

**ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΚΑΙ ΕΣΠΕΡΙΝΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΥΚΕΙΩΝ
(ΟΜΑΔΑ Α΄)
ΚΑΙ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΥΚΕΙΩΝ (ΟΜΑΔΑ Β΄)
ΤΡΙΤΗ 21 ΜΑΪΟΥ 2013
ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ
ΗΜΕΡΗΣΙΑ**

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑΤΩΝ

A.

Το κείμενο αναφέρεται στην διαφήμιση. (Θέμα του κειμένου) Αρχικά, σημειώνεται ότι η διαφήμιση έχει επικρατήσει στην σύγχρονη ζωή. (1^η) Στην συνέχεια, επισημαίνεται ότι έχει επικρατήσει και στον ψυχισμό του ανθρώπου. (2^η) Παρόλα αυτά, όταν η διαφήμιση υπερβαίνει τα όρια προκαλεί κινδύνους. Είναι αξιόλογες οι διαφημίσεις που προωθούν χρήσιμα προϊόντα (3^η) αλλά προβάλλονται και διαφημίσεις με τρόπο ώστε να ωθήσουν τους ανθρώπους να αποκτήσουν προϊόντα που δεν είναι αναγκαία. (4^η) Επιπλέον, η διαφήμιση προκαλεί οικονομική αποδυνάμωση για την κάλυψη βασικών αναγκών (5^η) και υποβαθμίζει την σκέψη του ανθρώπου. (6^η). Τέλος, υπογραμμίζεται ότι η διαφήμιση μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη όταν λειτουργεί με θεμιτό τρόπο. (7^η)

B.1.

Κανείς δεν μπορεί να αρνηθεί την θέση του συγγραφέα και να αποκηρύξει τις θετικές πλευρές της διαφήμισης, ιδιαίτερα στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα. Η διαφήμιση συμβάλλει στην ανάπτυξη της αγοράς και της οικονομικής ζωής ευρύτερα. Ενισχύει την κατανάλωση, δηλαδή τις διαδικασίες της παραγωγής και της ζήτησης που αποτελούν το βασικό μηχανισμό λειτουργίας της σύγχρονης οικονομικοκοινωνικής ζωής. Επίσης, ο διαφημιστικός κλάδος αυτόνομα προσφέρει εργασία σε πλήθος καλλιτεχνών, επιστημόνων και τεχνοκρατών. Τέλος, η διαφήμιση μπορεί να καλλιεργήσει και το αισθητικό κριτήριο των πολιτών προβάλλοντας διαφημιστικά μηνύματα που να διακρίνονται για τον καλαίσθητο και ψυχαγωγικό τους χαρακτήρα.

B2.

Ως μέσα πειθούς χρησιμοποιούνται τεκμήρια και πιο συγκεκριμένα:

«όπου και αν ... ακούει»: επόπτείες αισθήσεων.

«εφημερίδες, περιοδικά ... διαφήμισης»: Παραδείγματα (που τεκμηριώνουν τη διάδοση της διαφήμισης).

B3a.

διαβαίνει: υπερβαίνει

συλλογή: περισκευή

παρατηρούν: εξετάζουν

τεχνητές: πλάσματικές

πρόοδο: ανέλιξη

B3β.

αρνηθεί: αποδεχθεί

δικαιολογημένη: αδικαιολόγητη
λογικά: παράλογα
ωφέλιμη: επιβλαβής
διαφώτιση: συσκοτίση

B4.

Θεματική περίοδος : «Η διαφήμιση ... ωφέλιμη»

Λεπτομέρειες: «Να συμβάλει ... φαινομενική αλήθειας».

Κατακλείδα: ---- (δεν έχει)

Γ.

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ: ΑΣΘΕΝΕΙΑ ΚΑΙ ΘΕΡΑΠΕΙΕΣ

(ΠΡΟΛΟΓΟΣ): Αποτελεί γεγονός χωρίς αμφισβήτηση η διαπίστωση ότι η διαφήμιση στις μέρες μας παρουσιάζει ανάπτυξη η οποία δεν έχει προηγούμενο στην ιστορία. Σε πολλές περιοχές του πλανήτη παρατηρείται η προβολή των διαφημίσεων. Είναι, επομένως, ευνόητο ότι η σύγχρονη κοινωνία είναι καταναλωτική. Ωστόσο, η διαφήμιση έχει αρνητικά χαρακτηριστικά.

