

Δημήτρης Λάλλας*, Ιάσωνας Ζαρίκος**,
Μαρία (Μάνια) Σωτηροπούλου***

Ο ΦΘΟΡΟΠΟΙΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο άρθρο αυτό αναδεικνύουμε τον τρόπο νοηματοδότησης του καταναλωτισμού και της προβληματοποίησης της σχέσης του με την ελληνική κρίση, αναλύοντας τη σχετική αρθρογραφία στο έντυπο της Καθημερινής της Κυριακής κατά την περίοδο 2010-2016. Αξιοποιώντας τη μεθοδολογία της Θεματικής Ανάλυσης, παρουσιάζουμε τα βασικά θεματικά μοτίβα μέσα από τα οποία αναδεικνύονται συγκεκριμένες πολιτικές νοηματοδότησης του καταναλωτισμού και της πολυδιάστατης (όχι μόνο δημοσιονομικής) ελληνικής κρίσης ως φαινομένων στενά συνυφασμένων. Η ανάδειξη του καταναλωτισμού ως φθοροποιού και παθογενούς ήθους σε κεντρικό θεματικό μοτίβο υποδεικνύει πολιτικές νοηματοδότησης του καταναλωτισμού ως αίτιου, συμπώματος και ως παράγοντα επίτασης της πολυδιάστατης κρίσης του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού.

Λέξεις-κλειδιά: καταναλωτισμός, κατανάλωση, ελληνική κρίση, μεταπολίτευση, φιλελευθερισμός

* Δρ Κοινωνιολογίας, Μεταδιδακτορικός Ερευνητής. Επιστημονικός Υπεύθυνος του μεταδιδακτορικού ερευνητικού προγράμματος «Consumerism in a period of economic crisis: Consumption practices and forms of governance», το οποίο χρηματοδοτήθηκε από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας (ΓΓΕΚ) και το Ελληνικό Ίδρυμα Έρευνας και Καινοτομίας (ΕΛΙΔΕΚ) και είχε ως θεσμικό φορέα υποστήριξης το ΕΚΚΕ, e-mail: lallasdimiris@gmail.com

** Δρ Ιστορίας, Μεταδιδακτορικός Ερευνητής (ΕΚΠΑ). Επιστημονικός Συνεργάτης στο ερευνητικό πρόγραμμα «Consumerism in a period of economic crisis: Consumption practices and forms of governance», e-mail: iasonzar@gmail.com

*** Υποψήφια Διδάκτωρ Πολιτικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Κρήτης. Επιστημονική Συνεργάτις στο ερευνητικό πρόγραμμα «Consumerism in a period of economic crisis: Consumption practices and forms of governance», e-mail: mswthropoulou60@gmail.com

*Dimitris Lallas**, *Iason Zarikos***,
*Maria (Mania) Sotiropoulou****

DEGENERATIVE CONSUMERISM AND THE GREEK CRISIS

ABSTRACT

In this paper, we highlight the way consumerism is conceptualized and the problematization of its relation to the Greek crisis, by analyzing the relevant articles in the Sunday edition of Kathimerini during the period 2010-2016. Utilizing the methodology of Thematic Analysis, we present the basic themes through which specific politics of signification of the consumerism and the multidimensional (not only fiscal) Greek crisis as closely intertwined phenomena emerge. The emergence of consumerism as a degenerative and pathogenic ethos in a central theme indicates politics of signification and problematization of consumerism as a cause, symptom and aggravating factor of the multidimensional crisis of the Greek social formation. These are mass address politics of meaning which seem to be part of the broader liberal perspective and attempt to interpret the Greek crisis through the analytical prism of consumption and, above all, consumerism.

Keywords: *consumerism, consumption, Greek crisis, post-dictatorship/metapolitefsi, liberalism*

* PhD in Sociology. Postdoctoral Researcher and Scientific Coordinator of the postdoctoral research project entitled “Consumerism in a period of economic crisis: consumption practices and forms of governance”, which was funded by the General Secretariat for Research and Innovation (GSRI) and the Hellenic Foundation for Research and Innovation (HFRI) and supported by EKKE (National Centre for Social Research).

** Postdoctoral Researcher in History, University of Athens. Research Assistant in research project «Consumerism in a period of economic crisis: Consumption practices and forms of governance».

*** PhD candidate in Political Science, University of Crete. Research Assistant in research project «Consumerism in a period of economic crisis: Consumption practices and forms of governance».

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ: ΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΛΑΙΣΙΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Στο παρόν άρθρο διερευνούμε τα *θεματικά μοτίβα* που προκύπτουν αναφορικά με την κατανάλωση και τον καταναλωτισμό κατά την περίοδο της κρίσης με σκοπό να εξετάσουμε τη σχέση του καταναλωτιστικού ήθους (consumerist ethos) με την ελληνική κρίση. Η έρευνα αυτή έγινε στην αρθρογραφία της *Καθημερινής της Κυριακής* της περιόδου 2010-2016.

Οι ρηματικές πλαισιώσεις της ελληνικής κρισιακής συνθήκης θα μπορούσαν να καταχωρηθούν, σχηματικά, σε δύο ευρύτερα ανταγωνιστικά –και μη δυϊστικά– ερμηνευτικά σχήματα, τα οποία επικράτησαν στο δημόσιο λόγο (Tziouvas, 2017, σελ. 37-39).¹ Το πρώτο σχήμα ερμήνευσε την ελληνική κρίση χρέους ως τοπική εκδήλωση της χρηματοπιστωτικής κρίσης του παγκόσμιου καπιταλισμού, ως αναπόφευκτο παράγωγο της αρχιτεκτονικής της ευρωζώνης, του ασύμμετρου καταμερισμού της εργασίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ως αποτέλεσμα του αντιπαραγωγικού προσανατολισμού, της αναποτελεσματικής δημόσιας διοίκησης και του πελατοκεντρικού εγχώριου πολιτικού συστήματος (Βαρουφάκης, 2012, 2013· Μουζέλης, 2014). Το δεύτερο ερμηνευτικό σχήμα είναι ένα φιλελεύθερο-εκσυγχρονιστικό σχήμα, όπως το ονομάζει ο Βούλγαρης (2019), οι απαρχές του οποίου εντοπίζονται χρονικά πίσω στις δεκαετίες του 1960 και του 1970 και εγγράφεται στην ευρύτερη προοπτική των θεωριών του εκσυγχρονισμού.

Όπως οι περισσότερες επιστημολογικές προοπτικές και οι θεωρήσεις του κοινωνικού που εγγράφονται σε αυτές γνωρίζουν ιστορικά μια κυματοειδή τροχιά (ήτοι, αυξομειώσεις της επιδραστικής τους ισχύος – επιστημονικής και κοινωνικής), έτσι και σε αυτήν την περίπτωση, το ερμηνευτικό αυτό σχήμα επικαιροποιήθηκε εκ νέου και φάνηκε να κυριαρχεί στο δημόσιο λόγο, καθώς φαίνεται ότι η πλειονότητα των Ελλήνων και Ελληνίδων θεώρησε (και) ενδογενή τα αίτια της κρίσης (Διανέσις, 2016, σελ. 4). Πρόκειται για πολιτισμικής, εν πολλοίς, υφής ερμηνείες περί των αιτιών της δημοσιονομικής κρίσης, οι οποίες είχαν διατυπωθεί καθ' όλη τη μεταπολιτευτική περίοδο και επικαιροποιήθηκαν εκ νέου μεσούσης της κρίσης. Ως αί-

1. Ο Τζιόβας εντοπίζει και ένα ακόμη ερμηνευτικό σχήμα, μια ενδιάμεση, τρίτη αφήγηση, σύμφωνα με την οποία το βάρος της ευθύνης για την κρίση επιμερίζεται τόσο στο ελληνικό πολιτικό σύστημα και τους Έλληνες και Ελληνίδες ψηφοφόρους όσο και στους ευρωπαϊκούς θεσμούς.

τιες, λοιπόν, της κρίσης αναδείχθηκαν η παραγωγική καθίζηση και η χαμηλή ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας, η καταναλωτική –και όχι παραγωγική– ανάπτυξη της οικονομίας, το γραφειοκρατικό, αναποτελεσματικό, κοστοβόρο κράτος και το πελατοκεντρικό και διεφθαρμένο πολιτικό σύστημα, η διόγκωση του εθνικού δανεισμού για την κάλυψη των κοινωνικο-οικονομικών αιτημάτων για ιδιωτικές δαπάνες και οι υπερβάσεις του προϋπολογισμού για δημόσια έργα και αμυντικές δαπάνες, η ηθική του εύκολου πλουτισμού και μιας «επιθετικής απληστίας» (Διαμαντούρος, 2013, σελ. 328) καθώς και ο αντιπαραγωγικός προσανατολισμός του ανώτατου εκπαιδευτικού συστήματος (Τσουκαλάς, 1993· Παναγιωτοπούλου, 1996). Οι ρίζες αυτών των αιτιών εντοπίστηκαν είτε στην πολιτισμική «υστέρηση» και «καθήλωση» των νοοτροπιών στο έδαφος μιας παραδοσιακής «παρωχημένης κουλτούρας» (Διαμαντούρος, 2000) ή μιας «κουλτούρας μη προνομούχων» (Διαμαντούρος, 2013) – ή αλλιώς στην «παγίδευση της χώρας σε μια κατάσταση δομικής απροσδιοριστίας» (Διαμαντούρος, 2013, σελ. 331), ήτοι της συνύπαρξης των δύο πολιτισμικών παραδόσεων (μεταρρυθμιστική και παρωχημένη) και της ανικανότητας επικράτησης της μίας εξ αυτών.²

Μια άλλη γραμμή σκέψης, η οποία θεωρούμε ότι ανήκει στο φιλελεύθερο-εκσυγχρονιστικό σχήμα, απομακρύνεται τόσο από τη θεώρηση του πολιτισμικού δυϊσμού (Διαμαντούρος, 2000, 2013) όσο και από μαρξιστικών καταβολών θεωρήσεις περί υπανάπτυξης (Τσουκαλάς, 1981/1999· Μουζέλης, 1978) αλλά και από κριτικές των νεοφιλελεύθερων πολιτικών λιτότητας όσον αφορά τις αιτίες της κρίσης (π.χ. Βαρουφάκης, 2012). Αυτή η προοπτική βάζει στο επίκεντρο τη συμβιωτική –και όχι ανταγωνιστική– σχέση «αρχαϊκών» και μοντέρνων νοοτροπιών, αξιών και πρακτικών, και επιχειρεί να μελετήσει, όχι μακροσκοπικά, αλλά στο μικροεπίπεδο της ατομικότητας/υποκειμενικότητας τους τρόπους συνύπαρξης «αρχαϊκών», προνεωτερικών (δομών) και μοντέρνων και μεταμοντέρνων (εμπειριών) στοιχείων στις κοινωνικο-πολιτισμικές συνθήκες της μαζικής δημοκρατίας (Panagiotopoulos and Vamvakas, 2014). Σε αυτή την προοπτική, οι αιτίες της κρίσης εντοπίζονται στο συνδυασμό αρχαϊκών και (μετα-)μοντέρνων συμπεριφορών και στάσεων, στο «διττό πολιτισμικό σύστημα»

2. Για την κριτική παρουσίαση του εκσυγχρονιστικού-φιλελεύθερου ερμηνευτικού σχήματος βλ. Βούλγαρης, 2019, σελ. 65-93· Λιάκος, 2019, σελ. 500-509. Επίσης για την παρουσίαση αυτού του ερμηνευτικού σχήματος βλ. Τριανταφυλλίδου, Γρώπα και Κούκη, 2013.

που συγκροτεί την ελληνική (κυρίως μεσοστρωματική) ατομικότητα. Αυτή η ταυτότητα «διπλού δεσμού» είναι που εξηγεί την αρνητική και διστακτική στάση έναντι των αναγκαίων διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων της ελληνικής οικονομίας και διοίκησης (Panagiotopoulos and Vamvakas, 2014, σελ. 118). Αυτή η ταυτότητα είναι που μαρτυρά, εν τέλει, το πώς, αφενός, έχουμε έναν εκμοντερνισμό στο επίπεδο της κουλτούρας και, αφετέρου, μια άρνηση εκμοντερνισμού των πολιτικών και οικονομικών δομών και, συνεπώς, τη μη ένταξη του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού στον παγκοσμιοποιημένο κόσμο της δεύτερης χιλιετίας (Panagiotopoulos and Vamvakas, 2014, σελ.128).

Να επισημάνουμε, βεβαίως ότι, όπως και αναφαιίνεται από αυτή την αδρομερή σκιαγράφηση των δύο αυτών ερμηνευτικών σχημάτων, στο εσωτερικό του καθενός υπάρχουν και αποκλίνουσες μεταξύ τους ερμηνεύσεις για τα αίτια της κρίσης. Αναφορικά δε με τις προ-κρίσης γενεαλογίες του ελληνικού εθνικού κράτους, αυτές έθεταν ως αναλυτικό και διαγνωστικό «διακύβευμα» την αποτυχία της ανάπτυξης ή/και του εκσυγχρονισμού του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού στην ολότητά του (από τις παραγωγικές σχέσεις και δυνάμεις μέχρι τις διαπροσωπικές σχέσεις και την οικογένεια). Ακολουθώντας δομοστικά/δομολειτουργιστικά, νομοτελειακά, εξελικτικά αναπτυξιακά μοντέλα, είτε νεομαρξιστικής (θεωρίες της εξάρτησης) είτε φιλελεύθερης έμπνευσης (θεωρίες του εκσυγχρονισμού),³ οι ερμηνείες αυτές έτειναν, εν πολλοίς, να παραβλέπουν την κρισιμότητα ενός αναλυτικού πρίσματος, το οποίο με την εκδήλωση της κρίσης δημοσίως χρέους ήρθε να καταλάβει κεντρική θέση. Πρόκειται για το αναλυτικό πρίσμα της κατανάλωσης και, πιο συγκεκριμένα, του καταναλωτισμού, νοούμενου ως πολιτισμικού ήθους.

