Η νεότητα ως προϊόν! (Κ. Γ. Παπαδημητρακόπουλος)

Categories : ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Date : 27 Νοεμβρίου, 2019

Σήμερα αὐτὸ ποὺ κυριαρχεῖ, καλοί μου φίλοι, εἶναι **ἡ νεότητα** καὶ μόνον αὐτή. Τὸ γῆρας εἶναι ἀπεχθές! Μέση ἡλικία δὲν ὑπάρχει! Ἡ παιδικὴ ἡλικία ὅλο καὶ συρρικνώνεται πρὸς τὰ κάτω! Ἔτσι αὐτὸ ποὺ προβάλλεται πάρα πολὺ εἶναι μόνο ἡ νεότητα! Ὅλα, μὰ ὅλα, περιστρέφονται γύρω ἀπ' αὐτήν. Καὶ ὅλα εἶναι χτισμένα πάνω της! Βλέπετε ἡ νεότητα εἶναι ἀναμφίβολα γοητευτικὴ καὶ πολλὰ ὑποσχόμενη. Εἶναι ἀπὸ μόνη της ἕνας θησαυρός. Ἑπόμενο εἶναι νὰ γίνει κι αὐτὴ προϊόν! Δηλαδή; Δέστε …

* * *

Μία ἀπὸ τὶς πολὺ βασικὲς ἀρχὲς τοῦ μάρκετινγκ, εἶναι καὶ ἡ λεγόμενη «τμηματοποίηση» τῆς ἀγορᾶς. Ἂς ὑποθέσουμε ὅτι κάποιος θέλει νὰ πουλήσει παπούτσια. Ἔρχεται αὐτὴ ἡ ἀρχὴ τοῦ μάρκετινγκ καὶ τοῦ λέει: Γιὰ νὰ πετύχεις θὰ πρέπει νὰ χωρίσεις τὴν ἀγορὰ (τοὺς πελάτες δηλαδὴ) σὲ τμήματα. Κατ' ἀρχὴν σὲ ἄνδρες, σὲ γυναῖκες καὶ σὲ παιδιά. Δὲν μπορεῖς νὰ ἀπευθύνεσαι σὲ ὅλους. Ἔπειτα τὴν «ἀγορὰ» τῶν γυναικῶν, γιὰ παράδειγμα, θὰ τὴν χωρίσεις σὲ κορίτσια, σὲ νέες, σὲ μεσόκοπες, σὲ μεγάλης ἡλικίας. Ἔπειτα σὲ πλούσιες καὶ σὲ φτωχές. Ἔπειτα σὲ χρήσεις τῶν παπουτσιῶν (ἀθλητικά, καθημερινὰ κ.λπ.). Καὶ ἀνάλογα μὲ αὐτὸ θὰ κάνεις τὶς κινήσεις σου.

Ὅμως στὸ θέμα τῆς νεότητας κάνει ἀκριβῶς τὸ ἀντίθετο. Προκειμένου νὰ πουλήσει καλύτερα ὅλο καὶ πιὸ πολλὰ προϊόντα, ἐκμεταλλευόμενο τὸν πόθο ὅλων μας νὰ εἴμαστε πάντοτε νέοι, ἰσοπεδώνει τὶς ἡλικίες καὶ τὶς κάνει ὅλες μία. Δηλαδὴ τὴ νεανική!

Οἱ πολυεθνικὲς δὲν ἔχουν εὐαισθησίες καμμιᾶς μορφῆς. Ὅλα τὰ βλέπουν ὡς «ἀγορά». Ἐξάλλου δὲν ἔχουν νὰ λογοδοτήσουν σὲ κανένα, παρὰ μονάχα στὰ ἀνελέητα χρηματιστήρια! Τὸ ἴδιο βλέπουν καὶ τὴν ἡλικία τοῦ ἀνθρώπου.

Ἀξίζει νὰ ποῦμε ὅτι 1 στοὺς 2 ἀνθρώπους τοῦ πλανήτη εἶναι νέος σὲ ἡλικία. Κι ἐπιπλέον 1 στοὺς 4 εἶναι κάτω τῶν 15 ἐτῶν! Πώ – πώ τί … ἀγορά!

