

ΤΕΕ  
Β' ΚΥΚΛΟΥ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:  
ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΑΓΓΕΛΟΥ  
ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΦΩΤΕΙΝΟΠΟΥΛΟΣ  
ΜΕΝΙΑ ΦΑΛΕΚΑ  
ΚΕΛΛΥ ΒΟΥΡΑΝΗ



Σε έναν πολιτισμό όπου ο ύψιστος σκοπός είναι η κατοχή και μάλιστα ολοένα και περισσότερων πραγμάτων κι όπου μπορείς να πεις για κάποιον «αξίζει ένα εκατομμύριο δολάρια» πώς μπορεί να υπάρχει διάκριση ανάμεσα στο έχειν και στο είναι;  
Έρικ Φρομ

## ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

## ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

## Κείμενο

Π. Μπουκάλας, Σιγά μην τους τα δώσω

Το κείμενο βρίσκεται στις σελίδες 101-102 του σχολικού βιβλίου.

## Ερωτήσεις

1. Να αποδώσετε περιληπτικά το περιεχόμενο του κειμένου σε 100 λέξεις.

Με αφορμή την προβολή ενός διαφημιστικού μηνύματος ο συντάκτης του αποσπάσματος προβληματίζεται αναφορικά με την ιδεολογική λειτουργία της διαφήμισης στην εποχή μας. Στο συγκεκριμένο μήνυμα παρουσιάζεται ο τρόπος αξιοποίησης μεγάλων χρηματικών κερδών από τους νικητές ενός τυχερού παιχνιδιού: ενώ η αρχική τους πρόθεση ήταν να τα μοιραστούν με τα αγαπημένα τους πρόσωπα, οδηγούνται αργότερα στην αναίρεσή της, επιβεβαιώνοντας το πρότυπο του ατομικισμού, της ιδιοτέλειας και της αδιαφορίας. Το διαφημιστικό αυτό μήνυμα, όμως, δεν κάνει τίποτε περισσότερο από το να συνοψίζει και να προβάλλει με έμφαση την επικρατούσα αντίληψη της εποχής μας, η οποία προκρίνει τον αδυσώπητο ανταγωνισμό και τη χαλάρωση των ανθρώπινων σχέσεων.

2. Για καθεμιά από τις παρακάτω προτάσεις να σημειώσετε την ένδειξη Σ (Σωστό) ή Λ (Λάθος), σύμφωνα με το νόημα του κειμένου.

α) Οι πρωταγωνιστές των δύο «τηλεδραμάτων» εμμένουν στην αρχική τους απόφαση και διανέμουν τελικά τα κέρδη τους στα αγαπημένα τους πρόσωπα.

β) Οι τηλεθεατές των δύο «τηλεδραμάτων» αποδέχονται εύκολα τα εκπεμπόμενα από αυτά ιδεολογικά μηνύματα.

γ) Το ιδεολογικό μήνυμα των δύο διαφημίσεων επιβεβαιώνει την ιδεολογία και τα ηθικά πρότυπα του καιρού μας.

δ) Βασική προϋπόθεση επιτυχίας σύμφωνα με τα πρότυπα της «νέας εποχής» είναι ο εγωισμός, η ιδιοτέλεια και η αποκοπή από το στενότερο ή ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον.

ε) Ο συντάκτης του κειμένου δεν δέχεται την άποψη ότι η διαφήμιση μεταδίδει ηθικά πρότυπα και εκπαιδεύει τους πολίτες σε αυτά.

- Λάθος (Λ)
- Σωστό (Σ)
- Σωστό (Σ)
- Σωστό (Σ)
- Λάθος (Λ)

3. Το ολιγόλεπτο -δήθεν χαριτωμένο- διαφημιστικό σλόγκαν δεν πρωτοτυπεί βέβαια, απλώς μεταδίδει σε εύπεπτη μορφή μια ολόκληρη τεχνική βίου. (4η παράγρ.). Να αναπτύξετε το νόημα αυτής της άποψης σε μία παράγραφο των 80-100 λέξεων.