Ωστόσο, δύο δεκαετίες πριν την εκδήλωση της κρίσης ο Κονδύλης (2007) ισχυρίστηκε ότι η επικράτηση του ηδονιστικού ατομικισμού και του καταναλωτισμού συνιστά μια διάσταση της παρακμής του αστικού φιλελευθερισμού και της ανόδου της μαζικής δημοκρατίας (Κονδύλης, 2007, σελ. 251-268). Η επικράτηση αυτή στο ελληνικό πλαίσιο, όπου ο αστικός πολιτισμός υπήρξε «καχεκτικός», «νόθος»,

3. Για μια κριτική παρουσίαση του μαρξιστικού ερμηνευτικού σχήματος, καθώς και για τον εντοπισμό των αποκλίσεων αλλά και των συγκλίσεων μεταξύ αυτού και του εκσυγχρονιστικού-φιλελεύθερου ερμηνευτικού σχήματος, βλ. Βούλγαρης, 2019. Επίσης για μια αναδρομή στις τάσεις που αναδύθηκαν στο πεδίο των σπουδών της ανάπτυξης (θεωρία του εκσυγχρονισμού, θεωρία της εξάρτησης, νέα συγκριτική πολιτική οικονομία), βλ. Τριτζίλια, 2004, σελ. 241-268.

σηματοδότησε εντονότερες παρακμακές εξελίξεις, όπως ο νεοπλουτισμός, ο λαϊκισμός, ο πελατοκεντρισμός και η πολιτισμική ομοιογενοποίηση (Κονδύλης, 2007, σελ. 40-47). Πρόκειται για ένα σχήμα το οποίο μοιάζει να «προίκισε» τις φιλελεύθερες-εκσυγχρονιστικές ερμηνεύσεις (κατά την περίοδο της κρίσης) με την αναλυτική σκοπιά της κατανάλωσης και του καταναλωτισμού. Αυτές τις πολιτικές νοηματοδότησης θέτει η παρούσα έρευνα ως αντικείμενο ανάλυσης.

2. Η ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟ

Ο όρος «καταναλωτισμός» είναι πολυσήμαντος, καθώς οι σημασιοδοτήσεις και οι ρηματικές του χρήσεις-επικλήσεις ποικίλλουν. Από τις κοινότοπες σημασιολογήσεις και τις λεξιλογικές ερμηνεύσεις του ως εμμονικής ροπής προς την απόκτηση και συσσώρευση υλικών αγαθών πέρα από τις ανάγκες (Μπαμπινιώτης, 2006, σελ. 857), τις κοινωνιολογικές εννοιολογικές οριοθετήσεις του ως πολιτισμικού «συνδρόμου» των υστερονεωτερικών καταναλωτικών κοινωνιών (Bauman and Rojek, 2004, σελ. 293), μέχρι τις πρόσφατες σημασιολογήσεις του ως ενός εναλλακτικού, περιβαλλοντικά βιώσιμου, κοινωνικά ευαισθητοποιημένου και πολιτικά συνειδητοποιημένου τρόπου ιδιωτικής ζωής και δημόσιας δράσης, συναρτώμενου με επιθετικούς προσδιορισμούς, όπως «πράσινος», «κριτικός», «πολιτικός» ή/και «ηθικός» (Lury, 2011, σελ. 165-190· Sassatelli, 2006), ο καταναλωτισμός αποκαλύπτεται ως ένας όρος που περιέχει ένα φάσμα ερμηνειών –και πολιτικών χρήσεων– στο οποίο εγγράφονται, ουσιαστικά, οι κοινωνικο-οικονομικές, πολιτισμικές και πολιτικές ροπές των κοινωνιών. Οι Gabriel και Lang (1995/2006, σελ. 8-9) καταγράφουν την πολυσημία του όρου αυτού, ο οποίος μπορεί να κατονομάζει την ταχεία αχρήστευση αγαθών, τον κτητικό ατομικισμό, μια οικονομική ιδεολογία, την εμπορευματοποίηση, τον εξαμερικανισμό της κουλτούρας και την ομοιογενοποίηση, έως και μορφές ακτιβισμού.

Ένας ευρετικός-εννοιολογικός ορισμός του καταναλωτισμού, ο οποίος μπορεί να είναι χρήσιμος αναλυτικά για την κατανόηση του καταναλωτικού φαινομένου ως κεντρικού φαινομένου, καθώς διασχίζει πολλές σφαίρες κοινωνικής εμπειρίας στον σύγχρονο κόσμο μας, θεωρούμε ότι είναι αυτός που αντιμετωπίζει τον καταναλωτισμό ως ένα δεσπόζον στις υστεροκαπιταλιστικές κοινωνίες ήθος. Ακολουθώντας τον ευρετικό εννοιολογικό ορισμό για τον καταναλωτισμό που εισηγείται ο Λάλλας (2019, 2022), ο οποίος αντλεί από

τις αναλύσεις σύγχρονων διανοητών του κοινωνικού και της κουλτούρας, τα νοηματικά περιεχόμενα του καταναλωτιστικού ήθους αφορούν συγκεκριμένες έξεις, ροπές, αξίες και στάσεις, όπως: 1) τη «σύνδεση της αυτοπραγμάτωσης του ατόμου, της ατομικής ευτυχίας και ευδαιμονίας με την κατανάλωση εμπορευμάτων, αγαθών και υπηρεσιών που κυκλοφορούν στην αγορά, 2) τον ατομικό “επινοητικό ηδονισμό”, 3) τη φιλοεπιλεκτικότητα και την αναγωγή της ελευθερίας επιλογής σε μετα-αξία, 4) την εμπορευματοποίηση του εαυτού ως κεντρικού μέσου κοινωνικής ενσωμάτωσης και αναγνώρισης, 5) την ελκυστικότητα της φαντασμαγορίας του εμπορεύματος, 6) τη λατρεία των δυνατοτήτων, 7) την απαξίωση της αναμονής και της προσμονής του μέλλοντος, 8) την ανατίμηση της άμεσης απόλαυσης και ικανοποίησης, 9) τη λατρεία του καινούριου και των συνεχών αλλαγών, των “νέων ξεκινήματων”, 10) την εφημερότητα, την παροδικότητα του ενδιαφέροντος και της επιθυμίας, 11) την απρέσκεια για τη δέσμευση, 12) τις φυλετικές μορφές συνομαδώσεις, 13) την αναζήτηση της θεαματικής εμπειρίας των χώρων κατανάλωσης» (Λάλλας, 2022, σελ. 46-49).

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημάνουμε ότι πολιτισμικές ροπές που καταχωρούνται υπό τον τίτλο του καταναλωτισμού έχουν εντοπιστεί από ιστορικούς μελετητές της κατανάλωσης, της καταναλωτικής κουλτούρας και του καπιταλισμού ήδη από τον 17ο αιώνα (Sombart, 1913/1967· Sassatelli, 2016, σελ. 37-44). Ωστόσο, η συστηματική καλλιέργεια αυτών των ροπών και η αποκρυστάλλωσή τους σε ένα διακριτό και δεσπόζον ήθος φαίνεται να πραγματοποιείται με την είσοδο των δυτικών –τουλάχιστον– ανεπτυγμένων κοινωνιών στην συνθήκη της ύστερης νεωτερικότητας, ήτοι από τη δεκαετία του 1970. Πρόκειται για ένα ήθος το οποίο συνυφάινεται ισχυρά με τις διαδικασίες της τεχνολογικής, κοινωνικής, οικονομικής και πολιτισμικής επιτάχυνσης (Rosa, 2021) και με την ανάπτυξη του «ριζοσπαστικού» ατομικισμού των μεσοστρωμάτων, ο οποίος διακρίνεται για τη ροπή του στη ευφορική κατανάλωση και το καταναλωτιστικό ήθος (Παναγιωτόπουλος, 2021, σελ. 45-59). Η εκδήλωση αυτών των πολιτισμικών ροπών φαίνεται ότι συνοδευόταν πάντα και από κριτικές διαφορετικών προοπτικών, οι οποίες, εντούτοις, συνέκλιναν εν πολλοίς ως προς τις διαγνώσεις τους.

Οι κριτικές αποτιμήσεις, λοιπόν, κάποιων συστατικών στοιχείων του καταναλωτισμού αρθρώνονται ήδη από τον 18ο αιώνα και εντείνονται κατά το δεύτερο ήμισυ του 20ού αιώνα (βλ. Sassatelli, 2016,

σελ. 162-166· Stearns, 2001), όπου και το καταναλωτιστικό ήθος αποκτά τη συνοχή και την εμβέλειά του ως δεσπόζοντος ήθους στο δυτικό κόσμο. Η αντιπαραγωγική σπατάλη (εθνικών και προσωπικών πόρων (Smith, 2018, σελ. 369-370), η επιδεικτική κατανάλωση (Veblen, 1982, σελ. 109-111), η διάρρηξη της κοινωνικής συνοχής (Durkheim, 1897/2005, σελ. 216-7· Slater, 1997, σελ. 75-6), οι αναδιατάξεις των έμφυλων, ταξικών, φυλετικών διαχωρισμών, οι υλιστικές βλέψεις, η απληστία, η πολιτισμική ομοιογενοποίηση, η ευτέλεια και η ρηχότητα του μαζικού γούστου, οι σωματικές διαταραχές, η σεξουαλική ελευθεριότητα (βλ. Stearns, 2001, σελ. 66-77), η εμπορευματοποίηση, ο εμπορευματικός φетиχισμός και η ιδεολογική αναπαραγωγή των καπιταλιστικών σχέσεων (βλ. Μπαρτ, 2007· Benjamin, 2002a, 2002b· Haug, 2005· Williamson, 1978) αποτελούν κομβικά σημεία ενός αντικαταναλωτιστικού πλέγματος λόγου, το οποίο εκτείνεται χρονικά σε τρεις περίπου αιώνες και «υφαίνεται» από διαφορετικές κοινωνικοπολιτικές, επιστημολογικές και φιλοσοφικές προοπτικές.

Πιο συγκεκριμένα, στη μεταπολεμική, φορντική συνθήκη της μαζικής παραγωγής και κατανάλωσης, της μετάβασης των περισσότερων κοινωνιών του δυτικού κόσμου στις επονομαζόμενες κοινωνίες της αφθονίας και στη μετέπειτα μετα-φορντική συνθήκη αρθρώνονται κριτικοί λόγοι οι οποίοι προέρχονται και εμπνέονται τόσο από τη νεομαρξιστική, κριτική θεωρία (Σχολή της Φρανκφούρτης, H. Lefebvre 2008a, 2008b, 2008c) και από το καταστασιακό ρεύμα (Ντεμπόρ, 1986· Vaneigem, 2002) και φτάνουν μέχρι την ήπια μεταμοντέρνα (Μπάουμαν, 2002· Bauman 2008· Jameson, 1999) και τη σκληρή, απαισιόδοξη μεταμοντέρνα κοινωνική θεωρία (Μπωντριγιάρ, 2005) όσο και από τη συντηρητική και τη φιλελεύθερη κριτική σκέψη (Μπελ, 1999· Λας 2008· Galbraith, 1970· Packard, 1957/2007). Προφανώς, οι προκείμενες, οι μεθοδολογίες και οι αποβλέψεις των διαφορετικών αυτών προσεγγίσεων διαφέρουν, εντούτοις κάποιες κεντρικές διαγνώσεις για τις επιπτώσεις της επικράτησης του καταναλωτισμού ως ήθους των σύγχρονων, μεταπολεμικών δυτικών –τουλάχιστον– κοινωνιών είναι κοινές, αν και εγγράφονται σε διαφορετικές προοπτικές υπέρβασης αυτού του ήθους. Ενδεικτικά, οι διαγνώσεις περί της αλλοτρίωσης των χειραφετητικών δυνητικότητων του σύγχρονου ανθρώπου, περί «ηθικής αναταραχής» και «ψυχικά φθοροποιό(ού) πλάνη(ς)» (Sassatelli, 2016, σελ. 162), περί χαρακτηρολογικών διαταραχών, όπως ο ναρκισσισμός, η απορρόφηση στον εαυτό και η συνεπαγόμενη απώλεια της αίσθησης της πραγματικότητας και της ιστορικότητας (Λας,

2008), περί του εγκλωβισμού του ανθρώπου στον βιολογικό κύκλο, της φθοράς της ανθεκτικότητας του κόσμου των πραγμάτων και της αδυνατότητας δημιουργίας πολιτισμού –έργων, αξιών, νοημάτων– (Άρεντ, 1986, σελ. 190-191) συνδέονται με τις φθοροποιές επιπτώσεις του καταναλωτισμού και αποτελούν κομβικά επιχειρήματα του μεταπολεμικού αντι-καταναλωτιστικού ρηματικού πλέγματος.

3. Η «ΩΡΙΜΑΣΗ» ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Στο ελληνικό πλαίσιο, η διαδικασία πολιτισμικής διαμόρφωσης του καταναλωτισμού εκκινεί από τις δεκαετίες του 1960 και του 1970 και συνυφάνεται με τις διαδικασίες της αστικοποίησης, της μεσοαστικοποίησης ολοένα μεγαλύτερων τμημάτων του πληθυσμού, με την «αλλαγή του πολιτισμικού κλίματος», την καλλιέργεια βλέψεων κοινωνικής ανοδικής κινητικότητας, αυξημένης ατομικής κατανάλωσης και υλικής ευμάρειας (Βούλγαρης, 2013, σελ. 59-61· Λιάκος, 2019, σελ. 344-370· Βαμβακάς και Παναγιωτόπουλος, 2014, σελ. xxxiv) και ενός βιοτικού εξισωτισμού (Καραποστόλης, 1983). Εντούτοις, μετά τη δεκαετία του 1980 και ιδίως με την είσοδο στη δεύτερη χιλιετία είναι που η ελληνική κοινωνία, όπως εύστοχα επισημαίνει η Placas (2020, σελ. 324-326), εισέρχεται στην «ώριμη» καταναλωτική της φάση (βλ. Bampilis, 2013, σελ. 19-25).

Η «ωριμότητα» αυτή συνίσταται στην εμπέδωση του καταναλωτιστικού ήθους εντός του μεταπολιτευτικού καθεστώτος κατανάλωσης,⁴ το οποίο «εδραιώνεται μέσω κρατικών πολιτικών που διαμορφώνουν άμεσα και έμμεσα τους όρους, τα μέσα, τις δυνατότητες και τις μορφές κατανάλωσης» (Λάλλας, 2022, σελ. 32). Ως κεντρικά χαρακτηριστικά του μεταπολιτευτικού καθεστώτος κατανάλωσης αναδεικνύονται η προώθηση της ιδιωτικής –έναντι της συλλογικής/δημόσιας– κατανάλωσης μέσω των δημοσιονομικών πολιτικών (Κωτσονόπουλος, 2015), η αύξηση των εισαγωγών καταναλωτικών αγαθών, η επέκταση της ιδιοκατοίκησης και της προαστικοποίησης (Μαλούτας, 2013· Παναγιωτόπουλος, 2021, σελ. 123-126· Σουλιώτης, 2014), η «απορρύθμιση» του λιανεμπορίου, το άνοιγμα της αγοράς και η είσοδος πολυεθνικών ομίλων στο λιανεμπόριο και στις τηλε-

4. Για την έννοια του «καθεστώτος κατανάλωσης» (consumer regime) βλ. Glickman, 2013 και Λάλλας, Ζαρίκος και Σωτηροπούλου (2024).

