

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:

ΒΑΘΜΟΣ:

«Ψωνίζω άρα υπάρχω»

Προσπαθούν να καλύψουν συναισθηματικές ανάγκες με τον υπερκαταναλωτισμό

«Υπάρχουν ακόμη τα καρτελάκια σε πολλά ρούχα που βρίσκονται στην ντουλάπα μου, τα οποία δεν τα αγόρασα χθες αλλά πριν από πάρα πολύ καιρό. Αυτό ήταν που μου χτύπησε το καμπανάκι και η ερώτηση τέθηκε: χρειάζομαι αλήθεια τόσα πολλά ρούχα και παπούτσια;».

Η Χριστιάννα Μέλλου, 28 ετών, ιδιωτική υπάλληλος, γνωρίζει ότι η καταναλωτική της μανία έχει φτάσει στο απροχώρητο αλλά εξακολουθεί ακόμη και τώρα να ψωνίζει με τους ίδιους ρυθμούς. «Πίστευα ότι όλο αυτό το κλίμα που δημιουργήθηκε εξαιτίας της οικονομικής κρίσης θα το χρησιμοποιούσα ως δικαιολογία για να μπορέσω για μειώσω τις επισκέψεις μου στα καταστήματα. Όμως ούτε αυτό μπόρεσε να λειτουργήσει ανασταλτικά. Εξακολουθώ να καταναλώνω με την ίδια μανία χωρίς να μπορώ να το ελέγξω».

Οι άνθρωποι- κυρίως οι γυναίκες-, όπως επισημαίνει η ψυχολόγος κ. Αλεξάνδρα Καππάτου, για να καλύψουν ορισμένα κενά της ζωής τους οδηγούνται σε μια αλόγιστη αγορά και κατανάλωση αντικειμένων, τα περισσότερα από τα οποία δεν τους είναι απαραίτητα. Σύμφωνα με την ίδια, οι εθισμένοι καταναλωτές «επιζητούν» την ικανοποίηση και την ευχαρίστηση και πιθανόν την κάλυψη συναισθηματικών αναγκών μέσα από αυτό. Ωστόσο διαπιστώνουν ότι το συναίσθημα ικανοποιείται για λίγο και μένουν μετά με τη θλίψη και με τις ανάγκες που δεν έχουν καλυφθεί και μπαίνουν σε έναν φαύλο κύκλο. Πίσω από τον υπερβολικό καταναλωτισμό που οδηγεί σε αυτοκαταστροφικές και ακραίες καταστάσεις βρίσκονται άτομα που παρουσιάζουν μία διαταραχή, κυρίως συναισθηματική, η οποία λέγεται διπολική».

Στο βιβλίο του «All Consuming», ο Neal Lawson, πολιτικός αναλυτής και πρόεδρος της αγγλικής ομάδας πίεσης «Compass», περιγράφει τον υπερκαταναλωτισμό «σαν την ηρωίνη της ανθρώπινης ευτυχίας, κάτι που το στηρίζει στο γεγονός ότι οι ανάγκες δεν ικανοποιούνται ποτέ». Προσπαθώντας να αναλύσει περισσότερο τον ακόρεστο καταναλωτισμό, ο συγγραφέας αναφέρει ότι «μια κοινωνία καταναλωτών δεν μπορεί να επιτρέψει να ψωνίζουμε και να είμαστε ικανοποιημένοι γιατί το “σύστημα θα πεθάνει”. Το σύντομο ψυχολογικό ανέβασμα που αισθάνεται ο καταναλωτής είναι η “αποζημίωσή” για το ότι δεν έχουμε πλουσιότερη και πληρέστερη ζωή».

«Αδιέξοδη συνήθεια»

Η Χριστιάννα Μέλλου επισκέπτεται σχεδόν καθημερινά τα μαγαζιά και όπως λέει: «Γνωρίζω ότι είναι μια αδιέξοδη συνήθεια αλλά είναι πολύ δύσκολο να απαλλαγώ από αυτή. Τις περισσότερες φορές υπόσχομαι στον εαυτό μου να πάρω μόνο αυτά που έχω πραγματικά ανάγκη. Ελάχιστες φορές κατάφερα να φανώ συνεπής σε αυτήν την υπόσχεση. Πάντα ξέφευγα κάνοντας το ένα φόρεμα πέντε και τη μια μπλούζα δέκα». Όπως τονίζουν οι ειδικοί, οι καταναλωτές που δοκιμάζουν πάντα κάθε νέο προϊόν που διαφημίζεται αποτελούν την κατηγορία των υπερκαταναλωτικών. Σύμφωνα με έρευνα του Ιδρύματος Αριστείδη Δασκαλόπουλου, υπάρχουν πέντε βασικοί τύποι καταναλωτών, οι οποίοι χαρακτηρίζονται από συγκεκριμένες τακτικές που ακολουθούν όταν βρίσκονται στα μαγαζιά. Υπάρχουν π.χ. και οι ευαισθητοποιημένοι καταναλωτές συγκρίνουν πάντα τις τιμές των προϊόντων πριν τα αγοράσουν καθώς επίσης δεν αποκτούν είδη που δεν τους είναι απαραίτητα.

