Η κουλτούρα της ... κατάθλιψης! (Κωνσταντίνος Γ. Παπαδημητρακόπουλος)

Categories : ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Date : 1 Νοεμβρίου, 2017

Εἶναι ἀλήθεια πώς ζοῦμε στήν ἐποχή τῆς τεχνολογίας, τῆς ἐπιστήμης, τῆς ὑπεραφθονίας, τοῦ καταναλωτισμοῦ, τῶν ἀνέσεων. Καί στήν ἐποχή τῶν ραγδαίων ἐξελίξεων πού ὑπόσχονται τά πάντα. Ὡστόσο ποιός θά τό περίμενε ὅτι ταυτόχρονα ζοῦμε καί στήν ἐποχή τῶν ψυχολογικῶν προβλημάτων, τοῦ μεγάλου ψυχικοῦ κενοῦ καί τῶν ἀδιεξόδων, ὅτι τελικά ζοῦμε στόν «**πολιτισμό τῆς κατάθλιψης**», ὅπως ἀποκαλεῖται; Μιά κατάσταση πού κατευθύνεται ἀπό μιά καλά σχεδιασμένη κουλτούρα, αὐτή τήν ὁποία θά μπορούσαμε νά ἀποκαλέσουμε «**κουλτούρα τῆς κατάθλιψης**»! Τί ἀκριβῶς συμβαίνει; Ἀξίζει νά τό δοῦμε...

Τελευταῖα βρῆκε μεγάλη διάδοση στό διαδίκτυο μιά φωτογραφία μέ μιά κοπέλα καθισμένη σ’ ἕνα κάθισμα τοῦ μετρό τῆς Μόσχας. Εἶχε «γκόθ» στύλ καί ἐμφάνιση (μαῦρα ροῦχα, μαῦρα βαμμένα μαλλιά, μαῦρο μακιγιάζ κ.λπ.) καί πάνω στό πόδι της νά βρίσκεται ἕνα μεγάλο μαῦρο κοράκι δεμένο μέ λουρί!

Τό πρωτότυπο γιά τούς πολλούς -γι’ αὐτό καί βρῆκε μεγάλη δημοσιότητα ἡ φωτογραφία- ἦταν αὐτό ἀκριβῶς τό κοράκι πού εἶχε πάρει τή θέση κατοικίδιου ζώου, γεγονός ἐντελῶς ἀσυνήθιστο. Ὅμως ἄν προσέξει κανείς καλά αὐτή τή φωτογραφία θά διαπιστώσει καί τήν ἔντονη καταθλιπτική ἐμφάνιση αὐτῆς τῆς κοπέλας. Ὁπότε ἡ φωτογραφία αὐτή δέν εἶναι τίποτε ἄλλο τελικά, παρά ἡ ἴδια ἡ ἀποκάλυψη αὐτοῦ τοῦ «πολιτισμοῦ τῆς κατάθλιψης» πού ζοῦμε!

Οἱ εἰδικοί κάνουν λόγο γιά τήν παγκόσμια «ἐπιδημία» τῶν ψυχικῶν διαταραχῶν, ἐπικαλούμενοι μάλιστα καί τά στοιχεῖα τοῦ Παγκόσμιου Ὀργανισμοῦ Ὑγείας. Τό 10 - 12% τοῦ συνόλου τοῦ πληθυσμοῦ ὅλων των ἡλικιῶν πάσχει ἀπό ψυχικές ἀσθένειες κι εἶναι θέμα χρόνου ἡ κατάθλιψη νά εἶναι ἡ δεύτερη αἰτία θανάτου παγκοσμίως!

Τό πρόβλημα αὐτό δυστυχῶς ἀγγίζει καί τούς νέους, πού ὅλο καί πιό πολύ κλείνονται στόν ἑαυτό τους καί δέν ἔχουν ὄρεξη γιά τίποτα! Διέξοδο βρίσκουν στόν ἠλεκτρονικό τους ὑπολογιστή, στό διαδίκτυο, στά βιντεοπαιχνίδια καί στίς

ἱστοσελίδες κοινωνικῆς δικτύωσης. Μέ τά ὁποῖα ὅσο ἀσχολοῦνται, τόσο χειροτερεύουν τήν κατάστασή τους. Ναί!