πικοινωνίες (Kouremenos and Avlonitis, 1995), η «άγρια απορρύθμιση» του ραδιοτηλεοπτικού τοπίου, η ανάπτυξη της διαφημιστικής βιομηχανίας και η συνεπακόλουθη εμπορευματοποίηση (Λέανδρος 2013· Χαιρετάκης, 2013), καθώς και η προώθηση δυτικών καταναλωτικών προτύπων και ενός εξατομικευμένου ηδονισμού (Βαμβακάς, 2021· Βαμβακάς και Παναγιωτόπουλος, 2017), η αναβάθμιση επικοινωνιακών και μεταφορικών υποδομών, η κρατική υποστήριξη κατασκευής εμπορικών κέντρων, η ενσωμάτωση ευρωπαϊκών οδηγιών για την προστασία του καταναλωτή και η εύκολη και φθηνή πρόσβαση σε πιστωτικά προϊόντα κατά τη μετάβαση στη νέα χιλιετία (βλ. Λάλλας, 2022, σελ. 32-34· Placas, 2020, σελ. 324-326· Ιορδάνογλου, 2020, σελ. xlvii). Έχει ενδιαφέρον να σημειώσουμε εδώ ότι η υλοποίηση αιτημάτων κοινωνικοοικονομικού εκσυγχρονισμού –αιτημάτων (νέο-)φιλελεύθερης κοπής– συνέβαλε, σε σημαντικό βαθμό, στη διαμόρφωση του μεταπολιτευτικού καθεστώτος κατανάλωσης και, κατά επέκταση, στην εμπέδωση του καταναλωτισμού. Αυτή η επισήμανση θα μας βοηθήσει στη συνέχεια της ανάλυσης μας να κατανοήσουμε τις εσωτερικές εντάσεις που δονούν τον φιλελεύθερο λόγο, εκφάνσεις του οποίου φιλοξενούνται στην *Καθημερινή της Κυριακής* κατά την περίοδο της κρίσης.

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Το εναρκτήριο ερώτημα της έρευνας αυτής ήταν το πώς νοηματοδοτείται ο καταναλωτισμός μέσα από την προβληματοποίηση της σχέσης αυτού του ήθους με την ελληνική κρίση. Η επιλογή της *Καθημερινής της Κυριακής* ως πηγής δεδομένων προς ποιοτική ανάλυση έγινε λόγω του ότι *Η Καθημερινή* αποτελεί το μακροβιότερο και πανελλαδικής κυκλοφορίας έντυπο (έτος ίδρυσης 1919), του οποίου η συμβολή στη διαμόρφωση του ελληνικού μεταπολιτευτικού φιλελευθερισμού είναι κρίσιμη.⁵ Επίσης, πρόκειται για μία εφημερίδα που φιλοξενεί αρθρογραφία, η οποία, σε σημαντικό βαθμό, συνίσταται σε μεθερμηνείες συνεκτικότερων φιλελεύθερων ερμηνειών του ελληνικού σχηματισμού· μεθερμηνείες που υποδεικνύουν την ποικίλη μορφολογία της φιλελεύθερης ιδεολογίας (βλ. Freedon, 2021, σελ. 65-114).

Στόχος, λοιπόν, της ανάλυσης είναι να αναδειχθεί ο τρόπος νοηματοδότησης του καταναλωτισμού και προβληματοποίησης της

5. Βλ. Ζαρίκος, 2020.

σχέσης του με την ελληνική κρίση, κατά την περίοδο της κρίσης, εξού και επιλέχθηκε η χρονική περίοδος 2010-2016. Το χρονικό αυτό φάσμα εκτείνεται από την εκδήλωση της ελληνικής κρίσης χρέους (όπως αυτή αποτυπώνεται και στην υπογραφή του 1ου Μνημονίου το Μάιο του 2010) μέχρι και το τέλος του 2016, που σημαίνει ότι ολοκληρώνεται η περίοδος που προβλεπόταν από το Μεσοπρόθεσμο Πλαίσιο Δημοσιονομικής Στρατηγικής (2013-2016) και επίσης είναι 1,5 χρόνο μετά την υπογραφή του 3ου Μνημονίου (Ιούλιος 2015).

Αναφορικά με την επιλογή της κυριακάτικης έκδοσης θα πρέπει να επισημάνουμε ότι έγινε για δύο λόγους. Πρώτον, το διαθέσιμο υλικό προς ανάλυση ήταν πλουσιότερο, μιας και η κυριακάτικη έκδοση της *Καθημερινής* έχει μεγαλύτερο «σώμα» κειμένων, η οργανωτική-συντακτική λογική μοιάζει να είναι αυτή της σφαιρικής αποτίμησης των τεκταινομένων της προηγούμενης εβδομάδας και συνάμα λόγω του ότι φιλοξενούνται κείμενα μιας, θα μπορούσαμε να πούμε, «δοκιμακής αρθρογραφίας». Δεύτερον, διότι η κυριακάτικη έκδοση αποτελεί ένα φύλλο μαζικής ανάγνωσης.

Εξετάστηκαν όλα τα φύλλα της *Καθημερινής της Κυριακής*, κατά την περίοδο 2010-2016, και με τη μέθοδο της σκόπμης δειγματοληψίας (βλ. Τσιώλης, 2014, σελ. 127· Bryman, 2017, σελ. 464) συγκεντρώθηκαν 246 άρθρα με κριτήριο τη σχετικότητα των άρθρων αυτών με τα ζητήματα της κατανάλωσης, του καταναλωτισμού και της σχέσης του με την κρίση. Έχοντας υπόψη μας τη διευρυμένη πια βιβλιογραφία περί κατανάλωσης, καταναλωτικής κουλτούρας και καταναλωτισμού και, ως εκ τούτου, τις πολλές διαστάσεις του καταναλωτικού φαινομένου επιλέξαμε αρχικά να συγκεντρώσουμε όλα τα άρθρα που πραγματεύονταν τις διαφορετικές αυτές διαστάσεις και μετέπειτα κατά τη διαδικασία της κωδικοποίησης να επιλεγούν τα περισσότερο συναφή προς το κεντρικό ερευνητικό ερώτημα δεδομένα.

Στην παρούσα έρευνα έγινε χρήση των εργαλείων της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου. Πιο συγκεκριμένα, αξιοποιήσαμε τις τεχνικές της σκόπμης δειγματοληψίας, της κωδικοποίησης σε τρία στάδια (ανοικτή, αξονική και επιλεκτική) –που προτείνουν οι Corbin και Strauss (2015)–, της συνεχούς παλίνδρομης κίνησης μεταξύ της συγκέντρωσης των δεδομένων, της κωδικοποίησης, της θεωρίας και της ανάδειξης των θεματικών μοτίβων (Bryman, 2017, σελ. 620). Η διαδικασία της κωδικοποίησης έγινε με τη χρήση του λογισμικού προγράμματος ανάλυσης ποιοτικών δεδομένων Nvivo 12.

Στο πρώτο στάδιο κωδικοποίησης αναδείχθηκαν με σαφήνεια οι έννοιες-κωδικοί αυτοί που άπτονται του γενικού ερευνητικού ερωτήματος και αυτοί που αφορούν άλλες διαστάσεις του καταναλωτικού φαινομένου.

Κατά το δεύτερο στάδιο κωδικοποίησης αναδείχθηκαν θεματικές κατηγορίες/μοτίβα, όπως «Κριτική στον καταναλωτισμό», «Η σπατάλη ως ύβρις και ως αιτία της (πολιτικής, οικονομικής, ηθικής, πολιτιστικής) χρεωκοπίας», «Η κρίση του μοντέλου της ευημερίας και του εύκολου πλουτισμού», «Η κατανάλωση συνώνυμο της επιδειξιμανίας, της αφροσύνης και αντώνυμο της αναστοχαστικότητας και του σεβασμού», «Ο μεσαίος κοινωνικός χώρος και η υπέρβαση των δυνατοτήτων-ορίων διαβίωσης μέσω της κατανάλωσης», «Πατριωτισμός, ελληνικότητα vs καταναλωτική ευημερία», «Η επί πιστώσει καταναλωτική ευημερία ως ανορθολογική και 'τζαμπατζίδικη', κουτοπόνηρη συμπεριφορά», «Η αμαρτία του ηδονιστικού (καταναλωτικού) τρόπου ζωής», «Πολιτισμικό έλλειμμα ως αίτιο της κρίσης», «Μειωμένη εθνική παραγωγικότητα και εξωτερικός δανεισμός: Τα αίτια της οικονομικής δυσχέρειας», «Η ανάγκη των θυσιών: Το σοκ της κρίσης χρέους και η αλλαγή νοοτροπίας», «Το κρατικοκεντρικό (πελατειακό, παροχολογικό, προστατευτικό) οικονομικό μοντέλο ως αιτία της καθολικής κρίσης». Κάποιες από αυτές τις θεματικές κατηγορίες αναδείχθηκαν ως υποθέματα της κεντρικής θεματικής κατηγορίας, η οποία συνιστά «το κεντρικό ζήτημα ή επίκεντρο ενδιαφέροντος γύρω από το οποίο συναρμόζονται όλες οι άλλες κατηγορίες» (Bryman, 2017, σελ. 622).

Η κεντρική κατηγορία είναι αυτή του του «φθοροποιού καταναλωτισμού». Τα υποθέματα συνιστούν ουσιαστικά τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του καταναλωτισμού, όπως αυτός νοηματοδοτείται στην αρθρογραφία της *Καθημερινής της Κυριακής*. Επίσης μέσα από την κωδικοποίηση και την ανάλυση αναδείχθηκε ότι ο «φθοροποιός καταναλωτισμός» συνιστά, αφενός, *αίτιο* και, αφετέρου, *σύμπτωμα* της πολυδιάστατης ελληνικής κρίσης καθώς και *παράγοντας επίτασης* των φαινομένων «παρακμής» της νεοελληνικής κοινωνίας. Με άλλα λόγια, ο τρόπος με τον οποίο νοηματοδοτείται ο καταναλωτισμός και το πώς συνυφαίνεται με την κρίση αναδεικνύεται από τον τρόπο σύνδεσης των θεματικών κατηγοριών (ως υποθέματα της βασικής εννοιολογικής κατηγορίας, ως αίτια, ως σύμπτωμα και ως παράγοντας επίτασης η μια της άλλης θεματικής κατηγορίας). Στον

Πίνακα 1 παρουσιάζεται ο θεματικός χάρτης που προέκυψε σε αυτό το στάδιο της κωδικοποίησης.

Στο τελευταίο στάδιο της κωδικοποίησης προσδιορίστηκαν τα θεματικά μοτίβα, τα οποία εμπεριέχουν κωδικούς που προέκυψαν από την ανάλυση και την κωδικοποίηση του υλικού και ανασυγκροτήθηκαν εννοιολογικά ώστε να ερμηνεύσουμε κριτικά τον τρόπο με τον οποίο προβληματοποιήθηκε η σχέση του καταναλωτισμού με την κρίση στην αρθρογραφία της *Καθημερινής της Κυριακής*. Εν συνεχεία, γίνεται η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας στη βάση της συζήτησης τριών θεματικών μοτίβων: 1) Το σπασμένο καταναλωτικό συμβόλαιο: Η μειωμένη παραγωγικότητα των Ελλήνων, 2) Το σπασμένο κοινωνικό συμβόλαιο: Η ανεύθυνη κατανάλωση των Ελλήνων, 3) Το σπασμένο είδωλο των Ελλήνων: Η κατανάλωση ως επίδειξη.

5. Ο ΦΘΟΡΟΠΟΙΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΚΡΙΣΗ

Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, η ελληνική κρίση ειδώθηκε από τους περισσότερους ερμηνευτές της ως ένα εθνικό παραστράτημα. Η Ελλάδα κάπου απέκλινε από την παγκόσμια πεπατημένη, κάπου σταμάτησε να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις της εποχής, κάπου εφησύχασε ακολουθώντας εύκολους και λάθος δρόμους. Ο πιο εύκολος, ο πιο προφανής και ο πιο καθοριστικός από αυτούς τους δρόμους ήταν η οδός της άσκεπτης μαζικής κατανάλωσης. Η κρίση αποκάλυψε τις συνέπειες αυτού του παραστρατήματος με τον καταναλωτισμό να αποτελεί σύμπτωμα, τεκμήριο, αλλά και σύνοψη της εθνικής παρακμής:

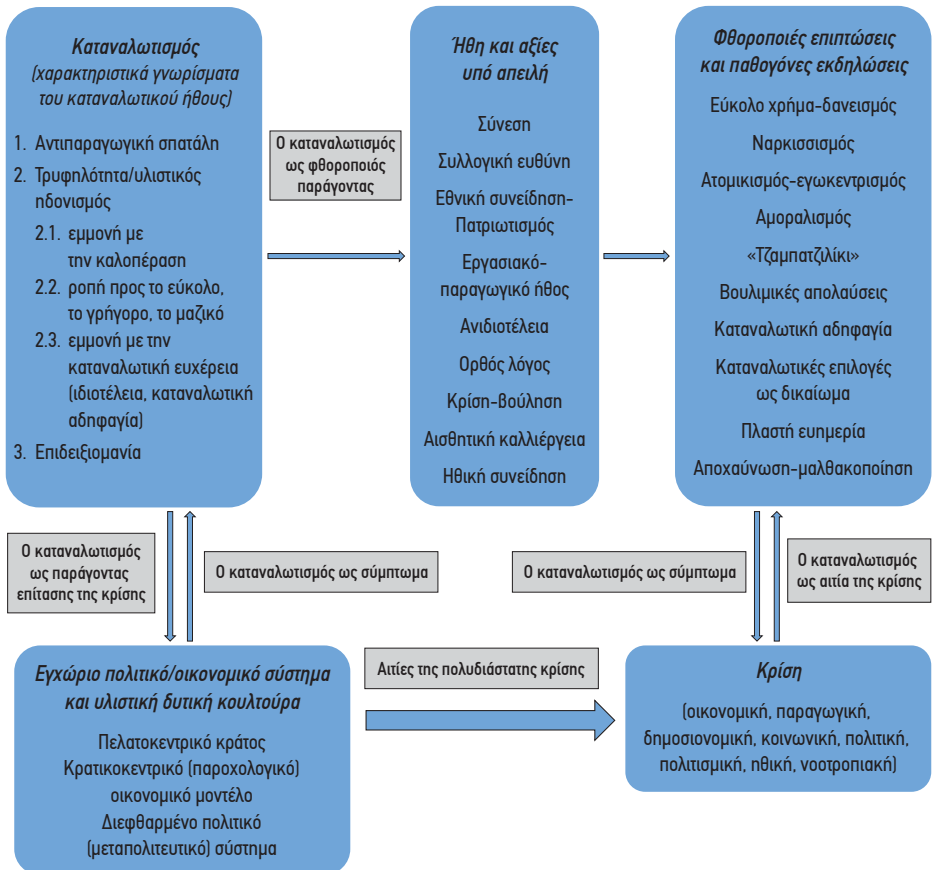
«Κατακαημένη Ελλάδα, είναι τυχαίο που κατάντησες ο ζητιάνος της Ευρώπης; Έχασες τον μπούσουλα ... δεν ξέρεις που πατάς και που πηγαίνεις. Έμαθες κυρίως να καταναλώνεις και να επιδεικνύεσαι, να κατηγορείς και να διαμαρτύρεσαι. Να αυθαιρετείς και να κομπάζεις» (Γσούκας, 2010).

