

ΤΑΞΗ: Γ΄ ΓΕΝΙΚΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ/ΓΕΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ

Ημερομηνία: Τετάρτη 7 Ιανουαρίου 2026

Διάρκεια Εξέτασης: 3 ώρες

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ Α

A1.¹ Στο 2ο κείμενο, η καταναλωτική έξαρση των Labubu συνδέεται με την ανάγκη μιας κοινωνίας για ανάκτηση της αθωότητάς της. Με αυτήν τη χαριτωμένη επιλογή αποτινάσσεται η σεμνοπρέπεια της ενηλικίωσης και απαλύνεται η σκληρή πραγματικότητα που βιώνει ο σύγχρονος άνθρωπος. Το κοινωνικό πρότυπο της απενοχοποιημένης παιδικότητας ταυτίζεται έτσι με την опtimιστική θεώρηση της ζωής και με μια δεκτική σε νέες ιδέες συμβίωση.

(61 λέξεις)

ΘΕΜΑ Β

B1. 1. Α

2. Β

3. Α

4. Γ

5. Γ

B2.α.² Η δεύτερη (2η) παράγραφος του Κειμένου 1 αναπτύσσεται με τη μέθοδο του **αιτίου – αποτελέσματος**. Στη θεματική περίοδο ως αίτιο λειτουργεί «η διαρκής απορρόφηση των αγαθών» που επιφέρει ως αποτέλεσμα «την πεποίθηση για περαιτέρω αύξηση της παραγωγής». Παράλληλα, η «αύξηση της παραγωγής» προκύπτει ως αποτέλεσμα της ανάγκης κάλυψης των καταναλωτικών απαιτήσεων του κόσμου («προκειμένου να καλύπτονται... απαιτήσεις του κόσμου»). Το περιεχόμενο της θεματικής περιόδου, επίσης, καθίσταται το αίτιο μιας σειράς αποτελεσμάτων που αναλύονται στις λεπτομέρειες της παραγράφου: «επηρεάζει την οργάνωση της κοινωνίας... διαμόρφωση ενός

¹ Οδηγίες διδασκαλίας της Νεοελληνικής Γλώσσας και Λογοτεχνίας Γ΄ τάξης Ημερήσιου και Εσπερινού Γενικού Λυκείου για το σχολικό έτος 2025- 2026 (συνοπτική παρουσίαση κειμένου).

² Γ. Β. Κανδήρου, Δ. Ε. Πασχαλίδης, & Σ. Ν. Ρίζος, Γλωσσικές Ασκήσεις, ΙΤΥΕ «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ», σ.175, 181-183.

υπερκαταναλωτικού ανθρώπου», «να θεωρείται και να προβάλλεται ως υπέρτατη... τον υλικό μας πλούτο» (**μονάδες 06**). Πρόθεση της συντάκτριας είναι να **εξηγήσει** τα αποτελέσματα της «υπερκαταναλωτικής κοινωνίας» όπως έχει διαμορφωθεί. Έτσι, επέλεξε να **αναδείξει τις συνέπειες** του καταναλωτισμού ερμηνεύοντάς τον, ώστε να προβληματίσει τους αναγνώστες σχετικά με το γεγονός ότι ο σύγχρονος άνθρωπος κατέληξε να αξιολογείται βάσει του «υλικού πλούτου» και όχι βάσει της προσωπικότητάς του (**μονάδες 04**).

B2. β.³

α. απορροφούνται/απορροφώνται διαρκώς τα αγαθά

β. αυξάνεται περαιτέρω η παραγωγή

γ. διαμορφώνεται ένας υπερκαταναλωτικός άνθρωπος (**μονάδες 03**)

Η επιλογή των ονοματικών φράσεων καθιστά το ύφος⁴ του κειμένου πιο επιστημονικό/ ακαδημαϊκό, σύνθετο και πυκνώνει τον λόγο. Με αυτόν τον τρόπο η συντάκτρια φανερώνει και το υψηλό εκφραστικό της επίπεδο (**μονάδες 02**).

