

ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ

1

Γ΄ Λυκείου ΕΠΑΛ

22- 11- 2015

Όν\μο :.....

Κείμενο : Η διαφήμιση

Η σημερινή οικονομική κοινωνική ζωή είναι ως ένα μεγάλο σημείο πλημμυρισμένη και κυριευμένη από τη διαφήμιση.

Όπου κι αν γυρίσει κανένας σήμερα το βλέμμα του , έστω και για μια στιγμή , δεν μπορεί παρά να πέσει το μάτι του επάνω στη διαφήμιση , κι όπου δεν τη βλέπει ακόμη , την ακούει .[...]Εφημερίδες , περιοδικά εικονογραφημένα και μη , δρόμοι , σιδηροδρομικοί σταθμοί , γραφεία ταξιδίων , μετώπες σπιτιών , μανδρότοιχων είναι πλημμυρισμένα από διαφήμιση , από χαρτιά , εικόνες , κείμενα , χρώματα κλπ. , πράγματα διαφήμισης . Είναι ένα φαινόμενο του βιομηχανικού πνεύματος και της προόδου του τεχνικού πολιτισμού , που έχει διαποτίσει το συνειδητό , όσο και το υποσυνείδητο του ψυχικού κόσμου μας .[...]

Ωστόσο , κανένας προωθητής της διαφήμισης , δεν μπορεί ν' αρνηθεί τους κοινωνικούς κινδύνους που κλείνει μέσα της η διαφήμιση , όταν αυτή διαβαίνει ορισμένα όρια . 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 απ' ό,τι προσφέρει.

Πέρα όμως απ' 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. , πώς επιτίθεται , πώς 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 υπερβολή και την υποβολή της η διαφήμιση προσπαθεί να ξυπνήσει τη βουλιμία προς τα υλικά αγαθά , πέρα από την πρέπουσα 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 . Αυτή η αιχμαλωσία την οποία υφίσταται ο άνθρωπος από την υποβολή και από τα άλλα μέσα της διαφήμισης , τον φτάνει στο σημείο ν' ακολουθεί με κλειστά τα μάτια . Τον φτάνει στο σημείο ν' ακολουθεί γραμμή χωρίς σκέψη , χωρίς έρευνα και εξέταση.

Η διαφήμιση μπορεί βέβαια , χωρίς αμφιβολία , να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη . Να συμβάλλει πολύ στην **πρόοδο** και στο δυνάμωμα της ελεύθερης οικονομίας , όταν εκτελεί την αποστολή της κατά θετικό τρόπο , όταν αντικρίζεται και ενεργεί σαν διαφώτιση του κοινού , σαν προσανατολισμός σε ό,τι είναι συμφέρον στον αγοραστή

, όταν αυτή κρατιέται μέσα στα όρια , μέσα στο πρόπον , όταν αφήσει τις χοντροκομμένες μεθόδους του ψεύδους και της απάτης ή της φαινομενικής αλήθειας

Ραφιναρισμένα: έντεχνα , επιδέξια

Ευεπίφορος : επιρρεπής , αυτός που παρασύρεται εύκολα

Ιω. Ν. Ξηροτύρης, « Επίκαιρα κοινωνικά προβλήματα» (διασκευή)

ΘΕΜΑΤΑ :

A. Να γράψετε την περίληψη του κειμένου .(90 – 110 λέξεις)

Μον. 25

B1. « Η διαφήμιση μπορεί βέβαια , χωρίς αμφιβολία, να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη» Σε μια παράγραφο 80 – 100 λέξεων να σχολιάσετε την παραπάνω άποψη του συγγραφέα.

Μον. 10

B2. Να βρεθεί ο τρόπος πειθούς και τα μέσα στη δεύτερο παράγραφο του κειμένου « Όπου κι αν γυρίσει ...του ψυχικού κόσμου μας».

Μον. 5

B3. Να εντοπίσετε τα δομικά μέρη της τελευταίας παραγράφου του κειμένου: «Η διαφήμιση μπορεί ...φαινομενικής αλήθειας»

Μον. 2

B4. Να γράψετε από ένα συνώνυμο για καθεμία από τις παρακάτω λέξεις , χωρίς να αλλάζει το νόημα του κειμένου : **διαβαίνει , συλλογή , παρατηρούν , τεχνητές , πρόοδο.**

Μον. 2.5

B5. Να γράψετε από ένα αντώνυμο για καθεμία από τις παρακάτω λέξεις: **αρνηθεί , δικαιολογημένη , λογικά , ωφέλιμη , διαφώτιση.**

Μον. 2.5

B6. Να αναγνωρίσετε το είδος της σύνταξης στην παρακάτω περίοδο και να μετατραπεί στην αντίθετη (ενεργητική – παθητική):

« Η σημερινή οικονομική κοινωνική ζωή είναι ως ένα μεγάλο σημείο πλημμυρισμένη και κυριευμένη από τη διαφήμιση».

Μον.3

Γ . Σε ένα άρθρο (500-600λέξεις) , 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.

