

ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
ΚΑΙ ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ

Γ' ΤΑΞΗ ΗΜΕΡΗΣΙΟΥ ΚΑΙ ΕΣΠΕΡΙΝΟΥ ΓΕΛ

Κείμενο 1

(Μη λογοτεχνικό Κείμενο, ελαφρώς διασκευασμένο)

Βιώσιμη κατανάλωση και πράσινη οικονομία

Αντώνης Ζαΐρης, 25.10.2022

Ο κ. Αντώνης Ζαΐρης είναι αναπληρωτής αντιπρόεδρος του ΣΕΛΠΕ και επίκουρος καθηγητής Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Νεάπολης στην Κύπρο.

[...] Υπάρχει ένα κορυφαίο ζήτημα που χρήζει επανεξέτασης, αυτό της συσχέτισης της κατανάλωσης με την πράσινη οικονομία, με το σκεπτικό ότι όλα γύρω μας προέρχονται από τη φύση και τελούν σε απόλυτη εξάρτηση με το περιβάλλον, π.χ. είδη ένδυσης-υπόδησης, τρόφιμα, είδη σπιτιού, εξοπλισμοί, αυτοκίνητα, ενέργεια κ.ά. Ωστόσο, ο τρόπος που αξιοποιούμε και κάνουμε χρήση των φυσικών πόρων είναι ενδεικτικός και του βαθμού αντίδρασης από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος, εάν δηλαδή αυτό είναι φιλικό και συμβάλλει στη διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας ζωής και στην εξασφάλιση ευημερίας ή διαφορετικά αντιδρά με βίαιο τρόπο, τα αποτελέσματα του οποίου είναι γνωστά και πλήττουν όλον τον πλανήτη.

Η αλήθεια είναι ότι σήμερα με περίπου 7 δισ. παγκόσμιο πληθυσμό το επίπεδο κατανάλωσης και παραγωγής κρίνεται μη βιώσιμο, όταν δε το 7 δισ. γίνει 10 δισ. το 2040, τότε η απειλή φτώχειας και ανισοτήτων θα λάβει ανεξέλεγκτες διαστάσεις. Πέραν τούτου, στην Ευρωπαϊκή Ένωση περίπου 100 εκατομμύρια τόνοι τροφίμων ετησίως καταλήγουν στα σκουπίδια, πράγμα που σημαίνει ότι σε προϊόντα που δεν καταναλώνονται δεσμεύονται αδίκως πόροι και υπάρχει άσκοπη κατασπατάλησή τους, π.χ. σε ενέργεια, εργασία κ.ά.

Επιπροσθέτως, με τελευταία ορθή ανακοίνωσή της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή απευθύνει κάλεσμα στις επιχειρήσεις για εθελοντική δέσμευση στη στήριξη της βιώσιμης κατανάλωσης. Με απλά λόγια, ζητείται η δέσμευση των εταιρειών: πρώτον, στον προσδιορισμό του αποτυπώματος άνθρακα και στον καθορισμό μετρήσιμων στόχων μείωσής του, στον προσδιορισμό επίσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος που σχετίζεται και με άλλους περιβαλλοντικούς δείκτες, δεύτερον, στην αύξηση της κυκλικότητας των δραστηριοτήτων τους, π.χ. χρήση περισσότερων ανακυκλωμένων ή βιώσιμων υλικών, δημιουργία λιγότερων αποβλήτων, χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας, τρίτον, στον σεβασμό της κοινωνικής βιωσιμότητας σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού της εταιρείας, π.χ. να ισχύσουν εσωτερικές διαδικασίες που διασφαλίζουν τη βιώσιμη παραγωγή, καταχώριση προϊόντων με αναγνωρισμένες ετικέτες κ.ά.

Οι παγκόσμιοι στρατηγικοί παίκτες λιανικής, η εφοδιαστική αλυσίδα, όλοι οι κατανα-

λωτές και ο καθένας χωριστά αλλά και πρωτίστως η Πολιτεία έχουμε υποχρέωση να συμβάλουμε σε μια περισσότερο πράσινη και αποδοτική οικονομία με ορθολογική αξιοποίηση πόρων και μείωση αποβλήτων, σε μια βιώσιμη κατανάλωση, αν βέβαια επιθυμούμε να απολαμβάνουμε για τα επόμενα χρόνια την εμπειρία, ψηφιακή ή φυσική, των εμπορικών συναλλαγών και τη μαγεία των αγορών μας, κυρίως όμως σκεπτόμενοι τις γενιές που θα ακολουθήσουν εμάς, να είναι γενιές στις οποίες θα κομίσουμε, έστω τα ελάχιστα, ψήγματα περιβαλλοντικής ευαισθησίας και βιώσιμης κατανάλωσης. Και όλα αυτά βεβαίως όσο υπάρχει καιρός.

Κείμενο 2

(Μη λογοτεχνικό Κείμενο)

Οι ανάγκες και τα κίνητρα που οδηγούν στον καταναλωτισμό

Η κατανάλωση και η συλλογή αγαθών έχει τις ρίζες της στα πρωτόγονα ένστικτα του κυνηγού- συλλέκτη. Σε κριτικό πλαίσιο, όμως, ο καταναλωτισμός αναφέρεται στην τάση των ανθρώπων να ταυτίζονται έντονα με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που καταναλώνουν, ιδίως με προϊόντα που είναι εμφανή σύμβολα κοινωνικού στάτους, π.χ. ένα ακριβό αυτοκίνητο, το πιο σύγχρονο κινητό ή επώνυμο ρούχα. Ο πρώτος ο οποίος περιέγραψε ψυχιατρικά την τάση για μαζική καταναλωτική υστερία ήταν ο Emil Krapelin, ήδη το 1915.

Στις μέρες μας, η φράση του Ρενέ Ντεκάρτ «σκέφτομαι άρα υπάρχω» θα μπορούσε πιθανότατα να αντικατασταθεί με τη φράση «ψωνίζω άρα υπάρχω». Οι άνθρωποι φαίνεται να έχουν συνδέσει την απόκτηση αγαθών με την ευχαρίστηση και τη χαρά, οδηγούμενοι αναπόφευκτα στον υπερκαταναλωτισμό. Εξάλλου δεν είναι τυχαίος ο όρος «shopping therapy» δεδομένης της απόλαυσης που προκαλεί η κατανάλωση και της δυνατότητας που δίνει στο άτομο να ξεφύγει από αρνητικές σκέψεις. Ο υπερκαταναλωτισμός είναι ένα είδος εθισμού, μία εμμονή που οδηγεί στην αγορά πραγμάτων, τα οποία τις περισσότερες φορές δε μας είναι καθόλου απαραίτητα.

