

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑ ΣΤΗ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

Γ' ΛΥΚΕΙΟΥ

Κείμενο Ι

Κατανάλωση ή δημοκρατία;

[...] Ανέκαθεν καταναλώνουμε για να ζήσουμε. Ωστόσο, η υπερκατανάλωση είναι τάση των τελευταίων 30 χρόνων. Πολλοί αρνούνται να πιστέψουν ότι ζούμε όπως οι στρατιώτες σε μία αποικία τερμιτών, όπου μοναδικός σκοπός μας είναι να συνδράμουμε στην αναπαραγωγή ενός συστήματος, το οποίο δεν ελέγχουμε. Πιστεύουν πραγματικά ότι δεν είναι θύματα της μόδας και ζουν μια ελεύθερη ζωή. Η αλήθεια είναι όμως ότι δεν είναι μόνο το τι αγοράζουμε που αναδεικνύει τον καταναλωτικό ψυχαναγκασμό μας, αλλά και το τι δεν αγοράζουμε. Καταναλώνουμε για να ορίσουμε την ταυτότητά μας, να κερδίσουμε τον σεβασμό και την εκτίμηση των άλλων, να διασφαλίσουμε το κοινωνικό μας status. Τα καταναλωτικά αγαθά είναι ο βασικός τρόπος μέσω του οποίου αναγνωρίζουμε τον εαυτό μας και τους άλλους και επηρεάζουν άμεσα όλες τις πτυχές της ύπαρξής μας και της γνώσης μας για τον κόσμο.

Ένα βιομηχανικό - καταναλωτικό σύμπλεγμα σχεδιαστών, διαφημιστών, ψυχολόγων και πωλητών εργάζεται άοκνα για τη δημιουργία νέων αναγκών και επιθυμιών. Εξαιτίας αυτού του συμπλέγματος υπάρχουν περισσότερα κινητά και πιστωτικές κάρτες στις δυτικές χώρες από κατοίκους. Η κατάσταση αυτή δεν επιβαρύνει μόνο το περιβάλλον, αλλά και την ίδια μας την ψυχοσύνθεση, αφού εξοντωνόμαστε καθημερινά στη δουλειά για να αποκτήσουμε Prada. Πάντοτε μένουμε ανικανοποίητοι και θέλουμε να αγοράζουμε κι άλλα, κι άλλα... η πιο επικίνδυνη συνέπεια αυτής της κατάστασης είναι ότι εξαφανίζονται σταδιακά οι εναλλακτικοί τρόποι διαβίωσης. Στις μέρες μας, τα όνειρα για μια καλή ζωή εξαντλούνται στα έγχρωμα διαφημιστικά έντυπα για καινούργιες κουζίνες και αμάξια. Νιώθουμε την ανάγκη να συμμετέχουμε σε αυτόν τον μύλο, αφού αν απέχουμε θα θεωρηθούμε αφύσικοι ή περιθωριακοί: αποτυχημένοι καταναλωτές. Έχουμε έτσι καταλήξει στο συμπέρασμα ότι δεν μπορεί να υπάρξει καλύτερη κοινωνία, γιατί η μόνη κοινωνία είναι η καταναλωτική κοινωνία.

Ποιος μπορεί να αντιπαλέψει αυτήν την μονοδιάστατη κουλτούρα; Σίγουρα όχι τα μεγάλα πολιτικά κόμματα που αντιπροσωπεύουν ελάχιστες παραλλαγές του συνθήματος «καταναλώστε». Ούτως ή άλλως, οι ηγεσίες τους συμπεριφέρονται ως πωλητές, δοκιμάζοντας πολιτικές για να δουν τι πουλάει καλύτερα και μπορεί να διασφαλίσει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Στο μεταξύ, οι επιχειρήσεις σφετερίζονται ό,τι έχει απομείνει από το λεξιλόγιο της δημοκρατίας. Συγκεκριμένη μάρκα μπισκότων στη Βρετανία διοργάνωσε πρόσφατα εκλογές για να αποφασίσει το κοινό τι νέες γεύσεις θέλει. Αλυσίδα καφετεριών στην ίδια χώρα έχει ως σκλόγκαν «ο λαός αποφάσισε», υποστηρίζοντας ότι 7 στους 10 Βρετανούς προτιμούν τον δικό της καφέ από εκείνον της ανταγωνίστριας της.

Έχουμε άραγε φτάσει στο σημείο δίχως επιστροφή; Όχι! Εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον ανεπτυγμένο κόσμο έχουν αποφασίσει να αγοράζουν με ηθικά κριτήρια και να αγοράζουν λιγότερο. Ανταλλάσσουν χρήμα με χρόνο, αγγαρεία με

δημιουργικότητα και την ελευθερία να διαλέγεις προϊόντα με την ελευθερία να διαλέγεις ζωή. Οι άνθρωποι αυτοί όμως δεν αντιπροσωπεύονται πολιτικά, δεν εκφράζονται μέσα στο υφιστάμενο αντιπροσωπευτικό πολιτικό σύστημα. Επομένως, αδυνατούν να αποτελέσουν δυναμική κοινωνική και θεσμική τάση που θα μεταστρέψει την επέκταση της βαθιά ριζωμένης καταναλωτικής αντίληψης.