Με εξαιρετικά απλουστευτικό τρόπο οι δύο διαφημίσεις του τυχερού παιχνιδιού συνοψίζουν, επιβεβαιώνουν και αναπαράγουν τις αξίες και τις αρχές που ήδη ενυπάρχουν και λανθάνουν στο κοινωνικό σώμα: τις «αξίες» του εγωκεντρισμού, της φιλαυτίας και της ματαιοδοξίας, της εσωστρέφειας και της απομόνωσης, της αδιάκοπης αναζήτησης του εύκολου και του γρήγορου κέρδους. Το τηλεοπτικό κοινό, κατάλληλα εκπαιδευμένο με διάφορους τρόπους (από το λόγο και τις πρακτικές της πολιτικής και της συνδικαλιστικής του ηγεσίας, από την ποιότητα και τα μηνύματα των Μ.Μ.Ε, από τα προτεινόμενα πρότυπα του δημόσιου βίου), εμφανίζεται έτοιμο και πρόθυμο να υιοθετήσει ως θεμελιώδη προϋπόθεση ζωής, ως ιδεολογία και βιοθεωρία, αυτές τις αρχές εφαρμόζοντάς τις σε κάθε εκδήλωση της κοινωνικής του δράσης.

4. Να εντοπίσετε τον τρόπο και τα μέσα πειθούς που χρησιμοποιεί ο συντάκτης στη 2η παράγραφο του κειμένου «Γρήγορα όμως η επαφή των χεριών τους ...εαυτό τους εντέλει». Επίσης να δώσετε έναν πλαγιότιτλο σε αυτήν την παράγραφο.

Ο τρόπος πειθούς που χρησιμοποιεί ο συντάκτης στη 2η παράγραφο είναι η **επίκληση στο συναίσθημα**. Τα μέσα είναι:

α) λογοτεχνικά σχήματα («σπαρταριστά» πεντοχίλιαρα ..., κλέβει τον αυθεντικό εαυτό τους, τους κλέβει δηλαδή τους συγγενείς και τους φίλους ... Παραζαλισμένοι από την Κίρκη ...),

β) λέξεις συναισθηματικά φορτισμένες (το χαϊρέκακο γελάκι ...),

γ) ειρωνεία (ικανοποιημένοι από την έγκαιρη ανάνηψή τους ... εαυτό τους εντέλει).

Πλαγιότιτλος: Η ανάνηψη των «νικητών».

5. Να γράψετε τα παραθετικά των ακόλουθων λέξεων **μονολεκτικά**, για όποιες από αυτές είναι δυνατόν να σχηματιστούν: τυπικότατο, απλούστατα, δίκαιη, αυτονόγητη, γυάλινη. Επίσης να γράψετε μία απλή πρόταση που να πε-

www.poukamisas.gr

20  
ΧΡΟΝΙΑ

φροντιστήρια  
ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

(ΝΕΟ) ΑΓ. ΒΑΡΒΑΡΑ

- (ΝΕΟ) ΑΓ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ • ΑΙΓΑΛΕΩ
- ΑΜΦΙΑΛΗ • ΓΑΛΑΤΣΙ • ΓΛΥΦΑΔΑ
- ΔΡΑΠΕΤΣΩΝΑ • (ΝΕΟ) ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
- ΚΑΛΛΙΘΕΑ • ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ
- ΛΑΡΙΣΑ • (ΝΕΟ) ΜΕΓΑΡΑ • ΜΟΣΧΑΤΟ
- ΝΕΑ ΣΜΥΡΝΗ • ΝΙΚΑΙΑ • ΠΕΙΡΑΙΑΣ
- ΠΕΡΑΜΑ • (ΝΕΟ) ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ

ριέχει τις λέξεις αυτές στο θετικό βαθμό (συνολικά 5 προτάσεις, μία για κάθε λέξη).

#### Παραθετικά

**Θετικός βαθμός:** τυπικό, απλώς (επιρ.), δίκαιη, αυτονόητη, γυάλινη

**Συγκριτικός βαθμός:** τυπικότερο, απλούστερα, δικαιότερη, - -

**Υπερθετικός βαθμός:** τυπικότερο, απλούστατα, δικαιότερη, - -

#### Προτάσεις

- Είπε ένα τυπικό «γεία» και αποχώρησε.
- Χρειάζομαι απλώς λίγο χρόνο για να σκεφτώ.
- Η τιμωρία που επιβλήθηκε στους μαθητές δεν ήταν δίκαιη.
- Να θεωρείς αυτονόητη τη βοήθειά μου.
- Ακούμπησε το δοχείο στη γυάλινη επιφάνεια του τραπέζιού.

