

ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟ ΟΡΟΣΗΜΟ

Νεοελληνική Γλώσσα (ΕΠΑΛ Α ΟΜΑΔΑ)

21-5-2013

Θέμα Α

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το κείμενο αναφέρεται στην κυριαρχία της διαφήμισης και στις αρνητικές προεκτάσεις της. Ο συγγραφέας υποστηρίζει ότι η βιομηχανική και τεχνολογική πρόοδος έχει επιβάλει τη διαφήμιση στο ανθρώπινο πνεύμα και την ψυχή, μέσω του καταϊγισμού μηνυμάτων. Ταυτόχρονα, η παραβίαση των ορίων και η προβολή προϊόντων με υπερβολικές ιδιότητες εγκυμονούν κοινωνικούς κινδύνους. Διαπιστώνεται από κάποιους μελετητές, ότι λόγω της ανευθυνότητας των διαφημιστών, το κοινό κατακλύζεται και παραπλανάται από διαφημιστικά μηνύματα, ωθούμενο στην άμετρη κατανάλωση προϊόντων που καλύπτουν τις πλασματικές και όχι τις πραγματικές ανάγκες του. Επιπλέον, η διαφήμιση καθιστά το σύγχρονο άνθρωπο φερέφωνο, παθητικοποιώντας τον πνευματικά. Ωστόσο, σύμφωνα με το συγγραφέα, εάν η διαφήμιση ακολουθήσει συγκεκριμένο κώδικα δεοντολογίας, μπορεί να ωφελήσει κοινωνικά.

Θέμα Β

Β1. Η διαφήμιση μπορεί βέβαια χωρίς αμφιβολία να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη. Πολλοί είναι αυτοί που κατηγορούν τη διαφήμιση ως κεντρικό παράγοντα «κακώς κειμένων» της σύγχρονης εποχής, παραβλέποντας όμως έτσι, τις θετικές λειτουργίες που αυτή επιτελεί. Η διαφήμιση λοιπόν συμβάλει στην άνθηση του εμπορίου και στην κατανάλωση, γεγονός που επιφέρει κέρδη όχι μόνο στις επιχειρήσεις αλλά και οικονομική ανάπτυξη στα κράτη μέσα από την άμεση και έμμεση φορολόγηση. Επιπλέον, διαφυλάσσονται οι θέσεις εργασίας αλλά και δημιουργούνται και αρκετά νέα πεδία επαγγελματικής απασχόλησης. Δεν πρέπει να παραβλεφθούν και τα κοινωνικής φύσεως διαφημιστικά μηνύματα που ευαισθητοποιούν τον δέκτη, τον προβληματίζουν και τον ωθούν στο να αναλάβει δραστηριότητες για την αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων.

Τέλος, με τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων που δημιουργείται ωφελημένος βγαίνει, δεδομένα, ο καταναλωτής αφού παρατηρείται μείωση των τιμών και βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων.

Β2. Ο συντάκτης του κειμένου χρησιμοποιεί επίκληση στη λογική με μέσα πειθούς, τα τεκμήρια και πιο συγκεκριμένα:

α) Παραδείγματα: «εφημερίδες... πράγματα διαφήμισης.

β) Γενική αλήθεια: «Είναι ένα φαινόμενο... κόσμου μας».

Β3. **α)** διαβαίνει → ξεπερνά
συλλογή → σκέψη
παρατηρούν → διαπιστώνουν
τεχνητές → πλαστές

- πρόοδο → εξέλιξη
 β) αρνηθεί → αποδεχτεί
 δικαιολογημένη → αδικαιολόγητη
 λογικά → παράλογα
 ωφέλιμη → ανώφελη
 διαφώτιση → συσκότιση

- B4.** Δομή παραγράφου: Θεματική πρόταση: «Η διαφήμιση.... Ωφέλιμη».
 Λεπτομέρειες σχόλια: «Να συμβάλειαλήθειας».
 Κατακλείδα: Δεν υπάρχει.

Θέμα Γ

Γ1.