Καὶ δὲν τὶς φθάνει ποὺ ὁ μισὸς πλανήτης εἶναι νέοι, κατὰ τὴ λογικὴ τῆς πλεονεξίας, τὰ θέλουν ὅλα δικά τους. Κι ἐν προκειμένῳ θέλουν αὐτὴ ἡ «ἀγορὰ» νὰ περιλαμβάνει

– εἰ δυνατόν – τούς πάντες! Ἔτσι ἄλλες ἡλικίες δὲν ὑπάρχουν πέραν τῆς νεανικῆς!

Ἔπειτα εἶναι κι αὐτό: Ὅ,τι μάθει κανεὶς ὡς νέος θὰ τὸ ἀκολουθήσει ὅλη του τὴ ζωή. Ἂν μάθει νὰ καπνίζει, γιὰ παράδειγμα, θὰ εἶναι ἕνας τέλειος πελάτης ἐφ' ὅρου ζωῆς. Τὸ ἴδιο ἂν πίνει, ἂν διασκεδάζει μὲ τοὺς γνωστοὺς τρόπους, ἂν ντύνεται μὲ τὰ συγκεκριμένα ροῦχα κ.λπ. Πέραν τοῦ ὅτι οἱ ἔφηβοι καὶ οἱ νέοι εἶναι σήμερα οἱ καλύτεροι καταναλωτὲς (λέγεται ὅτι ξοδεύουν κάπου 160 δὶς δολλάρια τὸ χρόνο μόνο στὴν Ἀμερική)!!!

Πρὸς τὴν κατεύθυνση αὐτὴ καὶ τί δὲν ἐκμεταλλεύονται. Τὸ σημαντικότερο ὅλων εἶναι ἡ ἐπιθυμία μας νὰ εἴμαστε ἢ καὶ νὰ παραμείνουμε νέοι. Γιὰ πάντα. Αἰώνια.

Νὰ γιατί τὰ προϊόντα τους ἀπευθύνονται ὅλο καὶ πρὸς τὰ κάτω, κάνοντας τὰ παιδιὰ «ἄγουρους» ἐνήλικες! Θέλουν τὰ παιδιὰ νὰ τὰ γεύονται ὅλα προκειμένου νὰ πωλοῦν ὅλα τους τὰ προϊόντα καὶ σ' αὐτά. Μὴ ἀποροῦμε γιατί **χάνεται τόσο νωρὶς ἡ μεγίστη τῶν ἀρετῶν κατὰ τὸν ἱ. Χρυσόστομο, ποὺ εἶναι** ἡ (παιδικὴ) ἀθῳότητα!

Νὰ γιατί μεσήλικες δὲν ὑπάρχουν, ἀλλὰ «ὥριμοι» νέοι καὶ νεανίζοντες! Καὶ τί δὲν πωλοῦν μ' αὐτὴ τὴ λογικὴ προκειμένου νὰ εἶναι κάποιοι ἔτσι. Ἀπὸ τὰ καλλυντικά, τὶς χειρουργικὲς ἐπεμβάσεις αἰσθητικῆς, τὰ ροῦχα, τὶς διασκεδάσεις κ.λπ. «Σὲ μία κοινωνία ποὺ ἀποθεώνει τὸ νεανικὸ σφρῖγος, ὁλοένα καὶ περισσότερες ὥριμες γυναῖκες τρέχουν πανικόβλητες στοὺς πλαστικούς», ἔγραψε κοσμικὸ περιοδικό.

Μὴ ἀποροῦμε γιατί οἱ μεγάλοι συμπεριφέρονται ὡς νέοι καὶ ὡς ἔφηβοι ἀκόμη, στὰ πάντα! Ἤδη διατυπώνεται ἡ ἄποψη ὅτι χάσμα γενεῶν δὲν ὑπάρχει! Τὸ μίκρυνε καὶ τὸ κατήργησε οὐσιαστικὰ ἡ ἔκπτωση τῶν ἠθῶν καὶ τῶν ἀρχῶν τῶν μεγάλων, ἐκεῖ στὴν προσπάθειά τους νὰ εἶναι ... ἔφηβοι. Ἢ ἔστω νέοι! Εἶναι γιατί οἱ ἐνήλικες ἀντιγράφουν πλέον τοὺς ἐφήβους!

