

Κείμενο 1

Ο χρόνος της αναμενόμενης ευτυχίας

Το κείμενο αποτελεί άρθρο της Χριστίνας Κουλούρη που δημοσιεύτηκε στην εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ στις 22-06-2003 (διασκευή).

Από την εποχή της Οδύσσειας το ταξίδι, νοητικό ή πραγματικό, μοιάζει να αποτελεί έκφραση της ανθρώπινης ελευθερίας και διαχρονική αναζήτηση της αυτοπραγμάτωσης. Η επιθυμία της περιπέτειας και η γοητεία του αγνώστου αφενός ή η επιστροφή σε κάποιες ρίζες και η ασφάλεια του νόστου¹ αφετέρου σηματοδοτούν ακριβώς αυτή τη διάσταση. Εν τούτοις οι λόγοι για τους οποίους οι άνθρωποι ταξιδεύουν, τα μέσα του ταξιδιού, η κοινωνική σύνθεση των ταξιδιωτών, τα δρομολόγια, οι χρόνοι, το κόστος, οι πρακτικές, οι συμβολισμοί και οι αναπαραστάσεις του ταξιδιού, όλα υπόκεινται σε ιστορικούς προσδιορισμούς και διαφοροποιούνται μέσα στον ιστορικό χρόνο.

Ειδικά στη σύγχρονη βιομηχανική εποχή, στο πλαίσιο των γενικότερων αλλαγών που ορίζονται από τον εκσυγχρονισμό και τη νεωτερικότητα, το ταξίδι βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με τον ελεύθερο χρόνο ή χρόνο τηςσχόλης². Ο χρόνος τηςσχόλης αναδύεται ως διακριτός κοινωνικός χρόνος και θεσμοθετείται κατ' αναλογία προς τον χρόνο της εργασίας – προβλέψιμος, οργανωμένος, πλήρης, δραστήριος και βασιζόμενος σε σύγχρονες αξίες.

Κατ' αρχάς τον 19^ο αιώνα ελεύθερο χρόνο είχαν οι ανώτερες τάξεις, οι οποίες εισήγαγαν τα πρότυπα αφενός του παραθερισμού σε παραθαλάσσιες λουτροπόλεις και σε ηπειρωτικά κέντρα με ιαματικές πηγές και αφετέρου της μακρόχρονης περιήγησης. Με στόχο την «κούρα» και με ηθική νομιμοποίηση τη φροντίδα της υγείας, οι ευρωπαϊκές ελίτ δημιούργησαν έναν νέο τύπο κοινωνικής διάκρισης όπου συνδυάζονταν η πολυτέλεια, η μόδα και η άνεση. Παράλληλα, το ταξίδι με τη μορφή της «Μεγάλης Περιήγησης» είχε ως στόχο τη γνωριμία της «Ανατολής», του αρχαίου και του χριστιανικού κόσμου. Ήταν ένα ταξίδι όχι μόνο στο χώρο αλλά και στο χρόνο, στις ρίζες του δυτικοευρωπαϊκού πολιτισμού, μία αισθητική εμπειρία που αντιπροσώπευε το πρότυπο της «καλλιεργημένηςσχόλης».

Στη συνέχεια η επανάσταση των υλικών συνθηκών του ταξιδιού, με τον σιδηρόδρομο και το ατμόπλοιο, δημιούργησε τους όρους για τη μαζοποίηση και τον

¹ Της επιστροφής

² Της αργίας

εκδημοκρατισμό των διακοπών. Οι γρήγορες και φθηνές μετακινήσεις μετέτρεψαν τον περιηγητή σε τουρίστα. Στη νέα κουλτούρα των διακοπών κυριαρχούν η μαζικότητα, τα τουριστικά πρακτορεία, οι οδηγοί και οι χάρτες. Το ταξίδι συνοψίζεται σε μια σειρά επισκέψεων, σχεδιασμένων λεπτομερώς από τον τουριστικό οδηγό, ο οποίος εκλαϊκεύει την εμπειρία της εξερεύνησης.

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες οι διακοπές αποκτούν μαζικό και διαταξικό χαρακτήρα και αναπτύσσονται στρατηγικές κατανάλωσης. Η «ανάγκη» για διακοπές γίνεται στη συνέχεια «δικαίωμα», έτσι ώστε η αδυναμία να πάει κάποιος διακοπές να παρουσιάζεται ως αδικία. Παράλληλα οι παραθεριστές θέλουν, στη διάρκεια των διακοπών, να ξεφύγουν από τους κοινωνικούς τους ρόλους, να τοποθετήσουν σε παρένθεση τις πειθαρχίες που απορρέουν από την εργασία και την αστική ζωή. Η τηλεοπτική διαφήμιση για την προώθηση του γαλλικού τουρισμού, με τον Γούντι Άλεν να προτρέπει «Ας ερωτευτούμε πάλι», απευθυνόμενος στους συμπατριώτες του Αμερικανούς, επιβεβαιώνει τις διακοπές και το ταξίδι ως χρόνο και τόπο της αναμενόμενης ευτυχίας.