B3.⁵ Ο τίτλος του Κειμένου 1 («*Τελικά η κατανάλωση είναι ευτυχία ή όχι;*») θεωρείται **επικοινωνιακά αποτελεσματικός**. Δίνεται με τη μορφή ευθείας ερώτησης, όπως προκύπτει από τη χρήση του ερωτηματικού, κάτι που προκαλεί τον προβληματισμό του αναγνώστη σχετικά με το κεντρικό θέμα του κειμένου («*η κατανάλωση*»), κεντρίζει το ενδιαφέρον του και τον προσκαλεί, με τρόπο άμεσο και ζωντανό, να διαβάσει το κείμενο. Αποτελεσματική κρίνεται και η χρήση του διαζευκτικού συνδέσμου («*ευτυχία ή όχι*»), ο οποίος συνδυαστικά με το ερώτημα δημιουργεί ένα δίλημμα, στο οποίο ο αναγνώστης καλείται να απαντήσει. Η χρήση του επιρρήματος «Τελικά» στην αρχή της πρότασης προσδίδει έμφαση στην απορία που διατυπώνει η συντάκτρια για το αν τελικά αποτέλεσμα της κατανάλωσης είναι η ευτυχία (**μονάδες 05**).

Η συντάκτρια του Κειμένου 1 επιδιώκει να δώσει μια απάντηση στο ερώτημα που θέτει στον τίτλο. Από την ανάλυσή της προκύπτει ότι **η κατανάλωση τελικά δεν ταυτίζεται με την ευτυχία**. Όπως αποφαινεται η ίδια «*χάνεται η αίσθηση του μέτρου και η εγκράτεια*». Ο σύγχρονος άνθρωπος

³ Οδηγίες διδασκαλίας της Νεοελληνικής Γλώσσας και Λογοτεχνίας Γ' τάξης Ημερήσιου και Εσπερινού Γενικού Λυκείου για το σχολικό έτος 2025- 2026 (για το 2^ο θέμα).

Νεοελληνική Γλώσσα, Φάκελος Υλικού-Δίκτυα κειμένων, Υ.ΠΑΙ.Θ. /ΙΤΥΕ «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». σ. 173 (ονοματοποίηση).

⁴ Γ. Β. Κανδήρου, Δ. Ε. Πασχαλίδης, & Σ. Ν. Ρίζος, Γλωσσικές Ασκήσεις, ΙΤΥΕ «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ», σ. 73- 74 (επίπεδα ύφους).

⁵ Τσολάκης Χ., Αδαλόγλου Κ., Δανιήλ Α., Ζερβού Ι., Λάππα Ε., Τάνης Δ., Έκφραση- Έκθεση (τεύχος Γ'), Υ.ΠΑΙ.Θ./ ΙΤΥΕ «Διοφάντος», σ. 288 (τίτλος).

κατέληξε να αξιολογεί τους συνανθρώπους του με βάση τον υλικό τους πλούτο, ενώ οι ανθρώπινες σχέσεις χαρακτηρίζονται πλέον από «ιδιοτέλεια, ανταγωνισμό, καχυποψία και ζηλοφθονία». Η υπεροπτική στάση των ανθρώπων που έχουν χρήματα, ο ψυχικός κλονισμός που προκαλείται από το διαρκές «αίσθημα του ανικανοποίητου», η υπερεργασία στην οποία στρέφεται ο καθένας μας, για να καλύψει τις πλασματικές του ανάγκες, αποδεικνύουν περίτρανα ότι η κατανάλωση δεν οδηγεί στην ευτυχία. Έτσι, ο σύγχρονος άνθρωπος κατέληξε να «ζει για να καταναλώνει» και τελικά ο υλισμός φαίνεται να κατευθύνει την ίδια του τη ζωή (μονάδες 05).