«Εξακολουθώ να ψωνίζω»

Η Χριστιάννα πάντως, γνωρίζοντας ότι η συνήθεια της κατανάλωσης είναι επιβλαβής όχι μόνο για την ψυχική υγεία της αλλά και για την τσέπη της, επισημαίνει ότι τα καμπανάκια έχουν χτυπήσει πολλές φορές: «Όταν ανοίγω την ντουλάπα μου και μέσα υπάρχουν κρεμασμένα ρούχα τα οποία αγόρασα με πολύ μεγάλη χαρά αλλά ποτέ δεν τα φόρεσα δεν μπορώ παρά να προβληματίζομαι. Ποια ανάγκη μου κάλυψα αγοράζοντας κάτι άχρηστο τελικά, αφού ποτέ δεν το φόρεσα; Και φυσικά από τη στιγμή που το εντόπισα δεν έπαυσα να συμπεριφέρομαι διαφορετικά αφού εξακολουθώ να ψωνίζω με τους ίδιους ρυθμούς».

[ΡΕΠΟΡΤΑΖ: Ζωή Λιάκα, ΔΗΜΟΣΙΕΥΘΗΚΕ: Τετάρτη 22 Ιουλίου 2009]



ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ:

A. Να γράψετε την περίληψη του κειμένου που σας δόθηκε (90-110 λέξεις).

[μονάδες 25]

B1. Για κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις να γράψετε στο τετράδιό σας το αντίστοιχο γράμμα της πρότασης και δίπλα την ένδειξη ΣΩΣΤΟ ή ΛΑΘΟΣ, σύμφωνα πάντα με το περιεχόμενο το κειμένου.

[μονάδες 15]

- α) Η Χριστιάννα Μέλλου αγοράζει λιγότερα προϊόντα από τότε που ξέσπασε η οικονομική κρίση
- β) Οι εθισμένοι καταναλωτές καταφέρνουν μέσω της αγοράς και της κατανάλωσης αγαθών να λύσουν μια για πάντα τα συναισθηματικά τους κενά.
- γ) Ο Neal Lawson, πιστεύει ότι η υπερκατανάλωση οδηγεί κάποια στιγμή σε κορεσμό
- δ) Οι ευαισθητοποιημένοι καταναλωτές είναι αυτοί που κάνουν πάντα μια μικρή έρευνα πριν αγοράσουν κάποιο προϊόν.
- ε) Η Χριστιάννα δεν έχει συνειδητοποιήσει τη σοβαρότητα τους προβλήματός της.

B2. Με βάση το κείμενο και σε μία παράγραφο 70-80 λέξεων να αιτιολογήσετε γιατί «οι εθισμένοι καταναλωτές επιζητούν την ικανοποίηση και την ευχαρίστηση και πιθανόν την κάλυψη συναισθηματικών αναγκών μέσα από αυτό»

[μονάδες 5]

B3. α) Να βρείτε τον τρόπο πειθούς που χρησιμοποιεί η συγγραφέας στην τέταρτη παράγραφο του κειμένου. Να αιτιολογήσετε την απάντησή σας

[μονάδες 6]

β) Να δώσετε έναν πλαγιότιτλο για τη τρίτη παράγραφο

[μονάδες 4]

B4. Να βρείτε ένα συνώνυμο για κάθε μία από τις παρακάτω λέξεις: αλόγιστη, επιζητούν, πραγματικά, μεθόδους, επιβλαβής

[μονάδες 5]

Γ. Να γράψετε ένα άρθρο στο οποίο αρχικά θα παρουσιάζετε τις καταστροφικές συνέπειες της υπερκατανάλωσης υλικών αγαθών στη σύγχρονη κοινωνία και στη συνέχεια θα προτείνετε τρόπους με τους οποίους είναι δυνατόν να αντιμετωπιστούν (500-600 λέξεις).

[μονάδες 40]