

ΤΑΞΗ: Γ΄ ΓΕΝΙΚΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ/ΓΕΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ

Ημερομηνία: Τετάρτη 7 Ιανουαρίου 2026

Διάρκεια Εξέτασης: 3 ώρες

## ΕΚΦΩΝΗΣΕΙΣ

### ΚΕΙΜΕΝΟ 1

#### Τελικά η κατανάλωση είναι ευτυχία ή όχι;

Ο Έριχ Φρομ είχε πει πως: «Ο σύγχρονος άνθρωπος, αν μπορούσε να εκφράσει την αντίληψή του για τον παράδεισο, θα έδινε μία εικόνα που θα έμοιαζε με τεράστιο σούπερ μάρκετ». Αν, λοιπόν, αναλογιστούμε την αύξηση του καταναλωτισμού τις τελευταίες δεκαετίες και την υπερπροσπάθεια για απόκτηση όλο και περισσότερων αγαθών, θα συνειδητοποιήσουμε πως η διαπίστωση αυτή είναι πέρα για πέρα αληθινή.

Η διαρκής απορρόφηση των αγαθών δημιουργεί την πεποίθηση για περαιτέρω αύξηση της παραγωγής τους, προκειμένου να καλύπτονται οι καταναλωτικές απαιτήσεις του κόσμου. Αυτό επηρεάζει την οργάνωση της κοινωνίας -από το σύστημα αξιών έως την παιδεία, από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μέχρι την εκπαίδευση- η οποία τελικά συμμετέχει στη διαμόρφωση ενός υπερκαταναλωτικού ανθρώπου. Είναι αναμενόμενο σε μία κοινωνία υπερπαραγωγής να θεωρείται και να προβάλλεται ως υπέρτατη των αξιών το «έχειν» και οι πολίτες να μην αξιολογούμεστε με κριτήριο την προσωπικότητα και την αυθεντικότητά μας, αλλά με βάση τον υλικό μας πλούτο.

Προκειμένου να εξυπηρετηθούν υλικά συμφέροντα, οι κοινωνικές σχέσεις χαρακτηρίζονται από ιδιοτέλεια, ανταγωνισμό, καχυποψία και ζηλοφθονία. Επιπλέον, η συμπεριφορά του ανθρώπου με την επιθυμία για απόκτηση υλικών αγαθών χαρακτηρίζεται από αλαζονεία και κομπασμό. Ο ψυχικός του κόσμος κλονίζεται, διέπεται από το αίσθημα του ανικανοποίητου, αφού χάνεται η αίσθηση του μέτρου και η εγκράτεια. Έτσι, για να αποκτήσει όλα τα υλικά αγαθά που επιθυμεί, οδηγείται στην υπερεργασία, που του μειώνει σημαντικά τον ελεύθερο χρόνο.

Είναι λυπηρό στη συνείδηση του σύγχρονου ανθρώπου η ευτυχία, η δύναμη κι η κοινωνική αναγνώριση να ταυτίζονται με την απόκτηση υλικών αγαθών και την αέναη κατανάλωση. Ο τύπος ενός ανθρώπου που έχει αυτοσκοπό τον πλούτο και την υπερκατανάλωση κυριαρχεί. Με λίγα λόγια ο σημερινός άνθρωπος δεν καταναλώνει, για να ζει, αλλά ζει, για να καταναλώνει. Έχουμε δώσει τα σκήπτρα κάθε αξίας στο χρήμα και έχουμε επιτρέψει στα υλικά αγαθά να διαφεντεύουν τις ζωές μας.

Κείμενο της Μαριτίνας Γκίνη, φιλόλογου, στο [www.offlinepost.gr](http://www.offlinepost.gr)  
(Ελαφρώς διασκευασμένο για τις ανάγκες της εξέτασης).

