



**ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΛΥΚΕΙΩΝ
ΤΡΙΤΗ 21 ΜΑΪΟΥ 2013
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΤΗΣ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ
ΓΛΩΣΣΑΣ**

- A1.** Στο κείμενο ο συγγραφέας αναφέρεται στα θετικά και αρνητικά αποτελέσματα που επιφέρει η διαφήμιση στον άνθρωπο.
- Καταιγισμός διαφημιστικών μηνυμάτων με κάθε μέσο και τρόπο.
 - Κίνδυνοι που ελλοχεύουν στη διαφήμιση, ιδιαίτερα όταν παραβιάζονται οι βασικές αρχές της διαφημιστικής δεοντολογίας.
 - Τάσεις υλικού ευδαιμονισμού και παραγκωνισμού των πνευματικών αγαθών και των ανθρωπίνων αξιών, αφού κυριαρχεί το «έχειν» αντί του «είναι».
 - Χειραγώγηση και εξανδραποδισμός του ανθρώπου.
 - Ωστόσο με την έλλογη διαχείρισή της και την τήρηση αντικειμενικών αρχών και ορίων θα μπορούσε να συντελέσει στην αναβάθμιση του επιπέδου ζωής του ατόμου.
- B1.** Λίγοι θα διαφωνούσαν με την άποψη ότι η διαφήμιση θα μπορούσε να επιφέρει θετικά αποτελέσματα στον άνθρωπο.
- Ενημέρωση των καταναλωτών για τα προσφερόμενα προϊόντα.
 - Συντελεί στην αύξηση της παραγωγής καθώς και στον περιορισμό της ανεργίας.
 - Βελτιώνεται το επίπεδο ζωής του ανθρώπου.
 - Αποτρέπει από βλαβερές για την υγεία συνήθειες (κάπνισμα, ναρκωτικά), ενημερώνει για κινδύνους (AIDS), προτείνει μέτρα πρόληψης και ευαισθητοποιεί την κοινή γνώμη για μείζονα κοινωνικά προβλήματα.
- Προϋπόθεση : Κριτική στάση από την πλευρά του ατόμου με την αρωγή της πολιτείας και της ανθρωπιστικής παιδείας.



B2. Τα μέσα πειθούς στη δεύτερη παράγραφο είναι επιχειρήματα και τεκμήρια (γενικές αλήθειες και παραδείγματα από τη σύγχρονη πραγματικότητα όπως «Όπου κι αν γυρίσει ... ακούει», «εφημερίδες, περιοδικά, δρόμοι, ... διαφήμισης», «Είναι ένα φαινόμενο ... κόσμου μας»).

B3. α. διαβαίνει : υπερβαίνει, ξεπερνά
συλλογή : σκέψη, προβληματισμό
παρατηρούν : εξετάζουν
τεχνητές : πλασματικές
πρόοδο : ανάπτυξη

β. αρνηθεί : αποδεχτεί
δικαιολογημένη : αδικαιολόγητη
λογικά : παράλογα
ωφέλιμη : επιζήμια
διαφώτιση : συσκοτίση

B4. - Θεματική πρόταση : « Η διαφήμιση ... ωφέλιμη »
- Σχόλια-λεπτομέρειες : «Να συμβάλει ... αλήθειας»
- Δεν υπάρχει κατακλείδα

Γ1. «Αρνητικές επιδράσεις της διαφήμισης και τρόποι αντιμετώπισής τους από τους νέους»

α) Αρνητικές πλευρές της διαφήμισης

- Δημιουργία πλασματικών αναγκών (επίταση του άγχους για την κάλυψή τους)
- Παραπληροφόρηση-αποπροσανατολισμός του καταναλωτικού κοινού.
- Πρόκληση φαινομένων κοινωνικής παθογένειας (βία, εγκληματικότητα) ιδίως στους νέους, προκειμένου να εξασφαλίσουν τα καταναλωτικά αγαθά.
- Πρότυπο υλικού ευδαιμονισμού και απομάκρυνση από ανώτερα ιδανικά και αξίες.
- Ωραιοποίηση-ιδανικοποίηση της πραγματικότητας, διαστρέβλωση της αλήθειας.



- Δυσανάλογη επιβάρυνση της τιμής των προϊόντων.
 - Κακοποίηση της γλώσσας (συνθηματική χρήση και πληθώρα ξενικών στοιχείων).
 - Χειραγώγηση και αλλοτρίωση του ανθρώπου.
 - Ρύπανση του φυσικού περιβάλλοντος (αλλοίωση του φυσικού τοπίου και υποβάθμιση της αισθητικής και της εικόνας των πόλεων).
 - Εξευτελισμός της προσωπικότητας του ατόμου και ιδιαίτερα της γυναίκας.
- β) Παράγοντες που βοηθούν στην ανάπτυξη κριτικής σκέψης των νέων απέναντι στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης
- Εκστρατεία ενημέρωσης των καταναλωτών για τα δικαιώματά τους και της μεθόδους προστασίας τους από τα αρνητικά διαφημιστικά μηνύματα.
 - Επαφή-επικοινωνία με τους αρμόδιους φορείς (Ένωση καταναλωτών, Υπουργείο εμπορίου).
 - Ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με τις διαφημιστικές πρακτικές-μέσα-τακτικές.
 - Συμμετοχή σε ενώσεις καταναλωτών που μεριμνούν για την προστασία του κοινού από την παραπλάνηση και την κερδοσκοπία.
 - Ιεράρχηση αναγκών και επαναπροσδιορισμός των αξιών.
 - Επιλογή προϊόντων με κριτήριο την ποιότητα και τη χρησιμότητά τους και όχι τον τρόπο με τον οποίο προβάλλονται.
 - Η πολιτεία να καθορίσει όρια και υποχρεώσεις από την πλευρά των διαφημιστών, για σεβασμό της αλήθειας και του καταναλωτή.
 - Η ίδια η διαφήμιση να διακατέχεται από τις αρχές της αντικειμενικότητας, του θεμιτού ανταγωνισμού και του σεβασμού των κοινωνικών και πολιτισμικών αξιών.
 - Ρόλος της οικογένειας (πρωτογενής φορέας αγωγής).