Πρόκειται δυστυχώς για μία αφενός μεν πρόσκαιρη αφετέρου ιδιαίτερα επιφανειακή προσέγγιση. Shopping σημαίνει, επίσης, κοινωνική συναναστροφή. Τις περισσότερες φορές η βόλτα στα μαγαζιά γίνεται μαζί με κάποιο φίλο ή φίλη. Αυτό συνεπάγεται διέξοδο από τη μοναξιά, ευχάριστη κουβέντα και κατ' επέκταση αλλαγή της διάθεσης. Ο υπερκαταναλωτισμός αποτελεί συχνά σύμπτωμα εκδήλωσης υπαρξιακού προβλήματος και αντικατοπτρισμό της ευρύτερης κοινωνικής παθολογίας του ατόμου, το οποίο καταφεύγει σ' αυτόν για να εξομαλύνει δύσκολα προσωπικά ή μη προβλήματα και να αντιμετωπίσει την έλλειψη ανθρώπινων σχέσεων. Αποτελεί, δηλα-

δή, έναν ανορθόδοξο και αναποτελεσματικό τρόπο καταπολέμησης, κάλυψης ή και υπέρβασης βαθύτερων αισθημάτων μοναξιάς, θυμού, δυσφορίας, θλίψης, κατωτερότητας και ανεπάρκειας, η ύπαρξη των οποίων δημιουργεί και τροφοδοτεί την ακατάπαυστη καταναλωτική τάση, ενώ η ικανοποίηση της γεννά με τη σειρά της προσωρινά και βραχυπρόθεσμα συναισθήματα πλήρωσης, ικανοποίησης και ασφάλειας, καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν.

Βαϊζίδου Χριστίνα, Ψυχίατρος, Άρθρο από το διαδίκτυο: <https://www.psychology.gr/diafora-themata-psychologias/3511-katanalotiki-symperifora.html>

Κείμενο 3

(Λογοτεχνικό Κείμενο)

Η Μαρία Σφήκα, κέρδισε το 1ο βραβείο στον 29ο Πανελλήνιο Ποιητικό Διαγωνισμό της Πανελλήνιας Ένωσης Λογοτεχνών για το 2010 με το ποίημά της με τίτλο «Το πολύ και το λίγο (Ποίημα πολιτικών)».

Το πολύ και το λίγο (Ποίημα πολιτικών)

I

Προσέλθετε, καλεσμένοι και απρόσκλητοι,
να μοιραστείτε τη χαρά μου
είπε ο άρχοντας,
Γέμει η τράπεζα και η καρδιά μου
άρτων ειρηνικών και πάσης σαρκός τεμάχιον·
γεννήματα εκλεκτά της γης και οπώρες,
πάντα τα κτήνη των ορέων και τα κήτη της θαλάσσης
σας προσφέρω: Ευφρανθείτε.

Εν τη πτωχεία μας,
καθίσαμε όλοι στο τραπέζι

II

Τόση αφθονία,
θέτει καθέναν
ενώπιον των ευθυνών του·
Και βρέθηκαν πολλοί
που γέμισαν το πιάτο τους
μια, δύο και τρεις φορές
ενώ η αρετή διαμαρτυρόταν

και άλλοι τόσοι δίστασαν
ν' απλώσουν και να πάρουν μερτικό
μήπως δε φτάσει για όλους·
Κάποιοι, κατέλυαν τα ηδονικά
και νήστευαν τα άνοστα
και μερικοί, καχύποπτοι απείχαν
από το φόβο μην πληρώσουν

III

Το λίγο περισσεύει
και το πολύ δεν φτάνει·
Το αρκετό
είναι το ερωτηματικό
που ο καθένας
θέτει στον εαυτό του.
Σηκώνουμε τα βάρη
της νοημοσύνης που αισθάνεται
[...]

| ΘΕΜΑΤΑ |

ΘΕΜΑ Α

Να αποδώσετε σε 70-80 λέξεις το περιεχόμενο του Κειμένου 2.

Μονάδες 20

ΘΕΜΑ Β

B1. Αφού διαβάσετε προσεκτικά τα δύο μη λογοτεχνικά κείμενα, να σημειώσετε με Σ(ωστό) ή Λ(άθος), ανάλογα με το περιεχόμενο των περιόδων που ακολουθούν και να γράψετε τα αντίστοιχα χωρία που θα επιβεβαιώνουν την απάντησή σας.

1. Ο βαθμός αντίδρασης του φυσικού περιβάλλοντος απέναντι στη χρήση των φυσικών πόρων από τον άνθρωπο δεν είναι ακόμη ανησυχητικός (Κείμενο 1).
2. Το σύνολο του παγκόσμιου πληθυσμού σήμερα δεν καθιστά το επίπεδο κατανάλωσης και παραγωγής μη βιώσιμο (Κείμενο 1).
3. Για τη διαμόρφωση μιας περιβαλλοντικά φιλικής οικονομίας χρειάζεται κατά βάση επανιεράρχηση των αναγκών σε ατομικό επίπεδο (Κείμενο 1).
4. Η ψυχιατρική μελέτη της ανάγκης του ανθρώπου να καταναλώνει ξεκίνησε από την έρευνα των ενστίκτων του κυνηγού- συλλέκτη (Κείμενο 2).
5. Ο σύγχρονος μονήρης άνθρωπος καταφεύγει για ίαση στον καταναλωτισμό (Κείμενο 2).

Μονάδες 10

B2. Τόσο ο συντάκτης του Κειμένου 1 όσο και η συντάκτρια του Κειμένου 2 κατορθώνουν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των αναγνωστών τους, χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα μέσα. Να γράψετε δύο διαφορετικά μέσα για κάθε κείμενο (στο σύνολο 4) και να εξηγήσετε τον λόγο για τον οποίο το καθένα από αυτά ενισχύει την αξιοπιστία των γραφομένων.

Μονάδες 10

B.3.

