

Γραπτή εξέταση στο μάθημα  
Έκφραση-Έκθεση Γ' Λυκείου

Όνομ/νυμο:.....

Τμήμα:.....

Ημερομηνία: 25-11-2017

Η καταναλωτική μανία, εκτός από σύμπτωμα της ευρύτερης κοινωνικής παθολογίας, θεωρείται πλέον σοβαρή ψυχική **διαταραχή** που χρήζει θεραπείας. Για τους περισσότερους από εμάς η βόλτα στα μαγαζιά και η αναπόφευκτη αγορά κάποιων, λιγότερο ή περισσότερο απαραίτητων, αγαθών αποτελούν μια αναγκαιότητα και ενίοτε μια μορφή διασκέδασης. Σε ορισμένες περιπτώσεις, όμως, η αγορά εμπορευμάτων μετατρέπεται από ευχαρίστηση σε εμμονή, από απλή ικανοποίηση κάποιων κοινότοπων αναγκών σε υποσυνείδητη πράξη υπεραναπλήρωσης των ανικανοποίητων ψυχολογικών μας αναγκών με υλικά αντικείμενα, τα οποία στο φαντασιακό του καταναλωτή αποκτούν υψηλό συμβολικό περιεχόμενο.

Για να περιγράψουν, μάλιστα, «παράλογες» και «ακατανίκητες» αγοραστικές επιθυμίες οι ειδικοί χρησιμοποιούν τους όρους «αγοραθεραπεία» (shopping therapy), αναφερόμενοι στην πιο ήπια και σχεδόν φυσιολογική εκδοχή του καταναλωτικού **συνδρόμου**, ενώ την πιο ακραία του εκδοχή, που εκδηλώνεται ως ανικανοποίητη καταναλωτική μανία, την περιγράφουν ως «ωνιομανία» (oniomania, από το αρχαιοελληνικό ρήμα ωνέομαι-ωνούμαι, που σημαίνει αγοράζω). Χωρίς όμως να προσδιορίζουν πάντοτε επαρκώς την ακριβή τους σημασία και, κυρίως, τις μεταξύ τους διαφορές. Τον όρο «ωνιομανία» τον εισήγαγε για πρώτη φορά το 1915 (!) ο διορατικός ψυχίατρος Emil Kraepelin για να περιγράψει το πρωτοεμφανιζόμενο, εκείνη την εποχή, φαινόμενο της μαζικής καταναλωτικής **υστερίας**. Ενώ δύο χρόνια αργότερα ο Eugen Bleuler, ένας άλλος διάσημος γιατρός, ενέταξε αυτή τη νέα μορφή ψυχικής διαταραχής στις «ενορμητικές αντιδράσεις».

Αξίζει να σημειωθεί ότι την ίδια εποχή που έκανε την εμφάνισή της αυτή η διαταραχή της προγενέστερης «φυσιολογικής» αγοραστικής μας συμπεριφοράς, άρχισαν να επικρατούν παντού τα πρώτα μεγάλα πολυκαταστήματα. Αυτά εμφανίστηκαν αρχικά στο Παρίσι κατά τα τέλη του 19ου αιώνα, και από εκεί η μόδα τους εξαπλώθηκε στη Νέα Υόρκη, το Λονδίνο, το Βερολίνο και κατόπιν σε όλες τις μεγαλουπόλεις. Έτσι, στις αρχές του 20ού αιώνα οι καταναλωτικές συνήθειες των ανθρώπων αλλάζουν σημαντικά: έχουμε τα πρώτα φαινόμενα μαζικής παραγωγής – κατανάλωσης «αγαθών», εμφανίζονται τα πρώτα επώνυμα προϊόντα της μόδας, αλλά και η ανάγκη χειραγώγησης των καταναλωτών από τη διαφήμιση. Παράλληλα, δημιουργούνται τα μεγάλα εμπορικά κέντρα στο κέντρο των πόλεων, καθώς και ειδικά συγκοινωνιακά δίκτυα για τη μαζική μεταφορά των αγοραστών προς τα

εμπορεύματα, ενώ μέχρι τότε συνέβαινε το αντίθετο. Έκτοτε η πώληση και η αγορά εμπορευμάτων θα γίνει η κυρίαρχη κοινωνική δραστηριότητα, ενώ τα πολυκαταστήματα αποτελούν τον πρώτο δημόσιο χώρο, εκτός από τις εκκλησίες, στον οποίο οι γυναίκες μπορούν να πηγαίνουν ασυνόδευτες!