## ΚΕΙΜΕΝΟ 2

**Τι πραγματικά «κρύβουν» τα Labubu;**

Η περιγραφή μπορεί να φέρει κάποιον σε αμηχανία. Τους τελευταίους μήνες, ένα τριχωτό τερατάκι, με αυτιά κουνελιού και έντονο -σχεδόν σατανικό- χαμόγελο, βρίσκεται παντού. Ο λόγος για το λούτρινο κουκλάκι Labubu· μια «πατέντα» της κινεζικής εταιρείας Pop Mart, η οποία άρχισε να τα λανσάρει από το 2019, μέχρι τους τελευταίους μήνες να βρεθούν στο εμπορικό τους απόγειο. Όπως αναφέρει δημοσίευμα του The Atlantic επικαλούμενο στοιχεία της Pop Mart, οι πωλήσεις των Labubu, το 2024, αυξήθηκαν κατά 700%. Δεν είναι, όμως, μόνο οι αυξημένες πωλήσεις το στοιχείο που καθιστά τα λούτρινα πλάσματα ποπ φαινόμενο.

Οι ερμηνείες γύρω από την πρωτοφανή επιτυχία των Labubu ποικίλλουν, με το Atlantic να αποπειράται να εντοπίσει και να αναλύσει το φαινόμενο. Όπως αναφέρεται, ένας από τους λόγους της τεράστιας ζήτησης οφείλεται στη σπανιότητα κάθε Labubu. Κάθε νέα κυκλοφορία εξαντλείται σε λίγα λεπτά, επομένως το προϊόν καθίσταται αυτομάτως ανάρπαστο, «πολύτιμο» κατά κάποιον τρόπο. Ο δεύτερος λόγος που εντείνει αυτή την «πολυτιμότητα» είναι ο παράγοντας – έκπληξη. Κάθε λούτρινο παιχνίδι παραλαμβάνεται μέσα σε ένα κουτί και μπορεί να συνοδεύεται από κάποια μικρή εικαστική έκπληξη.

Σύμφωνα με τον φιλόσοφο και συγγραφέα του βιβλίου «The Power Of Cute», Σάμιον Μέι, η τάση αυτή μπορεί να αναχθεί στην ανάγκη μιας κοινωνίας να εφεύρει μια νέα, πιο ευχάριστη, αισιόδοξη, αθώα συλλογική ταυτότητα, μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου. Κι ενώ -σύμφωνα με τον ίδιο- η αγάπη για «γλυκά, παιδικά αντικείμενα» εκλαμβάνονταν τις προηγούμενες δεκαετίες κοινωνικά στην καλύτερη ως διαφυγή από την πραγματικότητα, στη χειρότερη ως ανωριμότητα και παλιμπαιδισμός, σήμερα το να εμφανίζει κανείς στοιχεία παιδικότητας τον καθιστά πιο ανοιχτό σε νέες ιδέες, πιο ανεκτικό, ενδεχομένως απαλλαγμένο από ηθικά βάρη και δεσμεύσεις του παρελθόντος. Η έννοια της «ενηλικότητας», αλλά και η διαδικασία της ενηλικίωσης μετασχηματίζονται και ορισμένα παρελθοντικά κατάλοιπα απενοχοποιούνται και απομυθοποιούνται.

Δημοσίευμα στην εφημερίδα «Η Καθημερινή» στις 06/08/2025

(Ελαφρώς διασκευασμένο για τις ανάγκες της εξέτασης).

## ΚΕΙΜΕΝΟ 3

**ΟΙ ΛΥΠΗΜΕΝΕΣ ΜΗΤΕΡΕΣ  
ΣΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ**

Οι μητέρες περνάνε ήσυχα  
ανάμεσα από τα τρόφιμα  
και κιόσκια με βιβλία  
Σοβαρές. Απρόσιτες  
Σαν δέντρα που δείχνουν νύχτα το θάνατο  
χωρίς σημασία.

[...]

