

# ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2013

Ενδεικτικές Απαντήσεις

## Νεοελληνική Γλώσσα

ΕΠΑ.Λ

**A1.** Ο κειμενογράφος αναλύει την κυριαρχία και τις επιπτώσεις της διαφήμισης στη σύγχρονη κοινωνία. Αρχικά, παρατηρεί, μέσα από παραδείγματα, ότι -χάρη στην τεχνολογική εξέλιξη- η διαφήμιση εντοπίζεται σε όλους τους τομείς της καθημερινότητας του ανθρώπου. Προβληματίζεται, όμως, σχετικά με τους κινδύνους που εγκυμονεί η μαζική διαφήμιση που αποπροσανατολίζει τον άνθρωπο από τις πραγματικές του ανάγκες, με το να δημιουργεί πλασματικές, με στόχο την υπερκατανάλωση. Διαπιστώνει, επίσης, ότι η διαφήμιση που αδρανοποιεί την κριτική σκέψη είναι περισσότερο αποτελεσματική στο σύγχρονο άνθρωπο. Τέλος, δεν παραγνωρίζει το ρόλο της στην οικονομική πρόοδο της κοινωνίας, όταν λειτουργεί με γνώμονα το συμφέρον και την πληροφόρηση του καταναλωτή. (103 λέξεις)

**B1.** Καθώς συνιστά έναν τρόπο επικοινωνίας, η διαφήμιση που στηρίζεται στη λογική και δεν εκμεταλλεύεται το συναίσθημα μπορεί να έχει θετικές προεκτάσεις στη ζωή του ανθρώπου. Για παράδειγμα, η διαφήμιση όταν παρουσιάζει με σαφή τρόπο τα πλεονεκτήματα ενός προϊόντος, χωρίς προπαγανδιστικές τάσεις, προσφέρει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να κατευθυνθεί σε σωστές αγοραστικές επιλογές όταν πληροφορεί με εντιμότητα για τα πολιτικά πρόσωπα και προγράμματα και αποφεύγει τα παραπλανητικά μηνύματα, συντελεί στη διαμόρφωση πολιτικής συνείδησης όταν αφυπνίζει, προβάλλει κοινωνικά μηνύματα και προκαλεί μορφές συμμετοχής, υπηρετεί το κοινό καλό. Συμπερασματικά, η θετική ή αρνητική λειτουργία της διαφήμισης εξαρτάται από τον τρόπο που τη χρησιμοποιεί ο άνθρωπος. (99 λέξεις)

**Σ** σύγχρονο  
ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ  
ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ-ΘΕΤΙΚΗ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ  
ΕΠΑ.Λ

**B2.**

Ο συγγραφέας στη δεύτερη παράγραφο του κειμένου χρησιμοποιεί **επίκληση στη λογική** και ως μέσα πειθούς, για να ενισχύσει τη θέση του, χρησιμοποιεί **τεκμήρια** (ελεγμένα στοιχεία):

✓ **Γενικά αποδεκτή αλήθεια:** «Όπου κι αν γυρίσει ... ακούει.»

Αξιόπιστο τεκμήριο, καθώς σχετίζεται με το θέμα.

✓ **Παράδειγματα:** «Εφημερίδες, περιοδικά ... πράγματα διαφήμισης.»

Αξιόπιστο τεκμήριο, καθώς είναι αντικειμενικό και αμερόληπτο και κρίνεται επαρκές.

# ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2013

## Ενδεικτικές Απαντήσεις

✓ Υποκειμενική γνώμη: «Είναι ένα φαινόμενο του βιομηχανικού πνεύματος ... του ψυχικού κόσμου μας.»

Μη Αξιόπιστο, καθώς εκφράζει απλώς την υποκειμενική γνώμη του γράφοντα.

### Β3α.

ΛΕΞΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ	ΣΥΝΩΝΥΜΗ ΛΕΞΗ
διαβαίνει	υπερβαίνει, καταργεί
συλλογή	προβληματισμό, σκέψη
Παρατηρούν	Αντιλαμβάνονται, Εξετάζουν
τεχνητές	επίπλαστες, πλασματικές
πρόοδο	εξέλιξη

### Β3β.

ΛΕΞΗ ΚΕΙΜΕΝΟΥ	ΑΝΤΩΝΥΜΗ ΛΕΞΗ
αρνηθεί	αποδεχθεί
δικαιολογημένη	αδικαιολόγητη
λογικά	παράλογα
ωφέλιμη	επιζήμια, βλαβερή
διαφώτιση	συσκότιση, αποπροσανατολισμό, παραπλάνηση

### Β4.

**Θεματική περίοδος:** Η διαφήμιση ... ωφέλιμη.

**Λεπτομέρειες - Σχόλια:** Να συμβάλει πολύ ... της φαινομενικής αλήθειας.

**Περίοδος Κατακλείδα:** Παραλείπεται.



### Γ1.

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ:** Άρθρο

- Τίτλος
- Σύνδεση με επικαιρότητα
- Τεκμήρια
- Ύφος: άμεσο, οικείο, φυσικό
- Ενεστώτας χρόνος
- Γ' ενικό πρόσωπο / αντικειμενικός χαρακτήρας

# ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2013

Ενδεικτικές Απαντήσεις

ΤΙΤΛΟΣ

ADVERTISING, WHAT IS THIS?