Σήμερα, έναν αιώνα μετά την πλήρη εμπορευματοποίηση κάθε ανθρώπινης δραστηριότητας (δημόσιας και ιδιωτικής), όλοι συνειδητοποιούμε ότι αυτό το κοινωνικό μοντέλο βρίσκεται σε **βαθιά** κρίση. Όχι μόνο εξαιτίας των εγγενών οικονομικών, κοινωνικών και οικολογικών αδιεξόδων που δημιουργεί, αλλά επιπρόσθετα και λόγω των σοβαρών ψυχικών προβλημάτων που προκαλεί πλέον μαζικά στους ανθρώπους-καταναλωτές. Μήπως και η «ωνιομανία» δεν αποτελεί ένα σοβαρό σύμπτωμα, μια εσωτερίκευση της ευρύτερης κοινωνικής παθολογίας, όπως αυτή εκδηλώνεται στον ιδιωτικό χώρο;

Πρέπει να συνειδητοποιήσουμε ποιες συνέπειες έχει η επιλογή των κοινωνιών μας να μην παράγουν πλέον «αγαθά» αλλά μόνο καταναλωτές. Οι σημερινοί «ωνιομανείς» είναι τα θύματα μιας κοινωνίας που μετέτρεψε τη χαρά της απόκτησης αγαθών σε ανούσια και **αποβλακωτική** καταναλωτική εξάρτηση. Υπό αυτή ακριβώς την έννοια, η καταναλωτική απληστία θα πρέπει να θεωρείται σήμερα το «όπιο του λαού». Και οι σημερινοί ωνιομανείς να αντιμετωπίζονται ως ασθενείς, όπως οι οπιομανείς.

**ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑΘΕΡΑΠΕΙΑ ΣΤΗΝ ΩΝΙΟΜΑΝΙΑ**  
**του ΣΠΥΡΟΥ ΜΑΝΟΥΣΣΕΛΗ**

### **ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ**

**A1.** Να γράψετε την περίληψη του κειμένου που σας δόθηκε (80-100 λέξεις).

**Μονάδες 25**

**B1.** Να επαληθεύσετε ή να διαψεύσετε, σύμφωνα με το κείμενο, τις παρακάτω διαπιστώσεις, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση, τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή, ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη:

**α)** Η προσφορά καταναλωτικών προϊόντων αποτελεί πηγή χαράς σε ορισμένες περιπτώσεις.

**β)** Τα εμπορικά κέντρα ιδρύονται σε κεντρικά σημεία των πόλεων.

**γ)** Τον 20ό αιώνα πρωτοεμφανίστηκε η διαφήμιση.

**δ)** Οι ψυχικές διαταραχές προκαλούν την κρίση του σύγχρονου κοινωνικού μοντέλου.

**ε)** Η καταναλωτική μανία εθίζει τις κοινωνίες σ' ένα διαφορετικό τρόπο ζωής.

**Μονάδες 10**

**B2.** α) Ένα χαρακτηριστικό του επιστημονικού λόγου είναι η χρήση ειδικών όρων. Να εντοπίσετε στο κείμενο τρία αντίστοιχα παραδείγματα.

**Μονάδες 3**

β) Να βρείτε έναν τρόπο πειθούς που χρησιμοποιείται στην τέταρτη παράγραφο του κειμένου και να τεκμηριώσετε την απάντησή σας εντοπίζοντας ένα μέσο πειθούς.

**Μονάδες 4**

**B3.** α) Να εντοπίσετε τα δομικά μέρη και έναν τρόπο ανάπτυξης της πρώτης παραγράφου του κειμένου.

**Μονάδες 5**

β) Να αιτιολογήσετε τη χρήση των σημείων στίξης στις παρακάτω περιπτώσεις:

- Τον όρο «**ωνιομανία**» τον εισήγαγε
- για πρώτη φορά το 1915 (!) ο διορατικός ψυχίατρος Emil Kraepelin. (2<sup>η</sup> παρ.)
- «**φυσιολογικής**» αγοραστικής μας συμπεριφοράς (3<sup>η</sup> παράγραφος)

**Μονάδες 3**

**B4.** α) Να γράψετε ένα σ υ ν ώ ν υ μ ο για καθεμιά από τις παρακάτω λέξεις με βάση τη σημασία που έχουν στο κείμενο: **διαταραχή, υστερίας, συνδρόμου, βαθιά, αποβλακωτική.**

**Μονάδες 5**

β) Να γράψετε ένα α ν τ ώ ν υ μ ο για καθεμιά από τις παρακάτω λέξεις: κοινότοπων, προγενέστερης, χειραγώγησης, εγγενών, επιλογή.

**Μονάδες 5**

**Γ1.** Ως διανοούμενος στέλνεις ανοιχτή επιστολή 500-600 λέξεων στη νεολαία θίγοντας το φαινόμενο της υπερκατανάλωσης. Στην επιστολή σου παρουσιάζεις:

- α) την εμμονή στην αγορά υλικών αγαθών ως παράγοντα αλλοτρίωσης των νέων και
- β) το πρότυπο του ανθρωπιστή ως ουσιαστική λύση για τη νεολαία μπροστά στο αδιέξοδο της καταναλωτικής μανίας.