α. Στην τελευταία παράγραφο του Κειμένου 1 ο συντάκτης καταφεύγει στη χρήση δεοντολογικής διατύπωσης. Να την επισημάνετε, να εντοπίσετε και να αξιολογήσετε τα επιχειρήματα με τα οποία τη στηρίζει.

Μονάδες 8

β. «Αποτελεί, δηλαδή, έναν ανορθόδοξο και αναποτελεσματικό τρόπο καταπολέμησης... καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν» (Κείμενο 2): Να επισημάνετε το υφολογικό αποτέλεσμα από τη χρήση της διαδοχικής υπόταξης στο

συγκεκριμένο απόσπασμα (2 μονάδες) και να συσχετίσετε την επιλογή αυτή από τη συντάκτρια τόσο με την ιδιότητά της όσο και με την πρόθεσή της (2 μονάδες). Στη συνέχεια να κάνετε τις απαραίτητες παρεμβάσεις, ώστε να γίνει απαλοιφή όλων των δευτερευουσών προτάσεων και το απόσπασμα να αποτελείται μόνο από κύριες (3 μονάδες).

Μονάδες 7

»» ΘΕΜΑ Γ

Γ1. «Το λίγο περισσεύει / και το πολύ δεν φτάνει / Το αρκετό / είναι το ερωτηματικό / που ο καθένας / θέτει στον εαυτό του. / Σηκώνουμε τα βάρη / την νοημοσύνης που αισθάνεται»: Έχοντας ως βάση αυτούς τους στίχους του Κειμένου 3, αλλά επεκτείνοντας την ερμηνεία σας και σε όλο το υπόλοιπο ποίημα, να αναφερθείτε στο πρόβλημα που έμμεσα θίγει το ποιητικό υποκείμενο. Ποιες απαντήσεις παίρνετε από τον εαυτό σας, όταν του θέτετε το ερώτημα σχετικά με το πότε κάτι είναι αρκετό;

Μονάδες 15

»» ΘΕΜΑ Δ

Δ1. Ποιες καταστάσεις που βιώνει ο σύγχρονος άνθρωπος θεωρείτε ότι τον ωθούν στον υπερκαταναλωτισμό; Με ποια επιχειρήματα θα επιχειρούσατε να του αποδείξετε πόσο λανθασμένη είναι η τάση της άπληστης απόκτησης αγαθών;

Κειμενικός τύπος: Άρθρο σε σχολική εφημερίδα

Βασικό κειμενικό είδος: Επιχειρηματολογία

Πομπός: Μαθητής Λυκείου

Αφορμή σύνταξης του άρθρου: Η ανάγνωση των μη λογοτεχνικών κειμένων

Όριο λέξεων: 350-400

Μονάδες 30

| Πρόσθετα ερωτήματα|

1. Να επισημάνετε τη δομή και τον βασικό τρόπο ανάπτυξης της τρίτης παραγράφου του Κειμένου 1. Ποιος επιπλέον τρόπος αξιοποιείται ως συμπληρωματικός του βασικού; Πώς οι δύο αυτοί τρόποι εξυπηρετούν την πρόθεση του συντάκτη;
2. Να εντοπίσετε πέντε δείκτες συνοχής στο Κείμενο 1, οι οποίοι συνέχουν τα νοήματα με σχέση προσθήκης, έμφασης, αντίθεσης, επεξήγησης και προϋπόθεσης. Να αιτιολογήσετε τις επιλογές σας.
3. Με ποιες τρεις γλωσσικές επιλογές αναδεικνύει ο συντάκτης του Κειμένου 1 τη σημαντικότητα και τη συνθετότητα του θέματος στο οποίο αναφέρεται στην πρώτη παράγραφο; Να αιτιολογήσετε την επιλογή σας.
4. «Ωστόσο, ο τρόπος που αξιοποιούμε και κάνουμε χρήση των φυσικών πόρων είναι ενδεικτικός και του βαθμού αντίδρασης από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος, εάν δηλαδή αυτό είναι φιλικό και συμβάλλει στη διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας ζωής και στην εξασφάλιση ευημερίας ή διαφορετικά αντιδρά με βίαιο τρόπο, τα αποτελέσματα του οποίου είναι γνωστά και πλήττουν όλον τον πλανήτη» (Κείμενο 1): Να παρέμβετε στο είδος της διατύπωσης στα σημεία που υπογραμμίζονται (ονομαστική-ρηματική), ώστε να καταστεί ο λόγος πιο εύληπτος.
5. Στην τελευταία παράγραφο του Κειμένου 1 ο συντάκτης συνδυάζει λόγο με ειδικό λεξιλόγιο. Να επιβεβαιώσετε αυτόν τον ισχυρισμό παραθέτοντας δύο παραδείγματα από κάθε κατηγορία και να αναφερθείτε στο υφολογικό αποτέλεσμα αυτών των επιλογών.
6. Να εντοπίσετε τρεις τρόπους με τους οποίους η συντάκτρια του Κειμένου 2 αποδεικνύει την επιστημονική της κατάρτιση σε θέματα ψυχιατρικής.
7. Ποια λειτουργία της γλώσσας αξιοποιείται στη δεύτερη παράγραφο του Κειμένου 1 και πώς συνδέεται με την πρόθεση της συντάκτριας;
8. Δεδομένου ότι στην τελευταία παράγραφο του Κειμένου 2 εντοπίζεται η μέθοδος των αιτιών-αποτελεσμάτων, να εντοπίσετε τα αίτια και τα αποτελέσματα που αναφέρονται και λέξεις που επιβεβαιώνουν την αιτιώδη σχέση όσων γράφονται. Ποια πρόθεση της συντάκτριας ικανοποιεί αυτή η επιλογή;
9. Να επιβεβαιώσετε τη στενή σχέση ανάμεσα στο περιεχόμενο του Κειμένου 2 και στον τίτλο του, κάνοντας παράλληλα αναφορές στο κείμενο.
10. «Αποτελεί, δηλαδή, έναν ανορθόδοξο και αναποτελεσματικό τρόπο καταπολέμησης, κάλυψης ή και υπέρβασης βαθύτερων αισθημάτων μοναξιάς, θυμού, δυσφορίας, θλίψης, κατωτερότητας και ανεπάρκειας, η ύπαρξη των οποίων δημιουργεί και τροφοδοτεί την ακατάπαυστη καταναλωτική τάση, ενώ η ικανοποίηση της γενικά με τη σειρά της προσωρινά και βραχυπρόθεσμα συναισθήματα πλήρωσης, ικανοποίησης και ασφάλειας, καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν»:

Στο παραπάνω απόσπασμα του Κειμένου 2 να αντικαταστήσετε τις υπογραμμισμένες λέξεις με συνώνυμες.

| Απαντήσεις |

ΘΕΜΑ Α

Παρά την αρχέγονη τάση του ανθρώπου να καταναλώνει, σήμερα η συμπεριφορά αυτή συνδέεται με την κοινωνική ταυτότητα που αποκτά κανείς μέσα από τα αγαθά. Ο καταναλωτισμός πια σηματοδοτεί την ύπαρξη, καθώς συσχετίζεται με την ικανοποίηση και δρα θεραπευτικά, απομακρύνοντας αφενός αρνητικές σκέψεις, αλλά οδηγώντας αφετέρου σε απόκτηση περιττών πραγμάτων, που δίνουν πρόσκαιρη χαρά. Το γεγονός ότι το άτομο καταναλώνει με παρέα καταδεικνύει ότι στοχεύει στην επίλυση του ψυχολογικού του κενού, στη διαφυγή από τη μοναξιά και τα αρνητικά συναισθήματα, μέσω της βραχυπρόθεσμης χαράς που προσφέρει η αγορά αγαθών.

ΘΕΜΑ Β

B1.

1. Λ («Ωστόσο, ο τρόπος που αξιοποιούμε... είναι γνωστά και πλήττουν όλον τον πλανήτη»).
2. Λ («Η αλήθεια είναι ότι σήμερα... κρίνεται μη βιώσιμο»).
3. Λ («Οι παγκόσμιοι στρατηγικοί παίκτες λιανικής... και μείωση αποβλήτων»).
4. Λ («Ο πρώτος ο οποίος... ήδη το 1915»).
5. Σ («Αποτελεί, δηλαδή, έναν ανορθόδοξο... καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν»).

B2.

Ο συντάκτης του Κειμένου 1 κατορθώνει να γίνει πειστικός με τη χρήση τεκμηρίων και, πιο συγκεκριμένα, με την αναφορά σε αριθμητικά δεδομένα και γεγονότα, τα οποία αφορούν τη μη βιωσιμότητα του επιπέδου κατανάλωσης σήμερα («Η αλήθεια είναι ότι σήμερα με περίπου 7 δισ. παγκόσμιο πληθυσμό το επίπεδο κατανάλωσης και παραγωγής κρίνεται μη βιώσιμο, όταν δε το 7 δισ. γίνει 10 δισ. το 2040, τότε η απειλή φτώχειας και ανισοτήτων θα λάβει ανεξέλεγκτες διαστάσεις»). Παρά το γεγονός ότι δεν αναφέρεται η πηγή του τεκμηρίου που παρατίθεται, τα δεδομένα είναι αρκετά πειστικά, καθώς όλοι έχουμε ακούσει κατά καιρούς σχετικές ανησυχίες και είναι εύκολο ο αναγνώστης να πειστεί για την αλήθεια των γραφομένων. Ταυτόχρονα, ο συντάκτης παραθέτει παραδείγματα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να κάνουν πράξη τη δέσμευσή τους στη στήριξη της βιώσιμης κατανάλωσης

(«π.χ. χρήση περισσότερων ανακυκλωμένων ή βιώσιμων υλικών... π.χ. να ισχύσουν εσωτερικές διαδικασίες που διασφαλίζουν τη βιώσιμη παραγωγή, καταχώριση προϊόντων με αναγνωρισμένες ετικέτες κ.ά»), με τα οποία αποδεικνύει ότι υπάρχει τρόπος να βοηθήσουν οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους. Με αυτά τα μέσα ο συντάκτης κατορθώνει να διαφυλάξει την αντικειμενικότητα όσων υποστηρίζει κι αυξάνει την εγκυρότητα και την πειστικότητα του λόγου του, απευθυνόμενος στη λογική του αναγνώστη.

Η συντάκτρια του Κειμένου 2 προκειμένου να καταστεί πειστική καταφεύγει σε επισημονικά δεδομένα («Ο πρώτος ο οποίος περιέγραψε ψυχιατρικά την τάση για μαζική καταναλωτική υστερία ήταν ο Emil Krapelin, ήδη το 1915»), καταδεικνύοντας τη βαθιά κατάρτισή της για το θέμα με το οποίο καταπιάνεται και προσδίδοντας μεγαλύτερη αξιοπιστία και κύρος στα λεγόμενά της. Παράλληλα, αναπτύσσει με επαγωγικό τρόπο ένα λογικό επιχείρημα, καταθέτοντας επαρκή και αναγκαία αίτια για τα αποτελέσματα στα οποία αναφέρεται, με το οποίο αποδεικνύει ότι η κατανάλωση αποτελεί έναν μάταιο τρόπο επώλωσης ψυχολογικών προβλημάτων («Τις περισσότερες φορές η βόλτα στα μαγαζιά γίνεται μαζί με κάποιο φίλο ή φίλη... καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν»). Με τα δύο αυτά μέσα επικαλείται τη λογική του αναγνώστη και προσδίδει στο κείμενό της αυξημένη εγκυρότητα και αξιοπιστία.

B3.α.

Ο συντάκτης του Κειμένου 1 στην τελευταία παράγραφο καταφεύγει σε δεοντολογική διατύπωση («[...] αλλά και πρωτίστως η Πολιτεία έχουμε υποχρέωση να συμβάλουμε σε μια περισσότερο πράσινη και αποδοτική οικονομία...»).