Οἱ νέοι μέχρι πρότινος κατηγοροῦνταν ἀπὸ τοὺς μεγαλύτερούς τους ὡς ἐφευρέτες πολλῶν κακῶν, ἢ ὡς ἀκολουθοῦντες τάσεις καὶ μόδες ἀνήκουστες, περιθωριακές, ὥς καὶ ἀποκρουστικὲς ἀκόμη. Ὄχι τόσο σήμερα, ἀφοῦ τὶς ἀκολουθοῦν πλέον καὶ οἱ ἴδιοι!

Κάποτε ὑπῆρχε ἕνα συγκεκριμένο νεανικὸ στὺλ συμπεριφορᾶς καὶ ντυσίματος, τὸ ὁποῖο τὸ ἐγκατέλειπε κανείς, ὅταν δὲν ἦταν πλέον ἔφηβος καὶ νέος. Σήμερα τί παρατηρεῖ κανείς; Ὅτι δὲν ὑπάρχει οὐσιαστικὴ διαχωριστικὴ γραμμὴ στὸν ἐνδυματολογικὸ κώδικα ἑνὸς ἐφήβου κι ἑνὸς ἐνηλίκου. Ὅλοι φοροῦν τζὶν καὶ ἀθλητικά! Ὁ Θεὸς γνωρίζει τί γίνεται καὶ μὲ τὰ ὑπόλοιπα ...

Ἀκόμη καὶ στὴν περίπτωση ποὺ οἱ ἐνήλικες σχολιάσουν μία νεανικὴ συμπεριφορά, αὐτὸ δὲν διαρκεῖ καὶ πολύ, γιατί εἶναι θέμα χρόνου νὰ τὴν ἀκολουθήσουν καὶ οἱ

ἴδιοι! Ὁ,τιδήποτε ἀρέσει στοὺς νέους, πολὺ γρήγορα γίνεται μόδα καὶ γιὰ τοὺς μεγάλους! Ναί, τέτοια εἶναι ἐπ’ αὐτοῦ ἡ ἐπιτυχία τῶν πολυεθνικῶν!!

Εἶναι δὲ πολὺ χαρακτηριστικὸ αὐτὸ ποὺ ἐλέχθη: «Τὸ συμπέρασμα ὅτι τὸ Χόλιγουντ μπορεῖ καὶ πουλᾶ ὁ,τιδήποτε στοὺς νέους θὰ ἦταν λανθασμένο. Ἐκεῖνοι ποὺ πέφτουν εὐκολότερα στὴν παγίδα δὲν εἶναι οἱ νέοι, ἀλλὰ οἱ μεγαλύτεροι. Ὁλοένα καὶ περισσότερο οἱ ἐνήλικοι ἐνημερώνονται γιὰ τὶς ἐξελίξεις τῆς νεανικῆς κουλτούρας, τρυπώνουν στὶς αἴθουσες τοῦ σινεμά, γιὰ νὰ παρακολουθήσουν ταινίες ποὺ ὑποτίθεται ὅτι δὲν ἀπευθύνονται σὲ αὐτούς, καὶ σπεύδουν στὰ δισκοπωλεῖα νὰ ἀγοράσουν CD ποὺ ὑποτίθεται ὅτι δὲν θὰ ἔπρεπε νὰ ἀκούσουν»!!!

Ναί, ἔτσι κατάντησαν σήμερα οἱ ... γερασμένοι νέοι!!!

Νὰ γιατί ἔμειναν μόνο κάποιοι ἀνήμποροι γέροντες νὰ θυμίζουν ὅτι ὑπάρχει καὶ αὐτὴ ἡ ἡλικία τοῦ ἀνθρώπου. Γι’ αὐτὸ καὶ τὸ γῆρας εἶναι πλήρως περιφρονημένο, ὅπως καὶ οἱ ἄνθρωποι ποὺ βρίσκονται σ’ αὐτό! Ἑπόμενο εἶναι ...