**Μονάδες 40**

## ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

**A1.** Θεματικό κέντρο: Η ωνιομανία ως σύγχρονη ψυχική διαταραχή

- 1<sup>η</sup> : η υπερκατανάλωση υλικών αγαθών ως σύμπτωμα της σύγχρονης εποχής ενίοτε εξελίσσεται σε ψυχική διαταραχή
- 2<sup>η</sup> : «Αγοραθεραπεία» και «ωνιομανία» ως ηπιότερη και οξύτερη αντιστοίχως εκδοχή του καταναλωτικού συνδρόμου
- 3<sup>η</sup> : η εμφάνιση της μη φυσιολογικής συμπεριφοράς συμπίπτει χρονικά με την εμφάνιση φαινομένων μαζικής παραγωγής και κατανάλωσης «αγαθών» και ενισχύεται από τη διαφήμιση
- 4<sup>η</sup> : η εμπορευματοποίηση αποτελεί αιτία όχι μόνο οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων αλλά και ψυχικών διαταραχών
- 5<sup>η</sup> : επομένως, η «ωνιομανία» ως ασθένεια ανήκει στις συνέπειες της αλλοτρίωσης / αποπροσανατολισμού της κοινωνίας

**B1.**

**α)** Η προσφορά καταναλωτικών προϊόντων αποτελεί πηγή χαράς σε ορισμένες περιπτώσεις. **ΛΑΘΟΣ**

**β)** Τα εμπορικά κέντρα ιδρύονται σε κεντρικά σημεία των πόλεων. **ΣΩΣΤΟ**

**γ)** Τον 20ό αιώνα πρωτοεμφανίστηκε η διαφήμιση. **ΛΑΘΟΣ**

**δ)** Οι ψυχικές διαταραχές προκαλούν την κρίση του σύγχρονου κοινωνικού μοντέλου. **ΛΑΘΟΣ**

**ε)** Η καταναλωτική μανία εθίζει τις κοινωνίες σ' ένα διαφορετικό τρόπο ζωής. **ΣΩΣΤΟ**

**B2α)**

«αγοραθεραπεία», «ωνιομανία», «ενορμητικές αντιδράσεις», ευρύτερης κοινωνικής παθολογίας, καταναλωτική απληστία, καταναλωτική εξάρτηση

**B2β)**

- **Επίκληση στη λογική** Σήμερα, έναν αιώνα μετά την πλήρη εμπορευματοποίηση κάθε ανθρώπινης δραστηριότητας (δημόσιας και ιδιωτικής), όλοι συνειδητοποιούμε ότι αυτό το κοινωνικό μοντέλο βρίσκεται σε βαθιά κρίση. Όχι μόνο εξαιτίας των **εγγενών** οικονομικών, κοινωνικών και οικολογικών αδιεξόδων που δημιουργεί, αλλά επιπρόσθετα και λόγω των σοβαρών ψυχικών προβλημάτων που προκαλεί πλέον **μαζικά** στους ανθρώπους-καταναλωτές. **επιχείρημα**

- **Επίκληση στο συναίσθημα** Μήπως και η «ωνιομανία» δεν αποτελεί ένα σοβαρό σύμπτωμα, μια εσωτερίκευση της ευρύτερης κοινωνικής παθολογίας, όπως αυτή εκδηλώνεται στον ιδιωτικό χώρο; ρητορικό ερώτημα
- *όλοι συνειδητοποιούμε* α' πληθυντικό πρόσωπο:

### **B3α) Δομικά στοιχεία της πρώτης παραγράφου :**

- Η καταναλωτική μανία, εκτός από σύμπτωμα της ευρύτερης κοινωνικής παθολογίας, θεωρείται πλέον σοβαρή ψυχική **διαταραχή** που χρήζει θεραπείας.: θεματική περίοδος
- Για τους περισσότερους από εμάς... αποκτούν υψηλό συμβολικό περιεχόμενο. : σχόλια- λεπτομέρειες

**Τρόποι ανάπτυξης της 1<sup>ης</sup> παραγράφου:** αιτιολόγηση σύγκριση – αντίθεση

**β)** - «ωνιομανία» ειδικός όρος

- για πρώτη φορά το 1915 (!) θαυμασμός- έκπληξη
- «φυσιολογικής» ειρωνεία

### **B4α)**

- **διαταραχή: ασθένεια, κλονισμός**
- **υστερίας: τρέλας, μανίας, φρενίτιδας**
- **συνδρόμου: συμπλέγματος**
- **βαθιά: οξεία, έντονη, μεγάλη**
- **αποβλακωτική: αποχαυνωτική.**