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

- Διαφήμιση είναι η διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία. Η διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιεί άλλοτε συγκινησιακά χαρακτηριστικά (επίκληση στο συναίσθημα) που συνδέουν το χρήστη με την αγορά ή τη χρήση του προϊόντος και άλλοτε λογικά χαρακτηριστικά (επίκληση στη λογική), όπως τεχνικά χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα του προϊόντος σε σχέση με τα ανταγωνιστικά.

ΚΥΡΙΩΣ ΘΕΜΑ

Ζητούμενο 1. αρνητικές πλευρές της διαφήμισης

(ερώτηση)

- Ο αρχικός ρόλος της εμπορικής διαφήμισης είναι να ενημερώσει το αγοραστικό κοινό για τις ιδιότητες των προβαλλομένων προϊόντων, συμβάλλοντας στη γρήγορη και αποτελεσματική επιλογή τους.
- Η σύγχρονη διαφήμιση, με την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών μέσων επικοινωνίας, έχει πάρει μεγάλες διαστάσεις. Έχοντας ξεφύγει από τον αρχικό ρόλο της απλής προβολής προϊόντων ή προσώπων, υποβάλλει πρότυπα ζωής και αξιών στοχεύοντας στην άνοδο του δείκτη κατανάλωσης και στον αποπροσανατολισμό των μαζών. Στηριζόμενη στη συνεχή και ομοιόμορφη επανάληψη, διαδραματίζει κυρίαρχο οικονομικό και πολιτικό ρόλο: εξαλείφει τις διαφορές των ατόμων των πληθυσμιακών συνόλων, εθίζει τις μάζες στο να δέχονται άκριτα τα διαφημιστικά μηνύματα, εμπορικά και πολιτικά και καθορίζει τη συμπεριφορά τους.
- Η μαζική διαφήμιση, που αποβλέπει στο άμεσο και εύκολο κέρδος, χωρίς καμία κοινωνική συνείδηση και ευθύνη, ανάγει την **κατανάλωση σε αυτοσκοπό** και προσπαθεί να πείσει τον άνθρωπο ότι η ευτυχία και το νόημα της ύπαρξής του συνίστανται στην απόκτηση όλο και περισσότερων υλικών αγαθών (υλικός ευδαιμονισμός).
- Ο «καταναλωτικός άνθρωπος» ενδιαφέρεται κυρίως για την κάλυψη των υλικών του αναγκών, πραγματικών αλλά και πλασματικών, τις οποίες προτάσσει στην ιεράρχηση των αξιών, ενώ οι ηθικές ευαισθησίες και οι πνευματικές αναζητήσεις περιορίζονται. Στην επιδίωξή του να καλύψει το εσωτερικό του κενό με μια συνεχή και εντεινόμενη κατανάλωση, εκπίπτει σταδιακά από το «είναι», την ενεργητικότητα, την ανεξαρτησία, στο «φαίνεσθαι» και στο «έχειν», την απόκτηση ιδιοκτησίας, την απληστία για το χρήμα. Όσο διογκώνεται το «έχειν», τόσο συρρικνώνεται το «είναι», με αποτέλεσμα να καθίσταται ανίκανος να ολοκληρώσει την προσωπικότητά του, να αλλοτριώνεται.
- Οι μέθοδοι αποχαύνωσης και ευνουχιισμού της κριτικής σκέψης μετατίθενται από το εμπορικό πεδίο στο πολιτικό: ο οικονομικός χειρισμός του καταναλωτή προεκτείνεται σε αποτελεσματική χειραγώγηση του πολίτη, ο οποίος, απόλυτα εξαρτημένος από τις



# ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2013

## Ενδεικτικές Απαντήσεις

δυνάμεις της αφθονίας και της ευμάρειας, μετατρέπει την αξίωση για ελευθερία σε αξίωση για κατανάλωση: «**καταναλώνω, άρα υπάρχω**».

- Ευεπίφορος στη μαζική υποβολή και στις άλογες επιδράσεις, με τυποποιημένα –και γι' αυτό εύκολο να προβλεφθούν- γούστα, αναλώνεται ζώντας πνιγμένος στις καθημερινές ατομικές φροντίδες, αγχώδης, εγωκεντρικός, μόνος, άπληστος, παθητικός, ανίκανος να απολαύσει την Τέχνη, αμέτοχος των πολιτικών διαδικασιών, καθώς έχει ανασταλεί η διάθεση για συνεργασία και προώθηση του κοινωνικού συμφέροντος, ετεροκαθοριζόμενος.

