

ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

ΘΕΤΙΚΗΣ & ΘΕΩΡΗΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ ΤΕΚΝΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΕΚΝΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ 2010

ΘΕΜΑ Α

Α. Το κείμενο αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο τα υλικά αγαθά διαμορφώνουν τις διαπροσωπικές σχέσεις στη σύγχρονη παγκόσμια κοινωνία. Η συγγραφέας αφορμάται από το τέλος των γιορτών, το οποίο αντικατοπτρίζει τη σύγχρονη αστική ζωή. Στη συνέχεια, επισημαίνεται ότι οι γιορτές έχουν χάσει το πραγματικό τους νόημα, καθώς δίνεται μεγαλύτερη αξία στην καταναλωτική τους πλευρά, όπως επισημαίνει ο Τζόελ Βάλντφογκελ. Άλλωστε, η αποδοχή του ανθρώπου από τον κοινωνικό του περίγυρο σχετίζεται άμεσα με τα δώρα που προσφέρει, σύμφωνα με έρευνα των Σόνικ και Χεμινγκουέι. Συνακόλουθα, διαπιστώνεται ότι η ευρωπαϊκή αγορά και η καταναλωτική συμπεριφορά του Ευρωπαίου επηρεάζονται άμεσα από την αμερικάνικη. Καταλήγοντας, τονίζεται ότι η κριτική συνείδηση είναι το όπλο τόσο απέναντι στην παγκοσμιοποίηση, όσο και στην απώλεια του πραγματικής αξίας των γιορτών.

ΘΕΜΑ Β1

Είναι σύνηθες φαινόμενο σήμερα οι ηλικιωμένοι να προσφέρουν ακριβά, αλλά μη λειτουργικά δώρα στους νέους, επειδή έχουν χάσει την επαφή τους με τις ανάγκες της νέας γενιάς. Συχνά, οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες του σύγχρονου νέου, τις οποίες όμως οι μεγαλύτεροι αδυνατούν να παρακολουθήσουν. Επιπλέον, η τάση του υλικού ευδαιμονισμού και του καταναλωτισμού σε συνδυασμό με το χάσμα γενεών οδηγεί ακόμη και τους μεγαλύτερους στη επιλογή δώρων κυρίως με βάση την οικονομική αξία και όχι με τις επιθυμίες της νέας γενιάς. Διαπιστώνουμε, λοιπόν, ότι οι υλιστικές τάσεις της παγκοσμιοποίησης επηρεάζουν όλους τους ανθρώπους ανεξάρτητα με την ηλικία τους.

ΘΕΜΑ Β2

α) Η «απώλεια» των γιορτών

β) Στη δεύτερη παράγραφο του κειμένου η συγγραφέας χρησιμοποιεί ως τρόπο πειθούς την επίκληση στην αυθεντία. Η αυθεντία εντοπίζεται στο σημείο όπου γίνεται αναφορά στην άποψη του Τζόελ Βάλντφογκελ σχετικά με την απώλεια της πραγματικής αξίας των γιορτών. : «Αυτή είναι, σε όλη της τη μεγαλοπρέπεια, «η απώλεια των γιορτών», σύμφωνα με τον οικονομολόγο Τζόελ Βάλντφογκελ. Σύμφωνα με την άποψή του ...όχι αυταπάρνης».

ΘΕΜΑ Β3

α) Συνώνυμα

χαρούμενα = ευχάριστα
ανακαλύψει = διαπιστώσει
διαρκώς= συνεχώς
απώλεια= καταστροφή
αναγκαίο = απαραίτητο

Β) Αντώνυμα

πριν ≠ μετά
περισσότερα ≠ λιγότερα
ακριβά ≠ φτηνά
ενθουσιάζουν ≠ απογοητεύουν
αύξηση. ≠ μείωση

ΘΕΜΑ Β4

- ✓ ένα νέο είδος «ευαισθησίας» : Η λέξη «ευαισθησίας» τοποθετείται μέσα σε εισαγωγικά διότι η συγγραφέας θέλει να προσδώσει ειρωνική χροιά στο περιεχόμενό της.
- ✓ το «κοστολόγιο» της σχέσης : Η λέξη «κοστολόγιο» τοποθετείται μέσα σε εισαγωγικά διότι χρησιμοποιείται από τη συγγραφέα με μεταφορική σημασία, ταυτόχρονα όμως εκφράζει και την ειρωνεία της όσον αφορά τον τρόπο που αξιολογούν τις σχέσεις τους οι σημερινοί άνθρωποι με τα δώρα.