ΚΥΡΙΩΣ ΘΕΜΑ. Α ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ: (1) Σε πνευματικό επίπεδο, η σκέψη των ανθρώπων και οι προτιμήσεις τους, κατευθύνονται από την διαφήμιση καθώς πολλοί καταναλωτές θεωρούν αξιόλογο ό,τι προβάλλεται περισσότερο. Έτσι, η κριτική ικανότητα υποβαθμίζεται.

(2) Σχετικά με τον οικονομικό τομέα, πολλοί άνθρωποι πραγματοποιούν υψηλές δαπάνες για να αποκτήσουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα, γεγονός το οποίο τους οδηγεί σε οικονομική αποδυνάμωση. Συνεπώς, πολλοί δυσκολεύονται να καλύψουν τις βασικές τους ανάγκες.

(3) Όσον αφορά στο κοινωνικό επίπεδο, παρατηρείται ότι πολλές ανθρώπινες σχέσεις δημιουργούνται με κριτήριο τα υλικά αγαθά που κάποιος κατέχει. Όσοι άνθρωποι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα για κατανάλωση τίθενται στο περιθώριο.

(4) Σχετικά με το φυσικό περιβάλλον, παρατηρούνται επίσης προβλήματα. Για να παραχθούν διάφορα αντικείμενα για κατανάλωση, προκαλείται εξάντληση των φυσικών πόρων. Επίσης, ο μεγάλος αριθμός των εργοστασίων μολύνει την φύση.

ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΡΑΦΟΣ: Αν και η διαφήμιση έχει πολλές αρνητικές πτυχές, υπάρχουν παράγοντες για να αναπτυχθεί η κριτική σκέψη των νέων ενάντια στις πτυχές αυτές.

ΚΥΡΙΩΣ ΘΕΜΑ. Β ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ: (1) Ένας από τους τρόπους αυτούς είναι να παρέχεται στους ανθρώπους σφαιρική παιδεία ώστε να καλλιεργείται η ορθή κριτική ικανότητα του ανθρώπου. Έτσι, δεν θα εξαπατώνται από διαφημίσεις που προβάλλουν ανούσια προϊόντα.

(2) Επίσης, η παιδεία πρέπει να είναι και ανθρωπιστική. Έτσι, οι άνθρωποι θα κατανοήσουν ότι τα υλικά αγαθά δεν καθιστούν τον άνθρωπο σημαντικό. Επομένως, δεν θα υποτιμούν όσους δεν κατέχουν πολλά υλικά αγαθά.

(3) Επιπλέον, οι γονείς πρέπει να αποτελούν πρότυπα για τα παιδιά και να μην καταναλώνουν προϊόντα τα οποία δεν είναι σημαντικά. Απεναντίας, είναι ανάγκη να αποκτούν υλικά αγαθά που είναι απαραίτητα.

(4) Ακόμα, η πολιτεία έχει ως καθήκον της να ασκεί αντικειμενικό έλεγχο στις διαφημίσεις. Επομένως, αν η πολιτεία επιβάλλει κυρώσεις σε διαφημίσεις που εξαπατούν τους καταναλωτές, τότε θα προβάλλονται διαφημίσεις με σεβασμό προς το κοινό.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ: Συνοψίζοντας, η διαφήμιση έχει πολλά αρνητικά χαρακτηριστικά, αλλά υπάρχουν παράγοντες για την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης των νέων ενάντια σε αυτά, όπως προαναφέρθηκε. Επομένως, είναι ανάγκη να ενεργοποιηθούν οι παράγοντες αυτοί, διότι έτσι η διαφήμιση θα συμβάλει στην κοινωνική πρόοδο.

Φροντιστήριο «ΕΠΙΛΟΓΗ»
Καλαμάτα