

**ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ Β΄ ΚΥΚΛΟΥ  
ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ  
ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΩΝ  
ΤΡΙΤΗ 5 ΜΑΪΟΥ 2009  
ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ**

**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑΤΩΝ**

**Ενότητα Α΄**

1. α → σωστό, β → λάθος, γ → σωστό, δ → λάθος, ε → λάθος

2. Με το διαφημιστικό σλόγκαν "Σιγά μην τους δώσω ..." που αποτελεί και τον τίτλο του κειμένου, ο συγγραφέας επιχειρεί να εκφράσει την ιδεολογία που ασπάζεται ο σύγχρονος άνθρωπος, μια ιδεολογία που δεν μας είναι άγνωστη, αυτήν του ατομικισμού και της ιδιοτέλειας.

Στόχος του είναι να κάνει τον αναγνώστη να αντιληφθεί πως σήμερα το ατομικό συμφέρον προτάσσεται έναντι του συλλογικού, πως η ευαισθησία, η προσφορά και το δόσιμο προς το συνάνθρωπο είναι ελαττώματα που δύσκολα συγχωρούνται.

Ο τίτλος λοιπόν ανταποκρίνεται στο περιεχόμενο του κειμένου, είναι ευρηματικός, υπάρχουν σημεία στίξης και κεντρίζει το ενδιαφέρον του αναγνώστη.

**Ενότητα Β΄**

1.α. διανομή → μοιρασιά  
αυθεντικό → γνήσιο  
διακόπτουν → σταματούν  
νοθεύεται → παραποιείται  
καταλύονται → καταστρέφονται, καταργούνται

1.β. απρόσκλητος ≠ προσκεκλημένος, καλεσμένος  
αποκαλύπτει ≠ κρύβει, καλύπτει  
παραδίδει ≠ αφαιρεί, παραλαμβάνει  
εύπεπτη ≠ δύσπεπτη  
γενναιότητα ≠ δειλία

2.α. Τρόπος ανάπτυξης πρώτης και δεύτερης παραγράφου: με παραδείγματα  
Ο συγγραφέας τεκμηριώνει τη θέση που διατυπώνει στη θεματική πρόταση με την αναφορά δύο χαρακτηριστικών διαφημίσεων. Στη δεύτερη παράγραφο συνεχίζεται η εξιστόρηση του παραδείγματος της πρώτης παραγράφου.

2.β. Πλαγιότιτλος δεύτερης παραγράφου: "Η διαβρωτική δύναμη του χρήματος"  
Πλαγιότιτλος τέταρτης παραγράφου: "Τα ευτελή πρότυπα της νέας εποχής"

## Ενότητα Γ'

### 1. Περίληψη

Ο αρθρογράφος στο κείμενό του ασκεί αρνητική κριτική στα λαθεμένα πρότυπα και την αρνητική ιδεολογική και ηθική επίδραση που ασκεί η διαφήμιση. Με την αναφορά παραδειγμάτων επιβεβαιώνει πως αυτή μας διδάσκει την ηθική της επιβολής στο συνάνθρωπο και τον ατομικισμό. Ο άνθρωπος καταλαμβάνεται από τη μανία του κέρδους, περιφρονεί ισχυρούς δεσμούς και καταλύει βαθιές ανθρώπινες σχέσεις. Η διαφήμιση αναπαράγει αντιλήψεις που γίνονται άμεσα αποδεκτές από τους πολίτες καθώς έχουν προηγουμένως προετοιμαστεί γι' αυτές από τους πολιτικούς και τα είδωλα της τηλεόρασης. Η ηθική της "νέας εποχής" διδάσκει την εγωπάθεια και την κοινωνική αναληγσία. Ωστόσο, τέτοιες αξίες αδυνατούν να στηρίξουν τις ανθρώπινες κοινωνίες.

### 2. Επικοινωνιακό πλαίσιο: Πρόκειται για άρθρο επομένως απαιτείται τίτλος.

"Η αρνητική λειτουργία της διαφήμισης"

Ο ρόλος της διαφήμισης είναι αδιαμφισβήτητα μεγάλος στη σύγχρονη τεχνοκρατούμενη κοινωνία. Οι επιδράσεις καταλυτικές σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δράσης. Παρά τη θετική της όψης προσφορά κανείς δε μπορεί να παραγνωρίσει το γεγονός πως οι αρνητικές της συνέπειες υπονομεύουν τη λειτουργία της και επιβάλλουν τη λήψη μέτρων.

