

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

1. Η περίληψη είναι καλό να ξεκινάει με την εξής φράση: « ο/ η συγγραφέας του κειμένου πραγματεύεται το θέμα....».
2. Ένα από τα χαρακτηριστικά του διαφημιστικού λόγου είναι το αφηγηματικό μήνυμα καθώς στο απόσπασμα κυριαρχεί η αφήγηση ιστορίας. Παράλληλα υπάρχει παρομοίωση « σαν εξώφυλλο λάιφσταιλ». Διάχυτο επίσης είναι και το χιούμορ.
3. α) το κείμενο είναι χρονογράφημα. Είναι είδος έντεχνου πεζού λόγου που δημοσιεύεται σε εφημερίδες. Σχολιάζει θέματα της επικαιρότητας με χιουμοριστική διάθεση. Ο λόγος είναι προφορικός και μικροπερίοδος.

β) Η συγγραφέας με τη χρήση των ερωτήσεων θέλει να ενεργοποιήσει τον αναγνώστη σχετικά με το θέμα της διαφήμισης και να τον αφυπνίσει.
4. ανικανότητα, κακότυχες, φανερώνονται, μεμπτό, αναξιοπρεπής.
5. ευ + κράτος = κρατικός, από + θεάομαι = θέα, εν + τάση = αταξία, μετά + τρέπω = τροπή, α + μετά + κινώ = κινητήρας.
6. Η διαφήμιση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου. Μέσα από αυτή το άτομο πλάθει το δικό του πλασματικό κόσμο καθώς όσα του παρουσιάζονται μέσω αυτής φαντάζουν ιδανικά. Η πραγματικότητα όμως τον διαψεύδει αφού έρχεται αντιμέτωπος με την καθημερινότητα και με όλα τα προβλήματα και τις δυσκολίες που υπάρχουν.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΛΟΓΟΥ

Επικοινωνιακό πλαίσιο: εισήγηση = απαραίτητη η προσφώνηση και η αποφώνηση.

Αγαπητοί συνδημότες – ευχαριστώ για το χρόνο σας.

1^ο ζητούμενο: οι γυναίκες και τα παιδιά είναι ευάλωτες κοινωνικές ομάδες στην διαφήμιση γιατί: Η γυναίκα

α) επωμίζεται την ευθύνη αγοράς προϊόντων που σχετίζονται με την οικογένεια και το σπίτι.

β) αποτελεί το ωραίο φύλο (αυταρέσκεια)

το παιδί

α) αδυναμία κριτικής ματιάς και άγνοια

β) είναι επιρρεπές στη μίμηση

2^ο ζητούμενο: τρόποι αντιμετώπισης

α) πολιτεία: εφαρμογή κώδικα διαφημιστικής δεοντολογίας

β) διαφημιστές: αυτοκριτική, υπευθυνότητα και σεβασμός στο δέκτη.