

ΓΡΑΠΤΕΣ ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΤΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΜΑΪΟΥ-ΙΟΥΝΙΟΥ

ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ Β' ΤΑΞΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ Α/ΘΜΙΑΣ ΚΑΙ Β/ΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΤΑΞΗ:

ΕΠΙΤΗΡΗΤΕΣ:

ΚΕΙΜΕΝΟ

«... Στη διαφήμιση δε λέμε ψέματα. Τουλάχιστον οι καλοί διαφημιστές, οι καλοί διαφημιζόμενοι δε λένε ποτέ ψέματα. Όχι από ηθικούς λόγους. Εάν ισχυριστώ ότι το αυτοκίνητο «X» έχει ανώτατη ταχύτητα 200 χιλιόμετρα την ώρα και δεν την έχει, τότε δεν είναι μόνο πως λέω ένα ψέμα, αλλά κάνω κακό στο προϊόν. Ο αγοραστής θα περιμένει ένα πολύ γρήγορο αυτοκίνητο, θέλω το πάρει, θα διαπιστώσει πως δεν είναι, θα το συζητήσει και η πληροφορία μου θα διαφευγεί. Και όχι μόνο αυτό: θα δημιουργήσει και αρνητικές αντιδράσεις. Ενώ δηλαδή το αυτοκίνητο αυτό έχει μια ανώτατη ταχύτητα 160 χιλιομέτρων, που θα ήταν απόλυτα επαρκής –εάν δεν είχα πατήσει το ψέμα- τώρα φαίνεται λίγη.

Τι κάνουμε λοιπόν στη διαφήμιση; Στη διαφήμιση επιλέγουμε τις πληροφορίες μας. Παρουσιάζουμε αυτές που μας συμφέρουν και αποσιωπούμε αυτές που δε μας συμφέρουν. Αυτό το αυτοκίνητό μας δεν έχει δυνατό κινητήρα, δε θα μιλήσουμε καθόλου για ταχύτητα. Θα πούμε ότι είναι αναπαυτικό, ότι είναι άνετο, ότι είναι ευρύχωρο, πρακτικό, οικονομικό. Αλλά ούτε λόγος για ταχύτητα. Δε μας συμφέρει να μιλήσουμε γι' αυτό, είναι η αδυναμία μας!

Αρα πάλι λέμε ψέματα με ποια έννοια; Δεν παρουσιάζουμε μια πιστή εικόνα του πράγματος το οποίο θα προβάλλουμε. Δηλαδή δε λέμε ότι «το αυτοκίνητο X είναι αναπαυτικό, δεν είναι όμοιας πολύ γρήγορο, δεν έχει ευστάθεια, υποφέρει λίγο από φρένα, αλλά είναι πολύ οικονομικό». Αυτή ήταν μια αντικειμενική παρουσίαση του αυτοκινήτου, όπως θα την έκανε ένας δοκιμαστής, ο οποίος κάνει ένα τεστ σ' ένα αυτοκινητιστικό περιοδικό και πρέπει να δώσει στους αναγνώστες ένα μία πλήρη εικόνα.

(Νίκος Δήμου)

I. Ερώτηση κατανόησης κειμένου

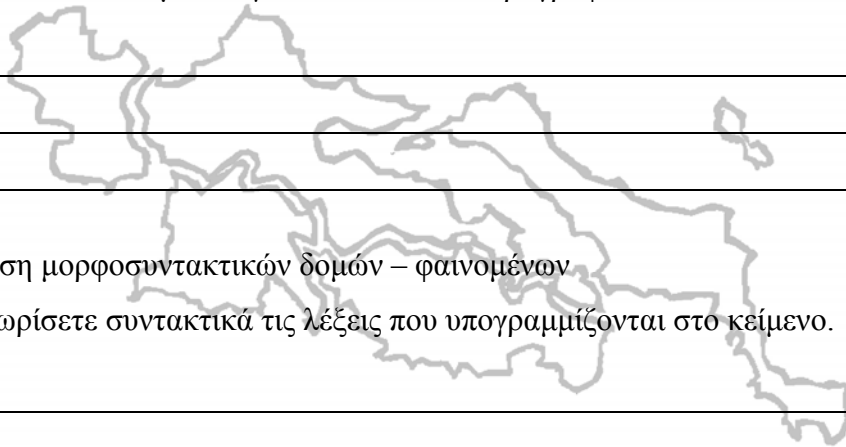
(2,5 μονάδες)