Ο Έλληνας, ιδωμένος ως καταναλωτής, αποκτά το ήθος του επιδειξία και του κομπαστή. Ξεκομμένος από την παραγωγική βάση που θα εγγυόταν τη βιωσιμότητά του, ο καταναλωτισμός είναι αυθαιρεσία, ενώ το όριο ατομικού και εθνικού/συλλογικού καταργείται: οι Έλληνες διατηρούν την ατομικότητά τους (κατά μόνος κομπάζουν,

κατά μόνας σπαταλούν και έτσι, εν μέσω μοναξιάς, τεκμηριώνεται η ιδιοτέλειά τους) αλλά συγχρόνως εκπροσωπούν και την Ελλάδα. Πού την εκπροσωπούν; Στην Ευρώπη, την ήπειρο-καθρέφτη η θεσμική αναμέτρηση με την οποία μεταβάλλει το άθροισμα των ιδιοτελών ιδιωτών σε αρραγή δήμο υποκειμένο των ολισθημάτων του. Η Ελλάδα λοιπόν ήταν συνολικά μια χώρα επιδεικτική.

Αυτή είναι μία κεντρική ιδέα γύρω από τον φθοροποιό καταναλωτισμό. Ωστόσο πρέπει να πάμε πιο βαθιά, αφού ο καταναλωτισμός είναι ολισθημα πολλών ταχυτήτων και ερμηνειών. Η πιο επεικλής ερμηνεία αρκείται να επισημάνει την διχοστασία της ελληνικής παραγωγικής βάσης με την κατανάλωση των Ελλήνων.

ΕΙΚΟΝΑ 1: Θεματικός Χάρτης
για τον φθοροποιό καταναλωτισμό και την κρίση



5.1 Το σπασμένο καταναλωτικό συμβόλαιο: η μειωμένη παραγωγικότητα των Ελλήνων

Η πρώτη ερμηνεία είναι η απλούστερη και πιο οριοθετημένη. Εκμεταλλευόμενοι τη διαθεσιμότητα (δανεικών κατά βάσιν) πόρων, οι Έλληνες κατανάλωναν περισσότερο από ό,τι επέτρεπε η παραγωγική βάση της χώρας. Οι Έλληνες παρομοιάζονται με «ωραία παρέα» που όμως λησμόνησε ότι η ευωχία της είναι χρηματικά εξοφλήσιμη, άρα ανακλητή στην πρώτη δυσκολία (Κασιμάτης, 2010). Ζούσαν ερήμην των «πραγματικών αγοραστικών τους δυνατοτήτων» (Πουρνάρα, 2011), θεωρώντας αυτονόητο δικαίωμα την πρόσβαση σε συγκεκριμένα καταναλωτικά αγαθά (για παράδειγμα, το αυτοκίνητο σε νεαρή ηλικία). Καρπώνονταν έτσι, κατά τον διευθυντή της εφημερίδας Αλέξη Παπαχελά (2011b), «τα καλά του καπιταλιστικού συστήματος» την ώρα που η χώρα παρέμενε κρατικιστική, εχθρική προς τις αρχές και απαιτήσεις της ελεύθερης οικονομίας, η οποία εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα των καταναλωτικών προσδοκιών.

Σε κάποια κείμενα η υπέρβαση των ορίων δεν αφορά (σε τελική ανάλυση) στην κατανάλωση καθ' εαυτήν αλλά ρητώς στο παραγωγικό έλλειμμα: «το πρόβλημα δεν είναι ότι καταναλώνουμε πολλά αλλά ότι παράγουμε λιγότερα», λέει ο Πάσχος Μανδραβέλης (2010), και το παράδειγμά του είναι ενδεικτικό. Η αιτίαση για τον «υπερκαταναλωτισμό» ως νόσημα ευρύτερο της δημοσιονομικής υπέρβασης θάλλει διαχρονικά εντός πολιτισμικών ερμηνειών του πολιτικού, εκεί που η ιδεολογία ως συγκεκριμένο πρόταγμα για τον μετασχηματισμό του κόσμου, είτε απουσιάζει είτε υποτιμάται.⁶ Γι' αυτό ο Π. Μανδραβέλης στοχοποιεί τον αντι-παραγωγικό κρατισμό και την «αριστερογενή» σπατάλη και όχι την κουλτούρα των «Ελληναράδων». Σε αυτήν την ερμηνεία, το αίτημα είναι συγκεκριμένο και απτό: μείωση του κράτους, εκχώρηση των αρμοδιοτήτων του στον αγοραίο μηχανισμό. Οι Έλληνες δικαιούνται να καταναλώνουν όπως και ό,τι τους αρέσει, αλλά είναι αδύνατον να συνεχίζουν να παράγουν πλούτο με τον ίδιο τρόπο.⁷

Ακόμα κι όταν απουσιάζει η φιλελεύθερη κριτική στον «κρατικισμό», το συμπέρασμα παραμένει το ίδιο: η Ελλάδα ζούσε σε μια

6. Για τον ορισμό της ιδεολογίας ως πρόγραμμα μετασχηματισμού του κόσμου, βλ. Λέκκας, 2012, σελ. 41.

7. Για την ακαδημαϊκή διατύπωση της «στενής» ερμηνείας περί μειωμένης παραγωγικότητας/ανταγωνισμού, βλ. Kalyvas, 2015, σελ. 153-5.

φούσκα «που εκτόξευσε την κατανάλωση χωρίς παραγωγικό αποτέλεσμα» (Κατσουνάκη, 2011). Οι πόροι της χώρας διοχετεύθηκαν στην ατομική κατανάλωση, η παραγωγική βάση δεν αναδιοργανώθηκε κατά τις επιταγές του παρόντος και κάπως έτσι γεννήθηκε η ελληνική απόκλιση: το εθνικό παραστράτημα ήταν ένας καταναλωτισμός που δεν αντελήφθη τις προϋποθέσεις που επιτρέπουν την διαιώνισή του.⁸ Ο «υγιής» καταναλωτισμός είναι, λοιπόν, μια αμιγώς δημοσιονομική/ ποσοτική υπόθεση: ως προς τις ίδιες τις καταναλωτικές πρακτικές, οι καταγγέλλοντες την ελληνική αντιπαραγωγικότητα καθ' εαυτήν, παραμένουν αγνωστικιστές.

Το επιχείρημα της *Καθημερινής* εγγράφεται σε ένα ευρύτερο και εξαιρετικά δημοφιλές σχήμα περί παραγωγικής υστέρησης. Το επιχείρημα διατυπώθηκε τόσο από επιστημονικές μελέτες όσο και από την κοινή γνώμη.⁹ Πράγματι, ερωτηθέντες το 2015 για τα αίτια της κρίσης, οι Έλληνες αποφάνθηκαν σε συντριπτικό ποσοστό ότι η διχοστασία παραγωγικής ισχύος/κατανάλωσης έχει σημαντικό μερίδιο ευθύνης για την έλευση της κρίσης (Διανέοσις, 2016, σελ. 5). Το επιχείρημα μοιάζει απλό και οριοθετημένο. Συνυφάνθηκε, ωστόσο, με ευρύτερες ερμηνείες της ελληνικής κρίσης.

5.2 Το σπασμένο κοινωνικό συμβόλαιο: η ανεύθυνη κατανάλωση των Ελλήνων

Η ερμηνεία που θέλει τους Έλληνες έθνος τρυφηλό και ελαφρώς αντι-κοινωνικό έχει ισχυρότατες ακαδημαϊκές αγκυρώσεις και μεγάλο ιστορικό βάθος. Κατά τη δεκαετία του 1970, η διαπίστωση ότι η Ελλάδα έχει εισέλθει σε τροχιά «μαζικής κατανάλωσης» πυροδότησε μια αλυσίδα επιχειρημάτων, τα οποία έφεραν σε αντιδιαστολή την ιδιοτελή τρυφηλότητα του καταναλωτή με την στάση του υπεύθυνου πολίτη.¹⁰ Το νήμα ξεκινάει με την ενεργειακή κρίση

8. Οι ρίζες αυτής της προβληματικής γύρω από τη σχέση κατανάλωσης και παραγωγικότητας, η οποία προσεγγίζει την κατανάλωση, που υποστηρίζεται από οικονομικούς πόρους που δεν συμβάλλουν στην παραγωγή πρόσθετης αξίας, ως αντιπαραγωγική σπατάλη παραγωγικών πόρων και καταναλωτικών αγαθών, μπορούν να εντοπιστούν στον κλασικό φιλελευθερισμό και πιο συγκεκριμένα στον Adam Smith (2018, σελ. 369-370). Επίσης βλ. Λάλλας, 2019, σελ. 121.

9. Η αυτοτελής ανατύπωση του προαναφερθέντος δοκιμίου του Κονδύλη για την ελληνική παρακμή είναι ενδεικτική.

10. Για μια ιστορική πραγμάτευση της πετρελαικής κρίσης υπό το πρίσμα της μαζικής κατανάλωσης, βλ. Ζαρίκος, 2020.

της πρώτης Μεταπολίτευσης, περνάει από τους «Τζαμπατζήδες» της προς Μάαστριχτ δημοσιονομικής προσπάθειας και καταλήγει στην μεγάλη κρίση του 21ου αιώνα. Υφάνθηκε δε από μια σειρά στοχαστών ποικίλων ιδεολογικών και θεωρητικών προσανατολισμών. Στο πρόσωπο του Έλληνα ανεύθυνου καταναλωτή συστεγάστηκαν: από τους φρικτούς μικροαστούς του μαρξισμού μέχρι τους ωφελιμιστές της ορθολογικής επιλογής, και από την παρωχημένη κουλτούρα του Νικηφόρου Διαμαντούρου μέχρι τους εκμαυλισμένους δυτικοτρόπους Έλληνες του Χρήστου Γιανναρά.¹¹

Η ερμηνεία αυτή γνώρισε μεγάλη απήχηση μετά την έκρηξη της οικονομικής κρίσης. Επικαιροποιημένη δε συνέβαλε στο να διευρυνθεί ο χαρακτήρας της τελευταίας από οικονομική σε ευρέως πολιτισμική. Υπό αυτό το πρίσμα, ο φθοροποιός καταναλωτισμός (ή ακριβέστερα κάποιες συγκεκριμένες «ευτελείς» εκδοχές του) συνδέεται αλλά δεν ταυτίζεται με τις δημοσιονομικές συνέπειές του. Αποτελεί, αντίθετα, ψηφίδα μιας κρίσης τελικά ευρύτερης, καθρέφτης μιας εθνικής πορείας που επιβράβευσε το έλασσον, το μέτριο και το ημέτερο. Οι υποστηρικτές της ευρύτερης ερμηνείας δεν είναι αγνωστικιστικές ως προς τις ενδεδειγμένες καταναλωτικές πρακτικές. Κάθε άλλο: οι καταναλωτικές επιλογές των Ελλήνων αναδείχθηκαν ακαριαία σε εθνικό διακύβευμα γι' αυτό και ερμηνεύθηκαν λεπτομερώς.

5.2.1 Μια λάθος κατεύθυνση του βίου

Η πολιτισμική υποβάθμιση των Ελλήνων συνδέεται με το δημοσιονομικό αδιέξοδο και τεκμηριώνεται από τη δημοφιλία συγκεκριμένων πολιτισμικών πρακτικών. Ο τρόπος διασκέδασης αναδεικνύεται σε ψηφίδα του πολιτικού βίου. Κληρονομημένες πολιτισμικές αντιλήψεις για τη διάκριση «υψηλής» και «εμπορικής» κουλτούρας εγγράφονται στο νέο πλαίσιο της κρίσης και έτσι το «πλαστικό και ηδονιστικό μπουζουκοξεφάντωμα με ατελείωτες μπουκάλες ούισκι» (Παπαχελάς, 2010) αναδεικνύεται σε σύμπτωμα της νεοελληνικής παρακμής.

Ο Νίκος Ξυδάκης (2010) μιλάει για τη Μύκονο ως καθρέφτη της εθνικής παρακμής, και σχολιάζει την ευτέλεια του εγχώριου «λαϊφ-

11. Για τα σχήματα ερμηνείας της «ελληνικής περίπτωσης», βλ. Βούλγαρης, 2019. Σημειώτέο ωστόσο ότι αυτές οι ερμηνείες δεν έχουν μελετηθεί υπό το πρίσμα της κατανάλωσης παρά την κεντρική θέση που αυτή κατέχει στο επιχειρήμα των αναλυτών.