Μον. 50

ΚΑΛΗ ΕΠΙΤΥΧΙΑ

Ενδεικτικές απαντήσεις:

A. Θέμα του κειμένου αποτελεί η εισβολή της διαφήμισης στη ζωή μας. Σύμφωνα με το συγγραφέα, αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση κάθε είδους οπτικοακουστικού μέσου, καθώς η διαφήμιση απορρέει από την υλικοτεχνική εξέλιξη και στηρίζεται σε αυτή. Βέβαια, με την υπερβολική εκμετάλλευση των μεθόδων αυτών, και χρησιμοποιώντας αθέμιτα μέσα, καθίσταται επικίνδυνη, εφόσον επιδρά ποικιλοτρόπως στην ψυχή, ενώ δημιουργεί πλασματικές ανάγκες οι οποίες αντικαθιστούν τις ουσιαστικές. Τα βασικά αίτια της πνευματικής αδράνειας των ανθρώπων εντοπίζονται στην αδιαφορία των κοινωνικών φορέων και στη μαζοποίηση της σύγχρονης κοινωνίας. Στον αντίποδα, παρατίθενται ορισμένες προϋποθέσεις, ώστε η διαφήμιση να αποτελεί μοχλό της οικονομικής ανάπτυξης και όχι ανάσχεση της κοινωνικής προόδου.

B.1 Παρά την πολεμική που δέχεται η διαφήμιση, μπορεί, χωρίς αμφιβολία, να αποβεί κοινωνικά ωφέλιμη. Όταν οι κρατικοί παράγοντες αναλαμβάνουν την κοινωνική τους ευθύνη, αξιοποιώντας την αναμφισβήτητη δύναμή της, μπορούν να παρακινήσουν τους πολίτες σε πράξεις προσφοράς προς τους συνανθρώπους τους και το περιβάλλον. Έχουν τη δύναμη να συμβάλλουν στη συνειδητοποίηση της αδιαφορίας μας για ό,τι έμψυχο ή άψυχο μας περιβάλλει. Η εθελοντική δράση, η παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, ιατρεία, φροντιστήρια, παντοπωλεία, συσσίτια, η ψυχική, ηθική, υλική, χρηματική υποστήριξη, ενισχύονται με την προβολή κοινωνικών μηνυμάτων. Ας εκμεταλλευτούμε, λοιπόν, τη μαζική σκέψη και δράση των πολιτών, και να την κατευθύνουμε σε πράξεις κοινωφελείς και όχι υπερκαταναλωτισμού.

B2. Ο συγγραφέας χρησιμοποιεί ως τρόπο πειθούς την επίκληση στη λογική με επιχειρήματα και με τεκμήρια (παραδείγματα , αλήθεια) .

B3. Διαβαίνει = ξεπερνά
Συλλογή = σκέψη
Παρατηρούν = προσέχουν
Τεχνητές = πλασματικές
Πρόοδο = ευημερία , εξέλιξη

B4. Αρνηθεί ≠ αποδεχτεί
Δικαιολογημένη ≠ αδικαιολόγητη
Λογικά ≠ παράλογα
Ωφέλιμη ≠ επιζήμια
Διαφώτιση ≠ συσκότιση

B5. Η σύνταξη είναι παθητική . Ενεργητική γίνεται ως εξής:
«Η διαφήμιση ως ένα μεγάλο σημείο έχει πλημμυρίσει και κυριεύσει τη σημερινή οικονομική κοινωνική ζωή».

Γ. τίτλος : « Διακοπή για διαφημίσεις»

Πρόλογος : αφορμή για το άρθρο μία διαφήμιση που προβλήθηκε στην τηλεόραση και σας προβλημάτισε .

Α΄ ερώτημα : οι αρνητικές πλευρές της διαφήμισης

- Ο δέκτης καθίσταται υποχείριο της διαφήμισης , οπότε αποδυναμώνεται η κρίση και υπονομεύεται η ελευθερία σκέψης.
- Νιώθει άγχος στην προσπάθειά του να καλύψει τις πλασματικές του ανάγκες .
- Δημιουργούνται πρότυπα ζωής που αποσκοπούν στην επιδίωξη του υλικού κέρδους.
- Η διαφήμιση αποτελεί όχημα του λαϊκισμού , όταν αποκτά τη μορφή της προπαγάνδας.
- Οδηγεί σε μαρασμό μικρές επιχειρήσεις που δεν μπορούν να ανταγωνιστούν μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες.

Β΄ ερώτημα : παράγοντες που βοηθούν στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης των νέων

- Η οικογένεια οφείλει να εφοδιάσει τα νέα άτομα με αξίες , που θα τα βοηθήσει να ιεραρχήσουν ορθά τις ανάγκες τους.
- Το σχολείο οφείλει να οξύνει την κριτική σκέψη των νέων, να δώσει έμφαση στις ανθρωπιστικές αρχές και αξίες.
- Οι πνευματικοί άνθρωποι να καθοδηγήσουν τη νεολαία , να αποτελέσουν με τη στάση τους και τον τρόπο ζωής τους , πρότυπο.
- Απαιτείται και τα ίδια τα παιδιά με προσωπική προσπάθεια , καλλιέργεια , με διαρκή εγρήγορση να αμφισβητούν και να απορρίπτουν όσα στοιχεία της διαφήμισης κρίνουν ότι τα παγιδεύουν , τα αποπροσανατολίζουν .

Επίλογος