6. Η διαφήμιση ως πράξη επικοινωνίας εκτός από τις θετικές έχει και αρκετές αρνητικές όψεις. Μεταξύ των άλλων κατηγορείται ότι προκαλεί τεχνητές ανάγκες στους καταναλωτές και ότι τους εξωθεί στην εκδήλωση καταναλωτικής συμπεριφοράς. Με αφορμή αυτήν την άποψη να γράψετε ένα κείμενο που θα εκφωνήσετε σε εκδήλωση του σχολείου σας, στο οποίο να εξηγείτε τη στάση που πρέπει να κρατά ο άνθρωπος απέναντι στη διαφήμιση ώστε να επωφελείται από τις θετικές και να αποφεύγει τις αρνητικές πλευρές της και να αναφέρετε πώς θα μπορούσε το σχολείο να ενισχύει τους νέους ανθρώπους προς αυτήν την κατεύθυνση (500-600 λέξεις).

#### Προσφώνηση

A) Ποια στάση πρέπει να κρατά ο άνθρωπος απέναντι στη διαφήμιση

• Να αντιμετωπίζει τη διαφήμιση κυρίως ως πηγή/μέσο πληροφόρησης για την κυκλοφορία των νέων προϊόντων στην αγορά, των ιδιοτήτων και των αρετών τους.

• Να συνειδητοποιήσει την άποψη ότι η διαφήμιση αξιοποιεί ισχυρά μέσα για να πείσει, ενίοτε και για να παραπλανήσει τους καταναλωτές με σκοπό να τους οδηγήσει στην αυτόματη αγορά του προϊόντος. Κυρίως απευθύνεται στο θυμικό-συναισθηματικό μέρος του ανθρώπου, χρησιμοποιεί ευρέως το σύνθημα και τη γλώσσα με ευρηματικό τρόπο, δημοφιλή πρόσωπα, γνώμες ειδικών, τέχνες και τεχνικές ήχου-κίνησης και εικόνες, συμπεράσματα επιστημών, στατιστικές έρευνες, μηχανισμούς ψυχολογικής επίδρασης, καλλιέργει ανασφάλειες, ενοχές, ανάγκες. Το αποτέλεσμα είναι η ακύρωση των λογικών ικανοτήτων του ανθρώπου και η κάμψη των αντιστάσεών του. Επομένως αυτός πρέπει: α) να κινητοποιεί την κριτική ικανότητά του, β) να διατηρεί έντονες επιφυλάξεις απέναντι σε αυτήν και την ανάλογη αποστασιοποίηση από το μήνυμα και γ) να επιχειρεί να «αποκωδικοποιεί» τα προβαλλόμενα μηνύματα.

• Να διαμορφώνει σταδιακά συνείδηση υπεύθυνου καταναλωτή. Αυτό σημαίνει:

α) να προχωρεί σε προσεκτικό έλεγχο και έρευνα πριν από την αγορά οποιουδήποτε προϊόντος,

β) να ιεραρχεί με ορθολογικό τρόπο τις ανάγκες του, για να αποφεύγει την αγορά προϊόντων που εμφανίζονται ως «αναγκαία», ενώ στην πραγματικότητα είναι περιττά,

γ) να εντάσσεται σε συλλόγους καταναλωτών ώστε: 1) να επιζητεί τη διαρκή βελτίωση των προϊόντων, 2) να διεκδικεί αποζημιώσεις σε περιπτώσεις παραπλανητικής διαφήμισης ή ελαττωματικών ή και βλαβερών προϊόντων, 3) να απαιτεί την τήρηση των κανόνων δεοντολογίας που οι ίδιοι οι διαφημιστές έχουν αποδεχτεί για το επάγγελμά τους.

• Να αποφεύγουν την αγορά προϊόντων που αποδεδειγμένα βλάπτουν την υγεία ή προκαλούν εθισμό και εξάρτηση.