Η δεοντολογική διατύπωση έρχεται ως επιστέγασμα όλων όσα προαναφέρθηκαν από τον συντάκτη σχετικά με το πρόβλημα βιωσιμότητας που θα προκύψει από τον υπερκαταναλωτισμό και την προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης σχετικά με τη συμβολή που πρέπει να έχουν σε αυτό οι επιχειρήσεις. Τη δεοντολογία στηρίζει ένα υποθετικό αλλά αυταπόδεικτο επιχείρημα, που αφορά την αδιαμφισβήτητη ανάγκη του ανθρώπου να συνεχίσει να απολαμβάνει τα υλικά αγαθά («αν βέβαια επιθυμούμε να απολαμβάνουμε για τα επόμενα χρόνια την εμπειρία, ψηφιακή ή φυσική, των εμπορικών συναλλαγών και τη μαγεία των αγορών μας»), ένα επιχείρημα που αφορά την ανάγκη να μεταλαμπαδευτεί η ευαισθησία αυτή στις επόμενες γενιές («κυρίως όμως σκεπτόμενοι τις γενιές που θα ακολουθήσουν εμάς, να είναι γενιές στις οποίες θα κομίσουμε, έστω τα ελάχιστα, ψήγματα περιβαλλοντικής ευαισθησίας και βιώσιμης κατανάλωσης») και ένα επιχείρημα με το οποίο επισημαίνει ότι, αν καθυστερήσουν ακόμη λίγο να συμβούν όλα αυτά, δεν θα υπάρξει δυνατότητα μεταστροφής της κατάστασης. Η δεοντολογία, συνεπώς, στηρίζεται από ισχυρά επιχειρήματα και εξηγείται από τη σοβαρότητα του θέματος, καθώς αυτό αφορά την επιβίωση του ίδιου του ανθρώπου.

B3.β.

Στο απόσπασμα αυτό η συντάκτρια καταφεύγει στη χρήση διαδοχικής υπόταξης, με την οποία αναδεικνύει τη σοβαρότητα και τη σημαντικότητα του θέματος με το οποίο καταπιάνεται, αλλά και την πολυπλοκότητά του. Πιο συγκεκριμένα, η συντάκτρια επιχειρεί να διεισδύσει στα άδυτα της ανθρώπινης ψυχής και να εξηγήσει τα βαθύτερα εκείνα κίνητρα που οδηγούν τον άνθρωπο στην υπερκατανάλωση. Παράλληλα, με τον μακροπερίοδο λόγο ικανοποιεί την πρόθεσή της να αναγκάσει τον αναγνώστη να προσέξει ιδιαιτέρως όσα λέγονται, με απώτερο σκοπό να προβληματιστεί και να αναζητήσει ενδεχομένως τις ίδιες αιτίες και στον εαυτό του. Τέλος, ο μακροπερίοδος λόγος επιβεβαιώνει το υψηλό επίπεδο εκφραστικής ικανότητας της συντάκτριας και την επιστημονική της ιδιότητα, καθώς το ύφος καθίσταται ακαδημαϊκό.

Απαλοιφή δευτερευουσών:

Αποτελεί, δηλαδή, έναν ανορθόδοξο και αναποτελεσματικό τρόπο καταπολέμησης, κάλυψης ή και υπέρβασης βαθύτερων αισθημάτων μοναξιάς, θυμού, δυσφορίας, θλίψης, κατωτερότητας και ανεπάρκειας. Η ύπαρξη αυτών δημιουργεί και τροφοδοτεί την ακατάπαυστη καταναλωτική τάση. Η ικανοποίηση της γεννά με τη σειρά της προσωρινά και βραχυπρόθεσμα συναισθήματα πλήρωσης, ικανοποίησης και ασφάλειας. Άλλωστε, τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν.

Γ.1.

Στο ποίημα περιγράφεται το πρόβλημα των σύγχρονων ανθρώπων να μην μπορούν να ελέγξουν την κατανάλωση αγαθών. Το διπλό οξύμωρο σχήμα «το λίγο περισσεύει / και το πολύ δεν φτάνει» αισθητοποιεί την κακή διαχείριση των πραγμάτων από αυτούς. Μέσα από τη δραματοποιημένη ιστορία του βασιλιά που παρέχει δείπνο, το ποιητικό υποκείμενο αναδεικνύει ποικίλες στάσεις απέναντι στα αγαθά. Πρώτη από αυτές, η βουλιμική κατανάλωση εις βάρος των άλλων («Και βρέθηκαν πολλοί / που γέμισαν το πιάτο τους / μια, δύο και τρεις φορές»), που καταδικάζεται ως ανήθικη μέσω της διαμαρτυρίας της προσωποποιημένης αρετής, που με τον τρόπο αυτό, αν και άψυχη, αποκτά δυναμική παρουσία («ενώ η αρετή διαμαρτυρόταν»). Κάποιοι διστακτικοί απέχουν γιατί φοβούνται μην στερήσουν από τους άλλους αγαθά («μήπως δε φτάσει για όλους»), ενώ κάποιοι ενεργούν επιλεκτικά με βάση το συμφέρον τους («Κάποιοι, κατέλυναν τα ηδονικά / και νήστευαν τα άνοστα»), γεγονός που χλευάζεται μέσω της παρήχησης του «ν» και «στ». Τέλος, υπάρχουν και οι φιλάργυροι που δεν απολαμβάνουν από φόβο για το κόστος («και μερικοί, καχύποπτοι απείχαν / από το φόβο μην πληρώσουν»). Το ποιητικό υποκείμενο συμπεραίνοντας καταθέτει μια συλλογική αλήθεια που υποβάλλει εμφαιτικά το α' πληθυντικό πρόσωπο («Σηκώνουμε τα βάρη / της νοημοσύνης που αισθάνεται»), ότι ο καθένας ως λογικό ον θα πρέπει να διερωτηθεί για τη δική του μεσότητα.

Προσωπικά, όταν αναζητώ το δικό μου μέτρο, συχνά πέφτω έξω. Η εποχή είναι τόσο πλήρης αγαθών, οι διαφημίσεις και τα κοινωνικά πρότυπα προβάλλουν τόσο πολύ το

«έχειν», που είναι σχεδόν αδύνατο να οριοθετηθεί το «αρκετό» με σωστό τρόπο. Η γενιά μου, παρά την οικονομική κρίση, έμαθε δυστυχώς να καταναλώνει ανεξέλεγκτα.

Δ.1.

Ληγμένο αντίδοτο

Πρόσφατα έπεσαν στα χέρια μου δύο άρθρα σχετικά με το θέμα του καταναλωτισμού, γεγονός που στάθηκε η αφορμή για να συντάξω το εν λόγω άρθρο, προσπαθώντας να καταθέσω τους βαθιούς μου προβληματισμούς. Οι σκέψεις μου αφορούν τα γεγονότα εκείνα που πυροδοτούν στην πραγματικότητα την καταναλωτική τάση του ανθρώπου, αλλά και τη ματαιότητα του εγχειρήματος αυτού, καθώς κανείς δεν ευτύχησε τελικά επειδή απέκτησε περισσότερα αγαθά.