Σύμφωνα μέ στοιχεῖα τῆς UNISEF τά παιδιά μέ τήν περισσότερο κακή διάθεση καί τάση πρός δυστυχία, εἶναι αὐτά τῶν Η.Π.Α. καί τῆς Μ. Βρετανίας. Κατά τούς εἰδικούς δέ, τά τελευταῖα 25 χρόνια, μειώνεται σταθερά ἡ ἡλικία ἔναρξης τῆς μείζονος κατάθλιψης!

Οἱ παράγοντες πού ὁδηγοῦν τήν ἀνθρωπότητα σ' αὐτή τήν κατάσταση, καί ἰδιαίτερα τίς ἀποκαλούμενες «ἀνεπτυγμένες κοινωνίες», εἶναι βέβαια πάρα πολλοί πού δέν εἶναι δυνατόν νά ἀναπτύξουμε ἐδῶ. Ὡστόσο θά θέλαμε νά τονίσουμε κάτι πού τό θεωροῦμε πάρα πολύ σημαντικό, προκειμένου νά βοηθήσουμε στήν ἀντιμετώπιση τοῦ προβλήματος. **Ὅτι, δηλαδή, αὐτή ἡ κατάσταση εἶναι σαφῶς κατευθυνόμενη καί μάλιστα μέσα ἀπό μιά ἰδιάζουσα κουλτούρα, τήν «κουλτούρα τῆς κατάθλιψης», ὅπως θά τήν λέγαμε.**

Ἀλλά θά γίνει καλύτερα κατανοητό τό φαινόμενο, μέσα ἀπό τά ἑξῆς χαρακτηριστικά παραδείγματα:

Πρῶτο παράδειγμα. Εἶναι πολύ ἀποκαλυπτική ἡ περίπτωση μέ τά λεγόμενα «τόπ μόντελ». Τή στιγμή πού πηγαινοέρχονται στήν «πασαρέλα», μοιάζουν μέ... θεές! Καί τί δέν ἔχουν. Ὀμορφιά -πού ζηλεύουν ἑκατομμύρια κορίτσια σ' ὅλο τόν κόσμο γι' αὐτό καί τίς θέτουν σάν πρότυπο!-, μεγάλες οἰκονομικές ἀμοιβές, νιάτα, δόξα, ροῦχα πανάκριβα κ.λπ. Ὡστόσο τί ἄλλο παρατηρεῖ κανείς; Πώς εἶναι ὅλες τους πάντοτε ἀγέλαστες, κατηφεῖς καί μελαγχολικές! Λές πώς κι αὐτό εἶναι τῆς μόδας, λές πώς κι αὐτό εἶναι ἕνα ἀκόμη «ἐμπόρευμα» πού τούς ἔδωσαν νά προωθήσουν μαζί μέ ὅλα τα ἄλλα!

Δεύτερο παράδειγμα. Στά ἐξώφυλλα τῶν κοσμικῶν περιοδικῶν, ὅποια κι ἄν εἶναι αὐτά, τό ἴδιο ἀκριβῶς παρατηρεῖ κανείς. Τά πρόσωπα νά εἶναι πανέμορφα, ἀλλά καί ταυτόχρονα ἀγέλαστα, μελαγχολικά, δίχως κανενός εἴδους αἰσιοδοξία. Τό ἴδιο λίγο ὡς πολύ συμβαίνει καί μέ τά κείμενά τους. Μέχρι κι αὐτές οἱ κοῦκλες στίς βιτρίνες τῶν καταστημάτων ἔχουν τήν ἴδια ὄψη. Λές καί τά συννεφιασμένα μελαγχολικά πρόσωπα εἶναι ἐκεῖνα πού ἔχουν πέραση σήμερα!

Τρίτο παράδειγμα. Ἀναφέρεται ὅτι οἱ ἐνέσεις Botox καί μάλιστα στό πρόσωπο γίνονται ὁλοένα καί πιό δημοφιλεῖς σέ ἄτομα κάτω των 25 ἐτῶν, ἰδιαίτερα δέ στή Μ. Βρετανία! Καί γιατί τό κάνουν αὐτό οἱ νέοι; Σύμφωνα μέ τήν ἐπιθεώρηση Journal of Aesthetic Nursing, γιά νά ἀποκτήσουν ἐκεῖνο τό «ἀνέκφραστο παγωμένο πρόσωπο» πολλῶν διασημοτήτων!

