνητικές επιδράσεις του στην προσωπικότητα και στη ζωή, γενικότερα, του ανθρώπου και να προτείνετε ποια στάση οφείλει να τηρήσει ο σύγχρονος άνθρωπος για την αντιμετώπισή του.  
**(40 μονάδες)**

**Καλή Επιτυχία!**