Ασφαλώς και ο άνθρωπος γεννήθηκε καταναλωτής. Αυτός ήταν και ο τρόπος να επιβιώνει. Το πρόβλημα ξεκινά από τη στιγμή που η κατανάλωση υπερβαίνει την ικανοποίηση των αναγκών και αποβαίνει ένα ματαιόδοξο κυνήγι του επόμενου αγαθού. Αυτό είναι το αποτέλεσμα μιας καταγιστικής διαφημιστικής επίθεσης, η οποία σε συνδυασμό με τα πρότυπα που καθημερινά προβάλλουν τα ΜΜΕ, ωθεί τον άνθρωπο στην απόκτηση αγαθών με σκοπό την κοινωνική καταξίωση. Παράλληλα, η ατέρμονη οικονομική κρίση που αντιμετωπίσε κι ακόμη αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα κούρασε τον άνθρωπο κι αυτός βρίσκει, τελικά, εκτόνωση στην κατασπατάληση χρημάτων, με αντίδωρο μοναδικές υλικές απολαύσεις - έστω και με κόστος. Ο πιο σημαντικός, όμως, λόγος για τον οποίο καταναλώνουμε πρέπει να αναζητηθεί στην απουσία πραγματικής ευτυχίας κι απόλαυσης, την οποία μόνον οι αληθινές σχέσεις μπορούν να προσφέρουν. Σε μια κοινωνία όπου ο καθένας αντιμάχεται τον άλλον, όπου η φιλία σπανίζει και η μοναξιά αποτελεί τον κανόνα, η απόκτηση πραγμάτων προσφέρει μια ψευδαίσθηση χαράς. Άλλωστε, είναι τόσο εύκολο να γίνει, από τη στιγμή που οι ηλεκτρονικές αγορές λειτουργούν ανεξάρτητα από τοπικούς ή χρονικούς περιορισμούς.

Ωστόσο, η χαρά αυτή είναι βραχύβια και προσωρινή. Μετά την απόκτηση ενός αγαθού ανακύπτει η ανάγκη ενός άλλου. Ο άνθρωπος δεν προλαβαίνει να εισπράξει ικανοποίηση, γιατί στο μεταξύ η φθορά από την έλλειψη του επόμενου αγαθού είναι παρούσα. Πρόκειται δηλαδή, για έναν φαύλο κύκλο, στο στρόβιλο του οποίου συνεπαίρνεται το άτομο και, ζαλισμένο καθώς είναι, αδυνατεί να ιεραρχήσει τις ανάγκες του κι απομένει με το αίσθημα του ανικανοποίητου. Παράλληλα, αυτή η ατέρμονη βουλιμική κατανάλωση αποτελεί ένα ατελέσφορο αντίδοτο στη νόσο της αλλοτρίωσης. Μπορεί το άτομο να νιώθει ευφορία για ένα μικρό χρονικό διάστημα, αλλά η αιτία της δυστυχίας του δεν έχει καταπολεμηθεί ή, μάλλον, δεν έχει γίνει καν η προσπάθεια να εντοπιστεί. Έτσι, δεν γίνεται αντιληπτό ότι η δυστυχία προέρχεται από ένα βαθύτερο κενό, αυτό που προξενεί η έλλειψη ανθρώπινης επαφής, η απουσία δημιουργικότητας, ο μαρασμός της φαντασίας, η ταχύτητα της ζωής. Τελικά, η ανάγκη για

το «έχειν» αποτελεί έναν βασικό λόγο για τον οποίο το άτομο δεν γνωρίζει ποτέ το «είναι» του.

Κλείνοντας, η εποχή μας είναι σύνθετη και παραπλανητική. Χαρακτηρίζεται από απίστευτες τεχνικές που μπορούν να ανάγουν το περιττό σε αξία, να το επιβάλλουν στον άνθρωπο και αυτός προκειμένου να το αποκτήσει, να ξεπουλά τον ίδιο του τον εαυτό. Για να ξανακερδηθεί η αξία του μέτρου χρειάζεται ο καθένας από εμάς να αφιερώσει στον εαυτό του μερικές ώρες συνομιλίας, σε μια προσπάθεια αναζήτησης της πραγματικής ευτυχίας.

Ο συντάκτης

| Απαντήσεις στα πρόσθετα ερωτήματα|

1. Δομή παραγράφου: Θεματική πρόταση: «Επιπροσθέτως, με τελευταία ορθή ανακοίνωσή της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή απευθύνει κάλεσμα στις επιχειρήσεις για εθελοντική δέσμευση στη στήριξη της βιώσιμης κατανάλωσης».

Λεπτομέρειες-σχόλια: «Με απλά λόγια, ζητείται... καταχώριση προϊόντων με αναγνωρισμένες ετικέτες κ.ά.».

Κατακλείδα: δεν υπάρχει

Τρόπος ανάπτυξης: Διαίρεση και παραδείγματα. Διαίρουνται οι δεσμεύσεις που πρέπει να κάνουν οι εταιρείες, για να στηρίξουν τη βιώσιμη κατανάλωση, οι οποίες είναι τρεις: α) ο προσδιορισμός του αποτυπώματος άνθρακα, ο καθορισμός μετρήσιμων στόχων μείωσής του, κι ο προσδιορισμός επίσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος που σχετίζεται και με άλλους περιβαλλοντικούς δείκτες, β) η αύξηση της κυκλικότητας των δραστηριοτήτων τους και γ) ο σεβασμός της κοινωνικής βιωσιμότητας σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού της εταιρείας. Χαρακτηριστικές λέξεις είναι τα τακτικά επιρρήματα «πρώτον», «δεύτερον», «τρίτον». Με τον τρόπο αυτό παρουσιάζονται με οργανωμένο και μεθοδικό τρόπο και με ενάργεια στον αναγνώστη οι κατευθύνσεις προς τις οποίες οφείλουν οι εταιρείες να κινηθούν και καλύπτεται όλο το φάσμα των δράσεων που πρέπει να καλύψουν. Παράλληλα, προκειμένου οι δράσεις αυτές να γίνουν κατανοητές, παρατίθενται χαρακτηριστικά παραδείγματα, αφενός για να γίνει ο συντάκτης πιο αναλυτικός κι αφετέρου για να καταλάβει ο αναγνώστης το περιεχόμενο του κάθε επιπέδου στο οποίο οι εταιρείες πρέπει να κινηθούν, καθώς αποτελούν έννοιες άγνωστες για αυτόν. Χαρακτηριστική λέξη είναι το «π.χ.» και βοηθητικό σχήμα είναι το ασύνδετο που συμβάλλει στην απόδοση του πλήθους των δράσεων αυτών. Με τα παραδείγματα ο λόγος καθίσταται ζωντανός κι άμεσος.