• Να εμπεδώνει την αντίληψη ότι στη ζωή η ευτυχία ή η επιτυχία δεν εξασφαλίζονται μόνο με την κατοχή αντικειμένων ή τη χρησιμοποίηση υπηρεσιών αλλά και με άλλες προϋποθέσεις, σημαντικότερες ή εξίσου σημαντικές με αυτές: την υγεία, τις ουσιαστικές ανθρώπινες σχέσεις, την ηθική βελτίωση, την πνευματική πρόοδο –κάτι τέτοιο σημαίνει την απόρριψη του καταναλωτισμού ως στάση ζωής και ως λύση σε οποιοδήποτε αδιέξοδο συναντούν στη ζωή τους.

• Να απορρίπτουν τα εσφαλμένα ιδεολογικά πρότυπα που έμμεσα η διαφήμιση αναπαράγει.

• Να κάνουν ορθολογικότερη διαχείριση των χρημάτων τους σύμφωνα με τις πραγματικές τους ανάγκες και τις βασικότερες προτεραιότητές τους.

• Να αξιοποιούν καλύτερα και ορθολογικότερα τον ελεύθερο χρόνο τους.

B) Πώς θα μπορούσε το σχολείο να βοηθήσει τους νέους στην υιοθέτηση της κατάλληλης απέναντι στη διαφήμιση στάσης.

• Οξύνοντας τις πνευματικές δυνατότητες των νέων και καλλιεργώντας την κριτική τους σκέψη, ώστε αυτοί: α) να είναι ικανοί να αποκωδικοποιούν και να αναλύουν προσεκτικά τις διαφημίσεις σε όποια μορφή και αν τις συναντούν, το περιεχόμενο και τα μηνύματα που εκπέμπουν, τα μέσα που χρησιμοποιούν για να προσελκύσουν τους σκοπούς που εξυπηρετούν και β) να μπορούν να προχωρούν σε μια ορθολογικότερη αξιολόγηση των αναγκών τους, διαχωρίζοντας τις υπαρκτές και άμεσες από τις πλασματικές-τεχνητές.

• Ενισχύοντας το ανθρωπιστικό περιεχόμενο των σπουδών του: α) διδάσκοντας στους νέους ότι εκτός από την κάλυψη των υλικών αναγκών της ζωής μεγάλη σημασία έχει και η ηθική βελτίωση του ανθρώπου, η πνευματική εξέλιξη, η κοινωνική του καλλιέργεια, β) παρέχοντας κατάλληλα πρότυπα ζωής και δράσης και επαναφέροντας στο προσκήνιο στάσεις ζωής που έχουν περιθωριοποιηθεί ή σκόπιμα παραποιηθεί και «κακοποιηθεί», επειδή δεν

συμφωνούν με το προτεινόμενο πρότυπο του ευδαιμονισμού, του νεοκυνισμού, της επιβολής και της κατανάλωσης, και γ) μεταδίδοντας την αντίληψη ότι η συνεχής αγορά προϊόντων, η επιδίωξη του κέρδους, η λατρεία της ύλης και ο ευδαιμονισμός δεν επιλύουν τα υπαρξιακά αδιέξοδα του σύγχρονου ανθρώπου και επομένως δεν είναι σκόπιμο να υιοθετούνται ως τα μοναδικά ζητούμενα στη ζωή ενός νέου.

• Καλλιεργώντας την έφεση για την ποιητική τέχνη και την αυθεντική δημιουργία, ώστε ο μαθητής να προσελκύεται από το ωραίο, το σύνθετο και το σημαντικό και να απορρίπτει την ευτέλεια, την ασήμαντότητα και τη μαζικότητα της σύγχρονης καλλιτεχνικής παραγωγής.

• Αναπτύσσοντας το ενδιαφέρον για τις δημόσιες υποθέσεις, για τις πολιτικές και γενικότερες κοινωνικές εξελίξεις, εμπεδώνοντας την αντίληψη ότι ο άνθρωπος δεν μπορεί να είναι μονοδιάστατος καταναλωτής προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και κοινωνική και πολιτική υπέρβαση, που έχει καθήκον να ενδιαφέρεται για την πορεία της κοινωνίας στην οποία εντάσσεται, ανήκει και δραστηριοποιείται.

Αποφώνηση

www.poukamisas.gr



εδώ και 20 χρόνια,  
στα Φροντιστήρια Πουκαμισάς,  
πάνω από 12.500 μαθητές  
έκαναν το όνειρό τους πραγματικότητα...

**κάν'το κι εσύ !**

φροντιστήρια  
**ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ**