

**Κείμενο 1****Κατ' αρχήν τι είναι ανάγκη;**

Η ανάγκη, η οποιαδήποτε ανάγκη, έχει μια ιστορική, κοινωνική, ταξική, γεωγραφική, φυλετική και πολιτιστική διάσταση η οποία επηρεάζει το επίπεδο, το περιεχόμενο, το είδος, την ένταση, την ιεράρχηση, τον τρόπο, αλλά και την σημασία ικανοποίησης των αναγκών. Μπορεί δηλαδή όλοι οι άνθρωποι, ως άνθρωποι να έχουν παντού ανάγκες που εμπίπτουν στις παραπάνω κατηγορίες, αλλά αυτές διαφέρουν από άνθρωπο σε άνθρωπο, από κοινωνία σε κοινωνία, από πολιτισμό σε πολιτισμό, από κοινωνική τάξη σε κοινωνική τάξη, από φύλο σε φύλο, από περιοχή σε περιοχή, από ιστορική περίοδο σε ιστορική περίοδο.

Οι ανάγκες διακρίνονται σε εμφανείς, ενεργοποιημένες ανάγκες (και επομένως τέτοιων που μπορούν να εκφραστούν) και σε αφανείς, λανθάνουσες ανάγκες, (δηλαδή τέτοιων που δεν εκφράζονται και δεν ενεργοποιούνται είτε γιατί οι συνθήκες δεν το επιτρέπουν, είτε επειδή υπάρχουν ανικανοποίητες ανάγκες πιο βασικές και πιο επείγουσες, είτε γιατί δεν έχουν αναπτυχθεί, δεν έχουν ενεργοποιηθεί, λόγω μιας περιοριστικής κοινωνικοποίησης). Ειδικά αυτές οι τελευταίες αποτελούν το κύριο ενδιαφέρον της διαφήμισης, αλλά και άλλων μηχανισμών επιρροής και διαμόρφωσης αναγκών για διάφορους λόγους.

Ο καταναλωτισμός ευνοεί μια στάση ζωής προσανατολισμένης προς την κατανάλωση οποιουδήποτε προϊόντος ή υπηρεσιών χωρίς αυτό να αποσκοπεί στην ικανοποίηση μιας πραγματικής ανάγκης και χωρίς η κατανάλωση και η ικανοποίηση να αφορά το περιεχόμενο ή την αξία χρήσης, αλλά περισσότερο τη συμβολική αξία, η κατανάλωση ως αυτοσκοπός. Αυτό δεν αφορά μόνο προϊόντα υλικά, αλλά και πολιτιστικά και πνευματικά. Με άλλα λόγια είναι μια σχέση που αναφέρεται στον τύπο και όχι στην ουσία, γίνεται για το θεαθήναι και όχι για το είναι, αφορά στην κατοχή και όχι στη χρήση. Ο καταναλωτισμός είναι υποκατάστατο ενός ουσιαστικού, δημιουργικού βίου, ενός βίου με νόημα.

Στην πορεία της ανθρώπινης ιστορίας προέκυψε μια οργάνωση της κοινωνίας στην οποία όχι μόνο το νόημα ζωής, αλλά και όλες οι ανθρώπινες αξίες και στόχοι περιορίστηκαν ασφυκτικά, αλλοιώθηκαν ως προς το περιεχόμενό τους, εμπορευματοποιήθηκαν και η ικανοποίησή τους μετατέθηκε, προσανατολίστηκε προς υλικά μέσα και φτηνές απολαύσεις, οι οποίες ωστόσο έχουν ένα πλεονέκτημα είναι χειροπιαστές και εμπορεύσιμες. Η έμφαση δίδεται στο να έχεις και όχι στο να είσαι. Η απόλυτη κυριαρχία της αγοράς και του οικονομικού κέρδους και συμφέροντος, υποστηριζόμενη από αντίστοιχες ιδεολογίες νέο-φιλελεύθερης χροιάς, που προωθούν την υπονόμευση της πολιτικής, των κοινωνικών συλλογικών θεσμών της αλληλεγγύης και της αλληλοβοήθειας, της άσκησης λόγω και έργω κριτικής και απονομιμοποιούν και καταστέλλουν οποιαδήποτε μορφή και προσπάθεια αντίστασης, ανυπακοής και αμφισβήτησης εκ μέρους της κοινωνίας των πολιτών, οδηγεί σε φαινόμενα ανορθολογικά και αντιπαραγωγικά προς την κατεύθυνση εγκαθίδρυσης μιας κοινωνίας που να αντιστοιχεί στις αξίες και τους στόχους των ανθρώπων.

Στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες οι διάφορες δραστηριότητες των ανθρώπων έχουν κατακερματιστεί, αυτονομηθεί και απαλλαγεί από χαρακτηριστικά και αξίες που κανονικά ενυπάρχουν σε όλες τις δραστηριότητες, όπως η πολιτιστική, αισθητική, κοινωνική και επικοινωνιακή διάσταση. Προσφέρονται ωστόσο με τη μορφή προϊόντων προς πώληση στην αγορά και υποτίθεται ότι η αλλοτριωμένη εργασία θα εξασφαλίζει τα μέσα και τη δυνατότητα ικανοποίησης αυτών των αναγκών διαμέσου της αγοράς και κατανάλωσης. Οι διαδικασίες αυτές οδήγησαν στην ανάδειξη μιας εγωιστικής ατομικότητας, ναρκισσισμού και στην εδραίωση μιας αντίληψης ότι ο καθένας μπορεί να τα καταφέρει μόνος του και ότι διαμέσου της κατανάλωσης θα βρει το νόημα της ζωής. Αυτό ενισχύει την κυρίαρχη στάση της επιδίωξης του εγωιστικού ατομικού συμφέροντος και κατά συνέπεια ακυρώνει την ανάγκη

Σκεύος Παπαϊωάννου, Καθηγητής Κοινωνιολογίας στο Πανεπιστήμιο Κρήτης

Κείμενο 2**Οι άνθρωποι που σταμάτησαν να αγοράζουν καινούρια ρούχα**

Ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι παίρνουν την απόφαση να μην αγοράζουν καινούργια ρούχα. Στρέφονται για τα ψώνια τους στα μαγαζιά με ενδύματα από δεύτερο χέρι ή δηλώνουν αποφασισμένοι να φορούν ότι έχουν στις ντουλάπες τους μέχρι αυτές να αδειάσουν εντελώς. Πρόκειται για κίνημα ή μήπως είναι η μεγαλύτερη προσωπική αλλαγή που μπορεί να κάνει ο καθένας από εμάς προς όφελος του περιβάλλοντος;

Σύμφωνα με την φιланθρωπική οργάνωση Wrap, που προωθεί τη βιώσιμη διαχείριση των

Παραγωγή υλικού: Ψύρρα Κάκια



αποβλήτων, ο μέσος όρος ζωής ενός ρούχου στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι 2.2 χρόνια. Όπως εκτιμάται αυτή τη στιγμή υπάρχουν περίπου 30δισ. χρησιμοποιήτα ρούχα στις ντουλάπες των Βρετανών πολιτών, κι όμως οι περισσότεροι εξ αυτών συνεχίζουν να αγοράζουν ασταμάτητα. «Κάθε εβδομάδα αγοράζουμε 38 κομμάτια ρούχα και τα 11 από αυτά πάνε κατευθείαν στα σκουπίδια», αναφέρει η Maria Chenoweth, διευθύντρια στην φιλανθρωπική οργάνωση Traid, που αγωνίζεται για να βάλει τέλος σ' αυτή τη σπατάλη.

«Δεν έχουμε αρκετές πηγές για να συνεχίσουμε να ταΐζουμε το τέρας», υπογραμμίζει η ίδια. «Είναι τεράστια κίνηση ακτιβισμού η αγορά ρούχων από δεύτερο χέρι, μια αναγκαία επιλογή για όσους δεν πιστεύουν στην καταστροφή του περιβάλλοντος και θέλουν να σταματήσουν αυτόν τον επιζήμιο κύκλο της κατανάλωσης και των αποβλήτων», καταλήγει.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο η βιομηχανία της ένδυσης έχει τον 4ο μεγαλύτερο αντίκτυπο στο περιβάλλον μετά τη στέγαση, τις μεταφορές και τα τρόφιμα. Περισσότερα από τα μισά ρούχα της γρήγορης μόδας καταλήγουν στα σκουπίδια σε χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός χρόνου από την ημερομηνία αγοράς τους. Είναι όμως η αγορά ρούχων από δεύτερο χέρι η απάντηση στο πρόβλημα;

«Ναι. Μπορεί τα ρούχα να μας βοηθούν να δείξουμε ποιες είμαστε, πώς νιώθουμε και τι πιστεύουμε. Επικοινωνούμε με τον κόσμο μέσα από αυτά. Έχουν κοινωνική αξία και μεγάλη ιστορία, αλλά τίποτα από αυτά δεν πρέπει να γίνεται χωρίς σκέψη. Αντίθετα χρειάζεται μεγάλη προσοχή».

Paula Coccozza, The Guardian, 19 Φεβρουαρίου 2019

Κείμενο 3

Ο κροκόδειλος

Η κυρία Κούρτο, γύρω στις πέντε, έβαλε το καπέλο της και βγήκε από το σπίτι για να πάει να επισκεφτεί την κυρία Λόνγκο. Η κυρία Λόνγκο, γυναίκα ενός διευθυντή τραπέζης, κατοικούσε στο ισόγειο ενός αρκετά παλιού, αλλά αριστοκρατικού σπιτιού, σε μια συνοικία που ήταν κάποτε κομψή και τώρα παρηκμασμένη. Για την κυρία Κούρτο, ο άντρας της οποίας ήταν υφιστάμενος του κυρίου Λόνγκο, η επίσκεψη είχε ιδιαίτερη σημασία.(...)

Η Λόνγκο την δέχτηκε σ' ένα μισοσκότεινο σαλονάκι, γεμάτο όπλα, τάπητες κρεμασμένους στους τοίχους και σκαλιστά έπιπλα που η Κούρτο έκρινε ότι ήταν ανατολίτικα. Αν εξαιρέσουμε την απογοήτευση από την απουσία των φιλενάδων, η κυρία Λόνγκο δεν διέψευσε τις ελπίδες της επισκέπτριάς. Ρουφώντας το τσάι κι απαντώντας στις φιλόφρονες και κάπως αδιάφορες ερωτήσεις της Λόνγκο σχετικά με το σπίτι, τα παιδιά, τον σύζυγο, τής διακοπές κι άλλα παρόμοια συμβατικά ζητήματα, η Κούρτο μπόρεσε να κάνει πολλές χρήσιμες παρατηρήσεις. (...)

Αλλά ο μεγαλύτερος νεωτερισμός και, ταυτοχρόνως, εκείνος που προκάλεσε στην Κούρτο τη μεγαλύτερη αμηχανία, ήταν το περιστατικό με τον κροκόδειλο. Μόλις είχαν καθίσει όταν το θηρίο, σπρώχνοντας με τη μουσούδα του την πόρτα που έβγαζε στο διάδρομο, στάθηκε μπροστά στο σαλονάκι. Στην αρχή της Κούρτο της ήρθε να δείξει στην οικοδέσποινα το τέρας. Αλλά η Λόνγκο καθόταν ακριβώς απέναντι από την πόρτα και δεν ήταν δυνατόν να μην είχε δει το ερπετό. Πολύ περισσότερο που με δύο σερνάμενα βήματα το θηρίο είχε φτάσει ν' αγγίζει, με το ρύγχος σηκωμένο, το πόδι της Λόνγκο. Έβγαλε, λοιπόν, η Κούρτο το συμπέρασμα πως ο κροκόδειλος ήταν του σπιτιού, κι επειδή της φάνηκε πως δεν ήταν ευγενικό να επιστήση την προσοχή της οικοδέσποινας σ' ένα πράγμα που εκείνη η ίδια έδειχνε ότι ήθελε να αγνοήσει, σώπασε και συνέχισε να ρουφάει, σα να μη συνέβαινε τίποτα, το τσάι της.

