

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

Categories : [ΚΟΙΝΩΝΙΑ](#)

Date : 1 Νοεμβρίου, 2017

Είναι αλήθεια πώς ζούμε στην εποχή της τεχνολογίας, της έπιστήμης, της υπεραφθονίας, του καταναλωτισμού, των άνεσεων. Καί στην εποχή των ραγδαίων εξελίξεων πού υπόσχονται τά πάντα. Όστόσο ποιός θά τό περίμενε ότι ταυτόχρονα ζούμε καί στην εποχή των ψυχολογικών προβλημάτων, του μεγάλου ψυχικού κενού καί των άδιεξόδων, ότι τελικά ζούμε στον «**πολιτισμό της κατάθλιψης**», όπως άποκαλείται; Μιά κατάσταση πού κατευθύνεται από μία καλά σχεδιασμένη κουλτούρα, αυτή την όποία θά μπορούσαμε νά άποκαλέσουμε «**κουλτούρα της κατάθλιψης**»! Τί άκριβώς συμβαίνει; Άξίζει νά τό δοΰμε...

Τελευταία βρήκε μεγάλη διάδοση στό διαδίκτυο μία φωτογραφία μέ μία κοπέλα καθισμένη σ' ένα κάθισμα του μετρό της Μόσχας. Είχε «γκόθ» στυλ καί εμφάνιση (μαύρα ρούχα, μαύρα βαμμένα μαλλιά, μαύρο μακιγιάζ κ.λπ.) καί πάνω στό πόδι της νά βρίσκεται ένα μεγάλο μαύρο κοράκι δεμένο μέ λουρί!

Τό πρωτότυπο γιά τούς πολλούς -γι' αυτό καί βρήκε μεγάλη δημοσιότητα ή φωτογραφία- ήταν αυτό άκριβώς τό κοράκι πού είχε πάρει τή θέση κατοικίδιου ζώου, γεγονός έντελώς άσυνήθιστο. Όμως αν προσέξει κανείς καλά αυτή τή φωτογραφία θά διαπιστώσει καί την έντονη καταθλιπτική εμφάνιση αυτής της κοπέλας. Όπότε ή φωτογραφία αυτή δέν είναι τίποτε άλλο τελικά, παρά ή ίδια ή άποκάλυψη αυτού του «πολιτισμού της κατάθλιψης» πού ζούμε!

Οι ειδικοί κάνουν λόγο γιά τήν παγκόσμια «έπιδημία» των ψυχικών διαταραχών, έπικαλούμενοι μάλιστα καί τά στοιχεία του Παγκόσμιου Όργανισμού Υγείας. Τό 10 - 12% του συνόλου του πληθυσμού όλων των ηλικιών πάσχει από ψυχικές ασθένειες κι είναι θέμα χρόνου ή κατάθλιψη νά είναι ή δεύτερη αίτία θανάτου παγκοσμίως!

Τό πρόβλημα αυτό δυστυχώς άγγίζει καί τούς νέους, πού όλο καί πío πολύ κλείνονται στον έαυτό τους καί δέν έχουν όρεξη γιά τίποτα! Διέξοδο βρίσκουν στον ήλεκτρονικό τους ύπολογιστή, στό διαδίκτυο, στα βιντεοπαιχνίδια καί στίς

ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Μέ τα όποια όσο ασχολούνται, τόσο χειροτερεύουν την κατάσταση τους. Ναί!

Σύμφωνα με στοιχεία της UNICEF τά παιδιά μέ την περισσότερο κακή διάθεση και τάση πρός δυστυχία, είναι αυτά τών Η.Π.Α. και τής Μ. Βρετανίας. Κατά τούς ειδικούς δέ, τά τελευταία 25 χρόνια, μειώνεται σταθερά ή ηλικία έναρξης τής μείζονος κατάθλιψης!

Οι παράγοντες πού οδηγούν την ανθρωπότητα σ' αυτή την κατάσταση, και ιδιαίτερα τίς αποκαλούμενες «άνεπτυγμένες κοινωνίες», είναι βέβαια πάρα πολλοί πού δέν είναι δυνατόν νά αναπτύξουμε έδω. Όστόσο θά θέλαμε νά τουίσουμε κάτι πού τό θεωρούμε πάρα πολύ σημαντικό, προκειμένου νά βοηθήσουμε στην αντιμετώπιση του προβλήματος. **Ότι, δηλαδή, αυτή ή κατάσταση είναι σαφώς κατευθυνόμενη και μάλιστα μέσα από μιά ιδιόζουσα κουλτούρα, την «κουλτούρα τής κατάθλιψης», όπως θά την λέγαμε.**

