

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:** .....

## ΚΕΙΜΕΝΟ

### Διαφήμιση

Σοβαροί ερευνητές του προβλήματος της διαφήμισης παρατηρούν ότι: εκείνη η διαφήμιση αξίζει, που διαφημίζει μόνο το καλό εμπόρευμα, το καλό προϊόν, εκείνη που δε διαφημίζει περισσότερο από ό,τι προσφέρει. Εκείνη η διαφήμιση, τονίζουν, **εκπληρώνει** το σκοπό της σε διάρκεια, η οποία ανταποκρίνεται στην αλήθεια, όσο και αν φαίνεται πως αυτό το είδος της διαφήμισης **υπερφαλαγγίζεται** από τη χοντροκομμένη και γεμάτη από ψέμα και απάτη ρεκλάμα. Πέρα, όμως από αυτές τις παρατηρήσεις, *υπάρχουν και οι κακές μέθοδοι και οι κακοί σκοποί της διαφήμισης*, οι οποίοι πάλι βάζουν σε συλλογή τους αντικειμενικούς ερευνητές αυτού του φαινομένου. Παρατηρούν, π.χ., πως επιτίθεται, πως ορμά η διαφήμιση προς το κοινό, συνειδητά και ραφιναρισμένα, για να προκαλέσει με την υποβολή τεχνητές ανάγκες, δηλαδή να **παραπλανήσει** το κοινό να αγοράσει εμπορεύματα, τα οποία δεν έχει καθόλου ανάγκη και τα οποία ακόμη μπορούν να αποβούν και προς βλάβη του. Με την υποβολή **σπρώχνει** τον άνθρωπο προς τη χωρίς μέτρο χρήση των απολαυστικών αγαθών, μια ώθηση που κλείνει αρκετούς κοινωνικούς κινδύνους. Και όχι μόνο αυτό, παρά με την υποβολή και την υπερβολή της η *ρεκλάμα προσπαθεί να ζυπνήσει τη βουλμία προς τα υλικά αγαθά* πέρα από την πρόπουσα και δικαιολογημένη κάλυψη των αναγκών των ανθρώπων έτσι που να αδυνατίζει την αγοραστική δύναμη για άλλα αναγκαία και λογικά πράγματα. Έτσι, η διαφήμιση, όπου λείπει η κοινωνική ευθύνη από τους παράγοντές της, εκεί σκορπά μέσα στην κοινωνία ένα μεγάλο κακό.

Η διαφήμιση αποπλανά και διαφθείρει, γιατί ο σημερινός άνθρωπος της μαζικής κοινωνίας είναι πολύ ευεπίφορος στη μαζική υποβολή. Υπόκειται πολύ στις άλογες επιδράσεις και στο συναίσθημα σε όλες τις μορφές του. Αφήνει εύκολα τον εαυτό του να διαφθείρεται και να παραπλανάται. Τόσο είναι ευεπίφορος στην επίδραση της διαφήμισης, ώστε ένας ειδικός της διαφήμισης συγγραφέας, (ο Vance Parkard) μελετητής των προβλημάτων της διαφήμισης και της κακής επίδρασής της επάνω στους ανθρώπους, έδωσε στο βιβλίο του, που πραγματεύεται θέματα διαφημίσεων, τον τίτλο: «Οι κρυφοί Διαφθορείς».

Οι παράγοντες της διαφήμισης στρατολογούν ψυχολόγους, ψυχαναλυτές, κοινωνιολόγους και κάνουν ειδικά τεστ, για να βρουν μια χτυπητή λέξη, ένα χτυπητό χρώμα ή χτυπητές εικόνες ή λέξεις τέτοιες, που να επιδρούν πρώτα στο υποσυνείδητο και έπειτα να φτάνει η επίδραση τους ως το συνειδητό, έτσι ώστε να γίνεται αυτό υποχείριο της διαφήμισης, χωρίς την αντίδραση της κρίσης και της νόησης. Μελετιούνται τόσο και έτσι τα μέσα της διαφήμισης, ώστε να παρασέρνουν τον άνθρωπο, να τον αιχμαλωτίζουν, να τον φτάνουν ως το σημείο του υπνωτισμού.