στάιλ», έννοια που τόσο πυκνά συνήφθη με τον καταναλωτισμό ως συνώνυμη ενός βίου άμετρου και ρηχού (Ξυδάκης, 2012), ενώ έτερη αρθρογράφος περιγράφει ειρωνικά τη «σπατάλη» στα κέντρα νυχτερινής διασκέδασης ως θέαμα «αλλόκοτο» (Μαργωμένου, 2011). Συγκεκριμένα αντικείμενα περιβάλλονται με μια αύρα «υπερβολής», ένα φωτοστέφανο υπερκαταναλωτισμού, το οποίο, πριν την κρίση, ίσως να χώραγε σε έναν ανέμελο αυτοσαρκασμό, αλλά μετά το 2010 υποδεικνύει πλέον εθνικά αδιέξοδα. Κάπως έτσι το ούισκι βαφτίζεται εθνικό ποτό της φούσκας (Ελαφρός, 2013), τα τζιπ γίνεται πρόβλημα για τους κατόχους τους (Μαργωμένου, 2013), η αστακομακαρονάδα και οι καγιέν (Παπαχελάς, 2010) φέρουν δυσάρεστους συνειρμούς, ενώ τα αξεσουάρ των μπουζουκιών καταδικάζονται συλλήβδην: με έναν μάλλον μελαγχολικό τρόπο, η κρίση αποτέλεσε την εκδίκηση του «εντέχνου».¹²

Η κριτική στον ηδονισμό, στην κοινωνικά ανεύθυνη ευζωία συνδέεται (όχι πάντοτε ρητά) με την κριτική στο παραγωγικό έλλειμμα και έτσι η κρίση διευρύνεται. Πράγματι, η κριτική στον φθοροποιοό καταναλωτισμό υπερβαίνει τις δημοσιονομικές παραμέτρους και στοχοποιεί την εν γένει ρηχή, χωρίς προοπτική διασκέδαση του βίου προς κατευθύνσεις ελάσσονες, μέτριες και αβάσταχτα ελαφρές. Με τον τρόπο αναψυχής να ερμηνεύεται ως ψηφίδα πλέον (και) του πολιτικού βίου γινόμαστε μάρτυρες της ανατροπής ή αναθεώρησης βαθιών διεργασιών της Μεταπολίτευσης. Η διάκριση υψηλής/χαμηλής κουλτούρας εξακολουθεί ακμαία, αλλά κάποιες ψηφίδες της κουλτούρας που είχαν από-πολιτικοποιηθεί, τώρα επανέρχονται στη σφαίρα του πολιτικού.

Αυτή η εκ νέου πολιτικοποίηση των καταναλωτικών πρακτικών συντελείται διά της υπόθεσης ότι η υλοποίηση του αιτήματος της «καλοπέρασης» έλαβε χώρα σε βάρος άλλων κρίσιμων συλλογικών αιτημάτων. Ανασκοπώντας την άνοδο και πώση της ελληνικής μεσαίας τάξης, ο Τάκης Θεοδωρόπουλος (2014) εγκάλεσε τα μέλη της ότι στα χρόνια της «ευμάρειας» δεν υποχρέωσαν τους πολιτικούς να βελτιώσουν βασικές προνοιακές υπηρεσίες όπως νοσοκομεία, σχολεία και τις αστικές υποδομές. Αντιθέτως, προτεραιότητά τους ήταν η μεγιστοποίηση της κατανάλωσης. Πλέον κινδυνεύουν οι ίδιοι οι δημοκρατικοί θεσμοί (Ιορδανίδης, 2011), και τούτο διότι η Μεταπο-

12. Για μια ευρύτερη και πολύ ενδιαφέρουσα γενεαλογία της «πολιτισμικής πώλησης» στην μεταπολιτευτική Ελλάδα, βλ. Tziouvas, 2021, σελ. 30-41.

λίτευση χαρακτηρίστηκε τόσο από την «ψευδαίσθηση του «θαύματος» της «χρυσής εποχής», όσο όμως και από τον εκδημοκρατισμό, κάτι που συνεπάγεται ότι η πώση της «ψευδαίσθησης» θα συμπαράσφρει και τα κεκτημένα της προηγούμενης περιόδου.

Την ίδια ώρα, λοιπόν, που οι δημοκρατικοί θεσμοί διακυβεύονται, η κατανάλωση προσλαμβάνεται ως ένα είδος δικαιώματος. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η πρόσληψη των καλοκαιρινών διακοπών, οι οποίες δεν θεωρούνται ένα ακόμη εμπόρευμα προς κατάκτηση, αλλά ένα είδος (ελληνικού) δικαιώματος (Δοξιάδης, 2013). Έχει ενδιαφέρον πως σε αυτό το σημείο διαπλέκεται η έννοια του προϊόντος με την έννοια του δικαιώματος, και το πώς αλλάζει το πρίσμα ανάγνωσης κάθε φορά ανάλογα με τον εκάστοτε κοινωνικό σχηματισμό. Έτσι ενώ για έναν Γάλλο ή Γερμανό οι διακοπές είναι ένα ακόμη προϊόν προς κατανάλωση, για τον Έλληνα είναι ένα δικαίωμα προς «κατανάλωση». Το δε δικαίωμα αυτό στοιχειοθετείται μέσα από την ύπαρξη την εξοχικής κατοικίας (Δοξιάδης, 2013).¹³

Δεν καταγγέλλεται, λοιπόν, αδιαφοροποίητα η κατανάλωση. Αυτό που στοχοποιείται είναι η κατανάλωση ως προτεραιότητα, ως κύρια μέριμνα των Ελλήνων. Η «καλοπέραση» δεν είναι φθοροποιός καθ' εαυτήν, αλλά όταν μια γενιά «το μόνο που την ενδιαφέρει είναι ο επεκτατισμός, η καλοπέραση, η μίνιμουμ προσπάθεια με το μέξιμουμ αποτέλεσμα» (Καβάκος, 2010), τότε το ιδιωτικό έχει υπερσκελίσει το δημόσιο και αποτέλεσμα είναι η εθνική κρίση.¹⁴ Πρόκειται για την επικαιροποίηση ενός αρχαίου ήδη συμπεράσματος: *όταν προτεραιότητα των πολιτών γίνεται η τρυφή, καταστρέφονται πολιτείες.*

Η Ελλάδα δεν μπόρεσε να οριοθετήσει τον εαυτό της και τις επιθυμίες της. Κατακερματισμένη και ιδιοτελής, εξοικειώθηκε με τη μετριότητα, μετατράπηκε σε άθροισμα ιδιοτελών καταναλωτών με σκοπό την ευζωία. Οι σχολιαστές μας υποψιάζονται μάλιστα ότι η επιζητούμενη ευζωία είναι ούτως ή άλλως κίβδηλη. Ο «καταναλωτισμός» είναι θεός που εξαπατά τους πιστούς του.

13. Για τις ερμηνείες της ελληνικής ιδιοκατοίκησης και τις ιδεολογικές/επιστημολογικές προϋποθέσεις τους, βλ. Ζαρίκος, 2022.

14. «Ξεχάσαμε τι σημαίνει “αγαπάω την πατρίδα μου”» κατά τον Παπαγελά (2012).

5.2.2 Ανυπομονησία και μοναξιά του καταναλωτή

Η πιο λεπτή εκδοχή αυτής της ερμηνείας στις σελίδες της *Καθημερινής της Κυριακής* προσφέρεται από τον Χρήστο Γιανναρά, ο οποίος αντιμετωπίζει την καταναλωτική κουλτούρα ως διαβρωτική των ανθρώπινων σχέσεων.¹⁵ Κατά τον Γιανναρά, ο «καταναλωτισμός» έχει μεταβληθεί στο διακριτικό γνώρισμα των σύγχρονων κοινωνιών. Η κυριάρχησή του τεκμηριώνει την κατάπτωση των πνευματικών και πολιτικών θεμελίων του συλλογικού βίου. Αυτό ισχύει διεθνώς αλλά και στην Ελλάδα. Μετά το 1974, κυρίως, το ελληνικό πολιτικό σύστημα διέφθειρε την κοινωνία αναγορεύοντας την αύξηση του πλούτου σε ύψιστη αξία: «όραμα μοναδικό, κοινωνικό και πολιτικό, ήταν η μεγιστοποίηση της καταναλωτικής ευχέρειας όλων» (Γιανναράς, 2010b).

Για τον Γιανναρά, ο καταναλωτισμός είναι το ακραίο σύμπτωμα και συγχρόνως αίτιο της ελληνικής παρακμής. Η κατακυριάρχηση του καταναλωτικού ιδεώδους αποτελεί φαινόμενο διεθνές και διαπαραταξιακό: ο «ιστορικός υλισμός» είναι η αυτοσυνειδησία του καπιταλισμού. Επείγει επομένως μια συνολική επανεξέταση αξιών πέρα από τα ιδεολογικά στεγανά ώστε να ευδοκιμήσουν κοινωνικές αποβλέψεις «πέρα από την καταναλωτική ηδονοθηρία» (Γιανναράς, 2010a). Οι Έλληνες οφείλουν να ασκηθούν στο «άθλημα της συνύπαρξης», άθλημα αντι-υλιστικό και ανιδιοτελές, απαύγασμα ειδοποιητικό της μακράς κληρονομιάς του ελληνισμού (Γιανναράς, 2012). Ο «πολιτισμός της σχέσης» ενσαρκώνεται στα έργα τέχνης και στη ζωντανή ελληνική γλώσσα, ενώ σύμβολο του καταναλωτικού πολιτισμού είναι το σούπερ μάρκετ, χώρος όπου οι άνθρωποι επιλέγουν μόνοι μεταξύ πολλών (Γιανναράς, 2014b). Στον λόγο του φιλοσόφου, το επίθετο «αγοραίος» έχει πάντοτε αρνητική σημασία και ο καταναλωτισμός ρητώς ορίζεται ως παθογένεια.

Αν δεν αλλάξουν οι Έλληνες συνολικό πνευματικό προσανατολισμό, δεν υπάρχει ελπίδα αναστροφής της εθνικής παρακμής. Δεν το επιτρέπει η ίδια η φύση του καταναλωτισμού τον οποίον ο Γιανναράς ανάγει σε «νοο-τροπία», έναν τρόπο του νοείν που προηγείται της απτής σκέψης και δράσης και την τροχιοδρομεί. Οι Έλληνες εξασκήθηκαν νοοτροπιακά στη διατύπωση μιας αχόρταγης επιθυμίας υποτιμώντας τόσο τις υλικές/παραγωγικές προϋποθέσεις της όσο

15. Επίσης, βλ. Tziouvas, 2021, σελ. 54-56.

και (ασυγκρίτως σημαντικότερα) τις εναλλακτικές στον καταναλωτισμό: τη χαρά της σχέσης, της ανιδιοτελούς συνύπαρξης και δημιουργικής απασχόλησης με τα κοινά. Αν δεν εκπέσουν τα είδωλα του καταναλωτισμού, «ο Ελληνισμός δεν έχει ελπίδα συνέχειας, ούτε οι ζωές μας προοπτικές χαράς» (Γιανναράς, 2013). Ούτε οι Έλληνες ούτε οι Ευρωπαίοι δείχνουν να αντιδρούν σε αυτό που ο Γιανναράς (2014a) περιγράφει ως εξαμερικανισμό τους, δηλαδή την υποταγή των επιθυμιών τους «στον αναιρετικό κάθε σχέσης» καταναλωτισμό. Έτσι, το έθνος αποσυντίθεται σε άθροισμα χαμηλοφρόνων ιδιωτών, ανίκανων να συνάψουν ουσιαστικές σχέσεις. Το άθλημα της συνύπαρξης απαιτεί υπομονή και θυσίες, αλλά ο καταναλωτικός άνθρωπος ρέπει προς την άμεση και εύκολη ικανοποίηση. Το έθνος είναι άθλημα *συλλογικό*, αλλά ο καταναλωτικός άνθρωπος είναι *μαζικός*.

Ο Γιανναράς προτείνει μια γενεαλογία της ελληνικής φθοράς μεγάλου ιστορικού βάθους: το ελληνικό κράτος ανταγωνίστηκε την ελληνική ιδιοπροσωπία, την λαϊκή «αριστοκρατικότητα» της ελληνικής ζωής και τέχνης ήδη από ιδρύσεώς του, ενώ η κουλτούρα του καταναλωτισμού κυριάρχησε διεθνώς μεταπολεμικά (Γιανναράς, 2015). Οι υπόλοιποι σχολιαστές της *Καθημερινής*, ωστόσο, πρότειναν βραχύτερες γενεαλογίες του φθοροποιού καταναλωτισμού. Ευθυγραμμιζόμενοι με τη δημοφιλέστερη ερμηνεία της κρίσης στη δημόσια σφαίρα, ανέδειξαν ως προϊστορία της κρίσης τα λεγόμενα «χρόνια της πλαστής ευημερίας». Έχοντας αποκτήσει δε αυτοπεποίθηση από την ανεξάντλητη αυτοπεποίθηση της ιδεολογίας, απεφάνθησαν ότι ήταν από τότε σαφές ότι η Ελλάς όδευε κατά κρημνών.

5.2.3 Οι ρίζες της φθοράς

Αναφέρθηκε εισαγωγικά πως η κριτική στην κοινωνία της μαζικής κατανάλωσης και τον καταναλωτισμό έχει μεγάλο ιστορικό βάθος. Αυτό το ιστορικό βάθος, η προ-υπάρχουσα δυσπιστία προς το «καταναλωτικό» ή «υλιστικό» τρόπο ζωής συνέβαλε στην ορμητική διάγνωση της ελληνικής παθογένειας όταν εκδηλώθηκε η δημοσιονομική κρίση. Η κρίση του 2009 ήταν αναπάντεχη, αλλά η πολιτισμική καχυποψία προς τη μαζική κατανάλωση και τον καταναλωτισμό την έκανε να μοιάζει αναπόφευκτη.

Οι ακριβείς απαρχές του φθοροποιού καταναλωτιστικού ήθους ποικίλλουν. Ο Γ. Παγουλάτος (2010) επεσήμανε, για παράδειγμα, ότι

στο γύρισμα της δεκαετίας του 1990 εξετράφη «ένας ρηχός ηδονιστικός ατομισμός», ένα ρεύμα που κατέστησε την ανεμελιά «καταναγκαστική ιδεολογία», εξύψωσε την «ευκολία κτήσης» εμφανιζόμενο έτσι ως «γκλάμορους φιλοτομαρισμός». Η επαφή με το εξωτερικό έφερε στα καθ' ημάς «το ανόητο lifestyle και τον χυδαίο καταναλωτισμό».¹⁶ Η πρόσβαση στους κοινοτικούς πόρους και αργότερα στον φθηνό δανεισμό της Ευρωζώνης εκτόξευσε την κατανάλωση χωρίς την απαιτούμενη παραγωγική ανάταξη. Η Ευρώπη έγινε άθελά της εκμαυλιστής των αδρανούντων Ελλήνων και των ανεύθυνων πολιτικών τους (Καλύβας, 2010). Άλλοι σχολιαστές μιλούν αδρότερα για την Μεταπολίτευση ή για τις μεταπολιτευτικές γενιές:

«είναι τόσο κακομαθημένη η δική μας γενιά, η οποία δεν έχει γνωρίσει πολέμους και κακουχίες, ώστε το μόνο που την ενδιαφέρει είναι ο επεκτατισμός. Η απόκτηση όσο το δυνατόν περισσότερων αγαθών, η καλοπέραση, η μίνιμουμ προσπάθεια με το μέξιμουμ αποτέλεσμα» (Καβάκος, 2010).