Τέταρτο παράδειγμα. Λένε γιά τούς σχεδιαστές μόδας, ὅπως τόν Γάλλο Μαρτέν

Μαρζιελά, ὅτι ἔχουν λόγο πού ντύνουν τίς γυναῖκες μέ ἡμικατεργασμένα ροῦχα. Μέ τόν τρόπο αὐτό τῆς «ρακένδυτης φιλοσοφίας», θέλουν νά ἐξυμνήσουν ὄχι μόνο τήν ἰσοπέδωση καί τήν ἐγκατάλειψη, ἀλλά καί τόν πεσιμισμό! Ἕνα πανάκριβο τζίν εἶναι ξεφτισμένο, ἕνα κασμιρένιο πουλόβερ ἔχει μιά μελαγχολική τρύπα σοφά σχεδιασμένη, πού συμβολίζει -λένε- τήν μοιρολατρία! Κάθε τόσο διαβάζει κανείς στίς συνεντεύξεις, ὄχι μόνο τραγουδιστῶν ἀλλά καί πολλῶν ἄλλων δημιουργῶν, νά λένε ὅτι ἡ θλίψη εἶναι ἁπλῶς ἕνας τρόπος γιά νά ἐκφραστοῦν καλύτερα!

Πέμπτο παράδειγμα. Θά ἔχουμε παρατηρήσει πώς τελευταία τά μελανά χρώματα εἶναι ἡ νέα τάση τῶν διαφημιστικῶν ἑταιρειῶν. Γι’ αὐτό καί βλέπουμε οἱ σκοῦρες συσκευασίες νά γίνονται μόδα ἀκόμη καί γιά τά παγωτά, τίς ὀδοντόκρεμες, τά σαμπουάν καί τά ἀπορρυπαντικά, ἄν καί τό μαῦρο χρῶμα δέν συνάδει μέ τίς ἔννοιες τῆς καθαριότητας καί τῆς ὑγιεινῆς! Κι ἐκεῖ πού εἴχαμε τά μαῦρα ροῦχα, τά μαῦρα αὐτοκίνητα κ.λπ., τώρα ἔχουμε μαῦρες ἀκόμη καί τίς πιστωτικές κάρτες! Μαῦρες καί τίς μπίρες ὄχι μόνο στή συσκευασία ἀλλά καί στό περιεχόμενο! Μαύρη τή ζάχαρη, μαῦρα καί τά ζυμαρικά, ἄν καί κατά τούς ψυχολόγους τό πορτοκαλί χρῶμα εἶναι ἐκεῖνο πού ἀνοίγει τήν ὄρεξη! Οἱ διαφημιστές λένε ὅτι τάχα «τό μαῦρο βοηθᾶ τίς ἑταιρεῖες νά ξεχωρίζουν»!

Ἕκτο παράδειγμα. Ἄν ἀνοίξουμε τυχαῖα τό ραδιόφωνο κι ἀκούσουμε τήν ὅποια μουσική καί τά τραγούδια τοῦ κόσμου παίζονται ἐκείνη τήν ὥρα, καί τήν Ἑλληνική -γιατί ὄχι;-, θά διαπιστώσουμε αὐτή τή μελαγχολία, τή θλίψη, τόν πεσιμισμό καί τήν κατάθλιψη νά εἶναι διάχυτα!

Μάλιστα σύμφωνα μέ ἔρευνα τοῦ Πανεπιστημίου τοῦ Τορόντο καί τοῦ Ἐλεύθερου Πανεπιστημίου τοῦ Βερολίνου πού δημοσιεύτηκε στήν ἐπιστημονική ἐπιθεώρηση «Science», ἡ σημερινή πόπ γιά παράδειγμα, εἶναι σαφῶς λυπητερή καί μάλιστα περισσότερο ἀπ’ ὅ,τι ἦταν στό παρελθόν!