**β)**

- κοινότοπων ≠ ασυνήθιστων, εξεζητημένων, πρωτότυπων
- προγενέστερης, ≠ μεταγενέστερης, επόμενης
- χειρανώγησης, ≠ χειραφέτησης
- εγγενών ≠ επίκτητων
- επιλογή ≠ υποχρέωση, δέσμευση

### **Γ1.**

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ: ανοικτή επιστολή που θα δημοσιευθεί στον τύπο:

- προσφώνηση (Αγαπητοί νέο/Αγαπητά παιδιά)- αποφώνηση Με εκτίμηση.
- πιο έντονη η χρήση α' ενικού -πληθυντικού/ β' πληθυντικού προσώπου
- ζωντανό, επικοινωνιακό ύφος, διδακτικός, προτρεπτικός τόνος

Πρόλογος και προαιρετική εκθετική παράγραφος: αναφορά στην διάσταση ανάμεσα στην ποσότητα παραγωγής αγαθών και την ποιότητα ζωής που ανάγεται σε μείζονα

πολιτιστική αντίφαση ως κύριο χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής. Βασική αιτία της ανισορροπίας αυτής είναι ο καταναλωτισμός.

**Ζητούμενο 1<sup>ο</sup> : η εμμονή στην αγορά υλικών αγαθών ως παράγοντας αλλοτρίωσης των νέων:**

- ✓ Απληστία, πλεονεξία
- ✓ Υποδούλωση, ανελευθερία
- ✓ Απώλεια αυτοελέγχου, χρήση αθέμιτων μέσων
- ✓ Άγχος, εσωτερικό κενό, σύμπλεγμα κατωτερότητας
- ✓ Αποξένωση, μοναξιά, απώλεια φιλικών/κοινωνικών σχέσεων, επιδερμικές σχέσεις, νεανική παραβατικότητα, ροπή σε εξαρτησιογόνες ουσίες
- ✓ Απομάκρυνση από πνευματικά αγαθά
- ✓ Οικονομική δυσπραγία- σπατάλη
- ✓ Χειραγώγηση- πνευματική, ψυχική και ηθική δουλεία
- ✓ Υλικοευδαιμονιστική αντίληψη για τη ζωή- κρίση του σύγχρονου πολιτισμού
- ✓ Κατίσχυση ατομικισμού, αδιαφορία για τα κοινά
- ✓ Αποσύνδεση από εθνικές αξίες, υποτίμηση ηθών, εθίμων, παραδόσεων, ιστορικής μνήμης
- ✓ Περιβαλλοντική υποβάθμιση, εξάντληση πρώτων υλών και πηγών ενέργειας.

**Ζητούμενο 2<sup>ο</sup> : το πρότυπο του ανθρωπιστή ως ουσιαστική λύση για τη νεολαία μπροστά στο αδιέξοδο της καταναλωτικής μανίας:**

Στον αντίποδα του καταναλωτισμού, το πρότυπο του ανθρωπιστή συγκεντρώνει τα παρακάτω χαρακτηριστικά που μπορούν να εγγυηθούν την απελευθέρωση της νεολαίας από τη διαβρωτική επίδραση της καταναλωτικής «κουλτούρας»:

- ◆ ανθρωπιστική μόρφωση, δημιουργική εργασία, επιλεγμένη ψυχαγωγία, πνευματική ωριμότητα, αισθητική καλλιέργεια, αποφυγή της τυποποίησης και της ρουτίνας στους χώρους δημιουργίας
- ◆ ελεύθερες, πολυδιάστατες και αυτόβουλες προσωπικότητες που διαθέτουν ικανότητα, ιεράρχησης των προτεραιοτήτων τους, κριτική σκέψη, προβληματισμό, υπευθυνότητα.
- ◆ ευσυνειδησία, ανθρωπιά, σεβασμό, ευαισθησία, αίσθηση του μέτρου, αυτογνωσία, αυτάρκεια, αυτοπεποίθηση, ψυχική νηφαλιότητα.
- ◆ αυθεντικότητα και ανθρωπιά στις διαπροσωπικές σχέσεις, ανάληψη κοινωνικής και πολιτικής ευθύνης.
- ◆ ιεράρχηση των αναγκών και διάκριση των πραγματικών από τις πλασματικές.
- ◆ οικολογική συνείδηση, χάρη στην οποία γίνεται κατανοητή η σπουδαιότητα του περιβάλλοντος για τον άνθρωπο και τον πολιτισμό και η ανάγκη διασφάλισής του για τις επόμενες γενιές.

**Επίλογος :** αναφορά στην αναγκαιότητα περιορισμού του καταναλωτισμού ως βασική προϋπόθεση προσωπικής και κοινωνικής αρμονίας.