2. Προσθήκη: «Επιπροσθέτως». Με αυτή τη διαρθρωτική λέξη ο συντάκτης μετά την περιγραφή της κατάστασης σχετικά με τη μη βιωσιμότητα που προκαλεί η κατανά-

λωση σήμερα, προσθέτει την έκκληση από τη μεριά της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με την οποία ενισχύει το μέγεθος του προβλήματος που πριν εξέθεσε.

Έμφαση: «βεβαίως» (τελευταία παράγραφος). Με τη διαρθρωτική αυτή λέξη ο συντάκτης αποδίδει έμφαση στο γεγονός ότι όσα προειπώθηκαν απαιτούν άμεση δράση, καθώς ο χρόνος φεύγει και το πρόβλημα επιδεινώνεται.

Αντίθεση: «Ωστόσο». Με τη λέξη αυτή ο συντάκτης παρουσιάζει το θέμα κι από την αντίθετη πλευρά. Πιο συγκεκριμένα, πριν έγινε αναφορά στον τρόπο με τον οποίο όλα επηρεάζονται από το περιβάλλον, ενώ τώρα επισημαίνεται ότι ο άνθρωπος με τη σειρά του επηρεάζει κι αυτός το περιβάλλον κι αυτό αντιδρά.

Επεξήγηση: «Με απλά λόγια». Με τη φράση αυτή ο συντάκτης επεξηγεί το περιεχόμενο του καλέσματος που απηύθυνε στις εταιρείες η Ευρωπαϊκή Ένωση.

Προϋπόθεση: «αν (βέβαια επιθυμούμε)». Με τη λέξη αυτή ο συντάκτης επισημαίνει την αυτονόητη προϋπόθεση της δραστηριοποίησης του ανθρώπου για μια περισσότερη πράσινη και αποδοτική οικονομία, αφού μόνον αυτός είναι ο τρόπος για να συνεχίσει να απολαμβάνει.

3. Η πολυπλοκότητα του θέματος καταφαίνεται μέσα από τη διαδοχική υπόταξη, που καθιστά τον λόγο σύνθετο και προσδίδει επισημότητα («Ωστόσο, ο τρόπος που αξιοποιούμε και κάνουμε χρήση των φυσικών πόρων... και πλήττουν όλον τον πλανήτη»). Παράλληλα, με τη χρήση ονοματικής διατύπωσης μεταφέρονται ταυτόχρονα τόσο οι διαδικασίες όσο και τα αποτελέσματα αυτών και ο λόγος καθίσταται αφηρημένος και σοβαρός («ο τρόπος... είναι ενδεικτικός και του βαθμού αντίδρασης από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος, εάν δηλαδή αυτό είναι φιλικό και συμβάλλει στη διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας ζωής και στην εξασφάλιση ευημερίας...»). Τέλος, η χρήση ειδικού λεξιλογίου («πράσινη οικονομία, φυσικών πόρων είναι ενδεικτικός και του βαθμού αντίδρασης από πλευράς φυσικού περιβάλλοντος, ποιότητας ζωής, ευημερίας») συμβάλλει στην εστίαση στην επιστημονική πλευρά του θέματος και αναδεικνύει τη σοβαρότητά του.
4. «Ωστόσο, ο τρόπος που αξιοποιούμε και κάνουμε χρήση των φυσικών πόρων είναι ενδεικτικός και του βαθμού στον οποίο αντιδρά το φυσικό περιβάλλον, εάν δηλαδή αυτό είναι φιλικό και συμβάλλει στο να διατηρείται και να βελτιώνεται η ποιότητα ζωής και στο να εξασφαλίζεται ευημερία ή διαφορετικά αντιδρά με βίαιο τρόπο, τα αποτελέσματα του οποίου είναι γνωστά και πλήττουν όλον τον πλανήτη».
5. Λόγιο λεξιλόγιο: «θα κομίσουμε», «ψήγματα». Ειδικό λεξιλόγιο: «εφοδιαστική αλυσίδα», «βιώσιμης κατανάλωσης». Με τις λόγιες λέξεις ο συντάκτης αναδεικνύει τη σοβαρότητα του θέματος, ενδύοντας με λεκτικό κύρος τον λόγο του κι απαιτώντας την προσοχή του αναγνώστη. Με το ειδικό λεξιλόγιο υπενθυμίζει την κατάρτισή του πάνω στο θέμα κι έτσι κερδίζει την εμπιστοσύνη του αναγνώστη, αλλά ταυτόχρονα επιδρά περισσότερο στον προβληματισμό του. το ύφος καθίσταται ακαδημαϊκό και ο τόνος υψηλός, σοβαρός.

