

Είδη προλόγων

1. Αναδιαπραγμάτευση των δεδομένων: αναπτύσσουμε τα δεδομένα του θέματος προσθέτοντας κάποια επιπλέον στοιχεία.

ΘΕΜΑ ΕΚΘΕΣΗΣ

«Είναι γνωστό σ' όλους ότι στις μέρες μας *οι εγκληματικές ενέργειες αυξήθηκαν* ανησυχητικά. Πολλές μάλιστα από αυτές είναι *έργο νέων ανθρώπων*. Με βάση αυτό το δεδομένο απαντήστε στα ακόλουθα ερωτήματα:

α. Ποιοι παράγοντες οδηγούν μία μεγάλη μερίδα νέων στο έγκλημα;

β. Υπάρχει τρόπος να εξαλειφθεί ή έστω να περιοριστεί το πρόβλημα;»

Πρόλογος: Πριν κάποιες δεκαετίες πολλοί κοινωνιολόγοι πίστευαν ότι η οικονομική ανάπτυξη θα εκμηδένιζε την εγκληματικότητα. Δυστυχώς τα γεγονότα διέψευσαν τις προσδοκίες τους. Στις μέρες μας οι αξιόποινες πράξεις αυξάνονται ραγδαία και κατά ένα μεγάλο ποσοστό διαπράττονται από άτομα νεαρής ηλικίας. Στα ανεπτυγμένα κράτη μάλιστα, η νεανική εγκληματικότητα έχει πάρει εκρηκτικές διαστάσεις. Κλοπές και ληστείες, αναίτιες επιθέσεις και η διακίνηση των ναρκωτικών έχουν συνήθως πρωταγωνιστές εφήβους ή νέους ανθρώπους.

•

• **2. Συγκριτική μέθοδος:** στον πρόλογο γίνεται σύγκριση σύγχρονων κοινωνικών προβλημάτων με αντίστοιχα του παρελθόντος.

ΘΕΜΑ ΕΚΘΕΣΗΣ

« Στις μέρες μας πολλοί Έλληνες, κυρίως νέοι, προσπαθούν να μιμηθούν ξένα πρότυπα, ιδέες, αντιλήψεις, συμπεριφορές, τρόπο ζωής, γι' αυτό απορρίπτουν ως άχρηστα όλα τα στοιχεία της παράδοσης. Να εντοπίσετε τα αίτια και τις συνέπειες αυτής της στάσης»

Πρόλογος: Στα πρώτα χρόνια από την ίδρυση του ελληνικού κράτους, αυτοί οι λίγοι που είχαν τη δυνατότητα να επικοινωνούν και να ταξιδεύουν στην Ευρώπη, συνήθιζαν να υιοθετούν τον τρόπο ζωής των ευρωπαίων. Στις μέρες μας, όμως, τα πράγματα έχουν αλλάξει. Η ξενομανία έχει προσβάλει όλη την ελληνική κοινωνία και απειλεί με αφανισμό τα εθνικά χαρακτηριστικά του ελληνικού λαού. Μπροστά σ' αυτό τον κίνδυνο πολιτικοί, διανοούμενοι, αλλά και απλοί πολίτες έχουν κινητοποιηθεί, χωρίς όμως ουσιαστικό αποτέλεσμα.

•

3. Ορισμός: Όταν το θέμα της έκθεσης περιέχει μια κεντρική και σαφή έννοια, τότε στον πρόλογο μπορεί να δοθεί ο ορισμός της.

ΘΕΜΑ ΕΚΘΕΣΗΣ

« Ένα από τα εργαλεία των βιομηχανιών και των μέσων ενημέρωσης είναι αναμφισβήτητη η διαφήμιση. Με ποιους τρόπους περνά το μήνυμα που θέλει ο διαφημιστής; Ποια η επίδραση των διαφημίσεων στον μέσο σύγχρονο άνθρωπο;»

Πρόλογος: « Στα λεξικά, στις εγκυκλοπαίδειες και στα βιβλία, η διαφήμιση ορίζεται ως η γνωστοποίηση στο κοινό, με διάφορα μέσα (έντυπα, ραδιόφωνο, τηλεόραση κ.τ.λ.), των ιδιοτήτων που χαρακτηρίζουν ένα προϊόν, με σκοπό την αύξηση των πωλήσεών του. Η διαφήμιση ξεκίνησε και αναπτύχθηκε ως φαινόμενο στενά συνδεδεμένο με την οικονομική ζωή των επιχειρήσεων »

4. Ιστορική αναδρομή: Με αυτήν αναζητείται η ιστορική πλευρά του θέματος και διερευνάται το ιστορικό του βάθος.

ΘΕΜΑ ΕΚΘΕΣΗΣ

«Η ψυχαγωγία αποτελεί διαχρονική ανάγκη του ανθρώπου. Είναι δε ταυτισμένη πάντα με τον ελεύθερο χρόνο. Οι σημερινοί όμως άνθρωποι είτε περνούν τον ελεύθερο χρόνο μένοντας αδρανείς και στάσιμοι είτε ασχολούνται με πράγματα που δεν τους αποφέρουν κανένα ψυχικό, πνευματικό, σωματικό όφελος. Ποιο περιεχόμενο θα δίνατε στην ψυχαγωγία σας αν είχατε στη διάθεσή σας τις κατάλληλες προϋποθέσεις και τα κατάλληλα μέσα;»

Πρόλογος: Ο άνθρωπος όλων των εποχών είχε ανάγκη την ψυχαγωγία. Είτε στον ομηρικό, είτε στον Κλασσικό, είτε στο μεσαιωνικό άνθρωπο στραφούμε είτε σε άλλους λαούς και όχι μόνο στον ελληνικό πολιτισμό, θα διαπιστώσουμε ότι κάθε εποχή έχει τους δικούς της τρόπους ψυχαγωγίας. Οι αθλητικοί αγώνες, οι μουσικές ακροάσεις, οι γιορτές και το θέατρο, τα συμπόσια του μεσαίωνα, δεν επικυρώνουν τίποτα άλλο από το γεγονός ότι η ψυχαγωγία αποτελεί διαχρονική ανάγκη».