ΘΕΜΑ Γ

(Ενδεικτικός Τίτλος) Δώρα και Καταναλωτισμός

Πρόλογος (Ενδεικτικός)

Η αλματώδης επιστημονική και τεχνολογική εξέλιξη του αιώνα έχει επιδράσει στην παραγωγική διαδικασία και έχει καθορίσει τους νόμους της προσφοράς και της ζήτησης. Το καθεστώς της ελεύθερης οικονομίας ευνοεί την υπερπαραγωγή αγαθών και τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων. Παράλληλα

έχουν επηρεαστεί και οι ανθρώπινες σχέσεις που ακόμα και αυτές ορίζονται από καταναλωτικά κριτήρια. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η διαδικασία των δώρων που στη σύγχρονη εποχή έχει αλλοιωθεί ο ρόλος και η αξία τους.

α' ζητούμενο: λόγοι που οι άνθρωποι προσφέρουν δώρα

- τήρηση εθίμων/παραδόσεων (προσωπικές γιορτές, Χριστούγεννα)
- τήρηση κοινωνικών υποχρεώσεων / συμβάσεων
- ένδειξη – έκφραση συναισθημάτων αγάπης, εκτίμησης, ευγνωμοσύνης
- τα παραπάνω: προσέγγιση ανθρώπων, σύσφιξη σχέσεων, χαρά, αμοιβαιότητα
- όμως και: δωροδοκία, πελατειακές σχέσεις, ευνοιοκρατία, εξαγορά υπηρεσιών και παροχών (επικράτηση αναξιοκρατίας, διαφθοράς, κοινωνικής και πολιτικής εξαχρείωσης)

β' ζητούμενο: παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά δώρων σήμερα

- υλιστικός ευδαιμονισμός ως υπεραξία στην εποχή μας
- καταναλωτικά πρότυπα όπως αυτά προβάλλονται κυρίως από τα ΜΜΕ
- δώρο: μέσο επίδειξης ευμάρειας και κοινωνικής καταξίωσης
- δεν λαμβάνονται υπόψη οι αληθινές, λειτουργικές, ανάγκες ή τα ενδιαφέροντα του αποδέκτη
- αλλοτρίωση των ανθρωπίνων σχέσεων: συχνά τα δώρα υποκαθιστούν συναισθηματικά κενά ή κατευνάζουν ενοχές.

Επίλογος (Ενδεικτικός)

Είναι λοιπόν φανερό ότι ο υπερκαταναλωτισμός επηρεάζει και τη διαδικασία των δώρων, μια διαδικασία που κατά τ' άλλα οφείλει να έχει συναισθηματικά ερείσματα. Το δώρο αποκτά πραγματική αξία όταν προκαλεί χαρά τόσο σ' αυτόν που το προσφέρει όσο και στον αποδέκτη. Μπορούν δηλαδή να καταφύγουν σε εναλλακτικές λύσεις όπως είναι οι ανθρωπιστική προσφορά ακόμη και σε μορφή υπηρεσιών ή ακόμη και η κατασκευή προσωπικών αντικειμένων που καλλιεργούν τις κλίσεις και προάγουν τη δημιουργικότητα. Γι' αυτό οι άνθρωποι, ειδικά στην σημερινή εποχή που χαρακτηρίζεται από την οικονομική κρίση, χρειάζεται να επαναπροσδιορίσουν την μορφή και την αξία των δώρων και να τους προσδίδουν συναισθηματική και όχι υλική αξία.

Ο συντάκτης