Φοράνε τα παπούτσια της κόρης τους  
κι από μέσα δεν έχουνε δάχτυλα, δεν έχουνε πόδια  
έναν ήχο βαθύ όταν ανασαίνουνε βγάζουνε  
σαν να βουλιάζουνε αιώνια  
ασθματικά βαπόρια

Φοράνε τη ρόμπα της μάνας τους  
καφέ μπαμπακερή με ανοιχτά γαλάζια λουλούδια  
[...]

Τα χέρια τους τυχαία σκοντάφτουνε  
σε κάποιο ακριβό σαμπουάν ή σε εξωτική κολόνια  
Εκεί μένουν ακίνητες. Ευλαβικές  
γιατί με την αφή αγγίζαν τη φθορά  
που τους αφήνει η λύπη  
Κοιτάνε γύρω αδιάφορα  
με σύγκρυο ερωτικό  
στα γρήγορα μέσα στην τσάντα τους  
ανέλπιδες σερβιέτες ρίχνουνε  
που δε θα χρησιμοποιήσουν

Κατερίνα Γώγου, Ο μήνας των παγωμένων σταφυλιών, εκδ. Καστανιώτη 1988.

**ΘΕΜΑ Α**

**A1.** Πώς ερμηνεύεται η πρωτοφανής επιτυχία των Labubu μεταξύ των ενηλίκων, σύμφωνα με το **Κείμενο 2**; Να απαντήσετε σε μια (1) παράγραφο 50- 60 λέξεων, χωρίς δικά σας σχόλια.

**Μονάδες 20**

## ΘΕΜΑ Β

**Β1.** Να γράψετε στο τετράδιό σας δίπλα στον αριθμό της **Στήλης Α** το γράμμα από τη **Στήλη Β** που αντιστοιχεί στην ορθή απάντηση, με βάση το περιεχόμενο των αντίστοιχων Κειμένων 1 και 2 (χωρίς αναφορά σε χωρία των κειμένων):

## Στήλη Α

## Στήλη Β

1. Σύμφωνα με τη δεύτερη (2 <sup>η</sup> ) παράγραφο του <b>Κειμένου 1</b> , μια κοινωνία υπερπαραγωγής προϊόντων αξιολογεί την επιτυχία με βάση:	<b>Α.</b> την κτήση αγαθών. <b>Β.</b> την πνευματική συγκρότηση καθενός. <b>Γ</b> την πρωτοτυπία των επιτευγμάτων καθενός.
2. Σύμφωνα με την τρίτη (3 <sup>η</sup> ) παράγραφο του <b>Κειμένου 1</b> , τα μέλη μιας υπερκαταναλωτικής κοινωνίας:	<b>Α.</b> λειτουργούν περισσότερο συλλογικά, για να αντιμετωπίσουν τις κοινές προκλήσεις. <b>Β.</b> γίνονται περισσότερο ατομοκεντρικά, για να ανταγωνίζονται μεταξύ τους. <b>Γ.</b> προβληματίζονται περισσότερο, εφόσον πρέπει να διαχειριστούν με φρόνηση τα οικονομικά τους.
3. Στην τελευταία παράγραφο του <b>Κειμένου 1</b> , η συντάκτρια εκφράζει:	<b>Α.</b> τον οίκτο της για την ταύτιση της ευτυχίας με την κατανάλωση. <b>Β.</b> την κατανόησή της για την τάση του ανθρώπου να καταναλώνει, ώστε να γίνει αποδεκτός. <b>Γ.</b> τη δυσφορία της για την αναγωγή της υπερκαταναάλωσης σε αυτοσκοπό.
4. Σύμφωνα με τη δεύτερη (2 <sup>η</sup> ) παράγραφο του <b>Κειμένου 2</b> , η επιτυχία του Labubu συνδέθηκε με:	<b>Α.</b> την ανάγκη μιας κοινωνίας να σεβαστεί την πολιτιστική παράδοση κάθε λαού. <b>Β.</b> την ανάγκη των αγορών να προβάλλουν κάτι που θα καταναλώνεται μαζικά. <b>Γ.</b> το καταναλωτικό «τρικ» της μοναδικότητας, καθώς η παραγωγή του γίνεται σε περιορισμένο αριθμό.

