

ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΛΥΚΕΙΩΝ
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

A1. Περίληψη

Ο συντάκτης του κειμένου θίγει το θέμα της διαφήμισης στη σύγχρονη εποχή. Αρχικά, αναφέρει ότι αυτή έχει κατακλύσει όλους τους τομείς της ζωής, διαπιστώνοντας έτσι την άμεση σχέση της με το βιομηχανικό πνεύμα και τον τεχνικό πολιτισμό. Στη συνέχεια, ισχυρίζεται πως ελλοχεύουν κίνδυνοι για την κοινωνία, όταν η διαφήμιση υπερβαίνει το μέτρο. Αφού καταδείξει τον παραπλανητικό της ρόλο στην απόκτηση υλικών αγαθών, προβληματίζεται για την έλλειψη αγοραστικής δύναμης βασικών προϊόντων. Κατόπιν, επισημαίνει ότι ο άνθρωπος, όντας θύμα της μαζοποίησης, χειραγωγείται και καθίσταται έρμαιο των διαφημιστικών μηνυμάτων. Ολοκληρώνοντας το συλλογισμό του, καταγράφει τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες η διαφήμιση μπορεί να λειτουργήσει προς όφελος της κοινωνίας.

B1.

Αποτελεί κοινή πεποίθηση ότι η διαφήμιση μπορεί να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη. Αυτό συμβαίνει γιατί συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας, καθώς η αγοραστική δύναμη τονώνεται, ανθεί το εμπόριο και η παραγωγή αυξάνεται. Επιπλέον, βοηθά τον καταναλωτή να καταλήξει σε συγκεκριμένες επιλογές χωρίς ιδιαίτερο κόπο, εξοικονομώντας χρόνο. Σημαντική είναι επίσης η συμβολή της στην κοινωνική αγωγή των ατόμων, καθώς τα ευαισθητοποιεί ενημερώνοντας για κοινωνικά προβλήματα όπως τα ναρκωτικά και η καταστροφή του περιβάλλοντος. Στο πλαίσιο αυτό μπορεί να αφυπνίσει συνειδήσεις, να προβληματίσει, να ωθήσει στη διάδοση του πολιτισμού και στην πνευματική και αισθητική αναβάθμιση. Επομένως, υπό τις κατάλληλες προϋποθέσεις μπορεί να οδηγήσει στη διαφώτιση του κοινού.

B2.

Ο συγγραφέας χρησιμοποιεί ως κύριο τρόπο πειθούς την επίκληση στη λογική. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει την άποψη ότι σήμερα κυριαρχεί η διαφήμιση. Ο συγγραφέας αξιοποιεί ως μέσο πειθούς τα τεκμήρια, ειδικότερα παραδείγματα από την καθημερινότητα όπου συναντά κανείς διαφημιστικά μηνύματα. («εφημερίδες... διαφήμισης»)

B3α.

- Διαβαίνει: ξεπερνά
- Συλλογή: σκέψη (προβληματισμός)
- Παρατηρούν: διακρίνουν
- Τεχνητές: ψεύτικες (εικονικές)
- Πρόοδο: ανάπτυξη (εξέλιξη)

B3β.

- Αρνηθεί: δεχτεί
- Δικαιολογημένη: αδικαιολόγητη
- Λογικά: άλογα, παράλογα
- Ωφέλιμη: επιβλαβής
- Διαφώτιση: συσκότιση, αποπροσανατολισμός

B4. Η δομή της παραγράφου είναι:

- Θεματική πρόταση: « Η διαφήμιση...ωφέλιμη»
- Σχόλια-λεπτομέρειες: «Να συμβάλει...αλήθειας»
- Πρόταση- κατακλείδα: παραλείπεται

Γ1.

Επικοινωνιακό πλαίσιο

- Ζητείται άρθρο επομένως χρειάζεται τίτλος:
«Η κριτική σκέψη αντίδοτο στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης»
«Κριτική σκέψη και διαφήμιση»

Πρόλογος

Στις σύγχρονες κοινωνίες της αφθονίας μεγάλο βαθμό επιρροής κατέχει η ίδια η διαφήμιση. Χωρίς υπερβολή ο άνθρωπος περιβάλλεται από πλήθος διαφημίσεων που διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την αισθητική του αντίληψη και καθορίζει γενικότερα τον τρόπο ζωής του. Η αθώα αυτή φαινομενικά λειτουργία της διαφήμισης ελλοχεύει αδιόρατους κινδύνους, οι οποίοι όμως είναι δυνατόν να αντιμετωπιστούν με την υιοθέτηση της κριτικής στάσης από τον άνθρωπο.

