**Ν.Ε ΓΛΩΣΣΑ Γ’ ΛΥΚΕΙΟΥ**

**Σχολική Περίοδος : 2021-2022**

**Επιμέλεια : Στράτος Τσαγκαρής**

Διαδικτυακές σχέσεις

Από τη στιγμή που υπάρχουν τόσο πολλοί άνθρωποι που είναι μόνοι ή νιώ­θουν φόβο, συστολή και ανασφάλεια για κάθε είδους άμεση επαφή με άλλους, γενικά, και με το αντίθετο φύλο ειδικότερα, δεν προκαλεί πλέον ιδιαίτερη εντύπωση η επιλογή της διαδικτυακής αναζήτησης επαφής με άλλους, είτε φιλικά είτε ερωτικά.

Τα παραπάνω αποτελούν μια πρώτη ανάγνωση αυτής της τόσο διαδε­δομένης τα τελευταία χρόνια τάσης δημιουργίας διαδικτυακών σχέσεων. Υπάρχουν, όμως, και άλλες αναγνώσεις. Οι ουσιαστικές σχέσεις πολλών από εμάς έχουν συρρικνωθεί και χάσει σε ποιότητα, συχνότητα, διάρκεια και βάθος, σε βαθμό που, σε συνδυασμό με την ολοένα και μεγαλύτερη κατανα­λωτική διάθεση και τη στάση ζωής μας γενικότερα, έχουμε αρχίσει να βιώνουμε και να διαχειριζόμαστε -τουλάχιστον ασυνείδητα- ακόμα και τον ίδιο μας τον εαυτό ως εμπόρευμα...

Αυτό φαίνεται σε πολλούς τομείς της πολύπλοκης πλέον καθημερινότητάς μας -όπου σχεδόν παντού πρέπει να καταθέτουμε βιογραφικά και να λανσάρουμε όσο καλύτερα γίνεται τον εαυτό μας-, αλλά ίσως ακόμα περισ­σότερο στην αναζήτηση του έρωτα μέσα από διαδικτυακές σχέσεις ή τη δια- δικτυακή επικοινωνία. Όσο αποτελεσματικότερα καταφέρνει κάποιος να λανσάρει τον εαυτό του -ως να ήταν εμπόρευμα-, τονίζοντας τα θετικά και καλύπτοντας ταυτόχρονα τα όποια αρνητικά του στοιχεία, όπως ακριβώς γί­νεται και στη διαφήμιση κάθε εμπορεύματος, τόσο μεγαλύτερες είναι και οι πιθανότητές του να βρει αυτό που αναζητά.

Η πληθώρα των ιστοσελίδων αναζήτησης ερωτικού συντρόφου εξομειώνει τους «καταναλωτές» με τη νέα αυτή συνήθεια και χρήση, από τη στιγμή που μειώνουν το όποιο άγχος τους για το νέο και επομένως άγνω­στο. Οι ιστοσελίδες του «έρωτα» είναι, εκτός των άλλων, και ένα είδος «οι­κονομικού συστήματος», που καθορίζεται από την εκάστοτε υφιστάμενη προσφορά και ζήτηση. Αυτό σημαίνει πως οι συμμετέχοντες θα πρέπει να είναι ευέλικτοι και να μπορούν να προσαρμόζονται στις εκάστοτε απαιτή­σεις του «καταναλωτικού» κοινού, που, ως τέτοιο, είναι σχεδόν πάντα αδη­φάγο.

Το καταναλωτικό «σύνδρομο» προσπαθεί να αποτρέψει τον καταναλωτή από τη διατήρηση των όσων αγοράζει. Κινητά, υπολογιστές, αντικείμενα έν­δυσης, σχεδόν τα πάντα -έμψυχα και άψυχα- πρέπει να αντικαθίστανται το συντομότερο δυνατόν, ώστε να αποτραπεί μια βαθύτερη σχέση εξάρτησης από αυτά. Για τον λόγο αυτό, η διάρκεια ζωής όλων των προϊόντων έχει μει­ωθεί δραματικά. Ζούμε σε έναν κόσμο όπου η κουλτούρα του «φθείρω και πετώ στον κάλαθο των αχρήστων» μάς κάνει να νιώθουμε μια σχεδόν άγρια χαρά όταν πετάμε οτιδήποτε χρησιμοποιημένο, αντικαθιστώντας το με κάτι νέο, είτε πρόκειται για αντικείμενο είτε για... άτομο!!!...

Η δυνατότητα που δίνει το διαδίκτυο για νέες γνωριμίες και επικοινω­νία με άλλους μπορεί να οδηγήσει πολλούς χρήστες στην ανάγκη δημιουρ­γίας όχι μόνο μίας αλλά πολλών νέων εκδοχών «εικονικής» ή «διαδικτυακής» ταυτότητας, δηλαδή μιας διαφορετικής κάθε φορά προσωπικής αίσθη­σης για τον εαυτό, ίσως και παντελώς διαφορετικής από αυτήν που έχει στην πραγματικότητα ο εκάστοτε χρήστης για τον εαυτό του. Οι συνέπειες αυτού του ενδεχομένου μπορεί να είναι έως πολύ σοβαρές, ιδιαίτερα αν το άτομο έχει ευάλωτη ή/ και μη ολοκληρωμένη ψυχική δομή, όπως, για πα­ράδειγμα, οι έφηβοι.

Σίγουρα, ο διαδικτυακός τρόπος επικοινωνίας δεν μπορεί να έχει μόνο μειονεκτήματα που ισχύουν για τον καθένα και σε κάθε περίπτωση. Τα μειονεκτήματα ενδεχομένως να υπερτονίζονται μέχρι στιγμής, γιατί, όπως οτιδήποτε νέο ή άγνωστο, γεννά -δικαιολογημένα ως έναν βαθμό- επιφύ­λαξη και φόβο. Για τον λόγο αυτό, και επειδή «παν μέτρον άριστον», μέχρι να διερευνηθούν περισσότερο οι επιπτώσεις της νέας αυτής μορφής επι­κοινωνίας, νομίζω πως είναι επιβεβλημένη μια πιο συνετή και ειλικρινής αξιοποίησή της από τον καθένα που θα ήθελε να τη χρησιμοποιήσει.

**Σάββας Ν. Σαλπιστής (διασκευή)**

**ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΛΟΓΟΥ**

**Σε ένα άρθρο 350-400 λέξεων να αναπτύξετε τις απόψεις σας σχετικά με τα σημαντικότερα κοινωνικά και ψυχολογικά αίτια από τα οποία πηγάζει η ανάγκη για διαδικτυακές σχέσεις στην εποχή μας. Να προτείνετε ωστόσο, τον θετικό ρόλο που θα μπορούσαν να έχουν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, όσον αφορά την προβολή περιβαλλοντικών και κοινωνικών θεμάτων, με σκοπό την επίλυσή ή την ποιοτική βελτίωσή τους μέσα από τη συμμετοχική δράση.**