5. Στην τελευταία παράγραφο του **Κειμένου 2**, ο αρθρογράφος επισημαίνει ότι η μόδα των Labubu φανερώνει μεταξύ άλλων:

**Α.** τον παλιμπαιδισμό και την ελαφρότητα κάποιων ενηλίκων.

**Β.** την ανάγκη των ενηλίκων να αποδεσμευτούν από την αγριότητα του πολέμου.

**Γ.** την αποδέσμευση των ενηλίκων από στερεοτυπικές αντιλήψεις του παρελθόντος.

**Μονάδες 10**

**B2.α.** Να καταγράψετε τον τρόπο με τον οποίο επέλεξε η συντάκτρια του **Κειμένου 1** να αναπτύξει τη δεύτερη (2<sup>η</sup>) παράγραφο («Η διαρκής απορρόφηση... υλικό μας πλούτο.») (**μονάδες 06**) και να εξηγήσετε ποια πρόθεσή της εξυπηρετεί η επιλογή αυτή. (**μονάδες 04**)

**Μονάδες 10**

**B2.β.** Να μετατρέψετε τις παρακάτω φράσεις της δεύτερης (2<sup>ης</sup>) παραγράφου του **Κειμένου 1** από ονοματικές σε ρηματικές, κάνοντας τις απαραίτητες αλλαγές. (**μονάδες 03**) Για ποιο λόγο η συντάκτρια προτίμησε τη διατύπωση με ονοματικές φράσεις; (**μονάδες 02**)

**α.** «... διαρκής απορρόφηση των αγαθών ...»

**β.** «...περαιτέρω αύξηση της παραγωγής...»

**γ.** «...διαμόρφωση ενός υπερκαταναλωτικού ανθρώπου.»

**Μονάδες 05**

**B3.** Να σχολιάσετε τον τίτλο του **Κειμένου 1** ως προς τη μορφή και το επικοινωνιακό αποτέλεσμα. (**μονάδες 05**) Κατά τη γνώμη σας, απαντάται μέσα στο κείμενο ο προβληματισμός που τίθεται στον τίτλο; (**μονάδες 05**)

**Μονάδες 10**

**ΘΕΜΑ Γ**

**Γ1.** Πώς αποτυπώνεται η λύπη των γυναικών/ μητέρων μέσα στο σούπερ μάρκετ **(Κείμενο 3)**; Να απαντήσετε αξιοποιώντας τρεις (3) κειμενικούς δείκτες. Κατά τη γνώμη σας, τα υλικά αγαθά αρκούν, ώστε να βοηθήσουν κάποιον να αντιμετωπίσει τη λύπη του; (150- 200 λέξεις)

**Μονάδες 15****ΘΕΜΑ Δ**

**Δ1.** Με αφορμή την έναρξη των χειμερινών εκπτώσεων στα καταστήματα, σας ζητήθηκε να αρθρογραφήσετε για το μαθητικό περιοδικό του σχολείου σας. Στο κείμενό σας, 350- 450 λέξεων, να αναφέρετε:

- α.** Ποιες αξίες λείπουν από τους νέους στις μέρες μας, με αποτέλεσμα να στρέφονται στην κατανάλωση αγαθών συχνά πέρα από τις οικονομικές τους δυνατότητες;
- β.** Σε προσωπικό επίπεδο, ποιες ανάγκες σας καλύπτετε καταναλώνοντας υλικά αγαθά;

(Μπορείτε να αξιοποιήσετε δημιουργικά τα κείμενα αναφοράς 1 και 2.)

**Μονάδες 30****Σας ευχόμαστε επιτυχία!**