Σε άλλες ερμηνείες, η αργοθυμία των υλιστικών μεταπολιτευτικών γενεών παροξύνει τα προβλήματα της χώρας, δημιουργεί επιγόνους που στερούνται πια ακόμα και στοιχειώδους αίσθησης του συν-ανήκειν (Θεοδωρόπουλος, 2015b). Η ηδονιστική κοινωνία γεννήθηκε στη Μεταπολίτευση, απήλαυσε έναν βίο άσκεπτο, αλλά πλέον ήρθε η ώρα να πληρώσει «συσσωρευμένες αμαρτίες δεκαετιών» (Παπαχελάς, 2010; Ιορδανίδης, 2011). Θεωρείται δε προδιαγεγραμμένο ότι κάποια στιγμή θα ερχόταν ο λογαριασμός. Σε αυτήν την αφήγηση, το lifestyle και η «άμετρη» κατανάλωση κηρύσσονται από ετών, πριν την κρίση δηλαδή, εκπρόθεσμα και η πορεία της χώρας προδιαγεγραμμένη. Τα εγχειρίδια της καλής κατανάλωσης, κατά την διατύπωση του Νίκου Ευδάκη (2012), αποδείχτηκαν μια σπουδή στο ανέφικτο, μια προσπάθεια χαλιναγώγησης του καταναλωτισμού καταδικασμένη να ματαιωθεί.

Επινοείται έτσι μια νέα βεβαιότητα και η προϋπάρχουσα κριτική στην ιδιοτελή, ευτελή, ρηχή ευμάρεια επιστρατεύει ένα νέο, πιο επώδυνο επίθετο για την ελληνική σπατάλη: χρεωκόπος. Η χώρα, απο-

16. Πλησιόχρονη γενεαλόγηση δίνεται και στην ιστορία της μεταπολιτευτικής Ελλάδας του Γιάννη Βούλγαρη (2008, σελ. 282) όπου εκεί στοχοποιείται η εισαγωγή μιας αδρής, παραφθαρμένης εκδοχής του νεοφιλελευθερισμού.

φαίνονται πολλοί εν μέσω της κρίσης, βιάδιζε ήδη κατά κρημών. Χαρακτηριστική η αποστροφή του Γ. Θεοδωρόπουλου (2015a):

«Αισθανόμουν κι εγώ, όπως πολλοί, πως ο ευδαιμονικός παροξυσμός δεν μπορούσε να κρατήσει για πάντα, πως ο πατριωτισμός της Μυκόνου είχε τα όριά του όπως και ο νεόπλουτος ηδονισμός που ξεεφράσθη με τον πληρέστερο τρόπο στα περίφημα γεγονότα του 2008...»

Έχει μεγάλη σημασία αυτή η αίσθηση για το εγγενώς εκπρόθεσμο του καταναλωτικού τρόπου ζωής. Αποκαλύπτοντας τη χρονίζουσα και διαπαραταξιακή απaréσκεια για την πορεία των καταναλωτικών κοινωνιών, η ερμηνεία αυτή εξηγεί την ακαριαία ετυμηγορία για τα αίτια της κρίσεως ήδη το 2010: οι Έλληνες ήλπιζαν για χρόνια μάταιες ελπίδες και η ευθύνη βαραίνει συλλογικά το έθνος.

Η εδραιωμένη πριν την κρίση καχυποψία εναντίον του καταναλωτισμού εξηγεί την ακαριαία (διαπαραταξιακά) βεβαιότητα για τη φθοροποιού φύση του καταναλωτισμού: πολλές από αυτές τις μάταιες ελπίδες είχαν να κάνουν με την πρόσβαση σε καταναλωτικά αγαθά.¹⁷ Αν η «καλοπέραση ενσωματώθηκε στην εθνική ιδεολογία» (Κασιμάτης, 2012), αυτό έγινε χωρίς μέτρο και σκέψη. Ήταν μια εύκολη, αβασάνιστη ελπίδα για τους Έλληνες της Μεταπολίτευσης, μια πολιτισμική επιλογή που έθεσε σε κίνδυνο όχι μόνο την εθνική οικονομία, αλλά άφησε έκθετα τα μέλη της στις αλλαγές των καιρών: «ήμασταν μια κοινωνία νεόπλουτων, τείνουμε να γίνουμε μια κοινωνία νεόπτωχων», παρατηρεί ο Γιάννης Μπουτάρης (2014) προτείνοντας μια μέση οδό ανάμεσα στην εξάλειψη του ατομικισμού και στις κοινωνίες «που εξυψώνουν την απληστία και την ακόρεστη κατανάλωση». Αν η μέση οδός αυτή εντοπιστεί, οι πορευόμενοι θα δώσουν προτεραιότητα στις «βασικές αξίες» της ζωής και όχι στην κατανάλωση. Και η πολιτεία θα σωθεί.

5.3 Το σπασμένο είδωλο των Ελλήνων: η κατανάλωση ως επίδειξη

Οι ερμηνείες που παρουσιάσαμε στις προηγούμενες ενότητες συνέδεαν αιτιακά την κατανάλωση με την κρίση. Διαβάζοντας, ωστόσο,

17. Βλ. επίσης Καραϊσκάκη (2013) όπου υποστηρίζεται ότι στην εποχή του υπερδανεισμού το πόσα αντικείμενα κατείχες, καθόριζε την θέση σου στην κοινωνική ιεραρχία. Επίσης, βλ. Θεοδωρόπουλος, 2016.

τα κείμενα της *Καθημερινής* διακρίνουμε και μια ευρύτερη ροή σκέψης. Σε αυτήν, συγκεκριμένες πολιτισμικές πρακτικές καταγγέλλονται χωρίς απαραίτητως να τους αποδίδεται η έλευση της χρεωκοπίας. Κεντρική μέριμνα των κειμένων αυτών είναι η αποκάλυψη της επίδειξης, του ελληνικού ναρκισσισμού.

Ο ελληνικός ναρκισσισμός ανθεί σε μια κοινωνία που ανέδειξε σε κυρίαρχες αξίες την εύκολη κατανάλωση, την τρυφηλότητα και το εύκολο χρήμα (Παπαχελάς, 2011a). Επίδειξη σημαίνει συχνά αυτό-τοποθέτηση εκτός πλαισίου: ο Χ. Τσούκας παρατηρεί σε μια εθνική εορτή οι μεν τοπικές ελίτ δράττον την ευκαιρία μιας εθνικής εορτής να περιβληθούν αύρα μεγαλείου (ο δήμαρχος υποκρίνεται τον «εθνάρχη» και η σύζυγος δημάρχου την Εβίτα Περόν), ενώ και οι συμμετέχουσες μαθήτριες παρελαύνουν με mini φούστες υιοθετώντας την τρέχουσα τάση της μόδας. Συμμέτοχοι στην ασυναρτησία οι συναθροισμένοι πολίτες, οι οποίοι ενδιαφέρονται μάλλον για να επιδειχθούν παρά για την τελετή καθ' εαυτήν. Πράγματι, οι γονείς ενδιαφέρονταν περισσότερο για την απαθανάτιση των παρελαυνόντων τέκνων τους αφού ο «σημερινός Έλληνας δεν νιώθει ότι υπάρχει αν δεν βλέπει τη φάτσα του στην οθόνη, στον καθρέφτη ή στη φωτογραφία»· μια κοινότητα εκτός πλαισίου (Τσούκας, 2010).

Στην ίδια προοπτική, ο Στέφανος Κασιμάτης (2013) επικρίνει βουλευτριά που εμφανίστηκε με «δωδεκάποντες γόβες», διότι «βάζει τα μπουζούκια ή ένα γάμο με κλαρίνα στο ίδιο επίπεδο με την Βουλή». Το κοινοβούλιο φέρει αντίστοιχη αισθητική και η βουλευτριά της Αριστεράς ναρκισσεύεται όταν τοποθετείται εκτός αυτής.

Τα παραθέματα αποτυπώνουν ασφαλώς αντιλήψεις για την πολιτική, την τεχνολογία και το γυναικείο σώμα, αλλά αυτές οι αντιλήψεις δεν μπορούν να αναλυθούν έξω από τις νόρμες περί επίδειξης και «σοβαρής» διασκέδασης, τις νόρμες για τα στεγανά μεταξύ των σφαιρών του «εθνικού» και του επιδεικτικού και, βεβαίως, τα συγκεκριμένα καταναλωτικά αντικείμενα που πιστοποιούν την (καταδικαστέα) διαπερατότητα των δύο αυτών σφαιρών. Στις περιπτώσεις που μια «παραγωγιστική προκατάληψη» προσανατολίζει, έμμεσα ή άμεσα, τις κοινωνικές επιστήμες ευνοείται η παραγνώριση του προφανούς: η κατανάλωση και το σύμπαν της δεν είναι περιθωριακό, δεν αντιστοιχεί σε μια σφαίρα ιδιότητας και σχολής, αλλά συμπλέκεται πυκνά με όλες τις σημαντικές κινήσεις των ιδεών, αποτελεί κρίσιμη ψηφίδα στο πλέγμα των νοημάτων που τροchioδρομούν την κοινωνική δράση.

Η επίδειξη δεν είναι μόνο σφάλμα ασυνάφειας. Η ανθεκτικότητα συγκεκριμένων πολιτισμικών πρακτικών σκανδαλίζει εξίσου: η δι-αλλάληση του νεοπλουτισμού με τις οικιακές πισίνες (Σακελλαρίδη, 2011), ο διαγωνισμός εύπορων νεαρών για το ποιος θα πετάξει τα περισσότερα λουλούδια στα μπουζούκια (Μαργωμένου, 2011) ή το «μεσοαστικό όνειρο της μεζονέτας και της BMW» (Κασιμάτης, 2015) τεκμηριώνουν ότι η κρίση έχει πολλές ταχύτητες και άλλες τόσες αναγνώσεις. Σπαράγματα λόγου, θα πει κανείς. Ναι, αλλά έτσι τεκμηριώνεται η διάχυση των ιδεών: όταν οι συνεκτικές ερμηνείες γίνονται συνθήματα, στερεότυπα και αντανakλαστικά. Η ρευστοποίηση των ιδεών δεν αποβαίνει πάντα εις βάρος τους.

Κάποιες από αυτές τις πρακτικές συνδέονται αιτιακά με την κρίση, κάποιες άλλες όχι. Σε κάθε περίπτωση, ωστόσο, η κρίση ελλοχεύει ως διανοητικό πλαίσιο της καταγγελίας της επίδειξης. Πράγματι, η διάχυτη αγωνία και απαισιοδοξία της εποχής είναι που κάνει τους αρθρογράφους να αναζητούν επίμονα συμπτώματα φθοράς και καταναλωτικής αλλοίωσης. Ήταν μια νέα ευαισθησία για το επιφανειακό, το εφήμερο και το επιδεικτικό, αυτή που εκκολάφθηκε κατά την κρίση. Οι πυκνές πολιτικές συνεπαγωγές της δεν πρέπει να συσκοτίσουν την αυτοτέλεια της ούτε την μακρά ιστορία καχυποψίας έναντι της κατανάλωσης. Μακρά, επεξεργασμένη και διαποτισμένη με ονόματα βαριά: δεν είναι άτοπο να υποτεθεί ότι όπισθεν των ψόγων για την κατανάλωση, ελλοχεύει η αρχαία αντίστιξη μεταξύ πνεύματος και ύλης.

Η ετοιμότητα των Ελλήνων να καταδικάσουν χειρονομίες, πρακτικές και στιγμιότυπα της Ελλάδας του 21ου αιώνα ήταν ένας νέος τόνος σε ένα αρχαίο θέμα. Τα όρια πνεύματος και ύλης βεβαίως δεν είναι εύκολο να προσδιοριστούν. Πράγματι, ο αυθεντικός εαυτός που αλλοιώνεται από την επιδεικτικότητα δεν είναι εκ των προτέρων γνωστός, ούτε κανείς επεξεργάστηκε ένα συνολικό «εγχειρίδιο κατανάλωσης». Η ευπρέπεια ορίζεται κατά τόπους (η ένδυση στο κοινοβούλιο, το μήκος της φούστας στις παρελάσεις) και ενίοτε αποκαλύπτεται μόνο αναδρομικά και υπό το φως της αλλοίωσης. Η ύβρις που στηλιτεύουν οι σχολιαστές είναι κι αυτή μια νότα αρχαίου θέματος: «η υπέρβαση ορίων που ουδέποτε είχαν οριστεί» (Castorides 1991, σελ. 115).

Όπως και να έχει, η επιδεικτική Ελλάδα προσέρχεται στο εδώλιο και τεκμήρια αποτελούν μια σειρά καταναλωτικά αντικείμενα και πρακτικές. Η κρίση, λοιπόν, διευρύνεται, ο φθοροποιός κατανα-

λωτισμός επιγεννά μια αλυσίδα αλλοιώσεων που υπερβαίνουν μια απλή δημοσιονομική παρέκβαση. Η πρώτη ερμηνεία που συζητήσαμε, αυτή της απλής διχοστασίας παραγωγικής ισχύος και κατανάλωσης μοιάζει «στενή» και ίσως «αφελής» στα μάτια όσων χαρτογράφησαν μια κρίση συνολική καθημερινή, σχεδόν εξόφθαλμη. Οι δύο ερμηνείες δεν ανταγωνίστηκαν ρητά η μία την άλλη. Η παράλληλη συνύπαρξή τους, ωστόσο, τεκμηριώνει ότι οι εσωτερικές εντάσεις του φιλελευθερισμού είναι πολύ σοβαρότερες από ό,τι αφήνει να εννοηθεί η ομόθυμη καταγγελία του φθοροποιού καταναλωτισμού.¹⁸

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η θεματική ανάλυση των άρθρων που φιλοξενούνται στο έντυπο της *Καθημερινής της Κυριακής* κατά την περίοδο 2010-2016 μάς επέτρεψε να αναδείξουμε πολιτικές νοηματοδότησης της κατανάλωσης, του καταναλωτισμού και της ελληνικής, πολυδιάστατης κρίσης ως φαινομένων ισχυρά συνυφασμένων. Η συνύφανσή τους αυτή εμπεριέχει την αιτιακή σύνδεση μεταξύ της (υπερ-)κατανάλωσης και του καταναλωτισμού με τη δημοσιονομική κρίση καθώς και τη συσχέτιση του καταναλωτισμού με την οικονομική, πολιτισμική και πολιτική κρίση. Η συσχέτιση αυτή αφορά τόσο τη νοηματοδότηση του καταναλωτισμού ως συμπτώματος της οικονομικής, πολιτισμικής και πολιτικής «παρακμής» του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού όσο και τη νοηματοδότηση του καταναλωτιστικού ήθους και των καταναλωτικών πρακτικών, που παροντοποιούν συστατικά στοιχεία του ήθους αυτού (ατομισμός, ηδονισμός, τρυφήλότητα, υλιστική ευμάρεια, κτητικότητα, επιδειξιμανία, παροδικότητα, αδηφαγία), ως παραγόντων επίτασης της νεοελληνικής κρίσης-παρακμής.