Κείμενο 2

Τουριστική αγορά εργασίας: τελευταίες εξελίξεις και προοπτικές για την Ελλάδα.

Το κείμενο αποτελεί απόσπασμα συνέντευξης του δρ. Ανδρέα Ανδρεάδη, προέδρου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων που δημοσιεύτηκε στον ιστότοπο <https://www.skywalker.gr/elGR/static/>

Κύριε Ανδρεάδη, πότε δημιουργήθηκε ο ΣΕΤΕ και για ποιους λόγους;
Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) ιδρύθηκε το 1991, με σκοπό τη συνεχή ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και την ανάδειξη του πρωταγωνιστικού ρόλου του τουρισμού στην ελληνική οικονομία. Ο ΣΕΤΕ οραματίζεται μια ισόρροπη τουριστική ανάπτυξη, η οποία θα στοχεύει στη βελτίωση των αποδόσεων, με παράλληλη αύξηση του αριθμού των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων, με καλύτερη κατανομή της τουριστικής προσφοράς σε όλες τις περιοχές της χώρας και με καλύτερη χρονική κατανομή της ζήτησης. Όλα αυτά θα πραγματοποιούνται μέσα στο πλαίσιο προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς και στο πλαίσιο σεβασμού και ανάδειξης του πολιτισμού μας.

Όσον αφορά στην απασχολησιμότητα, είναι πολλοί οι νέοι που εργάζονται στο χώρο και πολλοί εκείνοι που θέλουν να ενταχθούν. Ποιες είναι οι συνθήκες εργασίες και ποιες οι προοπτικές για τους εργαζόμενους στον τουριστικό τομέα;

Ο τουρισμός είναι ένας τομέας που χαρακτηρίζεται από την πολλή και σκληρή δουλειά διότι είναι εποχικός και ταυτόχρονα έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, αφού πρέπει να καταφέρουμε να προσφέρουμε μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες μας, 24 ώρες το 24ωρο. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι ο ανθρώπινος παράγοντας του ελληνικού τουρισμού είναι ένα από τα βασικά μας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι, σύμφωνα με μελέτες, το ανθρώπινο στοιχείο του ελληνικού τουρισμού έχει μακράν τα περισσότερα θετικά σχόλια με βαθμολογία που ξεπερνά το 90%.

Κύριε Ανδρεάδη θα θέλατε να μας μιλήσετε για τις προοπτικές στον ελληνικό τουρισμό γενικότερα;

Το μεγάλο στοίχημα για εμάς είναι να οδηγήσουμε την ελληνική κοινωνία στην συνειδητοποίηση ότι ο τουρισμός είναι το μέλλον της χώρας. Είναι σημαντικό, για την επόμενη μέρα του ελληνικού τουρισμού, να προσπαθήσουμε να συνθέσουμε τα βέλτιστα των δυνατοτήτων κάθε τομέα, σε μία δυναμική που θα εδραιώσει τη χώρα ως ηγέτιδα διεθνώς στην παροχή υπηρεσιών. Διαθέτουμε ως χώρα την κρίσιμη μάζα ανθρωπίνων πόρων που απαιτείται. Διαθέτουμε μια μοναδική φυσική ομορφιά, που δημιουργεί από μόνη της αξέχαστες εμπειρίες, ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία που όλοι θέλουν να επισκεφθούν και κατάλληλες κλιματικές συνθήκες που επιτρέπουν τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου.

Είναι υποχρέωση όλων όσοι δραστηριοποιούμαστε στον τουρισμό να διαφυλάξουμε τις ομορφιές και τα μοναδικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά της χώρας μας και να τα αναδείξουμε, όπως τους αξίζει, στις καλύτερες θέσεις του παγκόσμιου τουρισμού. Είναι καθήκον μας να καλλιεργήσουμε συστηματικά την αντίληψη ότι ο τομέας του τουρισμού αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κεφάλαια της ελληνικής οικονομίας και των τοπικών κοινωνιών.

Κείμενο 3

Η πόλη

Το ποίημα ανήκει στον Yuan Choueϊ Ρ'αϊ, κινέζο ποιητή του 20ού αιώνα, και έχει δημοσιευτεί στην ανθολογία «Κινεζική Ποίηση» (Αθήνα 1982³: εκδ. Πλέθρον) σε μετάφραση της Α. Τσακνιά.