6. Η συντάκτρια αναδεικνύει την επιστημονική της κατάρτιση αρχικά με τη μικρή ιστορική αναδρομή («Η κατανάλωση και η συλλογή αγαθών έχει τις ρίζες της στα πρωτόγονα ένστικτα του κυνηγού-συλλέκτη»). Παράλληλα, με την αναφορά στον πρώτο Ψυχίατρο που μελέτησε την καταναλωτική υστερία («Ο πρώτος ο οποίος περιέγραψε ψυχιατρικά την τάση για μαζική καταναλωτική υστερία ήταν ο Emil Krapelin, ήδη το 1915»). Τέλος, η ψυχαναλυτική προσέγγισή της σχετικά με τους παράγοντες που εξηγούν την υπερκατανάλωση («Τις περισσότερες φορές η βόλτα στα μαγαζιά γίνεται μαζί με κάποιο φίλο ή φίλη... και ασφάλειας, καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν») αναδεικνύει την ικανότητά της να εισχωρεί στην ανθρώπινη ψυχή και να ερμηνεύει τις αντιδράσεις της.
7. Στην παράγραφο αυτή, όπως και σε όλο το κείμενο, χρησιμοποιείται η αναφορική λειτουργία της γλώσσας. Αυτό συμβαίνει διότι η συντάκτρια επιθυμεί να δώσει έμφαση σε αυτά που λέει, να αναδείξει το περιεχόμενο του λόγου της και τη σημαντικότητα του θέματος που θίγει, καθώς αυτό αφορά τη μη βιωσιμότητα του επιπέδου κατανάλωσης και παραγωγής. Αποδίδοντας τις λέξεις με τη συμβατική τους σημασία, επιθυμεί να εστιάσει στα σημαντικότερα αυτά καθαυτά, να καταγράψει με ρεαλιστικό τρόπο την πραγματικότητα απευθυνόμενη στη λογική του αναγνώστη, καθώς μέσω αυτής πρέπει ο τελευταίος να συνειδητοποιήσει και να αντιμετωπίσει το πρόβλημα. Με την αναφορική λειτουργία η συντάκτρια ικανοποιεί τόσο την πρόθεση της να πληροφορήσει τον αναγνώστη, όσο και να αναδείξει τις διαστάσεις του προβλήματος.
8. Στην παράγραφο αυτή η συντάκτρια αναλύει τις βαθύτερες αιτίες που οδηγούν στην κατανάλωση αγαθών. Πιο συγκεκριμένα, «η βόλτα στα μαγαζιά που γίνεται μαζί με κάποιο φίλο ή φίλη» αποτελεί την αιτία για να έρθει το αποτέλεσμα της διαφυγής από τη μοναξιά και της ψυχικής ανάτασης («Αυτό συνεπάγεται διέξοδο από τη μοναξιά, ευχάριστη κουβέντα και κατ'επέκταση αλλαγή της διάθεσης»). Παράλληλα, αναφέρεται ως αίτιο το υπαρξιακό πρόβλημα, η ευρύτερη κοινωνική παθολογία του ανθρώπου, η ανάγκη εξομάλυνσης προβλημάτων και αντιμετώπισης της έλλειψης σχέσεων, τα οποία επιφέρουν ως αποτέλεσμα τον υπερκαταναλωτισμό («Ο υπερκαταναλωτισμός αποτελεί συχνά... την έλλειψη ανθρώπινων σχέσεων»). Επίσης, αναφέρονται ως αιτίες η καταπολέμηση, η κάλυψη και η υπέρβαση «βαθύτερων αισθημάτων μοναξιάς, θυμού, δυσφορίας, θλίψης, κατωτερότητας και ανεπάρκειας», που έχουν ως αποτέλεσμα να αυξάνουν την καταναλωτική τάση («η ύπαρξη των οποίων δημιουργεί και τροφοδοτεί την ακατάπαυστη καταναλωτική τάση»). Τέλος, αναφέρεται ως αίτιο η ικανοποίηση της ανάγκης κατανάλωσης («ενώ η ικανοποίηση της») και η αδυναμία των υλικών αγαθών να πληγώσουν και να προδώσουν («καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν») και ως απότοκο η προσωρινή χαρά («γεννά με τη σειρά της προσωρινά και βραχυπρόθεσμα συναισθήματα πλήρωσης, ικανοποίησης και ασφάλειας»). Με τον τρόπο αυτό

η συντάκτρια εξηγεί με μεγάλη ενάργεια τους λόγους για τους οποίους οδηγείται ο άνθρωπος στην κατανάλωση, αλλά και τις επιπτώσεις αυτής της στάσης. Με την εξήγηση αυτή επιβεβαιώνει και την ιδιότητά της ως Ψυχιάτρου, καθώς ερμηνεύει επιστημονικά τις ανθρωπινες αντιδράσεις.

9. Ο τίτλος του Κειμένου 2 είναι «Οι ανάγκες και τα κίνητρα που οδηγούν στον καταναλωτισμό» και είναι ενδεικτικός του περιεχομένου, καθώς σε όλο το κείμενο αναφέρονται οι ανάγκες που ικανοποιεί ο άνθρωπος καταναλώνοντας και τα κίνητρα που τον οδηγούν σε αυτή τη στάση. Πιο συγκεκριμένα, στην πρώτη παράγραφο αναφέρεται η ανάγκη των ανθρώπων να ταυτίζονται με τα προϊόντα που αγοράζουν («ο καταναλωτισμός αναφέρεται στην τάση των ανθρώπων να ταυτίζονται... το πιο σύγχρονο κινητό ή επώνυμο ρούχα»). Στη δεύτερη παράγραφο φαίνεται ως ανάγκη η ευχαρίστηση και η χαρά («Οι άνθρωποι φαίνεται να έχουν συνδέσει την απόκτηση αγαθών με την ευχαρίστηση και τη χαρά»), αλλά και ο εθισμός, η εμμονή («Ο υπερκαταναλωτισμός είναι ένα είδος εθισμού... δε μας είναι καθόλου απαραίτητα»). Στην επόμενη παράγραφο αναφέρονται ως ανάγκες και κίνητρα του καταναλωτισμού η ανάγκη των ανθρώπων να επιλύσουν προβλήματα, να καλύψουν προσωπικά κενά και την απουσία ανθρωπίνης επαφής («Ο υπερκαταναλωτισμός αποτελεί συχνά σύμπτωμα εκδήλωσης υπαρξιακού προβλήματος... και βραχυπρόθεσμα συναισθήματα πλήρωσης, ικανοποίησης και ασφάλειας, καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν»).
10. «Συνιστά, δηλαδή, έναν παράδοξο και ατελέσφορο τρόπο αντιμετώπισης, κάλυψης ή και υπέρβασης βαθύτερων αισθημάτων μοναξιάς, θυμού, δυσφορίας, θλίψης, κατωτερότητας και ανεπάρκειας, η ύπαρξη των οποίων δημιουργεί και πυροδοτεί την ατέρμονη καταναλωτική ροπή», ενώ η ικανοποίηση της γεννά με τη σειρά της προσωρινά και βραχυπρόθεσμα συναισθήματα πλήρωσης, ικανοποίησης και ασφάλειας, καθώς τα υλικά αγαθά δεν πληγώνουν, ούτε προδίδουν».