Η ρηματική αυτή πλαισίωση της πολυδιάστατης ελληνικής κρίσης μέσα από το πρίσμα του καταναλωτισμού αντλεί ισχυρά από το ευρύτερο φιλελεύθερο ερμηνευτικό σχήμα και συγκροτείται μέσα από περισσότερο ή λιγότερο συγκλίνουσες πολιτικές νοηματοδότησης, οι οποίες, ωστόσο, παρά τις διαφορετικές τους προκείμενες και στοχεύσεις, μπορεί να εκληφθούν ως συμβατές μεταξύ τους. Και αυτό γιατί φαίνεται να εγγράφονται στο φιλελεύθερο ερμηνευτικό

18. Για την μεταπολιτευτική ιστορία του ελληνικού φιλελευθερισμού και την διαρκή αμφιθυμία της συγκεκριμένης ιδεολογικής παράδοσης έναντι του ζητήματος της μαζικής κατανάλωσης, βλ. Ζαρίκος, 2020.

σχήμα, το οποίο δονείται από τις εσωτερικές του εντάσεις και χαρακτηρίζεται βεβαίως και από την ποικιλομορφία της φιλελεύθερης ιδεολογίας (βλ. Freeden, 2021).

Στόχος, λοιπόν, της παρούσας ανάλυσης είναι να αναδείξουμε πως ο λόγος που φιλοξενείται στο μακροβιότερο και πανελλαδικής κυκλοφορίας έντυπο της *Καθημερινής της Κυριακής*, μεσούσης της κρίσης, συνίσταται σε συγκεκριμένες πολιτικές νοηματοδότησης του καταναλωτισμού ως ενός φθοροποιού και παθογενούς ήθους, η μεταπολιτευτική επικράτηση του οποίου συνέβαλε, κατά τους αρθρογράφους, καθοριστικά στην πολυδιάστατη κρίση του ελληνικού κοινωνικού σχηματισμού. Η κρισιμότητα της ανάδειξης των νοηματοδοτήσεων του καταναλωτισμού και του ελληνικού κρισιακού φαινομένου έγκειται ουσιαστικά στην ανασύνθεση ενός ερμηνευτικού σχήματος. Έχουμε να κάνουμε με πολιτικές νοηματοδότησης των φαινομένων αυτών και της μεταξύ τους σχέσης και με τη διαδικασία μορφοποίησης ενός ευρύτερου ερμηνευτικού σχήματος, το οποίο εισέρχεται στο δημόσιο λόγο και αποβλέπει, εν τέλει, να κινητοποιήσει προς ορισμένη κατεύθυνση τη δράση ατομικών και συλλογικών (θεσμικών) υποκειμένων (Λάλλας, 2022, σελ. 26). Πράγματι, οι αρνητικές αποτιμήσεις του καταναλωτισμού συνδέονται με ζητήματα προσωπικής ηθικής και με ευρύτερα κοινωνικά ζητήματα (Stearns, 2001, σελ. 76) και, ως εκ τούτου, φέρουν κανονιστικό πρόσημο. Όπως υποστηρίζει η Sassatelli (2022, σελ. 76-77), οι κανονιστικοί λόγοι για την κατανάλωση και τον καταναλωτή εγείρουν ζητήματα προσωπικής και κοινωνικής τάξης (order), με την έννοια ότι υποβαστάζονται από προτάγματα-οράματα για την υποκειμενικότητα και την κοινωνική οργάνωση, επικαλούμενοι βασικές αξίες. Στην προοπτική του κοινωνικού κονστρουξιονισμού, η ανάδειξη συγκεκριμένων νοηματοδοτήσεων και της κανονιστικότητάς τους είναι κρίσιμη για την κατανόηση των ρηματικών-πολιτισμικών κατασκευών μέσω των οποίων τα ανθρώπινα υποκείμενα «κατοικούν» τον κοινωνικό και φυσικό κόσμο (Δεμερτζής, 2002, σελ. 174-175). Συνεπώς, η κριτική ανασύνθεση του ερμηνευτικού σχήματος που προωθείται από την *Καθημερινή της Κυριακής* είναι σημαντική για δύο λόγους. Πρώτον, διότι μπορούμε να κατανοήσουμε τα νοηματικά χαρακτηριστικά ενός ρηματικού σχήματος το οποίο φαίνεται να επέχει κεντρική θέση στην «τάξη του λόγου» (βλ. Phillips and Jørgensen, 2009, σελ. 112) για την κατανάλωση και τον καταναλωτισμό κατά την περίοδο της κρίσης. Και δεύτερον γιατί έτσι διανοίγεται η

προοπτική διερεύνησης του βαθμού επιδραστικότητας του ρηματικού αυτού σχήματος όσον αφορά τη σκέψη, τη δράση και την εμπειρία των υποκειμένων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Άρεντ, Χ. (1986). *Η ανθρώπινη κατάσταση* (μτφρ.: Σ. Ροζάνης και Γ. Λυκιαρδόπουλος). Γνώση.
- Βαμβακάς, Β. και Παναγιωτόπουλος, Π. (2014). Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80: Κοινωνικός εκσυγχρονισμός, πολιτικός αρχαισμός, πολιτισμικός πλουραλισμός. Στο Β. Βαμβακάς και Π. Παναγιωτόπουλος (Επιμ.), *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80: Κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό λεξικό* (σελ. xxxi-lxxi). Επίκεντρο.
- Βαμβακάς, Β. και Παναγιωτόπουλος, Π. (2017). Η έλευση της μεσαίας τάξης: Υλικά και συμβολικά αποτυπώματα. Στο Β. Βαμβακάς και Π. Παναγιωτόπουλος (Επιμ.), *GR80s. Η Ελλάδα του Ογδόντα στην Τεχνόπολη* (σελ. 48-51). Τεχνόπολη Δήμου Αθηναίων.
- Βαμβακάς, Β. (2021). Κοινωνικά πρότυπα και υλικός πολιτισμός στην έντυπη ελληνική διαφήμιση (1945-2015). Στο Β. Βαμβακάς και Κ. Κεντερελίδου (Επιμ.), *70 χρόνια ελληνική έντυπη διαφήμιση* (σελ. 9-32). Επίκεντρο.
- Βαρουφάκης, Γ. (2012). *Παγκόσμιος μινώταυρος: Οι πραγματικές αιτίες της κρίσης* (μτφρ.: Γ. Βαρουφάκης και Α. Φιλιππάτος). Λιβάνης.
- Βαρουφάκης, Γ. (2013). Τώρα είμαστε όλοι Έλληνες! Η κρίση στην Ελλάδα σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο πλαίσιο. Στο Α. Τριανταφυλλίδου, Ρ. Γρώπα και Χ. Κούκη (Επιμ.), *Ελληνική κρίση και ευρωπαϊκή νεωτερικότητα*, (σελ. 79-98). Κριτική.
- Bauman, Z. (2008). *Ζωή για κατανάλωση* (μτφρ.: Γ. Καράμπελας). Πολύτροπον.
- Benjamin, W. (2002a). *Σαρά Μπωντλαίρ: Ένας λυρικός στην ακμή του καπιταλισμού* (μτφρ.: Γ. Γκουζούλης). Αλεξάνδρεια.
- Βούλγαρης, Γ. (2008). *Η Ελλάδα της Μεταπολίτευσης (1974-1990)*. Θεμέλιο.
- Βούλγαρης, Γ. (2013). *Η μεταπολιτευτική Ελλάδα (1974-2009)*. Πόλις.
- Βούλγαρης, Γ. (2019). *Ελλάδα: Μια χώρα παραδόξως νεωτερική*. Πόλις.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας* (μτφρ.: Π. Σακελλαρίου). Gutenberg.
- Δεμερτζής, Ν. (2002). *Πολιτική επικοινωνία: Διακινδύνευση, δημοσιότητα, διαδίκτυο*. Παπαζήσης.
- Διαμαντούρος, Ν. (2000). *Πολιτισμικός δυϊσμός και πολιτική αλλαγή στην Ελλάδα της Μεταπολίτευσης*. Αλεξάνδρεια.
- Διαμαντούρος, Ν. (2013). Επίμετρο: Επανεξετάζοντας τον πολιτισμικό δυϊσμό. Στο Α. Τριανταφυλλίδου, Ρ. Γρώπα και Χ. Κούκη (Επιμ.), *Ελληνική κρίση και ευρωπαϊκή νεωτερικότητα* (σελ. 307-340). Κριτική.
- Freeden, M. (2021). *Φιλελευθερισμός*. Μετάφραση: Μ. Παπαηλιάδη. Ηράκλειο: Π.Ε.Κ.
- Ζαρίκος, Ι. (2020). *Η εφημερίδα Καθημερινή στην Μεταπολίτευση, 1974-1993. Ιστορική και συγκριτική μελέτη του ελληνικού φιλελευθερισμού*. Πάντειο Πανεπιστήμιο.
- Ζαρίκος, Ι. (2022). Μια ιστορία των μικρών πραγμάτων: η ελληνική κατοικία ανάμεσα στην κρίση και την ουτοπία. Στο Δ. Λάλλας (Επιμ.), *Κατανάλωση, καταναλωτές, καταναλωτισμός: Πολιτικές αναπαράστασης και πρακτικές διακυβέρνησης σε και-*

- ρό κρίσης (σελ. 181-205). ΕΚΚΕ-Παπαζήσης. ed3d39b122763a035302b5cd266a82ac.pdf (ekke.gr)
- Galbraith, J.-K. (1970). *Η κοινωνία της αφθονίας* (μτφρ.: Κ. Χατζηαργύρης). Παπαζήσης.
- Ιορδάνογλου, Χ.Ι. (2020). *Η ελληνική οικονομία μετά το 1950: Τόμος Α, Περίοδος 1950-1973: Ανάπτυξη, νομισματική σταθερότητα και κρατικός παρεμβατισμός*. Κέντρο Πολιτισμού Έρευνας και Τεκμηρίωσης-Τράπεζα της Ελλάδος.
- Jameson, F. (1999). *Το μεταμοντέρνο ή η πολιτισμική αλλαγή του ύστερου καπιταλισμού* (μτφρ.: Γ. Βάρσος). Νεφέλη.
- Καραποστόλης, Β. (1983). *Η καταναλωτική συμπεριφορά στην ελληνική κοινωνία 1960-1975*. ΕΚΚΕ.
- Κονδύλης, Π. (2007). *Η παρακμή του αστικού πολιτισμού*. Θεμέλιο.
- Κωτσονόπουλος, Λ. (2015). Οι δημοσιονομικές βάσεις της πολιτικής νομιμοποίησης και η κρίση του κράτους της μεταπολίτευσης (1974-1994). Στο Μ. Αυγερίδης, Ε. Γαζή και Κ. Κορνέτης (Επιμ.), *Μεταπολίτευση: Η Ελλάδα στο μεταίχμιο δύο αιώνων* (σελ. 57-73). Θεμέλιο.
- Λάλλας, Δ. (2019). Κατανάλωση, καταναλωτικές πρακτικές και καταναλωτισμός: Εννοιολογήσεις και η αναγκαιότητα της σημασιολογικής οριοθέτησης. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Έρευνών*, 152, σελ. 117-158. <http://dx.doi.org/10.12681/grsr.21372>
- Λάλλας, Δ. (2022). *Κατανάλωση και καταναλωτισμός σε συνθήκες κρίσης: Ρεπερτόρια καταναλωτικής δράσης και λόγου*. ΕΚΚΕ-Παπαζήσης. 5bd74721f1be98c6d81c544f6a9633da.pdf (ekke.gr)
- Λάλλας, Δ. (2022). Η «τάξη του λόγου» για την κατανάλωση στην Ελλάδα της κρίσης: Οι πολιτικές αναπαράστασης της κατανάλωσης και του καταναλωτή ως πρακτικές διακυβέρνησης. Στο Δ. Λάλλας (Επιμ.), *Κατανάλωση, καταναλωτές, καταναλωτισμός: Πολιτικές αναπαράστασης και πρακτικές διακυβέρνησης σε καιρό κρίσης* (σελ. 19-68). ΕΚΚΕ-Παπαζήσης. ed3d39b122763a035302b5cd266a82ac.pdf (ekke.gr)
- Λάλλας, Δ., Ζαρίκος, Ι. και Σωτηροπούλου, Μ. (υπό δημοσίευση). Κατανάλωση και ο «πληττόμενος καταναλωτής» σε συνθήκες κρίσης: Μια διερευνητική ταξινόμηση του λόγου και των κυβερνολογικών των ελληνικών πολιτικών κομμάτων (2010-2017). *Κοινωνιολογική Επιθεώρηση*, 9.
- Λας, Κ. (2008). *Η κουλτούρα του ναρκισσισμού* (μτφρ.: Β. Τομανάς). Νησίδες.
- Λεάνδρος, Ν. (2013). Τα μέσα στο επίκεντρο της κρίσης. Τα οικονομικά αποτελέσματα οκτώ μεγάλων επιχειρήσεων. Στο Γ. Πλειός (Επιμ.), *Η κρίση και τα ΜΜΕ* (σελ. 31-57). Παπαζήσης.
- Λέκκας, Π. (2012). *Αφαίρεση και εμπειρία: μια φορμαλιστική θεώρηση του ιδεολογικού φαινομένου*. Τόπος.
- Λιάκος, Α. (2019). *Ο ελληνικός 20ός αιώνας*. Πόλις.
- Μαλούτας, Θ. (2013). Η υποβάθμιση του κέντρου της Αθήνας και οι επιλογές περιοχής κατοικίας από τα υψηλά και μεσαία στρώματα. Στο Θ. Μαλούτας, Γ. Κανδύλης, Μ. Πέτρου και Ν. Σουλιώτης (Επιμ.), *Το κέντρο της Αθήνας ως πολιτικό διακύβευμα* (σελ. 29-51). ΕΚΚΕ-Χαρακόπειο Πανεπιστήμιο.
- Μουζέλης, Ν. (1978). *Νεοελληνική κοινωνία: Όψεις υπανάπτυξης*. Εξάντας.
- Μουζέλης, Ν. (2014). Εξελίξεις που οδήγησαν στην κρίση. Στο Σ. Ζαμπαρούκου και Μ. Κούση (Επιμ.), *Κοινωνικές όψεις της κρίσης στην Ελλάδα* (σελ. 35-43). Πεδίο.
- Μπαμπινιώτης, Γ. (2006). *Λεξικό της νέας ελληνικής γλώσσας*. Κέντρο Λεξικολογίας.
- Μπάουμαν, Ζ. (2002). *Η εργασία, ο καταναλωτισμός και οι νεόπτωχοι* (μτφρ.: Κ.Δ. Γεωργιάς). Μεταίχμιο.
- Μπαρτ, Ρ. (2007). *Μυθολογίες* (μτφρ.: Κ. Χατζηδήμου και Ι. Ράλλη). Κέδρος.