Παρατηρήθηκε, δηλαδή, ὅτι τά σημερινά τραγούδια τῆς πόπ εἶναι μεγαλύτερης διάρκειας κι ἔχουν πιό ἀργό τέμπο σέ σχέση μέ τά παλαιότερα πόπ κομμάτια ὅπως ἦταν ἐκεῖνα τῶν Ἄμπα καί τῶν Μπίτλς, μέ ἀποτέλεσμα νά μᾶς (κατα)θλίβουν ἀκόμη περισσότερο! Ἀπό τήν ἀνάλυση δέ 1000 τραγουδιῶν προέκυψε ὅτι οἱ «λυπητερές» αὐτές μελωδίες τῆς πόπ ἔχουν διπλασιαστεῖ σέ σχέση μέ τό παρελθόν!

Ἕβδομο παράδειγμα. Ἔχει παρατηρηθεῖ πώς πολλά μικρά ἤ μεγάλα κινήματα τῆς νεολαίας, ὅπως παλαιότερα ἐκεῖνα τῶν γκράντζ (grunge) καί τοῦ νεοπάνκ (neopank), πέραν ἀπ’ τήν αἴσθηση τοῦ ἀτακτοποίητου, τοῦ μή κατασκευασμένου κ.λπ. πού δημιουργοῦσαν, ταυτόχρονα ἐξέφραζαν καί τόν… σύγχρονο ρομαντισμό τῆς θλίψης! Ἐπιπλέον ὑποστηρίζεται βάσιμα πώς ἀκόμη καί τό προκλητικό ντύσιμο τῆς νεολαίας, ἡ μεγάλη ἄνθηση τῆς παντός εἴδους νυχτερινῆς διασκέδασης, ἡ χρήση τῶν ναρκωτικῶν, ἡ μεγάλη κατανάλωση ἀλκοόλ, ἡ ἐξάρτηση ἀπ’ τό διαδίκτυο, τό

«κόλλημα» μέ τά ἠλεκτρονικά παιχνίδια, ὅλα αὐτά τά φαινόμενα τοῦ καιροῦ μας, ἔχουν ὡς αἰτία τους τήν κατάθλιψη!

Ἄν προσέξουμε ὅλα αὐτά κι ἄν τά ἐρευνήσουμε σέ βάθος, θά διαπιστώσουμε πώς σέ πολύ μεγάλο βαθμό, ἡ ὅλη αὐτή κατάσταση τῆς θλίψης, εἶναι σαφῶς σχεδιασμένη καί καλά μελετημένη. Δέν εἶναι μόνο ἡ ἀποκάλυψη τοῦ ἤδη ὑπάρχοντος προβλήματος.

Ὁ ρόλος τοῦ μάρκετινγκ εἶναι σαφέστατος. Τόν εἴδαμε! Λέγεται δέ ὅτι, εἰδικά αὐτό τό μαῦρο χρῶμα στά προϊόντα ἄρχισε νά καθιερώνεται σταδιακά καί ἀνεπαίσθητα στή συνείδηση τοῦ κόσμου ἀπό τή δεκαετία τοῦ 1980! Τότε πού τό συνέδεσαν ἀκόμη καί μέ τίς ἔννοιες τοῦ κύρους, τῆς ἐξουσίας, τῆς ἐπιρροῆς καί τῆς ἀναγνώρισης γιά νά ἐπικρατήσει, γιατί ἀπό μόνο του εἶναι σαφῶς ἀντιεμπορικό!

Ἔτσι τό θέμα χειρίζονται σαφῶς οἱ πολυεθνικές, ὅποιες κι ἄν εἶναι αὐτές. Τῶν τροφίμων, τῆς μουσικῆς, τῆς μόδας, τῆς ἐνδυμασίας, τοῦ καλλωπισμοῦ, τῆς καθαριότητας, τῶν ἐντύπων, τῶν βιντεοπαιχνιδιῶν -ἐκεῖ νά δεῖτε τί γίνεται!- κ.λπ. Καί βεβαίως ἡ «διεθνής τῶν πονηρῶν», πού τίς κατευθύνει!