ΘΕΜΑ Γ⁶

Γ1.⁷ Οι μητέρες έχοντας αναλάβει να διεκπεραιώνουν πλήθος οικιακών εργασιών - μεταξύ των οποίων και τις αγορές στο σούπερ μάρκετ - δεν έχουν τη δυνατότητα να ικανοποιούν τις προσωπικές τους ανάγκες, γεγονός που δικαιολογεί τη λύπη τους (επιβεβαιώνοντας τη **μετοχή** «λυπημένες» με την οποία το ποιητικό υποκείμενο τις χαρακτηρίζει στον **τίτλο**). Οι ίδιες λειτουργούν μηχανικά δίχως ίχνος διάθεσης κι ενδιαφέροντος, στάση η οποία γίνεται αντιληπτή από τη χρήση των **επιθέτων** «Σοβαρές. Απρόσιτες». Διασχίζουν αθόρυβα τους διαδρόμους με «τα τρόφιμα» και περνούν από «τα κιόσκια με τα βιβλία» χωρίς να προκαλούν τα βλέμματα και την προσοχή, απόλυτα σιωπηλές, όπως προκύπτει από το **επίρρημα** «ήσυχα». Οι αγορές δεν τους προκαλούν ικανοποίηση. Αντίθετα, μοιάζουν καταναγκαστικές κι άσκοπες («χωρίς σημασία»). Για την ακρίβεια, το ποιητικό υποκείμενο με την **παρομοίωση** «Σαν δέντρα που δείχνουν νύχτα το θάνατο» θέλει να τονίσει με τρόπο γλαφυρό ότι οι μητέρες δεν εκδηλώνουν κανένα συναίσθημα. Άλλωστε, σε ό,τι τις αφορά φαίνεται πως έχουν χάσει την αυτονομία τους στην προσπάθειά τους να επιτελέσουν σωστά το καθήκον της μάνας («Φοράνε τα παπούτσια της κόρης τους») αλλά και της κόρης («Φοράνε τη ρόμπα της μάνας τους»). Η δυσφορία τους περιγράφεται παραστατικά από την **ακουστική εικόνα** («έναν ήχο όταν ανασαίνουνε βγάζουνε»). Η διάθεση τους δεν βελτιώνεται ούτε, όταν βρίσκονται μπροστά σε «κάποιο ακριβό

⁶ Λογοτεχνία, Φάκελος Υλικού-Δίκτυα κειμένων, Υ.ΠΑΙ.Θ. /ΙΤΥΕ «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ». σ. 194- 196 (γλωσσικές επιλογές, ερμηνευτικό σχόλιο, κειμενικοί δείκτες).

Ι. Παρίσης, Ν. Παρίσης, Λεξικό Λογοτεχνικών Όρων, Υ.ΠΑΙ.Θ. /ΙΤΥΕ «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ» (για τα σχήματα λόγου).

Οδηγίες διδασκαλίας της Νεοελληνικής Γλώσσας και Λογοτεχνίας Γ' τάξης Ημερήσιου και Εσπερινού Γενικού Λυκείου για το σχολικό έτος 2025- 2026 (παραγωγή ερμηνευτικού σχολίου σε γραπτές εξετάσεις).

⁷ Σημ. Η απάντηση είναι ενδεικτική και δίνεται για αξιοποίηση στο πλαίσιο της διδακτικής πράξης, γι' αυτό και δεν τηρήθηκε το όριο των λέξεων που ζητείται. Οι μαθητές κλήθηκαν να εντάξουν στο ερμηνευτικό τους σχόλιο μόνο τρεις (3) κειμενικούς δείκτες.

ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ 2026

Α΄ ΦΑΣΗ

E_3.Nλ3Γ(α)

σαμπουάν ή εξωτική κολόνια», υλικά αγαθά, δηλαδή, που θα μπορούσαν να τους υπενθυμίσουν τη θηλυκότητά τους και να τους δώσουν χαρά, με την προϋπόθεση, βέβαια, ότι έχουν την αγοραστική δυνατότητα να τα αποκτήσουν. Παραμένουν «ακίνητες» κι απογοητευμένες βιώνοντας «τη φθορά που τους άφηνε η λύπη».

