

ΘΕΜΑΤΑ

ΚΕΙΜΕΝΟ:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ Α/ΘΜΙΑΣ ΚΑΙ Β/ΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

17.520 διαφημίσεις «βομβαρδίζουν» ετησίως τα παιδιά

Έχετε αναρωτηθεί ποτέ πόσα διαφημιστικά μηνύματα δέχεται κάθε χρόνο το παιδί σας μόνο από την τηλεόραση;

Αν όχι, το υπουργείο Ανάπτυξης μας δίνει την απάντηση. Με τους πιο επιεικείς υπολογισμούς, τονίζεται στην εισηγητική έκθεση του νομοσχεδίου για το παιδί-καταναλωτή, η μέση καθημερινή παιδική τηλεθέαση στην Ελλάδα είναι τέσσερις ώρες και ο μέσος αριθμός διαφημίσεων κατά τη διάρκεια παιδικών εκπομπών είναι 12. Έτσι λοιπόν, το παιδί δέχεται 48 τηλεοπτικά μηνύματα κάθε ημέρα, ήτοι 17.520 το έτος!

Και κάτι ακόμη, που αφορά τη σωματική υγεία του παιδιού. Στην αγορά κυκλοφορούν κάποια παιδικά τρόφιμα που εμπεριέχουν μικρά παιχνίδια.

Μια πρόσφατη μελέτη του Κέντρου Έρευνας και Πρόληψης Παιδικών Ατυχημάτων έδειξε ότι τα τρόφιμα αυτά αυξάνουν τις πιθανότητες ενός ατυχήματος από πνιγμονή, κυρίως για τα παιδιά μικρής ηλικίας. (...)

Τα στοιχεία αυτά, αλλά και οι νέες πραγματικότητες που διαμορφώνονται σε μια αγορά που εκσυγχρονίζεται και αναπτύσσεται πέρα από εθνικά σύνορα και περιορισμούς, ώθησαν το υπουργείο Ανάπτυξης να προχωρήσει στη θέσπιση κανόνων που θα προστατεύουν το παιδί-καταναλωτή απ' όλους αυτούς που επιχειρούν να εκμεταλλευτούν την κοινωνική του ανωριμότητα με στόχο το κέρδος, ενδιαφέροντας για τη σωματική και ψυχική του υγεία, για τις κοινωνικές επιπτώσεις του άκρατου και λίαν ανθυγιεινού – απ' όλες τις απόψεις – υπερκαταναλωτισμού.

Το νομοσχέδιο είναι ήδη έτοιμο, οι περισσότεροι συναρμόδιοι κοινωνικοί φορείς έχουν καταθέσει τις απόψεις τους, δεν απομένει πια παρά η συμφωνία και των συναρμοδίων υπουργείων, για να πάρει η πρωτοποριακή αυτή εργασία το δρόμο της για τη Βουλή.

Τα παιδιά, όπως σημειώνεται στην εισηγητική έκθεση, αντιπροσωπεύουν «τρεις αγορές σε μία»: Κάθε παιδί (προσαρμοσμένο στα ευρωπαϊκά δεδομένα)

έχει ορισμένα χρήματα (το χαρτζιλίκι του) για να ξοδέψει άμεσα σε δικές του ανάγκες και επιθυμίες.

Από εκεί και πέρα, επηρεάζει με τις προτιμήσεις του τις αγορές όλου του νοικοκυριού, ενώ επιπλέον τα παιδιά αντιπροσωπεύουν τους μελλοντικούς ενήλικους καταναλωτές.

Κατανοητές, λοιπόν, οι μεγάλες προσπάθειες που καταβάλλουν οι διαφημιστές, για να εξοικειώσουν τα παιδιά με τα προϊόντα τους. (...)

Οι διαφημιστές, σημειώνουν οι εισηγητές του νομοσχεδίου, χρησιμοποιούν πολλούς τρόπους προκειμένου να προσεγγίσουν τα παιδιά. Οι αγαπημένοι παιδικοί ήρωες, π.χ. οι πρωταγωνιστές παιδικών ταινιών, τα καρτούν, που χρησιμοποιούνται στη σήμανση του προϊόντος ή προσφέρονται ως μινιατούρες-δώρα στους μικρούς καταναλωτές, είναι μια τεχνική που χρησιμοποιείται όλο και πιο συχνά. Άλλες δημοφιλείς τεχνικές προώθησης προϊόντων είναι οι διαγωνισμοί, οι πωλήσεις από απόσταση κτλ. Ο υπουργός Ανάπτυξης πιστεύει ότι το νομοσχέδιο που εκτόνησε με τους συνεργάτες του θα μπορέσει να ανταποκριθεί στα νέα αυτά δεδομένα της αγοράς και θα θεσπίσει κανόνες στις μεθόδους με τις οποίες οι σύγχρονοι επιχειρηματίες και διαφημιστές «πλησιάζουν» το παιδί. Σύμφωνα με πληροφορίες το νομοσχέδιο απλώνει την «ομπρέλα της προστασίας» πάνω και από τους εφήβους, αφού καθορίζεται σαφώς ότι οι διατάξεις του αφορούν κάθε άτομο που δεν έχει συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας του.

Χαρακτηριστικό είναι, ακόμη, ότι οι διατάξεις του νέου νομοσχεδίου δεν ισχύουν μόνο για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει ο ιδιωτικός τομέας αλλά επεκτείνονται και στις επιχειρήσεις του Δημοσίου και των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης.

(Από τον δημοσιο τύπο)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Β. ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

1. Να αποδώσετε την περίληψη του κειμένου με 80 έως 120 λέξεις.
(Μονάδες 5)
2. Α) Ποια είναι η οπτική γωνία του δημοσιογράφου και από πού φαίνεται στο κείμενο;
Β) Σε ποια σημεία του κειμένου παρεμβάλλεται ξένο σχόλιο και για ποιους λόγους γίνεται αυτό;
(Μονάδες 5+5=10)
3. "Για μια μερίδα παιδιών η τηλεθέαση αποτελεί μοναδικό μέσο ψυχαγωγίας ενώ άλλα καταφεύγουν και σε άλλες επιλογές".
Να αναπτύξετε τη θεματική περίοδο σε 80 περίπου λέξεις με τη μέθοδο σύγκρισης και αντίθεσης.
(Μονάδες 10)
4. Να σχηματίσετε ισάριθμες προτάσεις με τις λέξεις που σας δίνονται : δημοφιλής, προώθηση, εκπονώ, θεσπίζω, εξοικειώση.
(Μονάδες 5)

Γ. Παραγωγή λόγου

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ Α/ΘΜΙΑΣ ΚΑΙ Β/ΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Να γράψετε ένα άρθρο που θα προορίζεται για δημοσίευση στη σχολική σας εφημερίδα στο οποίο θα αναπτύξετε τις απόψεις σας σχετικά με τις αρνητικές επιπτώσεις της διαφήμισης και τους κινδύνους που εγκυμονεί για την προσωπικότητα των νέων.

(Μονάδες 50)

ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