Κι ὅμως σύμφωνα μέ ἔρευνα τοῦ Πανεπιστημίου τοῦ Βερμόντ τῶν Η.Π.Α. πού ἐξέτασε τά ὅσα γράφονται καί λέγονται σέ 10 γλῶσσες τοῦ κόσμου, διαπιστώθηκε ὅτι οἱ ἄνθρωποι χρησιμοποιοῦν περισσότερο τίς θετικές λέξεις καί λιγότερο τίς ἀρνητικές. Μέ ἄλλα λόγια τείνουν νά βλέπουν τή φωτεινή πλευρά τῆς ζωῆς. **Αὐτό ἀκριβῶς εἶναι ἐκεῖνο πού θέλει νά ἀνατρέψει ἡ «κουλτούρα τῆς κατάθλιψης»!**

Ἄς δοῦμε καί κάτι ἀκόμη. Οἱ εἰδικοί ἐπιστήμονες ἐπικαλοῦνται τή θεωρία τῆς προσωπικῆς ἀνάδρασης τῆς ψυχολογίας, σύμφωνα μέ τήν ὁποία οἱ ἐκφράσεις τοῦ προσώπου μας ὄχι μόνο ἀποκαλύπτουν τά συναισθήματά μας, ἀλλά μποροῦν καί νά τά ἐπηρεάσουν. Ἔτσι ἐνῶ τό χαμόγελο μπορεῖ νά βελτιώσει τή διάθεσή μας, οἱ ἐκφράσεις τῆς λύπης τήν ἐπιδεινώσουν! *«Χαμογελᾶμε ἐπειδή εἴμαστε εὐτυχισμένοι, ὅμως καί τό χαμόγελο μπορεῖ νά μᾶς κάνει εὐτυχισμένους»,* λένε πολύ χαρακτηριστικά.

Σύμφωνα μέ ἔρευνα τοῦ Πανεπιστημίου τοῦ Σέντ Λούϊς, ἀκόμη καί τό στρές μοιάζει μέ τό… κρυολόγημα! Μπορεῖ, δηλαδή, νά… ἐξαπλωθεῖ ταχύτατα στόν πληθυσμό καί νά τό «κολλήσουμε» εὔκολα, ὅπως συμβαίνει μέ τό κοινό κρυολόγημα!

Ἐπιπλέον ἔχει διαπιστωθεῖ πώς τόσο τά θετικά ὅσο καί τά ἀρνητικά συναισθήματα εἶναι μεταδοτικά ἀκόμη καί μέσω τῶν κοινωνικῶν δικτύων (facebook, twitter κ.λπ.), δηλαδή ἀκόμη κι ἐκεῖ πού δέν ὑπάρχει πραγματική ἐπαφή!

Ἑπομένως αὐτή ἡ «κουλτούρα τῆς κατάθλιψης» εἶναι σαφῶς μεταδοτική,

ὅπως καί οἱ ἐπιπτώσεις της βέβαια!

Ἀναφέρει ὁ Ἅγιος Παΐσιος: *«Νά ἔχει λύπη ἕνας ἄνθρωπος πού βρίσκεται μακριά ἀπό τόν Χριστό, τό καταλαβαίνω. Ἀλλά νά ἔχει λύπη ἕνας πού εἶναι κοντά στόν Χριστό, δέν τό καταλαβαίνω, γιατί, καί πόνο νά ἔχει, ὁ πόνος του μελώνεται ἀπό τόν Χριστό. Ὅπως ἔχω καταλάβει, στόν ἄνθρωπο δέν ὑπάρχει φαρμάκι, γιατί, ἄν τό φαρμάκι ἀκουμπήσει στόν Χριστό, γίνεται γλυκό σιρόπι. Ὅποιος ἔχει μέσα του φαρμάκι, σημαίνει ὅτι δέν ἀκουμπάει τά προβλήματά του στόν Χριστό. Ἡ χαρά εἶναι τοῦ Χριστοῦ, ἡ λύπη εἶναι τοῦ διαβόλου».*

Συνεπῶς ἡ «κουλτούρα τῆς κατάθλιψης» εἶναι σαφῶς διαβολική κατάσταση κι ἀλίμονο σ’ αὐτούς πού δέν ἀκουμποῦν τά προβλήματά τους στόν Χριστό!

(Περιοδικό «Διάλογος», Απρίλιος - Ιούνιος 2017, τεύχος 88. Για να γίνετε συνδρομητές στο Περιοδικό "ΔΙΑΛΟΓΟΣ" παρακαλούμε καλέστε στο 2106396665)

(Πηγή ηλ. κειμένου: impantokratoros.gr*)*