

# ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ Α΄ ΟΜΑΔΑΣ ΕΠΑ.Λ 21 ΜΑΪΟΥ 2013

## Α. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο αρθρογράφος αναφέρεται στους κινδύνους που ελλοχεύουν στην κατακλυσμιαία επιβολή της διαφήμισης στη σύγχρονη εποχή. Αρχικά, με σωρεία παραδειγμάτων, καταδεικνύει την κυριαρχία της σε δημόσιους χώρους και έντυπα που χαρακτηρίζει το σύγχρονο πολιτισμό. Ταυτόχρονα όμως αποτελεί απειλή όταν υπερβαίνει το μέτρο. Με κακή μεθοδολογία και σκοπιμότητα δημιουργεί στο κοινό πλασματικές ανάγκες και καλλιεργεί παραπλανητικά την υπερκατανάλωση. Υποβάλλει τον άνθρωπο σε ψύχωση με την ύλη και τον αποπροσανατολίζει. Αυτό οφείλεται και στη μαζοποίηση του σύγχρονου αλλά κυρίως στην έλλειψη κριτικής σκέψης. Καταλήγοντας επισημαίνει πως η διαφήμιση μπορεί να αποβεί κοινωνικά και οικονομικά επωφελής όταν τηρεί τους κανόνες, ενημερώνει το κοινό, δεν υπερβάλλει και δεν παραπλανά.

104 λέξεις

**B1.** Η διαφήμιση είναι μια αναγκαία συνθήκη του σύγχρονου υλικοτεχνικού πολιτισμού που συχνά δρα διαβρωτικά στην κοινωνία. Ωστόσο μπορεί να αποβεί και πολύ χρήσιμη. Αυτό συμβαίνει όταν ενημερώνει επαρκώς το κοινό για τις καταναλωτικές επιλογές που διαθέτει και προασπίζει το συμφέρον του. Επιπλέον όταν δεν εξαπατά, δεν αποπροσανατολίζει και δεν επιβαρύνει τον καταναλωτή με πλασματικές ανάγκες. Η διαφήμιση παίζει θετικό ρόλο όταν δεν καλλιεργεί τον καταναλωτισμό και δεν υπηρετεί τον άκρατο οικονομικό ανταγωνισμό. Αυτό μπορεί να συμβεί όταν οι «λειτουργοί» της τηρούν τους κανόνες δεοντολογίας, σέβονται το μέτρο και αναλαμβάνουν το βάρος της κοινωνικής ευθύνης που τους αναλογεί.

97 λέξεις

**B2.** Τα μέσα πειθούς της παραγράφου είναι **τεκμήρια**. Συγκεκριμένα εντοπίζουμε **παραδείγματα**, που αντλούνται από την καθημερινότητα, στο χωρίο : « Εφημερίδες, περιοδικά... πράγματα διαφήμισης» και **αλήθεια** στο χωρίο : «Είναι ένα φαινόμενο ... του ψυχικού μας κόσμου.». Έτσι ο συγγραφέας επικυρώνει τη θέση του με πραγματικά και αντικειμενικά στοιχεία.

## B3. α) συνώνυμα:

**Διαβαίνει:** ξεπερνά, υπερβαίνει

**Συλλογή:** σκέψη, προβληματισμό

**Παρατηρούν:** διαπιστώνουν, σημειώνουν

**Τεχνητές:** πλασματικές, ψεύτικες

**Πρόοδο:** εξέλιξη, ανάπτυξη, ευδοκίμηση

## B3. β) αντώνυμα

**Αρνηθεί:** δεχθεί

**Δικαιολογημένη:** αδικαιολόγητη

**Λογικά:** παράλογα

**Ωφέλιμη:** επιζήμια, ανωφελής

**Διαφώτιση:** συσκότιση

**B4.** Δομικά μέρη παραγράφου:

**Θεματική περίοδος :** « Η διαφήμιση μπορεί βέβαια, ... κοινωνικά ωφέλιμη».

**Σχόλια/ λεπτομέρειες :** « Να συμβάλλει πολύ ... της φαινομενικής αλήθειας.».

**Κατακλείδα :** δεν υπάρχει.

**Γ. Άρθρο**

## **Η ΛΑΙΛΑΠΑ ΤΗΣ...ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

### **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Γενική τοποθέτηση αναφορικά με το σύγχρονο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο ή με το χαρακτήρα του σύγχρονου πολιτισμού. Αναφορά στην επικαιρότητα, στις σημερινές συνθήκες.