ΤΙΤΛΟΣ: Κριτική σκέψη, άμυνα στη χειραγώγηση της διαφήμισης.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

- Αφόρμηση από ένα γεγονός της επικαιρότητας
- Σύντομη αναφορά στους λόγους διάδοσης της διαφήμισης ή στις θετικές επιδράσεις της.

ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ Α

Αρνητικές πλευρές της Διαφήμισης:

- Συχνά, η διαφήμιση εξαπατά τους καταναλωτές με τη συνδρομή ψευδών ή παραπλανητικών στοιχείων.
- Προβάλλονται και τελικά επιβάλλονται νέα πρότυπα ζωής και αξίες (καταναλωτικός άνθρωπος). Ο άνθρωπος δε καταναλώνει για να ζει, αλλά ζει για να καταναλώνει.
- Επινοεί συνεχώς νέες ανάγκες, συνήθως πλασματικές και ανάγει τον καταναλωτισμό σε τρόπο ζωής.
- Περιορίζει την ελευθερία της σκέψης, επηρεάζει τα συναισθήματα και καθορίζει τις αντιδράσεις του ατόμου. Καλλιεργεί πνεύμα ανταγωνισμού, εντείνει το άγχος και οξύνει φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας.
- Δε διστάζει να εξευτελίσει την ανθρώπινη προσωπικότητα, να χρησιμοποιήσει τον άνθρωπο και ιδιαίτερα τη γυναίκα ως αντικείμενο.
- Αποπροσανατολίζει από τα πολιτικά θέματα και στρέφει το ενδιαφέρον του ατόμου αποκλειστικά στην κάλυψη των ατομικών του αναγκών.
- Καλλιεργεί το μιμητισμό, καταργεί τις ατομικές ιδιαιτερότητες με αποτέλεσμα την διαμόρφωση της ιδεολογίας των μαζών.
- Κακοποιεί τη γλώσσα με το λεκτικό πληθωρισμό και τη χρήση ξενόφερτων στοιχείων.
- Καταστρέφεται η αισθητική αρμονία του χώρου από τις τεράστιες διαφημιστικές πινακίδες.

ΖΗΤΟΥΜΕΝΟ Β

Παράγοντες ανάπτυξης κριτικής σκέψης των νέων απέναντι στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης:

- Οικογένεια: Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η οικογενειακή διαπαιδαγώγηση. Η μεταβίβαση αυθεντικών αξιών, η παροχή ευκαιριών και ερεθισμάτων για μόρφωση και το παράδειγμα των γονιών συντελούν, ώστε ο νέος να αναπτύξει αντιστάσεις στα διαφημιστικά μηνύματα.
- Σχολείο: Η ανθρωπιστική παιδεία δίνει στο νέο τα εφόδια να αντισταθεί στα διαφημιστικά μηνύματα. Η ανθρωπιστική παιδεία καλλιεργεί τη λογική

σκέψη, την κρίση, την πρωτοβουλία. Δίνει ακόμη στο άτομο τη δυνατότητα να γνωρίσει τις βαθύτερες ανάγκες, τις κλίσεις, τα ταλέντα του, να διαμορφώσει προσωπικές απόψεις και κριτήρια.

- Άτομο: Ολόπλευρη καλλιέργεια της προσωπικότητας μέσα από την δημιουργική αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου. Συγκεκριμένα: επιλεκτική παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων, ελεγχόμενη και ποιοτική χρήση διαδικτύου, ανάγνωση βιβλίων, ενασχόληση με την τέχνη και τον πολιτισμό, έτσι ώστε ο νέος να βρίσκεται σε συνεχή πνευματική εγρήγορση και να είναι σε θέση να επεξεργάζεται κριτικά τα διαφημιστικά μηνύματα και να ιεραρχεί τις ανάγκες του.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Δεν είναι εύκολο να αποτραπούν οι κίνδυνοι που κρύβει η εισβολή της διαφήμισης στη ζωή μας. Μόνο η συνδυασμένη η προσπάθεια πολιτείας, εκπαίδευσης και οικογένειας μπορεί, μακροπρόθεσμα, να θωρακίσει τον καταναλωτή και να ματαιώσει τις προσπάθειες χειραγώγησής του.