Η καταναλωτική κοινωνία και η δημοκρατία είναι έννοιες ασυμβίβαστες. Θέλουμε το ένα ή το άλλο; Μόλις που έχουμε χρόνο να αποφασίσουμε. Καταναλωτές του κόσμου ενωθείτε! Δεν έχετε τίποτε να χάσετε, παρά μόνο τις αλυσίδες καταστημάτων.

Καθημερινή, 9/8/2009, αναδημοσίευση από The Guardian

(διασκευασμένο κείμενο)

Κείμενο II

Ο κομορμισμός, εχθρός της δημοκρατίας

Στη δημοκρατία οι πολιτικοί υποβάλλονται στον έλεγχο της νομιμότητας. Οι δικαστές, εκτός από τον πολύπλοκο μηχανισμό των διάφορων βαθμίδων κρίσης, των προσφυγών, των αμοιβαίων ελέγχων, υποβάλλονται και στον έλεγχο των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας υποβάλλονται στον έλεγχο του δημόσιου ήθους. Κι αυτό το τελευταίο; Σε τίποτα και σε κανέναν. Αυτός είναι ο αθεράπευτος κύκλος της δημοκρατικής ευθραυστότητας.

Ποιες ελευθερίες μάς ενδιαφέρουν αληθινά; Εκείνες που μπορούμε πραγματικά να ασκήσουμε, να βιώσουμε σαν δική μας εξουσία. Αλλά αν δεν διαβάζουμε εφημερίδα, δεν θα μπορέσουμε να νιώσουμε ως δική μας (και επομένως αναγκαία) την ελευθερία του τύπου. Μόνον όποιος κατεβαίνει στους δρόμους ζει ως δικό του το δικαίωμα να διαδηλώνει. Αν υπαρξιακά είναι πρώτα αυτοκινητιστής και έπειτα πολίτης, θα ταυτίζει την ελευθερία με την κυκλοφορία, όσο χαοτική και αν είναι αυτή. Και θα υπογράψει υπέρ της απαγόρευσης των διαδηλώσεων. Η ελευθερία ενός θεάτρου χωρίς λογοκρισία ισχύει φυσικά για όποιον πηγαίνει στο θέατρο, κ.ο.κ. Να ριζώσουμε το δημοκρατικό ήθος σημαίνει επομένως να καλλιεργήσουμε, να ενθαρρύνουμε, να προστατεύσουμε -μέσα από τη δράση δημόσιων εξουσιών- εκείνες τις επιθυμίες που μας επιτρέπουν να νιώσουμε ως δικές μας τις ελευθερίες/εξουσίες που είναι αναγκαίες για την πολυφωνική ορχήστρα των δικαιωμάτων του πολίτη.

Γνωρίζουμε ωστόσο πολύ καλά τι είναι αυτό που αποτελεί την άρνηση αυτού του ήθους, την «θανάσιμη ασθένεια» που απειλεί τη δημοκρατία. Είναι ο κομορμισμός σε όλες του τις μορφές, τις μεταμφιέσεις και τις μεταμορφώσεις. Ο κομορμισμός είναι επομένως ο εχθρός της δημοκρατίας.

Το άτομο που πρέπει να διαπλάσουμε – με τη δημοκρατική πολιτική- είναι το άτομο της ελεύθερης γνώμης, του κριτικού πνεύματος, της συνειδητής επιλογής και όχι το ομοίωμα του κομορμισμού της αγοράς. Το άτομο των πολιτικών ελευθεριών και των δικαιωμάτων και όχι το κτητικό ον που έχει ισοπεδωθεί αγελαία από τη μιμητική επιθυμία του μαζικού καταναλωτισμού (...)

Δεν είναι επομένως η ισότητα (όπως φαινόταν να φοβάται ο Τοκβίλ) αυτή που απειλεί τις ελευθερίες μέσα στη δημοκρατία. Ή μάλλον είναι η «ισότητα», αλλά αποκλειστικά με την έννοια του κομορμισμού (όπως είχε διαγνώσει τέλεια ο Τοκβίλ), δηλαδή η μαζοποίηση, εκείνη η πορνογραφία της ισότητας που υπηρετεί τα προνόμια.

Ο εναγκαλισμός που μπορεί σήμερα να πνίξει τη δημοκρατία γεννιέται πράγματι από την αλληλοτροφοδότηση των προνομίων των ισχυρών και της μαζοποίησης των ομογενοποιημένων «πολιτών»

εφημ. *ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ*, 24/04/2005

Κείμενο III

ΕΠΑΡΧΙΑ

Πόσος θάνατος κυκλοφορεί στους δρόμους,
πόσος καλοντυμένος θάνατος;
άντρες μες στ' ακριβά κοστούμια τους
γυναίκες μέσα στα πλούσια παλτά τους.
Δείχνουνε ζωντανοί
και θα μπορούσες να τους πεις ευτυχισμένους
καθώς με δώρα επισκέψεις ανταλλάσσουνε.
Μα το βράδυ
πού επιστρέφουνε στα σπίτια τους
κι αρχίζουν να ξεντώνονται αργά,
μέσα απ' τον καθρέφτη
ένας πεθαμένος τούς κοιτάζει.