### ΜΕΤΑΒΑΣΗ

- Η σύγχρονη βιομηχανία της διαφήμισης προβάλλει ένα λαμπερό και εκλεπτυσμένο lifestyle που απευθύνεται κυρίως στους νέους και το οποίο σηματοδοτείται από την ευκολία και την απενοχοποίηση για τα πάντα, την αποθέωση του χρήματος, της καριέρας, της BMW, του ROLEX, των club restaurants...

**Ζητούμενο 2. παράγοντες που βοηθούν στην ανάπτυξη κριτικής σκέψης των νέων απέναντι στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης** (ερώτηση)

- Προκειμένου, λοιπόν, να διασφαλίσει η ψευδαισθησιολογία αυτού του επιφανειακού, δανεικού κι ουτοπικού τρόπου ζωής και ν' αμβλυθούν οι επιπτώσεις από την παθητική αποδοχή κάθε είδους διαφημιστικών μηνυμάτων, τόσο στο άτομο όσο και στο κοινωνικό σύνολο, απαιτείται η όξυνση της κριτικής ικανότητας των δεκτών, και κυρίως των νέων, αφού συνιστούν τα ευκολότερα «θύματά» της.



- Κυρίαρχο ρόλο επιτελούν οι φορείς αγωγής, καθώς καλούνται να συμβάλουν στη διαμόρφωση ολοκληρωμένων, αυτόνομων ανθρώπων, ικανών ν' αντιμετωπίσουν τις σύγχρονες προκλήσεις της ζωής.
- Η **οικογένεια**, να καλλιεργήσει πνεύμα ολιγάρκειας και αυτάρκειας μέσω του παραδειγματισμού, αλλά και ν' αναπτύξει την αίσθηση του μέτρου και την ικανότητα διαχωρισμού σε πρωτογενείς και δευτερογενείς ανάγκες.
- Ο **εκπαιδευτικός χώρος**, να διαπαιδαγωγήσει νέους που μπορούν να ιεραρχούν τις προτεραιότητές τους, να ασκούν αυτοέλεγχο και να διακρίνονται από αυτοπειθαρχία, ώστε να υποτάσσουν την παρόρμησή τους στις επιταγές της λογικής.
- Τα **μέσα μαζικής επικοινωνίας**, να προβάλουν θετικά, υγιή, δημιουργικά πρότυπα ζωής και αξιών, απαλλαγμένα από την υλοκρατική αντίληψη.
- Η **πολιτεία** να επιβάλλει τις δεοντολογικές αρχές στους λειτουργούς της διαφήμισης, ώστε αυτή να μη αποβαίνει παράγοντας μαζοποίησης.
- Οι ίδιοι οι νέοι να επαναπροσδιορίσουν τον κώδικα αξιών τους, να επαναξιολογήσουν τις ανάγκες τους, να απορρίψουν τα έντεχνα κατασκευασμένα αλλά κενά περιεχομένου σύγχρονα κατευθυνόμενα είδωλα, να αντισταθούν στις επιταγές της μόδας και του καταναλωτισμού.
- Με τη συνειδητοποίηση ότι η ποιότητα ζωής και η ευτυχία δεν ταυτίζονται με την απόκτηση πληθώρας υλικών αγαθών, ν' αναζητήσουν έναν αυθεντικό δημιουργικό τρόπο

# ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2013

## Ενδεικτικές Απαντήσεις

ύπαρξης και να κατακτήσουν την εσωτερική τους ελευθερία. Η αξιοποίηση περισσότερου ελεύθερου χρόνου για την πνευματική και ηθική τους συγκρότηση και για την ουσιαστικοποίηση των διαπροσωπικών τους σχέσεων θα βοηθήσει σε αυτή τους την προσπάθεια.

### ΕΠΙΛΟΓΟΣ

- Καταλήγοντας, η διαφήμιση συνιστά ένα σύγχρονο κι αναγκαίο τρόπο επικοινωνίας. Όταν είναι αθέμιτη ή παραπλανητική, δημιουργεί επίπλαστες ανάγκες, αποχαυνώνει και αιχμαλωτίζει τη σκέψη του δέκτη. Όταν, όμως, ακολουθεί τους κανόνες δεοντολογίας και τα μηνύματά της αποτιμώνται κριτικά από τους δέκτες, τόσο η εμπορική - οικονομική διαφήμιση όσο και η κοινωνική - ενημερωτική μετουσιώνονται σε κοινωνική υπηρεσία.

Σχολική Εφημερίδα: «Μαθητικές Σκέψεις, Παρατηρήσεις, Διαπιστώσεις», 21/5/2013

---

Επιμέλεια: Μ. Κυριακάκη - Δ. Γιαννακός - Χ. Μητρόπουλος - Ρ. Σουλουτζόγλου

---

 **σύγχρονο**  
ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ  
ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ-ΘΕΤΙΚΗ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ  
ΕΠΑ.Λ