- Μπελ, Ντ. (1999). *Ο πολιτισμός της μεταβιομηχανικής δύσης* (μτφρ.: Γ. Λυκιαρδόπουλος). Νεφέλη.
- Μπωντριγάρο, Ζ. (2005). *Η καταναλωτική κοινωνία* (μτφρ.: Β. Τομανάς). Νησίδες.
- Ντεμπόρο, Γκ. (1986). *Η κοινωνία του θαύματος* (μτφρ.: Π. Τσαχαγιάς). Ελεύθερος Τύπος.
- Παναγιωτόπουλος, Π. (2021). *Περιπέτειες της μεσαίας τάξης: Κοινωνιολογικές καταγραφές στην Ελλάδα της ύστερης μεταπολίτευσης*. Επίκεντρο.
- Παναγιωτοπούλου, Ρ. (1996). «Ορθολογικές» ατομοκεντρικές πρακτικές στα πλαίσια ενός «ανορθολογικού» πολιτικού συστήματος. Στο Χ. Λυριτζής, Η. Νικολακόπουλος και Δ. Σωτηρόπουλος (Επιμ.), *Κοινωνία και πολιτική: Όψεις της Γ' Ελληνικής Δημοκρατίας 1974-1994* (σελ. 139-160). Θεμέλιο.
- Phillips, L. and Marianne, W.-J. (2009). *Ανάλυση λόγου: Θεωρία και μέθοδος* (μτφρ.: Α. Κιουπκιολής). Παπαζήσης.
- Rosa, H. (2021). *Επιτάχυνση και αλλοτρίωση: Για μια κριτική θεωρία της χρονικότητας στην ύστερη νεωτερικότητα* (μτφρ.: Μ. Κουλούθρος). Πλήθος.
- Sassatelli, R. (2016). *Καταναλωτική κουλτούρα: Ιστορία, θεωρία και πολιτική* (μτφρ.: Δ. Λάλλας). Νησίδες.
- Sassatelli, R. (2022). Το κανονιστικό γύρω μας: Σημειώσεις για μια γενεαλογία της σύγχρονης καταναλωτικής κοινωνίας. Στο Δ. Λάλλας (Επιμ.), *Κατανάλωση, καταναλωτές, καταναλωτισμός: Πολιτικές αναπαράστασης και πρακτικές διακνύβερνησης σε καιρό κρίση* (μτφρ.: Δ. Λάλλας) (σελ. 69-85). ΕΚΚΕ-Παπαζήσης. ed3d39b122763a035302b5cd266a82ac.pdf (ekke.gr)
- Smith, A. (2018). *Έρευνα για τη φύση και τις αιτίες του πλούτου των Εθνών (Βιβλία I & II)* (μτφρ.: Χ. Βαλλιάνος). Πεδίο.
- Σουλιώτης, Ν. (2014) Προάστια. Στο Β. Βαμβακάς και Π. Παναγιωτόπουλος (Επιμ.), *Η Ελλάδα στη δεκαετία του '80: Κοινωνικό, πολιτικό και πολιτισμικό λεξικό* (σελ. 483-485). Επίκεντρο.
- Τριανταφυλλίδου, Α., Γρόπα, Ρ. και Κούκη, Χ. (2013). Εισαγωγή: Είναι η Ελλάδα ένα νεωτερικό ευρωπαϊκό κράτος;. Στο Α. Τριανταφυλλίδου, Ρ. Γρόπα και Χ. Κούκη (Επιμ.), *Ελληνική κρίση και ευρωπαϊκή νεωτερικότητα* (σελ. 15-49). Κριτική.
- Τριτζιλια, Κ. (2004). *Οικονομική κοινωνιολογία* (μτφρ.: Χ. Τσαμπρούνης). Παπαζήσης.
- Τσιώλης, Γ. (2014). *Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*. Κριτική.
- Τσουκαλάς, Κ. (1981/1999). *Κοινωνική ανάπτυξη και κράτος*. Θεμέλιο.
- Τσουκαλάς, Κ. (1993). «Τζαμπατζήδες στη χώρα των θαυμάτων: Περί Ελλήνων στην Ελλάδα. Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης, 1, σελ. 9-52. <https://doi.org/10.12681/hpsa.15324>
- Χαιρετάκης, Μ. (2013) Η κρίση των ΜΜΕ και τα ΜΜΕ της κρίσης. Στο Γ. Πλειός (Επιμ.), *Η κρίση και τα ΜΜΕ* (σελ. 59-84). Παπαζήσης.
- Vaneigem, R. (2002). *Η επανάσταση της καθημερινής ζωής* (μτφρ.: Σ. Βελέντζας). Ακμων.
- Veblen, Th. (1982). *Η θεωρία της αργόσχολης τάξης* (μτφρ.: Γ. Νταλιάνης). Κάλβος.

Ξενογλώσση

- Bampilis, T. (2013). *Greek Whisky: The localization of a global commodity*. Berghahn.
- Bauman, Z. and Rojek, C. (2004). The consumerist syndrome in contemporary society. *Journal of Consumer Culture*, 4(3), pp. 291–312. <https://doi.org/10.1177/146954050404046516>
- Benjamin, W. (2002b). *The arcades project*. Translation: H. Eiland-K. McLaughlin. Harvard University Press.

- Campbell, C. (1995). The sociology of consumption. In D. Miller (Ed.), *Acknowledging consumption: A review of new studies* (pp. 96-126). Routledge.
- Castoriadis, C. (1991). *Philosophy, politics, autonomy*. Oxford University Press.
- Durkheim, E. (1897/2005). *Suicide*. Translation: J. A. Spaulding and G. Simpson. Routledge/Taylor & Francis Group.
- Gabriel, Y. and Lang, T. (1995/2006). *The unmanageable consumer*. Sage.
- Glickman, B.-L. (2013). Consumer activism, consumer regimes, and the consumer movement Rethinking the history of consumer politics in the United States. In F. Trentmann (Ed.), *The Oxford handbook of the history of consumption* (pp. 399-417). Oxford University Press.
- Haug W.-F. (2005). *New elements of a theory of commodity aesthetics*. Wolfgang Fritz Haug (inkrit.de)
- Kalyvas, S. (2015). *Modern Greece: What everyone needs to know*. Oxford University Press.
- Kouremenos, A. and Avlonitis, G.-J. (1995) The changing consumer in Greece. *International Journal of Research in Marketing*, 12 (5), pp. 435-448. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00028-3](https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00028-3)
- Lefebvre, H. (2008a). *Critique of everyday life: Volume 1*. Verso.
- Lefebvre, H. (2008b). *Critique of everyday life: Foundations for a sociology of the everyday –Volume 2*. Verso.
- Lefebvre, H. (2008c). *Critique of everyday life: From modernity to modernism –Volume 3*. Verso.
- Lury, C. (2011). *Consumer culture*. Polity Press.
- Miller, D. (1995). Consumption as the vanguard of history: A polemic by way of an introduction. In D. Miller (Ed.), *Acknowledging consumption* (pp. 1-52). Routledge.
- Packard, V. (1957/2007). *The hidden persuaders*. Ig Publishing.
- Panagiotopoulos, P. and Vamvakas, V. (2014). Acrobats on a rope: Greek society between contemporary European demands and archaic cultural reflexes. In B. Temel (Ed.), *The Great Catalyst: European union project and lessons from Greece and Turkey* (pp. 113-134). Lexington Books.
- Placas, A. (2020). Disrupted and disrupting consumption: Transformations in buying and borrowing in Greece. In E. Doxiadis and A. Placas (Eds.), *Living under austerity: Greek society in crisis*, (pp. 321-346). Berghahn Books.
- Sassatelli, R. (2006). Virtue, responsibility and consumer choice Framing critical consumerism. In J. Brewer and F. Trentmann (Eds.), *Consuming cultures, global perspectives: Historical trajectories, transnational exchanges* (pp. 219-250). Berg.
- Slater, D. (1997). *Consumer culture and modernity*. Polity Press.
- Sombart, W. (1913/1967). *Luxury and capitalism*. University of Michigan Press.
- Stearns, N.-P. (2001). *Consumerism in world history: The global transformation of desire*. Routledge.
- Corbin, J. and Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for Developing Grounded Theory*. Sage.
- Tziouvas, D. (2017). Narratives of the Greek Crisis and the Politics of the Past. In D. Tziouvas (Ed.), *Greece in crisis: The cultural politics of austerity*. I.B. Tauris.
- Tziouvas, D. (2021). *Greece from Junta to Crisis. Modernization, transition and diversity*. I.B. Tauris.
- Warde, A. (2015). The Sociology of consumption: Its Recent Development. *The Annual Review of Sociology*, 41 (1), pp. 117-134. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071913-043208>
- Williamson, J. (1978). *Decoding advertisements*. Marion Boyars.

Πηγές

- Γιανναράς, Χρ. (2010, Ιανουάριος 23). Πυξίδα, δηλαδή συλλογική ταυτότητα. *Η Καθημερινή*.

- Γιανναράς, Χρ. (2010, Νοέμβριος 28). Το «όραμα» να γίνει η Ελλάδα Σιγκαπούρη. *Η Καθημερινή*.
- Γιανναράς, Χρ. (2012, Ιανουάριος 28). Πότε ανασταίνονται νεκροί. *Η Καθημερινή*.
- Γιανναράς, Χρ. (2013, Νοέμβριος 3). Πώς γεννιέται αντίδοτο στην κακουργία. *Η Καθημερινή*.
- Γιανναράς, Χρ. (2014, Ιούλιος 13). Ιστορικού υλισμού μονοκρατορία. *Η Καθημερινή*.
- Γιανναράς, Χρ. (2014, Δεκέμβριος 28). Ο χρόνος και η ελευθερία. *Η Καθημερινή*.
- Γιανναράς, Χρ. (2015, Μάιος 3). Η λογική της μαγιάς. *Η Καθημερινή*
- Διανέοσις (2016). *Τι πιστεύουν οι Έλληνες*. Διανέοσις.
- Δοξιάδης, Α. (2013, Αύγουστος 11). Το ελληνικό δικαίωμα. *Η Καθημερινή*.
- Ελαφρός, Γ. (2013, Φεβρουάριος 17). Αποκαθήλωση του... εθνικού ποτού της φούσκας. *Η Καθημερινή*.
- Θεοδωρόπουλος, Τ. (2014, Μάιος 4). Οι λεγεώνες των μεσαίων τάξεων. *Η Καθημερινή*.
- Θεοδωρόπουλος, Τ. (2015, Ιούνιος 21). Εκατό χρόνια μοναξιάς;. *Η Καθημερινή*.
- Θεοδωρόπουλος, Τ. (2015, Δεκέμβριος 13). Ενοχική γενιά. *Η Καθημερινή*.
- Θεοδωρόπουλος, Τ. (2016, Φεβρουάριος 14). Πορτοκάλια Αρμάνι. *Η Καθημερινή*.
- Ιορδανίδης, Κ. (2011, Ιούνιος 12). Ολική καταστροφή. *Η Καθημερινή*.
- Καβάκος, Λ. (2010, Ιούνιος 6). Ο Έλληνας είναι ελίτ στα ασήμαντα. *Η Καθημερινή*.
- Καλύβας, Στ. (2010, Οκτώβριος 31). Η ιδεολογία της χρεωκοπίας. *Η Καθημερινή*.
- Καραϊσκάκη, Τ. (2013, Οκτώβριος 20). Νέος κοινωνικός διαχωρισμός. *Η Καθημερινή*.
- Κασιμάτης, Στ. (2010, Φεβρουάριος 28). Μια νύχτα στα μπουζούκια με την Ελλάδαρα. *Η Καθημερινή*.
- Κασιμάτης, Στ. (2012, Φεβρουάριος 26). Η δύναμη των ψευδαισθήσεων και τα ουρί του παραδείσου. *Η Καθημερινή*.
- Κασιμάτης, Στ. (2015, Μάρτιος 1). Το ζήτημα είναι οι Έλληνες. *Η Καθημερινή*.
- Κατσουνάκη, Μ. (2011, Οκτώβριος 30). Η τοξική φούσκα της ανισότητας. *Η Καθημερινή*.
- Μανδραβέλης, Π. (2010, Απρίλιος 25). Ποιος φοβάται τον μηχανισμό στήριξης;. *Η Καθημερινή*.
- Μαργωμένου, Μ. (2011, Οκτώβριος 16). Ξορκίζουν την κρίση στην πίστα. *Η Καθημερινή*.
- Μαργωμένου, Μ. (2013, Ιούλιος 21). Η πάλοι ποτέ «ευλογία» έγινε κανονική «κατάρα». *Η Καθημερινή*.
- Μπουτάρης, Γ. (2014, Φεβρουάριος 23). Ποια κοινωνία;. *Η Καθημερινή*.
- Ξυδάκης, Ν. (2010, Αύγουστος, 22). Το νησί σκάνδαλο. *Η Καθημερινή*.
- Ξυδάκης, Ν. (2012, Φεβρουάριος 5). Το λαϊφστάιλ πεθαίνει στο Μεταγωγών. *Η Καθημερινή*.
- Παγουλάτος, Γ. (2010, Αύγουστος 8). Στις παραλίες του Αυγούστου. *Η Καθημερινή*.
- Παπαχελάς, Α. (2010, Μάιος 2). Όλα είναι στο χέρι μας. *Η Καθημερινή*.
- Παπαχελάς, Α. (2011, Φεβρουάριος 13). Οι δύο Ελλάδες. *Η Καθημερινή*.
- Παπαχελάς, Α. (2011, Ιούνιος 12). Δημοκρατική διαμαρτυρία. *Η Καθημερινή*.
- Παπαχελάς Α. (2012, Μάιος 27). Το αυτοκαταστροφικό γονίδιο. *Η Καθημερινή*.
- Πουρνάρα, Μ. (2011, Μάρτιος 27). Πούρα και ακριβά ρούχα ανήκουν στο παρελθόν. *Η Καθημερινή*.
- Σακελλαρίδη, Χ. (2011, Ιούνιος 17). Θα βγούμε από την κρίση με κόστος για όλους. *Η Καθημερινή*.
- Τσούκας, Χ. (2010, Απρίλιος 18). Σκηνές από μια παρέλαση. *Η Καθημερινή*.