### **ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ**

**Α΄ ζητούμενο:** αρνητικές πλευρές της διαφήμισης

**Πνευματικός τομέας:** αποδυναμώνει την κρίση, υπονομεύει την ελευθερία της σκέψης, καθιστά το δέκτη υποχείριό της, μαζοποιεί τον άνθρωπο. Προβάλλει υλιστικά πρότυπα ζωής, αποπνευματοποιεί τον άνθρωπο, προβάλλει εμπορευματοποιημένη τέχνη, υποβαθμίζει το γλωσσικό επίπεδο.

**Ηθικός τομέας:** διδάσκει την ηθική του κέρδους, της φιλαυτίας, καθιστά τον άνθρωπο ανελεύθερο, οδηγεί σε ηθική σε αλλοτρίωση.

**Σωματικός – Ψυχολογικός τομέας:** προξενεί αίσθημα ανικανοποίητου και ανισσοροπία, επιτείνει το άγχος, προκαλεί ψευδαισθήσεις επιτυχίας και ευτυχίας, πλάθει συμπλεγματικούς ανθρώπους

**Κοινωνικός – Πολιτικός τομέας:** διογκώνει τον ατομικισμό, συρρικνώνει την κοινωνική συνείδηση, οδηγεί σε αποχή από τα κοινά ( κρίση δημοκρατίας), αλλοιώνει τις ανθρώπινες σχέσεις ( αποξένωση), εξωθεί σε πράξεις βίας, ετεροκατευθύνει τον πολίτη, τον χειραγωγεί, υπονομεύει την πολυφωνία.

**Οικολογικός τομέας:** ρύπανση του περιβάλλοντος

**Επαγγελματικός – οικονομικός τομέας:** συντελεί στην επαγγελματική αλλοτρίωση, προκαλεί αύξηση εισαγωγών, οδηγεί σε οικονομική εξάρτηση και διόγκωση της ανεργίας.

**Μεταβατική παράγραφος:** η διαφήμιση έχει διαβρωτικό ρόλο και οι νέοι είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένοι στους κινδύνους της. Για αυτό χρειάζεται ανάπτυξη της κριτικής τους σκέψης κυρίως από τους φορείς αγωγής.

**Β' ζητούμενο:** τρόποι όξυνσης της κριτικής σκέψης των νέων

**Οικογένεια:** οφείλει να παρέχει σωστή αγωγή και πρότυπα να καλλιεργεί το διάλογο και τη δημοκρατικότητα, τις αξίες και την παρρησία.

**Σχολείο:** διαμόρφωση ελεύθερης σκέψης, μετάδοση γνώσεων και αξιών, δημοκρατική διαπαιδαγώγηση, άσκηση διαλόγου.

**Πνευματική ηγεσία:** προβολή κριτικής, αφύπνιση, διαφώτιση, ανθρωποκεντρισμός.

**Άτομο:** εσωτερική καλλιέργεια και πνευματικότητα, παιδεία, ψυχοπνευματική συγκρότηση, αναζήτηση της αλήθειας, επανιεράρχηση αξιών, αυτογνωσία, φίλελεύθερο πνεύμα, πολιτική συμμετοχικότητα.

**Επίλογος:** Είναι χρέος όλων η προστασία ιδιαίτερα της νέας γενιάς απέναντι στην αρνητική επίδραση της διαφήμισης. Ωστόσο οι νέοι οφείλουν να υπεραμυνθούν της αυθυπαρξίας, της ελεύθερης έκφρασης και του δυναμικού μέλλοντος τους.

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: ΚΙΚΗ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ  
ΑΘΗΝΑ