

## ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΕΠΑΛ Α΄ΟΜΑΔΑΣ

### ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

#### Α. ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο συγγραφέας διερευνώντας τις επιδράσεις της διαφήμισης, επισημαίνει, αρχικά, τη σημασία της στην οικονομική και κοινωνική ζωή. Παραθέτοντας παραδείγματα αναφέρεται στην πληθώρα και τα μέσα των διαφημίσεων που επηρεάζουν τον δέκτη. Παρατηρεί, όμως, ότι προκαλεί και κινδύνους όταν ξεπερνά ορισμένα όρια. Αυτό συμβαίνει όταν υποβάλλει τεχνητές ανάγκες ωθώντας τον άνθρωπο σε μια άκρατη υπερκαταναλωτική συμπεριφορά, που προκαλεί την εξασθένηση της αγοραστικής του δύναμης και τον αποπροσανατολισμό του από ουσιώδεις ενασχολήσεις. Στη συνέχεια, υποστηρίζει ότι η διαφήμιση ευθύνεται για τη μαζοποίηση του ανθρώπου, καθώς χρησιμοποιεί έντεχνους μηχανισμούς που αδρανοποιούν την κρίση του. Ολοκληρώνοντας αναφέρεται στον κοινωνικό ρόλο της, τον οποίο η διαφήμιση υπηρετεί όταν απομακρύνεται από την πρόθεση εξαπάτησης του κοινού.

110λέξεις

**B1** Αναμφίβολα, η διαφήμιση έχει θετικές κοινωνικές επιδράσεις. Πρώτα απ' όλα έχει το ρόλο του πληροφοριοδότη. Κατατοπίζει τον μέλλοντα αγοραστή διαφωτίζοντας τον, σύντομα και εύστοχα, για τα προϊόντα που κυκλοφορούν και τον βοηθά να εξοικονομήσει χρόνο και χρήμα από άσκοπες επιλογές και αγορές. Έπειτα, η διαφήμιση ενισχύει σημαντικά το εμπόριο και κατ' επέκταση την οικονομία του κράτους. Αυξάνει την κατανάλωση αγαθών, γεγονός που τονώνει την αγορά, καθώς το χρήμα κινείται, ενισχύονται οι οικονομικές συναλλαγές, δημιουργούνται θέσεις εργασίας τόσο για τη δημιουργία μιας διαφήμισης, όσο και για την πρόσληψη εργατικού δυναμικού προκειμένου να καλυφθούν οι αυξανόμενες ανάγκες του καταναλωτικού κοινού. Βασική, βέβαια, προϋπόθεση όλων των παραπάνω είναι να υπηρετεί με αξιοπιστία τις ανάγκες της κοινωνίας.

**B2** Ο συγγραφέας στη δεύτερη παράγραφο του κειμένου χρησιμοποιεί ως τρόπο πειθούς την επίκληση στη λογική. Τα μέσα πειθούς που παραθέτει είναι τεκμήρια. Ειδικότερα, παρουσιάζει παραδείγματα: « Εφημερίδες, περιοδικά εικονογραφημένα ... διαφήμισης»

και

Αναμφισβήτητες αλήθειες: « Είναι ένα φαινόμενο ... του ψυχικού κόσμου μας»

#### B3

##### Συνώνυμα

- |              |                 |
|--------------|-----------------|
| α) διαβαίνει | : ξεπερνά       |
| συλλογή      | : προβληματισμό |
| παρατηρούν   | : βλέπουν       |
| τεχνητές     | : πλασματικές   |
| πρόοδο       | : ανάπτυξη      |

Αντώνυμα

- β) αρνηθεί : δεχτεί  
δικαιολογημένη : αδικαιολόγητη  
λογικά : παράλογα  
ωφέλιμη : ανώφελη  
διαφώτιση : αποπροσανατολισμός

**B4**

Τα δομικά στοιχεία της παραγράφου είναι τα εξής:

Θεματική περίοδος: « Η διαφήμιση μπορεί βέβαια, χωρίς αμφιβολία, να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη»

Λεπτομέρειες / Σχόλια: « Να συμβάλλει πολύ στην πρόοδο και στο δυνάμωμα της ελεύθερης οικονομίας .....ή της φαινομενικής αλήθειας»

Κατακλείδα: δεν υπάρχει

**Γ1. Παραγωγή λόγου:**

Επικοινωνιακό πλαίσιο : **Άρθρο σε σχολική εφημερίδα**

Ύφος : **απλό , αντικειμενικό**

**Τίτλος :** «Ο αρνητικός ρόλος της διαφήμισης»

**Πρόλογος :**

Η διαφήμιση κυριαρχεί στη σύγχρονη εποχή. Πληθώρα διαφημίσεων παρουσιάζονται στην τηλεόραση, στο διαδίκτυο, στο ραδιόφωνο, στο δρόμο. Αποτελεί χαρακτηριστικό γνώρισμα του βιομηχανικού κόσμου. Έχει μεγάλη δύναμη να προβάλλει και να επιβάλει ιδεολογίες. Γι' αυτό και πολλοί ισχυρίζονται ότι αποτελεί μέσο αποπροσανατολισμού.

**Κυρίως Θέμα:**

α' ζητούμενο: Οι αρνητικές πλευρές της διαφήμισης.

