

**A1.** Ο συγγραφέας ασχολείται με τις αρνητικές πλευρές της διαφήμισης στην εποχή μας. Ως απόρροια του βιομηχανικού πνεύματος και της εξέλιξης της τεχνολογίας χρησιμοποιήθηκε για την προώθηση προϊόντων, που σε πολλές περιπτώσεις είναι και εντελώς άχρηστα για τον άνθρωπο. Η διαφήμιση επιδρά αρνητικά στην ανθρώπινη κοινωνία και επιτελεί και έναν ακόμη πιο επικίνδυνο ρόλο, αυτό της χειραγώγησης του ατόμου και συνακόλουθα της μαζοποίησης της κοινωνίας. Εκτιμώντας όλες αυτές τις αρνητικές επιδράσεις ο συγγραφέας αναφέρει τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες μπορεί η διαφήμιση να λειτουργήσει προς όφελος της κοινωνίας.

**B1.** Η διαφήμιση μπορεί να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη υπό προϋποθέσεις. Μπορεί να συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας, αφού η αγοραστική δύναμη τονώνεται, να αναπτυχθεί το εμπόριο και να αυξηθεί η παραγωγή. Ο καταναλωτής μέσω αυτής μπορεί να καταλήξει σε συγκεκριμένες επιλογές χωρίς ιδιαίτερο κόπο, εξοικονομώντας χρόνο. Συμβάλλει, επίσης, στην κοινωνική αγωγή των ατόμων, επειδή τα ευαισθητοποιεί ενημερώνοντάς τα για κοινωνικά προβλήματα, όπως τα ναρκωτικά και η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος. Έτσι, λοιπόν, 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. Υποστηρίζει δηλαδή την άποψη ότι σήμερα κυριαρχεί η διαφήμιση. Γι' αυτό αξιοποιεί ως μέσο πειθούς τα τεκμήρια, συγκεκριμένα παραδείγματα από την καθημερινότητα, στην οποία συναντά κανείς διαφημιστικά μηνύματα («εφημερίδες ... διαφήμισης»).

**B3.α.** Διαβαίνει: ξεπερνά

Συλλογή: σκέψη (προβληματισμός)

Παρατηρούν: διακρίνουν

Τεχνητές: ψεύτικες (εικονικές)

Πρόοδο: ανάπτυξη (εξέλιξη)

**B3. β.**

Αρνηθεί: δεχτεί

Δικαιολογημένη: αδικαιολόγητη

Λογικά: άλογα, παράλογα

Ωφέλιμη: επιβλαβής

Διαφώτιση: συσκοτίση, αποπροσανατολισμός

**B4.** Η δομή της παραγράφου είναι:

Θεματική πρόταση: « Η διαφήμιση ... ωφέλιμη»

Σχόλια-λεπτομέρειες: «Να συμβάλει ... αλήθειας»

Κατακλείδα: Δεν υπάρχει.

**Γ1.** Σε ένα άρθρο (500-600 λέξεις), που θα δημοσιευτεί στην εφημερίδα του σχολείου σας, να αναφερθείτε:

α) στις αρνητικές πλευρές της διαφήμισης και

β) στους παράγοντες που βοηθούν στην ανάπτυξη κριτικής σκέψης των νέων απέναντι στα αρνητικά μηνύματα της διαφήμισης.

### **Πρόλογος**

Ορισμός διαφήμισης.

Ιστορική αναδρομή με έμφαση στη βιομηχανική εποχή, που γέννησε τη διαφήμιση.

Γενική διαπίστωση όπως η παρακάτω:

Στις σύγχρονες κοινωνίες της αφθονίας σημαντικό ρόλο επιρροής διαδραματίζει η διαφήμιση.

Ο άνθρωπος είναι έρμαιος από πλήθος διαφημίσεων, που διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό την αισθητική του αντίληψη και καθορίζουν γενικότερα τον τρόπο ζωής του. Η αθώα αυτή φαινομενικά λειτουργία της διαφήμισης ενέχει κινδύνους, οι οποίοι όμως μπορούν να αντιμετωπιστούν με την υιοθέτηση της κριτικής στάσης από τον άνθρωπο.

### **Κύριο Θέμα:**

**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 και αδιαφορεί για τα πνευματικά.

Διογκώνει τις ατομικές ανάγκες.

Επιτείνεται το άγχος και η σωματική κόπωση λόγω της υπερεργασίας, στην οποία ωθείται το άτομο προκειμένου να αγοράσει τα προϊόντα της διαφήμισης.

Αναπτύσσει στον άνθρωπο υλιστική αντίληψη και απονεκρώνει ό,τι έχει σχέση με το πνεύμα. Διαφθείρει τον άνθρωπο ηθικά, προβάλλοντας την ηθική της φιλαυτίας, του κέρδους, της μισανθρωπίας.

Αλλοιώνονται οι ανθρώπινες σχέσεις, αφού κυριαρχούν η αποξένωση και η αλλοτρίωση. 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**

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα αρνητικά της διαφήμισης, άνθρωπος πρέπει να συνειδητοποιήσει την ανάγκη να αντιδράσει με την καλλιέργεια του πνεύματός του και την κριτική του σκέψη. Η συνεχής εγρήγορση, η νηφαλιότητα και η κριτική σκέψη θα απελευθερώσουν τον άνθρωπο και θα συμβάλουν ώστε να αξιοποιεί προς όφελός του τα μηνύματα - «πληροφορίες» της διαφήμισης.

**Σημείωση:** Το επικοινωνιακό πλαίσιο, αφού είναι άρθρο, απαιτεί να δοθεί ένας τίτλος. Οπότε μπορεί το γραπτό να τιτλοφορείται:

«Κριτική σκέψη και διαφήμιση»

«Η κριτική σκέψη ως λύση στα αρνητικά της διαφήμισης» κ.λπ.

Πανελλαδικές εξετάσεις Γ΄ και Δ΄ Εσπερινών ΕΠΑΛ 2013