

ΓΡΑΠΤΕΣ ΠΡΟΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΙΟΥΝΙΟΥ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ Α/ΘΜΙΑΣ ΚΑΙ Β/ΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΤΟ ΜΑΘΗΜΑ ΤΗΣ ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ - Α' ΛΥΚΕΙΟΥ

### Ποιους κινδύνους «κρύβει» η διαφήμιση

**Η** αθώα φαινομενικά προβολή υπαρκτών ή ανύπαρκτων ιδιοτήτων ενός αγαθού «κρύβει» επιμελώς πολλούς κινδύνους. Πίσω από τη δελεαστική και προκλητική εικόνα με το συγκεκριμένο περιεχόμενο, πίσω από τη φανερή επιθυμία του διαφημιστή να κερδίσει την προτίμηση του καταναλωτή λανθάνουν σοβαρές λειτουργίες και ελλοχεύουν αδιόρατοι κίνδυνοι.

Ο σοβαρότερος απ' όλους είναι η προσπάθεια να στερήσει τον άνθρωπο από την ελεύθερη βούλησή του, τη δυνατότητα δηλαδή να σκέφτεται και να αποφασίζει αυτός ο ίδιος. Η μέθοδος είναι λίγο-πολύ γνωστή: με τον καταγισμό των διαφημιστικών μηνυμάτων που δέχεται ακατάπαυστα ο «υπήκοος της καταναλωτικής κοινωνίας» τίθεται σε λειτουργία ένας μηχανισμός με τον οποίο δημιουργούνται όλο και περισσότερες ανάγκες, που κατά ένα μεγάλο μέρος δεν είναι πραγματικές αλλά εικονικές. Καλλιεργείται, λοιπόν, η ψευδαίσθηση πως η ευτυχία του ανθρώπου εξαρτάται, σχεδόν αποκλειστικά, από την ικανοποίηση των αναγκών αυτών που, λόγω του πλασματικού τους χαρακτήρα, συνεχώς αυξάνονται και πληθαίνουν και κορεσμό δεν έχουν. Ο καταναλωτής μοιάζει με τις μυθικές Δαναίδες, που ήταν υποχρεωμένες να γεμίζουν ένα πηγάρι χωρίς πυθμένα. Η διαδικασία αυτή οδηγεί στην πνευματική και ψυχική υποδούλωση του ανθρώπου. Άλλοι κι όχι ο ίδιος αποφασίζουν για τις ανάγκες του, του υποβάλλουν τη θέλησή τους, του υπαγορεύουν στόχους και επιδιώξεις, τον υποκαθιστούν και τον αιχμαλωτίζουν με τεχνητές ανάγκες. Είναι δε τόσο ακατανίκητη η δύναμη της διαφήμισης, ώστε η τεχνική της υιοθετήθηκε και για την εκπομπή πολιτικών μηνυμάτων. Είναι γνωστό ότι οι σύγχρονοι εκλογικοί αγώνες διεξάγονται πα και με διαφημιστικά μηνύματα (spots).

Ασθμαίων, ο άνθρωπος προσπαθεί να ικανοποιήσει τις αυξημένες επιθυμίες του. Άγχεται, νιώθει μειονεκτικά, διαταράσσεται η ψυχική του ισορροπία, εντάτικοποιεί τη δουλειά του, εξαντλείται. Κι αν, παρά την προσπάθεια, οι επιθυμίες του δεν πραγματοποιηθούν, αναγκάζεται, όχι σπάνια, να χρησιμοποιήσει αθέμιτα μέσα που μειώνουν την αξιοπρέπειά του. Άτομα δε με μειωμένη την ικανότητα ηθικής αντίστασης μπορεί να καταλήξουν στην εγκληματικότητα, τη διαφθορά. Διαμορφώνονται πρότυπα ζωής. Κάθε εποχή, βέβαια, διαμορφώνει και προβάλλει τα δικά της πρότυπα. Το κακό είναι ότι τα πρότυπα που προβάλλει η διαφήμιση διαμορφώνονται με βάση την επιδίωξη του μέγιστου κέρδους. Κύριο χαρακτηριστικό των προτύπων αυτών είναι η άνεση, η πολυτέλεια, η επιδειξη. Οι διαφημιστές, όμως, δε σταματούν εδώ: για να εξυπηρετηθεί το κέρδος της επιχείρησης, δε διστάζουν να διακωμωδήσουν πεποιθήσεις, να προβάλλουν αξίες, να ευτελίσουν σπουδαίες ανθρώπινες σχέσεις, όπως, λόγου χάρι, ο έρωτας. «Η ρεκλάμα δε δημιουργεί μόνο αντικείμενο για τον πελάτη, αλλά και πελάτη για το αντικείμενο».

## Β. ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

- 1) Να γράψετε την περίληψη του κειμένου ( 80-100 λ.) ( 25 μ.)
- 2) Ποιες είναι οι ηθικές επιπτώσεις της διαφήμισης , κατά το συγγραφέα ; ( 5μ.)
- 3) Ποια συλλογιστική πορεία ακολουθείται στη 2<sup>η</sup> παράγραφο; ( 3μ.)

Να συντάξετε μια ανακοίνωση για να γνωστοποιήσετε στο κοινό σχολική εκδήλωση με θέμα : << Νέοι και Διαφήμιση >>. Με τη σύντομη παρουσίαση του περιεχομένου της εκδήλωσης και το ανάλογο ύφος φροντίστε να επιτύχετε τη θερμή ανταπόκριση του κοινού ( 12μ. )