- ✚ Χρησιμοποιεί δυσδιάκριτους μηχανισμούς, εικόνα, ήχο, επανάληψη μηνύματος, που επηρεάζουν το υποσυνείδητο του ατόμου και δημιουργούν την ψευδαίσθηση της ενσυνείδητης επιλογής.
- ✚ Είναι υπαίτια της δημιουργίας της υπερκαταναλωτικής κοινωνίας.
- ✚ Αναπτύσσει έντονη υλιστική τάση και αντίληψη και το άτομο γίνεται ανδράποδο των υλικών, πλασματικών του αναγκών.
- ✚ Περιορίζει την ελευθερία σκέψης και βούλησης.
- ✚ Του δημιουργεί συνεχώς νέες ανάγκες και επιθυμίες.
- ✚ Το άτομο καταβάλλεται από το άγχος προκειμένου να ανταποκριθεί στα υλιστικά πρότυπα που προβάλλει η διαφήμιση.
- ✚ Εξαπατά τον καταναλωτή μέσα από την ωραιοποίηση των προβαλλόμενων προϊόντων.
- ✚ Διογκώνει τις ατομικές του ανάγκες έναντι των γενικότερων κοινωνικών αναγκών.

- ✚ Υποβιβάζει τη γυναίκεια υπόσταση.
- ✚ Το άτομο ωθείται σε εντατικούς ρυθμούς εργασίας, προκειμένου να καλύψει τις αυξανόμενες καταναλωτικές του ανάγκες.
- ✚ Προβάλλει αντικοινωνικά πρότυπα, τον υλικό πλούτο, ταυτίζει το «έχειν» με το «είναι». Ο άνθρωπος μαθαίνει να αναζητά την υλική ευμάρεια και να περιφρονεί τον πνευματικό πλούτο.
- ✚ Αναπτύσσονται συναισθήματα μειονεξίας, όταν το άτομο δεν μπορεί να ανταποκριθεί στα διαφημιστικά κελεύσματα. Πιθανή η στροφή σε παραβατικές συμπεριφορές, προκειμένου, έστω και με αθέμιτα μέσα, να εξασφαλίσει χρήματα, με τα οποία θα καλύψει τις πλασματικές του ανάγκες.

β' ζητούμενο: Ποιοι παράγοντες θα βοηθήσουν το άτομο να αναπτύξει κριτική σκέψη απέναντι στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης;

- ✚ Επιβάλλεται το άτομο να μην είναι τόσο εύπιστο και ευπρόσδεκτο στα μηνύματα, αλλά να μπορεί να κρίνει, να αξιολογεί και να επιλέγει την αξία της κάθε προσφοράς.
- ✚ Χρειάζεται να προσεγγίζει κριτικά τα προβαλλόμενα μηνύματα.
- ✚ Απαραίτητος είναι ο έλεγχος των πραγματικών και πλαστών από το άτομο, η επανιεράρχηση αξιών και η υιοθέτηση του μέτρου και της εγκράτειας.

Για την πραγμάτωση όλων των παραπάνω απαιτείται να έχει λάβει σωστή αγωγή. Προς το στόχο αυτό καθοριστική είναι η αγωγή των βασικών φορέων κοινωνικοποίησης.

- Η οικογένεια πρέπει να βοηθήσει τον νέο να αντιληφθεί στις σωστές διαστάσεις την αξία του χρήματος και του υλικού πλούτου.
- Απαιτείται διάλογος πάνω σε διάφορα ζητήματα προκειμένου ο νέος να έχει διαμορφωμένη άποψη για ποικίλα θέματα και να απαγκιστρωθεί από το υλιστικό χρησιμοθηρικό πνεύμα της εποχής.
- Να του δώσουν τα κατάλληλα εναύσματα για γόνιμη αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, ώστε να εκτιμήσει την αξία της τέχνης, της φύσης, της άθλησης. Με τον τρόπο αυτό θα αναπτύξει αντιστάσεις στις σύγχρονες «σειρήνες» της διαφήμισης, θα μάθει να αναζητά τις ηθικές αξίες, την ουσία της ζωής.
- Το σχολείο, οφείλει να ενεργοποιήσει την κριτική σκέψη των νέων. Αυτό θα το επιτύχει με την υιοθέτηση της μεθόδου των ερωτοαποκρίσεων, ώστε να μνησθεί ο νέος στο πνεύμα της υγιούς αμφιβολίας.
- Παράλληλα, απαιτείται να μεταλαμπαδεύσει ανθρωπιστικές αξίες, όπως την αρχή της σύνεσης, της εγκράτειας, να βοηθήσει τον νέο να αντικρύζει τη ζωή με πνεύμα γόνιμης ανησυχίας, να τον απομακρύνει από τον κίνδυνο του πνευματικού λήθαργου.
- Ενεργός πρέπει να είναι και ο ρόλος των ΜΜΕ:
  - Να τηρούν τον κώδικα διαφημιστικής δεοντολογίας.
  - Απαγόρευση παραπλανητικών και αθέμιτων διαφημίσεων.
  - Ποιοτικά προγράμματα, που θα οξύνουν την κρίση του δέκτη.
  - Προβολή πνευματικών ανθρώπων, παροχή εναυσμάτων.

**Επίλογος :**

Αποτελεί ανεύθυνη και αφελή στάση να υποστηρίζει κανείς την κατάργηση της διαφήμισης σε μια κοινωνία ελεύθερης οικονομίας. Απαιτείται όμως η κριτική προσέγγιση της, διαφορετικά μετατρέπεται σε μέσο χειραγώγησης.