Η πόλη περιμένει μπροστά σας·
έχει τη μυρωδιά των μαγειριών
έχει τη μυρωδιά των τροχοφόρων,

έχει τη σκόνη που σηκώνουν οι ρόδες των αυτοκινήτων,
έχει καταστήματα και ψευδόμενες τοιχοκολλήσεις.

5

Θα σας δεχτεί με τους θορυβώδεις δρόμους της,
με την ακατανοησία και την απιστία των ανθρώπων,
με την απαθή καρδιά της ·
σαν άγριο ζώο που κάθεται στα πισινά του,
η πόλη περιμένει μπροστά σας.

10

ΘΕΜΑΤΑ

ΘΕΜΑ 2 (μονάδες 35)

Ερώτημα 1^ο (μονάδες 15)

Να χαρακτηρίσεις ως σωστή (Σ) ή λανθασμένη (Λ) καθεμία από τις παρακάτω περιόδους με βάση το Κείμενο 1 και να αιτιολογήσεις την απάντησή σου, καταγράφοντας στο απαντητικό φύλλο το κατάλληλο χωρίο του κειμένου:

1. Σε όλες τις εποχές το ταξίδι εκφράζει την έμφυτη τάση του ανθρώπου για περιπέτεια και ολοκλήρωση του δυναμικού του.
2. Σε κάθε ιστορική συγκυρία διαφοροποιούνται οι επιμέρους παράμετροι του ταξιδιού, όπως λ.χ. τα μέσα, το κόστος ή οι πρακτικές.
3. Στη σύγχρονη εποχή οι συνθήκες εργασίας επιτρέπουν στον άνθρωπο να ταξιδεύει ανά πάσα στιγμή, εύκολα και απρογραμμάτιστα.
4. Παλαιότερα το ταξίδι ήταν περισσότερο μορφωτική εμπειρία και λιγότερο δείγμα κοινωνικού κύρους και διάκρισης.
5. Σήμερα το ταξίδι έχει λάβει τον χαρακτήρα των διακοπών και είναι ένα κοινωνικό αγαθό που απευθύνεται σε όλους.

Μονάδες 15

Ερώτημα 2^ο (μονάδες 10)

α. Να αιτιολογήσεις τη χρήση των εισαγωγικών στο Κείμενο 1 στις ακόλουθες περιπτώσεις, εξηγώντας την επικοινωνιακή λειτουργία τους (μονάδες 3):

«καλλιεργημένης σχόλης»

«ανάγκη» και «δικαίωμα»

«Ας ερωτευθούμε πάλι»

β. Στο παρακάτω απόσπασμα (δεύτερη απάντηση από το Κείμενο 2) το πρόσωπο που δίνει τη συνέντευξη χρησιμοποιεί και α' πληθυντικό ρηματικό πρόσωπο, εκτός από γ' :

Ο τουρισμός είναι ένας τομέας που χαρακτηρίζεται από την πολλή και σκληρή δουλειά διότι είναι εποχικός και ταυτόχρονα έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, αφού πρέπει να καταφέρουμε να προσφέρουμε μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες μας, 24 ώρες το 24ωρο. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι ο ανθρώπινος παράγοντας του ελληνικού τουρισμού είναι ένα από τα βασικά μας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Δεν είναι καθόλου τυχαίο ότι, σύμφωνα με μελέτες, το ανθρώπινο στοιχείο του ελληνικού τουρισμού έχει μακράν τα περισσότερα θετικά σχόλια με βαθμολογία που ξεπερνά το 90%.

Να μετασχηματίσεις το κείμενο, χρησιμοποιώντας μόνο το γ' πρόσωπο, ενικό και πληθυντικό (μονάδες 5). Ποια αλλαγή παρατηρείς ως προς το ύφος λόγου (μονάδες 2);

Μονάδες 10

Ερώτημα 3^ο (μονάδες 10)

Ποια νομίζεις ότι είναι η πρόθεση του προσώπου που παραχωρεί τη συνέντευξη στην 3^η απάντηση που δίνει στο Κείμενο 2; (μονάδες 4) Πώς ο τρόπος, με τον οποίο επέλεξε να οργανώσει την απάντησή του, υπηρετεί την πρόθεση αυτή; (μονάδες 6) Να αναπτύξεις την απάντησή σου σε 40-50 λέξεις.

Μονάδες 10

ΘΕΜΑ 3 (μονάδες 15)

Με ποιες ιδιότητες η πόλη δέχεται τον επισκέπτη της και γιατί; Εσύ πώς προσλαμβάνεις την πρόσκληση της πόλης να δοκιμάσεις τις προκλήσεις της; Να απαντήσεις με στοιχεία από το Κείμενο 3 και να εκθέσεις και την προσωπική σου άποψη σε 150-200 λέξεις.

Μονάδες 15