Κατά τη γνώμη μου, τα υλικά αγαθά δεν είναι ποτέ αρκετά να βοηθήσουν κάποιον να αντιμετωπίσει τη λύπη. Ενδεχομένως να προσφέρουν πρόσκαιρη ευχαρίστηση. Οι μητέρες, όμως, κοπιάζοντας να αντεπεξέλθουν στους πολλαπλούς τους ρόλους φέρουν τέτοιο ψυχικό βάρος, ώστε στην περίπτωση τους, η υπερκατανάλωση δε λειτουργεί ως θεραπεία.

ΘΕΜΑ Δ⁸
Δ1.⁹ Κειμενικό Είδος: Κείμενο Επιχειρηματολογίας

Τύπος Κειμένου: Άρθρο γνώμης σε μαθητικό περιοδικό¹⁰

Γλώσσα: Μεικτή Λειτουργία της Γλώσσας

Ύφος: Πληροφοριακό αλλά και οικείο με στοιχεία απεύθυνσης στο κοινό και προσωπικό χαρακτήρα (στο β' ζητούμενο).

ΤΙΤΛΟΣ: Μήπως προσπαθούμε να αγοράσουμε την... ευτυχία;

ΠΡΟΛΟΓΟΣ:

Δεν χωρά αμφιβολία ότι η γενιά μας έχει αλλάξει έντελώς τις καταναλωτικές της συνήθειες συγκριτικά με τη νεολαία των περασμένων ετών, που χαρακτηριζόταν από μεγαλύτερη εγκράτεια στη διάθεση των χρημάτων της. Ανεξάρτητα από την κοινωνική τάξη και την αγοραστική δύναμη, η κατανάλωση δημοφιλών -μεταξύ των εφήβων- υλικών αγαθών βρίσκεται διαρκώς στο προσκήνιο. Γι' αυτό, λίγο πριν την έναρξη των χειμερινών εκπτώσεων, θα είχε ενδιαφέρον να εκτεθεί το αξιακό πλαίσιο που στερείται ο σύγχρονος νέος και οδηγείται σε αγορές, όπως και τα κίνητρα που τον ωθούν να καταναλώνει αφειδώς.

⁸ Οδηγίες διδασκαλίας της Νεοελληνικής Γλώσσας και Λογοτεχνίας Γ' τάξης Ημερήσιου και Εσπερινού Γενικού Λυκείου για το σχολικό έτος 2025- 2026 (Δραστηριότητες παραγωγής κειμένου).

⁹ Τσολάκης Χ., Αδαλόγλου Κ., Δανιήλ Α., Ζερβού Ι., Λάππα Ε., Τάνης Δ., Έκφραση- Έκθεση (τεύχος Γ'), Υ.ΠΑΙ.Θ./ ΙΤΥΕ «Διόφαντος», σ. 54.

¹⁰ Study4exams Θεωρία σχετικά με το άρθρο.

ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ:

Α' Ζητούμενο:

Αυτή η στάση σε μια εποχή, όπως η δική μας, που η πλειονότητα της κοινωνίας δυσκολεύεται οικονομικά, καταδεικνύει προφανώς μια αξιακή σύγχυση. Πιο συγκεκριμένα, από τη γενιά μας λείπουν αξίες, όπως:

- **Αποταμίευση:** Ο νέος δεν διδάχθηκε την αξία της αποταμίευσης, αφού η εγκράτεια στην πορεία των ετών έπαψε να είναι αρετή και συνδέθηκε με την «τσιγκουνιά» και τη «μιζέρια».
- **Απλότητα:** Η ανάγκη επίδειξης περιορίζει την προώθηση μιας πιο απλής αισθητικής βασισμένης στην αντίληψη της επάρκειας. Η πραγματική αξία της απλότητας θυσιάζεται, για να μιμηθεί ο νέος έναν τρόπο ζωής που του προβάλλεται ως κοινωνικό πρότυπο.
- **Συλλογικότητα:** Ο άνθρωπος μέσα από την κτήση κοινών αντικειμένων ή φορώντας μάρκες που δίνουν μια επίφαση εξουσίας και κοινωνικής επιτυχίας, αισθάνεται εσφαλμένα ότι ανήκει σε μια ομάδα. Αντιθέτως, θα έπρεπε να αναζητεί τη συλλογικότητα μέσα από την πραγματική κοινοτική συμμετοχή και την εθελοντική δράση.
- **Αναστοχασμός- Ενδοσκόπηση:** Ο νέος σήμερα δεν βρίσκει χρόνο να αναστοχαστεί και να έρθει σε επαφή με τα εσωτερικά προτάγματα που νοηματοδοτούν τη ζωή του. Καταναλώνει αφειδώς περιεχόμενο, εμπειρίες και προϊόντα αντί να κάνει συνειδητές επιλογές.
- **Αυθεντικότητα:** Η απουσία σύνδεσης με τον εαυτό του τον οδηγεί να «καταναλώνει» τρόπους ζωής, αποκυήματα της μόδας και να «υιοθετεί» ρόλους που δεν αντικατοπτρίζουν τον πραγματικό του εαυτό. «Θυσιάζει» την αυθεντικότητά του στον βωμό της κοινωνικής αποδοχής και της εικόνας.
- **Ευγνωμοσύνη:** Η απληστία έχει καταστεί δεύτερη φύση του, αφού με τίποτα δεν είναι ικανοποιημένος. Η αδιάλειπτη ανάγκη για περισσότερα μειώνει την ικανότητα αντίληψης αυτών που ήδη κατέχει.
- **Φιλία- Συντροφικότητα:** Η κρίση των ανθρώπινων σχέσεων έχει κλονίσει τον ψυχισμό του κι ο ίδιος καταφεύγει στην κατανάλωση αντί να επιζητεί τον ουσιαστικό διάλογο και την εμβάθυνση των σχέσεων. Η φιλία γίνεται κοινωνική σύνδεση με οικονομικά κριτήρια και η έλλειψη ουσιαστικής επαφής και συντροφικότητας καλλωπίζεται με την κατανάλωση προϊόντων ως απόδειξη αγάπης.
- **Οικολογική συνείδηση:** Λείπει η επαφή του με τη φύση που θα τον απέμπλεκε από τα αστικοποιημένα καταναλωτικά πρότυπα και θα τον καθιστούσε κύριο του εαυτού του. Θα τον βοηθούσε στην εσωτερική του ενδοσκόπηση και στην εξασφάλιση της γαλήνης του νου του.

Β' Ζητούμενο:

Αναλαμβάνοντας τη σύνταξη του άρθρου που διαβάσετε, έκρινα σκόπιμο να σκεφτώ -σε προσωπικό επίπεδο- ποιες ανάγκες μου επιδιώκω να καλύψω, όταν στρέφομαι σε «περιττές» αγορές. Κατέληξα πως:

- Τα **ψυχολογικά αδιέξοδα**, η **ανασφάλεια** και η **χαμηλή αυτοεκτίμηση** μας οδηγούν να καλύπτουμε το **κενό της ανθρώπινης επικοινωνίας** με υλικά αγαθά. Καμιά φορά χρησιμοποιώ τα υλικά αγαθά ως θεραπεία για τη μελαγχολία, την πλήξη, το στρες και τη μοναξιά. Βέβαια, η ανεξέλεγκτη κατανάλωση γίνεται εξάρτηση. Σε άλλες περιπτώσεις οι αγορές συνιστούν τρόπο καταπολέμησης **αισθημάτων κατωτερότητας** και **ανεπάρκειας**. Προσπαθώ, δηλαδή, να αντικαταστήσω τα **δυσάρεστα συναισθήματά** μου με πρόσκαιρα συναισθήματα ικανοποίησης και πλήρωσης μέσω αγορών. Με άλλα λόγια, η κατανάλωση λειτουργεί ως μια μορφή διαφυγής ή απόσπασης από εσωτερικές συγκρούσεις, προβλήματα ή δυσκολίες που αντιμετωπίζει κάποιος.
- Ακολουθώντας τα πρότυπα που προωθούν τα MME και οι influencers, στοχεύω στη δημιουργία της ιδανικής εικόνας, χάρη στην οποία θα **απολαμβάνω αποδοχή και επιβεβαίωση από τους άλλους**. Άλλωστε, η διαφήμιση μας προωθεί νέα προϊόντα και δημιουργεί διαρκώς καινούργιες ανάγκες, στις οποίες δεν είμαι σε θέση πάντα να αντιστέκομαι, ακόμη κι αν γνωρίζω πως πρέπει.
- Καινούργια προϊόντα, τα οποία μάλιστα είναι στη μόδα, εντυπωσιάζουν τους άλλους. Έτσι, αποκτούμε κύρος -τουλάχιστον μεταξύ συνομηλίκων- και ικανοποιούμε την **τάση αυτοπροβολής και τη ματαιοδοξία** μας. Το «φαίνεσθαι» και το «έχειν» γίνονται το διαβατήριο για να **ενταχθούμε σε μια ομάδα ατόμων και να γίνουμε δημοφιλείς**.
- Θα ήταν ψέμα, εάν υποστήριζα ότι η απόκτηση καινούργιων αντικειμένων δεν μου δημιουργεί μεγάλη **ευχαρίστηση**. Άλλωστε, όπως οι περισσότεροι άνθρωποι -και πιο πολύ οι νέοι- ορισμένες φορές κατατρύχομαι από το **αίσθημα του ανικανοποίητου**. Μερικές φορές νιώθω ότι δεν είμαι ευχαριστημένος με τίποτε από όσα έχω, ότι χρειάζομαι κάτι ακόμα.
- **Ελκυστικές προσφορές** και **δελεαστικές συσκευασίες** προϊόντων μου κεντρίζουν το **ενδιαφέρον και την προσοχή**, ωθώντας με στην επιθυμία να τα αποκτήσω.
- Η διαρκής τεχνολογική πρόοδος δημιουργεί την **ανάγκη για αντικατάσταση και αναβάθμιση των παλαιότερων αντικειμένων μας**, ακόμα κι αν αυτά είναι ακόμα λειτουργικά.
- **Λειτουργώντας παρορμητικά** παρασύρομαι από την –προφανώς εσφαλμένη- άποψη ότι **όποιος έχει πολλά υλικά αγαθά, αυτομάτως υπερτερεί σε σχέση με αυτούς που έχουν λίγα**.

ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ 2026

Α΄ ΦΑΣΗ

E_3.Nλ3Γ(α)

- Η δύσκολη καθημερινότητα με τις πολλαπλές υποχρεώσεις από κοινού με τις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες και τα πολιτικά τεκταινόμενα μου δημιουργούν ένα **αίσθημα απογοήτευσης** για τη ζωή, με απότοκο την αναζήτηση πρόσκαιρης ευχαρίστησης μέσα από τις εφήμερες απολαύσεις της κατανάλωσης, κάνοντας συνεχώς δώρα στον εαυτό μου.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ:

Σύμφωνα με μια παλιά ρήση, το πραγματικό πρόβλημα σε αυτόν τον κόσμο είναι ότι «αγαπάμε τα πράγματα και χρησιμοποιούμε τους ανθρώπους, ενώ θα έπρεπε να αγαπάμε τους ανθρώπους και να χρησιμοποιούμε τα πράγματα». Η άποψη αυτή δεν απέχει πολύ από την πραγματικότητα. Ας μάθουμε οι νέοι να είμαστε ικανοποιημένοι με τα λίγα και να εκτιμούμε αυτά που έχουμε. Στα μικρά πράγματα βρίσκεται πολλές φορές η ευτυχία που ψάχνουμε.

(Ο συντάκτης).¹¹

¹¹ Η απάντηση είναι ενδεικτική και δίνεται για αξιοποίηση στο πλαίσιο της διδακτικής πράξης. Αυτονόητα οι μαθητές οφείλουν να αναπτύξουν τα ζητούμενα τηρώντας το όριο λέξεων που ζητείται.