#### A. Ζητούμενο: Οι αρνητικές επιδράσεις της διαφήμισης.

- Πολλαπλασιάζει τις ατομικές ανάγκες καθώς διεγείρει στο άτομο την επιθυμία κατανάλωσης με αποτέλεσμα να το οδηγεί στην υπερεργασία, στη μείωση του ελεύθερου χρόνου και στην άμβλυνση της διάθεσής του για ενασχόληση με πνευματικά ενδιαφέροντα.
- Με την προβολή καταναλωτικών προτύπων καλλιεργεί τη υλιστική θεώρηση της ζωής, οδηγεί σε αγχωτικά αδιέξοδα και ψυχική εξάντληση.
- Οι ανθρώπινες σχέσεις εμπορευματοποιούνται, υποβαθμίζονται, καθώς η κατοχή αγαθών γίνεται μέτρο αξιολόγησης των ατόμων.
- Η διαφήμιση εξωραΐζει την πραγματικότητα, προβάλλοντας έναν ονειρικό κόσμο που απέχει από τις αληθινές διαστάσεις της ζωής. Έτσι ο δέκτης αποπροσανατολίζεται ενώ δυσχεραίνεται η κοινωνικοποίησή του.
- Καταργείται η ελευθερία της ανθρώπινης βούλησης, αποχαυνώνεται η κριτική ικανότητα του ανθρώπου και ισοπεδώνεται η ιδιαιτερότητά του καθώς το άτομο μετατρέπεται σε παθητικό δέκτη, σε υποχείριο της διαφήμισης, αλλοτριώνεται και τελικά μαζοποιείται.
- Ο δέκτης διαφημιστικών μηνυμάτων από καταναλωτής αγαθών μπορεί εύκολα να μετατραπεί σε καταναλωτή ιδεολογικών και πολιτικών μηνυμάτων. Εύκολα καθίσταται θύμα ετεροκαθορισμού και χειραγώγησης.

- Το άτομο εγκλωβισμένο στον ονειρικό κόσμο της διαφήμισης αδιαφορεί για τα συλλογικά προβλήματα και αποστασιοποιείται από αυτά (άμβλυνση κοινωνικής και πολιτικής συνείδησης).
- Οξύνονται τα φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας, καθώς κάποιοι, κυρίως νέοι, που αδυνατούν να ικανοποιήσουν με νόμιμα μέσα τις επιταγές της διαφήμισης παραβιάζουν ηθικές αρχές και μετέρχονται αθέμιτα μέσα προκειμένου να εξασφαλίσουν τα προβαλλόμενα αγαθά.
- Δυσάρεστες οι συνέπειές της και στον πολιτιστικό τομέα. Προωθεί τη μαζική κουλτούρα, εμπορευματοποιεί την τέχνη, απομακρύνει από την παράδοση απειλώντας την πολιτιστική και εθνική ταυτότητα (Χαρακτηριστική η αρνητική της επίδραση στη γλώσσα που συχνά διαστρεβλώνεται προκειμένου να εξυπηρετήσει τις ανάγκες της).

#### Β. Ζητούμενο: Τρόποι άμβλυνσης αρνητικών συνεπειών.

Εξαιτίας της σημαντικής συμβολής της διαφήμισης στο χώρο της οικονομίας, η κατάργησή της θα ήταν ανέφικτη και σαφώς ανεπιθύμητη. Ωστόσο, είναι επιβεβλημένη ανάγκη η αντιμετώπιση των αρνητικών συνεπειών που αυτή επιφέρει τόσο στο άτομο όσο και στο κοινωνικό σύνολο.

Πιο συγκεκριμένα:

- Προκειμένου να προστατευθεί ο δέκτης οφείλει να γνωρίζει τα μέσα και τα τεχνάσματα που μετέρχεται η διαφήμιση. Να συνειδητοποιήσει πως στόχος της δεν είναι η διαφώτιση του καταναλωτή αλλά η προώθηση των αγαθών. Δεν θα πρέπει να επιτρέπει στα διαφημιστικά τεχνάσματα να λειτουργούν διαβρωτικά, αλλά να λειτουργεί αυτόβουλα, στηριγμένος στις πραγματιστικές του ανάγκες.
- Εξίσου σημαντική η ευθύνη των φορέων αγωγής. Βασικός στόχος τους η διαμόρφωση ολοκληρωμένης προσωπικότητας κυρίως των νέων. Απαιτείται όξυνση της κριτικής σκέψης, θωρακισμός με πνευματικές και ηθικές αξίες. Έτσι, θα ιεραρχηθούν σωστά οι ανάγκες, θα διαμορφωθούν ορθά αξιολογικά κριτήρια, συγκροτημένες προσωπικότητες που θα αξιοποιούν προς όφελός τους τα θετικά της διαφήμισης.
- Η πολιτεία επιβάλλεται να εφαρμόσει αυστηρά τον κώδικα δεοντολογίας διαφήμισης που ελέγχει το περιεχόμενο των διαφημιστικών μηνυμάτων, να υπάρξει αναπροσαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας και αποτελεσματικός έλεγχος από τις αρμόδιες αρχές, να εξασφαλίζει νομική προστασία για τους καταναλωτές-θύματα της διαφήμισης.

Ο άνθρωπος κρίνεται σκόπιμο να πιστέψει στην προσωπική του αξία, να καλλιεργήσει την κρίση και την αυτοδύναμη σκέψη του. Η υιοθέτηση ορθών προτύπων και η απαγκίστρωση από το υλικοκρατικό πνεύμα της σύγχρονης εποχής θα συνέβαλλαν καθοριστικά προς αυτήν την κατεύθυνση.