*Η διαφήμιση, γέννημα του βιομηχανικού πνεύματος*, καταντά με τα μέσα που διαθέτει και τον ασυνείδητο τρόπο που καλλιεργείται, να φτάνει ως την αρπαγή της ελευθερίας των ατόμων. Την αρπάζει η διαφήμιση με τη σύγχυση που προκαλεί στα άτομα, σύγχυση που φτάνει ως τον υπνωτισμό, με αποτέλεσμα να κάνει το άτομο ανίκανο να σκεφθεί, να κρίνει.

*Ιωάννης Ξηροτόρης*

## ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

1)Γιατί υποστηρίζει ο συγγραφέας ότι η διαφήμιση «σκορπά μέσα στην κοινωνία ένα μεγάλο κακό»;

Μονάδες 15

2)Ποια μέσα χρησιμοποιούν οι παράγοντες της διαφήμισης και με ποιο σκοπό, σύμφωνα με τον συγγραφέα;

Μονάδες 10

3) Με τις παρακάτω λέξεις να σχηματισθούν προτάσεις ώστε να αναδεικνύεται η δηλωτική και η συνυποδηλωτική σημασία τους: στρατολογούν, αδυνατίζει, γέννημα [δύο προτάσεις για κάθε λέξη]

Μονάδες 6

4) **εκπληρώνει, υπερφαλαγγίζεται, παραπλανήσει, σπρώχνει**: να δώσετε ένα συνώνυμο για καθεμία από τις λέξεις που σας δίνονται, χωρίς να αλλάζει η σημασία του κειμένου.

Μονάδες 8

5) Να αντιστοιχίσετε τους συλλογισμούς της στήλης Α με τους όρους στη στήλη Β [αντιστοιχούν όλοι οι συλλογισμοί]

Α	Β	
1. Αυτός ο σκηνοθέτης διαλέγει καλούς ηθοποιούς. Η Μαρία συμμετέχει στην παράστασή του, άρα είναι καλή ηθοποιός.	A. Παραγωγικός	A~
2. Ο νέος διευθυντής έχει απαρχαιωμένες ιδέες. Είναι ηλικιωμένος και, ως γνωστόν, όλοι οι ηλικιωμένοι έχουν απαρχαιωμένες ιδέες.	B. Επαγωγικός	B~
3. Οι γλωσσομαθείς έχουν μεγάλη πιθανότητα να βρουν δουλειά. Ο Πέτρος είναι γλωσσομαθής, άρα έχει μεγάλη πιθανότητα να βρει δουλειά.	Γ. Αναλογικός	Γ~
4. Οι χώρες με μεγάλα ποσοστά αναλφάβητων δεν αναπτύσσονται οικονομικά. Οι περισσότερες αφρικανικές χώρες έχουν μεγάλα ποσοστά αναλφάβητων. Αυτές οι χώρες δεν αναπτύσσονται οικονομικά.		

Μονάδες 8

6) Να δηλώσετε αν στις ακόλουθες προτάσεις του κειμένου έχουμε αναφορική ή ποιητική λειτουργία της γλώσσας:

- i. *υπάρχουν και οι κακές μέθοδοι και οι κακοί σκοποί της διαφήμισης*
- ii. *η ρεκλάμα προσπαθεί να ξυπνήσει τη βουλμία προς τα υλικά αγαθά*
- iii. *Η διαφήμιση, γέννημα του βιομηχανικού πνεύματος*

Μονάδες 3

7) Σε ένα άρθρο (300–400 περίπου λέξεων) για τη σχολική σας εφημερίδα να αναφερθείτε στις θετικές και τις αρνητικές επιδράσεις της διαφήμισης στο σύγχρονο άνθρωπο

Μονάδες 50

**Με Επιτυχία !**