Αλλά θά γίνει καλύτερα κατανοητό τό φαινόμενο, μέσα από τά έξης χαρακτηριστικά παραδείγματα:

Πρώτο παράδειγμα. Είναι πολύ αποκαλυπτική ή περίπτωση μέ τά λεγόμενα «τόπ μόντελ». Τή στιγμή πού πηγαινοέρχονται στην «πασαρέλα», μοιάζουν μέ... θεές! Και τί δέν έχουν. Όμορφιά -πού ζηλεύουν εκατομμύρια κορίτσια σ' όλο τον κόσμο γι' αυτό και τίς θέτουν σαν πρότυπο!-, μεγάλες οικονομικές άμοιβές, νιάτα, δόξα, ρούχα πανάκριβα κ.λπ. Όστόσο τί άλλο παρατηρεί κανείς; Πώς είναι όλες τους πάντοτε άγέλαστες, κατηφείς και μελαγχολικές! Λές πώς κι αυτό είναι τής μόδας, λές πώς κι αυτό είναι ένα άκόμη «έμπόρευμα» πού τούς έδωσαν νά προωθήσουν μαζί μέ όλα τα άλλα!

Δεύτερο παράδειγμα. Στά έξώφυλλα τών κοσμικών περιοδικών, όποια κι αν είναι αυτά, τό ίδιο ακριβώς παρατηρεί κανείς. Τά πρόσωπα νά είναι πανέμορφα, αλλά και ταυτόχρονα άγέλαστα, μελαγχολικά, δίχως κανενός είδους αισιοδοξία. Τό ίδιο λίγο ως πολύ συμβαίνει και μέ τά κείμενά τους. Μέχρι κι αυτές οι κοϋκλες στίς βιτρίνες τών καταστημάτων έχουν την ίδια όψη. Λές και τά συννεφιασμένα μελαγχολικά πρόσωπα είναι εκείνα πού έχουν πέραση σήμερα!

Τρίτο παράδειγμα. Αναφέρεται ότι οι ενέσεις Botox και μάλιστα στό πρόσωπο γίνονται ολοένα και πιο δημοφιλείς σέ άτομα κάτω των 25 έτών, ιδιαίτερα δέ στή Μ. Βρετανία! Και γιατί τό κάνουν αυτό οι νέοι; Σύμφωνα μέ την έπιθεώρηση Journal of Aesthetic Nursing, γιά νά αποκτήσουν εκείνο τό «άνέκφραστο παγωμένο πρόσωπο» πολλών διασημοτήτων!

Τέταρτο παράδειγμα. Λένε γιά τούς σχεδιαστές μόδας, όπως τον Γάλλο Μαρτέν

Μαρζιελά, ότι έχουν λόγο πού ντύνουν τις γυναίκες μέ ημικατεργασμένα ρούχα. Μέ τον τρόπο αυτό της «ρακένδυτης φιλοσοφίας», θέλουν νά έξυμνήσουν όχι μόνο την ίσοπέδωση καί την έγκατάλειψη, αλλά καί τον πεσιμισμό! Ένα πανάκριβο τζίν είναι ξεφτισμένο, ένα κασμιρένιο πουλόβερ έχει μιά μελαγχολική τρύπα σοφά σχεδιασμένη, πού συμβολίζει -λένε- την μοιρολατρία! Κάθε τόσο διαβάζει κανείς στίς συνεντεύξεις, όχι μόνο τραγουδιστών αλλά καί πολλών άλλων δημιουργών, νά λένε ότι ή θλίψη είναι άπλως ένας τρόπος για νά έκφραστούν καλύτερα!

Πέμπτο παράδειγμα. Θα έχουμε παρατηρήσει πώς τελευταία τά μελανά χρώματα είναι ή νέα τάση τών διαφημιστικών εταιρειών. Γι' αυτό καί βλέπουμε οί σκοούρες συσκευασίες νά γίνονται μόδα άκόμη καί για τά παγωτά, τις όδοντόκρεμες, τά σαμπουάν καί τά άπορρυπαντικά, άν καί τό μαύρο χρώμα δέν συνάδει μέ τις έννοιες της καθαριότητας καί της υγιεινής! Κι εκεί πού είχαμε τά μαύρα ρούχα, τά μαύρα αúτοκίνητα κ.λπ., τώρα έχουμε μαύρες άκόμη καί τις πιστωτικές κάρτες! Μαύρες καί τις μπίρες όχι μόνο στή συσκευασία αλλά καί στό περιεχόμενο! Μαύρη τή ζάχαρη, μαύρα καί τά ζυμαρικά, άν καί κατά τούς ψυχολόγους τό πορτοκαλί χρώμα είναι εκείνο πού άνοίγει την όρεξη! Οί διαφημιστές λένε ότι τάχα «τό μαύρο βοηθά τις εταιρείες νά ξεχωρίζουν»!