Κυρίως θέμα / Κύριο μέρος

α) Αρνητικές επιδράσεις της διαφήμισης:

- Περιορίζεται η ελευθερία της σκέψης, αμβλύνεται η κριτική ικανότητα λόγω των συνεχών πιέσεων της διαφήμισης.
- Το άτομο ετεροκατευθύνεται, μαζοποιείται, καθώς μέσω της προβολής των διαφημιστικών μηνυμάτων επιβάλλεται ένας κοινός και ομοιόμορφος τρόπος σκέψης.
- Ο άνθρωπος ωθείται στην υπερκατανάλωση, στρέφεται στην απόκτηση ολοένα περισσότερων υλικών αγαθών, αδιαφορεί για τα πνευματικά. Διόγκωση των ατομικών αναγκών.
- Επιτείνεται το άγχος και η σωματική κόπωση λόγω της υπερεργασίας στην οποία ωθείται το άτομο.
- Αναπτύσσει την υλιστική τάση και αντίληψη, αποπνευματοποιεί τον άνθρωπο.
- Διαφθείρει τον άνθρωπο ηθικά, προβάλλοντας την ηθική της φιλαυτίας, του κέρδους, της μισανθρωπίας.
- Αλλοιώνονται οι ανθρώπινες σχέσεις, καθώς κυριαρχούν η αποξένωση και η υποτίμηση.
- Συμβάλλει στην πολιτική αποξένωση του ανθρώπου, ενισχύει τη σημασία των ατομικών αναγκών σε βάρος των συλλογικών.
- Αποτελεί μηχανισμό εξαπάτησης και οικονομικής εκμετάλλευσης του καταναλωτή.
- Έχει μεγάλο οικονομικό κόστος, το οποίο χρεώνεται τελικά ο καταναλωτής με την αύξηση των τιμών των προϊόντων.
- Μέσω της διαφήμισης προκαλείται ρύπανση του περιβάλλοντος και υποβάθμιση της αισθητικής.

β) Παράγοντες που συντελούν στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης των νέων απέναντι στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης:

- Ανάδειξη της ανθρωπιστικής παιδείας που θα συμβάλλει στη διαμόρφωση κριτικά σκεπτόμενων ανθρώπων και ικανών να ελέγχουν τις επιλογές τους.
- Προετοιμασία του νέου από την οικογένεια με την παροχή ορθής καταναλωτικής αγωγής, την καλλιέργεια του διαλόγου και την ελεγχόμενη παρακολούθηση των διαφημιστικών προγραμμάτων.
- Ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και του προβληματισμού του νέου στο σχολείο με στόχο τη διαμόρφωση καταναλωτών που ιεραρχούν τις ανάγκες τους. Μετάδοση γνώσεων αλλά και αξιών.
- Ενίσχυση των θεσμών προστασίας του καταναλωτή με ευθύνη της πολιτείας.
- Ενίσχυση των εθελοντικών οργανώσεων των καταναλωτών.
- Συμβολή των πνευματικών ανθρώπων, οι οποίοι με το παράδειγμα τους θα αφυπνίσουν και θα διαφωτίσουν την κοινή γνώμη. Έμφαση στα πνευματικά και όχι στα υλικά αγαθά.
- Το ίδιο το κοινό οφείλει να κρίνει με νηφαλιότητα τα διαφημιζόμενα προϊόντα και να θέτει σε προτεραιότητα την ποιότητα ζωής έναντι της ποσότητας των αγαθών.

Επίλογος

Η κατευθυνόμενη πληροφόρηση της διαφήμισης δεν είναι μη αναστρέψιμη. Ο άνθρωπος μπορεί να αμυνθεί, να αντισταθεί καλλιεργώντας το πνεύμα του, την κριτική του σκέψη. Η συνεχής εγρήγορση, η νηφαλιότητα και η κριτική διάθεση απελευθερώνουν τον άνθρωπο και συμβάλλουν ώστε να αξιοποιεί προς όφελος του τα μηνύματα-πληροφορίες της διαφήμισης.

Επιμέλεια:

Βασιλειάδου Μ. - Εσκιτζή Ρ. - Ευθυμιάδου Ν. - Μπάσιου Α. - Παρασχάκη Ε. - Σεβρής Κ. - Χατζηνικολάου Ν.