Η Κούρτο είδε τότε την κυρία Λόνγκο, μ' εκείνη την τυχαία και αδιάφορη χειρονομία με την οποία, συζητώντας ακόμα, ρίχνουμε στην πλάτη μας μια γούνα παρατημένη στη ράχη της πολυθρόνας, ν' απλώνει τα χέρια και να βοηθά τον κροκόδειλο να εφαρμόσει με την κοιλιά στην πλάτη της, γραπώνοντας με τα τέσσερα πόδια του τους βραχίονες και τα πλευρά της. Η Κούρτο περίμενε, βέβαια, κάποια παραξενιά από μια κυρία φανερά εκκεντρική, όπως ήταν η Λόνγκο. Αλλά αυτό με τον κροκόδειλο ξεπερνούσε κάθε της πρόβλεψη.

Η Κούρτο δεν ήλπιζε βεβαίως ότι θα ήταν ποτέ σε θέση να αγοράσει έναν κροκόδειλο και μάλιστα τέτοιων διαστάσεων. Ήθελε όμως να τον παρατηρήσει όσο το δυνατόν καλύτερα, για να μπορέσει έπειτα να φλυαρήσει στον άντρα της και στις φιλενάδες της. Η Κούρτο, υποψιασμένη, ρώτησε την Λόνγκο αν βρέθηκε πρόσφατα στο Παρίσι και, παίρνοντας την απάντηση ότι μόλις είχε επιστρέψει, πείστηκε ότι από εκεί προερχόταν αυτός ο μοναδικός και, κατά βάθος, ριψοκίνδυνος νεωτερισμός. Μεγάλος άθλος, δεν μπόρεσε να μη σκεφτεί η Κούρτο με μια έκρηξη ζήλειας,

Παραγωγή υλικού: Ψύρρα Κάκια



γνωρίζοντας πως στο Παρίσι κάθε μέρα επινοούσαν καινούργιες μόδες, μεγάλος άθλος στ' αλήθεια ν' ακολουθείς τη μόδα όταν έχεις τη δυνατότητα να κάνεις επί τούτου το ταξίδι στη γαλλική πρωτεύουσα.

Μια άλλη περιέργεια που βασάνιζε την Κούρτο, ήταν να μάθει τι έκανε η Λόνγκο όταν έβγαине. Όπως συμβαίνει και με ορισμένα ψηλά καπέλα, ο κροκόδειλος θα 'πρεπε να 'ναι μεγάλο εμπόδιο στο λεωφορείο, στο τραμ και, γενικά, σε κάθε στενόχωρο και πολυσύχναστο περιβάλλον. Είναι αλήθεια πως η Λόνγκο είχε αυτοκίνητο και είναι γνωστό πως όταν έχεις αυτοκίνητο σου επιτρέπονται πολλά πράγματα που, για τους κακομοίρηδες που πάνε με τα πόδια, είναι απαγορευμένα. Παρ' όλα αυτά, και με το αυτοκίνητο ο κροκόδειλος παρέμενε μια μόδα κάπως προβληματική.

Όλα αυτά η Κούρτο τα στριφογύριζε στο μυαλό της χωρίς όμως να τα εκμυστηρεύεται στην Λόνγκο, την οποία δεν αισθανόταν ακόμα αρκετά οικεία για να της ανοιχτεί. Αλλά, υποσχέθηκε στον εαυτό της, όταν θα γίνονταν φιλενάδες, θα ικανοποιούσε πλήρως την περιέργειά της. Και, ποιος ξέρει, ίσως η Λόνγκο, που φαινόταν γενναιόδωρη, να της εξασφάλιζε από τον προμηθευτή της σε χαμηλή τιμή έναν κροκόδειλο, μακάρι κι από δεύτερο χέρι.