Χρίστος Λάσκαρης

ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ Α

Να αποδώσετε συνοπτικά, σε 80 περίπου λέξεις, το περιεχόμενο των δύο πρώτων παραγράφων του **κειμένου I**.

Μονάδες 20

ΘΕΜΑ Β

Ερώτημα 1^ο

Βασισμένοι στο **κείμενο I** να επιβεβαιώσετε ή να διαψεύσετε τους παρακάτω ισχυρισμούς, σημειώνοντας αντίστοιχα τη λέξη **Σωστό** ή **Λάθος**.

- i. Πολλοί είναι αυτοί που αντιλαμβάνονται πως σκοπός της ζωής τους έγινε η υπηρετήση ενός συστήματος που αδυνατούν να ελέγξουν.
- ii. Ο καταναλωτικός ψυχαναγκασμός του σύγχρονου ανθρώπου φαίνεται αποκλειστικά από το τι αγοράζει.

- iii. Σύμφωνα με τον συγγραφέα, αναγκαζόμαστε να συμμετέχουμε στο καταναλωτικό όργιο λόγω της εξαφάνισης εναλλακτικών τρόπων ζωής και όχι λόγω του φόβου της απόρριψης και της περιθωριοποίησης.
- iv. Για το σημερινό άνθρωπο η αυξημένη καταναλωτική δυνατότητα σχετίζεται με την ύπαρξη κοινωνικού κύρους.
- v. Ο συγγραφέας υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι που καταναλώνουν με σύνεση και ωριμότητα μπορούν στο πλαίσιο των σύγχρονων δημοκρατιών να αποτελέσουν δύναμη μεταστροφής της καταναλωτικής κοσμοθεωρίας.

Μονάδες 10

Ερώτημα 2^ο

α) Ο συγγραφέας του **κειμένου I** χρησιμοποιεί σε διάφορα σημεία του α' πληθυντικό πρόσωπο («Καταναλώνουμε..., Νιώθουμε...»), ενώ στο ξεκίνημα της 3^{ης} παραγράφου καταφεύγει και στη χρήση ενός ερωτήματος (« Ποιος μπορεί ... κουλτούρα;»). Σε τι αποσκοπεί με τις επιλογές του αυτές ως προς την αντίδραση του αναγνώστη και πως συμβάλλει το ερώτημα στην οργάνωση του κειμένου;

β) Στο **κείμενο II** διατυπώνεται η παρακάτω άποψη: «*Το άτομο που πρέπει να διαπλάσουμε – με τη δημοκρατική πολιτική- είναι το άτομο της ελεύθερης γνώμης, του κριτικού πνεύματος, της συνειδητής επιλογής και όχι το ομοίωμα του κομπορμιισμού της αγοράς*». Σε μια παράγραφο 50-60 λέξεων να παρουσιάσετε τον ρόλο της παιδείας προς αυτή την κατεύθυνση.

Μονάδες 15 (8+7)

Ερώτημα 3^ο

Στην 4^η παράγραφο του **κειμένου I** (Έχουμε άραγε φτάσει ... καταναλωτικής αντίληψης) ο συγγραφέας καταφεύγει στην επίκληση στη λογική του δέκτη για να υποστηρίξει την άποψη του. Ποια ακριβώς θέση θέλει να υποστηρίξει και με ποια μέσα και γλώσσικές επιλογές προσπαθεί να την ενισχύσει μέσω της λογικής;

Μονάδες 10

ΘΕΜΑ Γ

Ποιο είναι, κατά τη γνώμη σας, το κρίσιμο θέμα που θίγει το ποιητικό υποκείμενο στο **κείμενο III**; Να παραθέσετε την άποψη σας λαμβάνοντας υπόψη και την αναφορά που γίνεται στον θάνατο, τόσο στην αρχή όσο και στο τέλος («ένας πεθαμένος τους κοιτάζει») του ποιήματος (150-200 λέξεις).

Μονάδες 15

ΘΕΜΑ Δ

Με αφορμή την ανάγνωση των **κειμένων I και II** και βασισμένοι και στο περιεχόμενο τους, να γράψετε ένα κείμενο, που θα δημοσιευθεί στην ιστοσελίδα του δήμου σας, στο οποίο θα προτείνετε τρόπους με τους οποίους ο σημερινός άνθρωπος θα μπορέσει να αντισταθεί στο σύγχρονο, μαζοποιημένο καταναλωτικό πρότυπο ζωής και σκεψής (300 – 350 λέξεις).

Μονάδες 30