* * *

Ὑποστηρίζεται ὅτι ἡ τάση αὐτή, δηλαδὴ τῆς ἀπόλυτης κυριαρχίας τῆς νεότητας, δὲν εἶναι σημερινή, ἀλλὰ ξεκίνησε μετὰ τὴ Γαλλικὴ Ἐπανάσταση. Ἡ δὲ σύγχρονη ἔννοια τῆς ἐφηβείας συγκροτήθηκε μεταξὺ 1890 καὶ 1914. Ἔτσι τὴν μελετοῦν ἡ Παιδαγωγικὴ καὶ ἡ Ψυχολογία. «Ἡ ἐφηβεία εἶναι μία κοινωνικὴ κατασκευή», ὑποστηρίζει ἡ Γαλλίδα συγγραφέας Ἀνιὲς Τιερσέ, καταγράφοντας μάλιστα τὴν ἱστορία τῆς ἐφηβείας ἀπὸ τότε.

Ὡστόσο τὰ πράγματα ἄλλαξαν θεαματικὰ μετὰ τὴ δεκαετία τοῦ ’50 μὲ τὴν ἐμφάνιση τῆς πὸπ – ρὸκ μουσικῆς καὶ κουλτούρας. Ἀπὸ τότε μὲ πολλοὺς τρόπους ἡ νεότητα μετετράπη ἀπὸ τὶς πολυεθνικὲς σὲ προϊὸν μὲ ὅ,τι αὐτὸ σημαίνει.

Ἐπιπλέον τὸν περασμένο αἰώνα εἴχαμε καὶ τὴν μεγάλη ἄνθιση τῶν ἰδεολογιῶν, οἱ ὁποῖες στράφηκαν πλήρως στοὺς νέους γιὰ τὴ στρατολόγηση ὀπαδῶν. Πόσο δὲν ἔπαιξε κι αὐτὸ τὸ ρόλο του!

Ὅλη αὐτὴ ἡ κατάσταση ὁδήγησε στὸ θρίαμβο τῆς νεότητας, στὴ λατρεία της σὲ κάθε ἐπίπεδο, στὴν ἐξαιρετικὴ προβολή της καὶ στὴν ἀπαξίωση τοῦ γήρατος. Ἕνα εἶναι πλέον τὸ σύνθημα: Τὰ νιάτα εἶναι τὰ πάντα, τὸ γῆρας τίποτε!

* * *

Ὅπως καὶ νὰ τὸ κάνουμε, παιδιά, κάθε ἡλικία ἔχει τὴ χάρη της. Δὲν μποροῦν νὰ εἶναι ὅλες μία! Ἂς μᾶς προβληματίσει, γιατί ὁ Θεὸς ἔπλασε ἔτσι τὸν ἄνθρωπο. Μὴ ξεχνοῦμε πὼς ἐκεῖνος ποὺ εἶναι ἀποξενωμένος ἀπ’ τὸν Θεό, χάνει σαφῶς τὴ διάσταση τοῦ αἰωνίου, γι’ αὐτὸ καὶ θέλει νὰ ζεῖ τὸ ἐφήμερο. Ἀκόμη δὲ καὶ τὸ πλασματικό! Ἀπ’ αὐτὴ τὴν κατάσταση, μόνες κερδισμένες θὰ εἶναι οἱ πολυεθνικὲς ποὺ ἐμπορευματοποιοῦν τὰ πάντα, ἀκόμη δὲ κι αὐτὴ τὴ νεότητα. Καὶ χαμένοι ὅλοι ἐκεῖνοι ποὺ δὲν ἔχουμε ὅραμα αἰωνιότητας. Ἆραγε εἶναι τυχαῖο ποὺ πολλοὶ νέοι σήμερα γερνοῦν πολὺ πρὶν τὴν ὥρα τους;

(Πηγή: orthodoxostypos.gr*)*