Είχε περάσει σχεδόν μία ώρα. Και η Κούρτο, που φρόντιζε να τηρεί τους κανόνες καλής συμπεριφοράς, σηκώθηκε για να φύγει. Αποχαιρετήθηκαν στον προθάλαμο. Η υπηρέτρια, με τον κροκόδειλο της γραπωμένο στην πλάτη, άνοιξε την πόρτα. Αλλά η Λόνγκο δεν είπε στην Κούρτο να πάει να την ξαναδεί. Κι αυτή, φεύγοντας, δεν μπόρεσε παρά να αποδώσει αυτήν την ψυχρολουσία στη φτώχεια της γκαρνταρόμπας της. «Αλλά αν ο άντρας μου καταφέρει και πάρει προαγωγή», σκέφτηκε πηγαίνοντας με τα πόδια στη στάση του λεωφορείου, «θα πάρω κι εγώ τον κομψό μου κροκόδειλο... καί τότε θα τα πούμε, αγαπητή κυρία Λόνγκο...».

Alberto Moravia, Ο κροκόδειλος, (συντομευμένο), μετάφραση: Σωτήρης Τριβιζάς

Θέμα Α

1. Να γράψετε την περίληψη των τριών τελευταίων παραγράφων του Κειμένου 1 και να τη δημοσιεύσετε στην ιστοσελίδα του σχολείου (60-80 λέξεις)

Θέμα Β

1. Λαμβάνοντας υπόψη το περιεχόμενο του Κειμένου 1 σημειώστε με Σ-Λ τις ακόλουθες φράσεις και τεκμηριώστε τις απαντήσεις σας με χωρία.

- Η καπιταλιστική κοινωνία προσφέρει χειροπιαστές και εμπορεύσιμες απολαύσεις.
- Ο δημιουργικός βίος είναι ζητούμενο των σύγχρονων καπιταλιστικών κοινωνιών.
- Οι λανθάνουσες ανάγκες είναι οι ενεργοποιημένες ανάγκες.
- Η κατανάλωση σήμερα αφορά μόνο υλικά αγαθά.
- Η διαφήμιση ενδιαφέρεται για τις ενεργοποιημένες ανάγκες.

2. Πώς οργανώνεται η 5η παράγραφος του Κειμένου 1; Πώς εξυπηρετεί η επιλογή αυτή το στόχο του συντάκτη;

3. Λαμβάνοντας υπόψη την πρόθεση του συντάκτη στη 2η παράγραφο του Κειμένου 1 να αξιολογήσετε το επιχείρημά του ως προς την πειστικότητά του.

4. α) Να αντικαταστήσετε με συνώνυμες τις υπογραμμισμένες λέξεις του ακόλουθου αποσπάσματος του Κειμένου 2. β) Έπειτα να σχολιάσετε ποιες από αυτές που βρήκατε μεταβάλλουν το ύφος:

Σύμφωνα με την φιλανθρωπική οργάνωση Wrap, που προωθεί τη βιώσιμη διαχείριση των αποβλήτων, ο μέσος όρος ζωής ενός ρούχου στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι 2.2 χρόνια. Όπως εκτιμάται αυτή τη στιγμή υπάρχουν περίπου 30δισ. αχρησιμοποίητα ρούχα στις ντουλάπες των Βρετανών πολιτών, κι όμως οι περισσότεροι εξ αυτών συνεχίζουν να αγοράζουν ασταμάτητα.

6. Ποιες ομοιότητες παρουσιάζουν τα Κείμενα 1 και 2 ως προς το θέμα;

**Θέμα Γ**

1. Διάβασε το Κείμενο 3 και παρουσιάστε τον τρόπο με τον οποίο οικοδομείται στην Κούρτο η ανάγκη να αποκτήσει και εκείνη έναν κροκόδειλο. Έπειτα αναφερθείτε στο κόστος που έχουν για το περιβάλλον τέτοιου είδους «μόδες». (200 λέξεις)

Θέμα Δ

1. Σε άρθρο σας στην τοπική εφημερίδα να αναφερθείτε στους τρόπους με τους οποίους οι κυριότεροι, κατά τη γνώμη σας, φορείς κοινωνικοποίησης μπορούν να βοηθήσουν τον νέο άνθρωπο να κατανοήσει τις πραγματικές του ανάγκες. (350-400 λέξεις)