«... Στη διαφήμιση δε λέμε ψέματα». Είναι ειλικρινής η δήλωση του συγγραφέα; Ποιο είναι το πραγματικό νόημα της φράσης;

Π. Αναγνώριση οργάνωσης κειμένου

(2,5 μονάδες)

Ν. δώσετε από ένα σύντομο πλαγιότιτλο σε κάθε παράγραφο.



Π. Αναγνώριση μορφοσυντακτικών δομών – φαινομένων

(2,5 μονάδες)

Α. Να αναγνωρίσετε συντακτικά τις λέξεις που υπογραμμίζονται στο κείμενο.

Β. Να συμπληρωθεί ο παρακάτω πίνακας.

ΡΗΜΑ	ΠΑΡΑΤΑΤΙΚΟΣ	ΑΟΡΙΣΤΟΣ
ισχυριστώ		
δημιουργήσει		
επιλέγω		
φαίνεται		
δώσει		

IV. Αξιοποίηση του λεξιλογίου

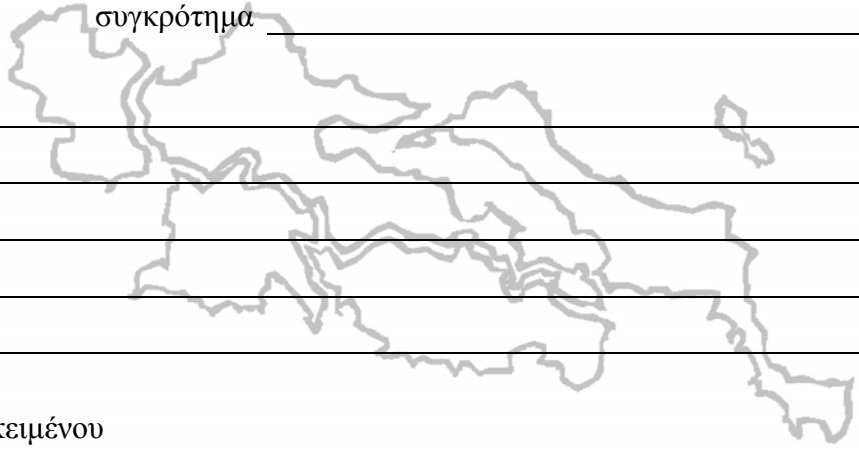
(2,5 μονάδες)

A. Να συνδυάσετε τα αχώριστα μόρια: **α-(αν-), ξε-, δυσ-, ομο-, εισ-** και τις λέξεις: **εξάγω, άξιος, εύκολος, αλλόθρησκος, βάφο** και να σχηματίσετε σύνθετες λέξεις, ώστε να προκύπτει το αντίθετο περιεχόμενο.

copyright © 2005- 2006

B. Να δημιουργήσετε ονοματικά σύνολα, συνδυάζοντας λέξεις από τις παρακάτω στήλες, και να τα χρησιμοποιήσετε έπειτα για το σχηματισμό προτάσεων.

φιλειρηνικός	προϊόν	_____
οικοδομικό	βιβλίο	_____
ακθεση	εποχή	_____
διαφημιζόμενο	λαός	_____
ελαστική	συγκρότημα	_____



Να Σύνταξη κειμένου

(10 μονάδες)

Κάποιο φιλικό σας πρόσωπο επηρεάζεται από τις διάφορες διαφημίσεις πάρα πολύ και συνεχώς αγοράζει διάφορα προϊόντα, που δεν του είναι και τόσο απαραίτητα. Σε δυο ή τρεις, το πολύ, παραγράφους να αναπτύξετε τα επιχειρήματα με τα οποία θα προσπαθούσατε να τον πείσετε να μην παρασύρεται τόσο εύκολα σε άσκοπες αγορές.