Έκτο παράδειγμα. Άν άνοίξουμε τυχαία τό ραδιόφωνο κι άκούσουμε την όποια μουσική καί τά τραγούδια του κόσμου παίζονται εκείνη την ώρα, καί την Έλληνική -γιατί όχι;- , θα διαπιστώσουμε αúτη τή μελαγχολία, τή θλίψη, τον πεσιμισμό καί την κατάθλιψη νά είναι διάχυτα!

Μάλιστα σύμφωνα μέ έρευνα του Πανεπιστημίου του Τορόντο καί του Έλεύθερου Πανεπιστημίου του Βερολίνου πού δημοσιεύτηκε στήν έπιστημονική έπιθεώρηση «Science», ή σημερινή πόπ για παράδειγμα, είναι σαφώς λυπητερή καί μάλιστα περισσότερο άπ' ό,τι ήταν στό παρελθόν!

Παρατηρήθηκε, δηλαδή, ότι τά σημερινά τραγούδια της πόπ είναι μεγαλύτερης διάρκειας κι έχουν πιο άργό τέμπο σε σχέση μέ τά παλαιότερα πόπ κομμάτια όπως ήταν εκείνα τών Άμπα καί τών Μπίτλς, μέ άποτέλεσμα νά μās (κατα)θλίβουν άκόμη περισσότερο! Από την άνάλυση δέ 1000 τραγουδιών προέκυψε ότι οί «λυπητερές» αúτες μελωδίες της πόπ έχουν διπλασιαστεί σε σχέση μέ τό παρελθόν!

Έβδομο παράδειγμα. Έχει παρατηρηθεί πώς πολλά μικρά ή μεγάλα κινήματα της νεολαίας, όπως παλαιότερα εκείνα τών γκράντζ (grunge) καί του νεοράνκ (neorank), πέραν άπ' την αίσθηση του άτακτοποίητου, του μή κατασκευασμένου κ.λπ. πού δημιουργούσαν, ταυτόχρονα έξέφραζαν καί τον... σύγχρονο ρομαντισμό της θλίψης! Έπιπλέον υποστηρίζεται βάσιμα πώς άκόμη καί τό προκλητικό ντύσιμο της νεολαίας, ή μεγάλη άυθηση της παντός είδους νυχτερινής διασκέδασης, ή χρήση τών ναρκωτικών, ή μεγάλη κατανάλωση άλκοόλ, ή έξάρτηση άπ' τό διαδίκτυο, τό

«κόλλημα» μέ τά ηλεκτρονικά παιχνίδια, όλα αυτά τά φαινόμενα τοῦ καιροῦ μας, ἔχουν ὡς αἰτία τους τήν κατάθλιψη!

Ἄν προσέξουμε ὅλα αυτά 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 εἶδαμε! 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 ἐπικρατήσῃ, γιάτί 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 «διεθνῆς 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 φωτεινῆ πλευρά τῆς ζωῆς. **Αὐτό ἀκριβῶς εἶναι ἐκεῖνο πού θέλει νά ἀνατρέψῃ 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 βελτιώσῃ τή διάθεσή μας, οἱ ἐκφράσεις τῆς λύπης τήν ἐπιδεινώσουν! *«Χαμογελάμε ἐπειδή εἴμαστε εὐτυχισμένοι, ὅμως καί τό χαμόγελο μπορεῖ νά μᾶς κάνει εὐτυχισμένους»*, λένε πολύ χαρακτηριστικά.

Σύμφωνα μέ ἔρευνα τοῦ Πανεπιστημίου τοῦ Σέντ Λουῖς, ἀκόμη καί τό στρές μοιάζει μέ τό... κρυολόγημα! Μπορεῖ, δηλαδή, νά... ἐξαπλωθεῖ ταχύτατα στόν πληθυσμό καί νά τό «κολλήσουμε» εὐκόλα, 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!

Ἐπομένως 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, ἂν 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», Ἀπρίλιος - Ιούνιος 2017, τεύχος 88. Για να γίνετε συνδρομητές στο Περιοδικό "ΔΙΑΛΟΓΟΣ" παρακαλούμε καλέστε στο 2106396665)

(Πηγή ηλ. κειμένου: impantokratoros.gr)