

ΠΡΟΣΟΜΟΙΩΣΗ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

Β ΛΥΚΕΙΟΥ

ΚΥΡΙΑΚΗ 18 ΜΑΡΤΙΟΥ 2012

ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΟΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

ΚΕΙΜΕΝΟ:

Η δημοσιογραφία και η διαφήμιση

Στην περίπτωση των διαφημιστών-γιατρών, μπορούμε να εικάσουμε ότι το τόσο απαραίτητο για την προπαγανδιστική μηχανή «κύρος» το προσφέρει η στολή της αυθεντίας, η λευκή μπλούζα, που υποτίθεται ότι αποτελεί αμάχητο τεκμήριο επιστημοσύνης, αυστηρότητας, φερεγγυότητας· «δεν μπορεί, για να το λένε οι γιατροί, κάτι ξέρουν» σκέφτονται πολλοί, θεωρώντας βέβαιο ότι όσοι εμφανίζονται έτσι επίσημα, τηλεοπτικά, σαν γιατροί και φαρμακοποιοί, θα έχουν πάρει άδεια από το σύλλογό τους. Στην περίπτωση των δημοσιογράφων-διαφημιστών (είτε αυτοί είναι ηθοποιοί που παίζουν τους δημοσιογράφους είτε είναι τηλεοπτικώς αναγνωρίσιμοι δημοσιογράφοι που παίζουν τον εαυτό τους, έναντι αδρότατης αμοιβής, το ζαλιστικό ύψος της οποίας τους πείθει να καταφρονήσουν όλους τους γραπτούς και άγραφους κώδικες δεοντολογίας), το «κύρος» το προσφέρει η εικόνα, η αναγνωρισιμότητα· «δεν μπορεί», σκέφτονται και πάλι πολλοί, «για να λέει ο κ. Α. ότι το τάδε λευκαντικό είναι το λευκαντικότερο, κάτι παραπάνω θα ξέρει, δεν γίνεται να λέει ψέματα δημοσίως ο δικός μας άνθρωπος». Από τη στιγμή που είσαι γνωστός, φίρμα, αστέρας, εξώφυλλο σε λαϊφστυλίστικα περιοδικά, εύκολα μπορείς να περάσεις (τουλάχιστον στη μερίδα του κοινού που σε «λατρεύει») και σαν ειδικός στα απορρυπαντικά, στα κινητά, στα συστήματα αλουμινίου, στα αυτοκίνητα, στα πάντα, και έτσι από εκμαυλισθείς να γίνεις

εκμαυλιστής· και σίγουρα γίνεσαι ειδικός, ειδικότατος, στις ντρίμπλες ώστε να μπορείς να ξεπερνάς τις ενστάσεις της συνείδησής του, αν βέβαια σου τις υποβάλει, γιατί είναι πιθανό να μην ενοχληθεί καθόλου από αυτή την «αντιποίηση» ρόλου. Δίκιο είχε λοιπόν ο Μάρσαλ ΜακΛιούαν που επέμενε ότι «το μήνυμα είναι το Μέσον». Χρειάζεται όμως μια προσθηκούλα: Μήνυμα είναι και το Μέσον και ο Μεσάζων, αυτός δηλαδή που έγινε διάσημος λόγω της παρουσίας του στα Μέσα, όποιου είδους κι αν είναι αυτή η παρουσία.

Ο κώδικας δημοσιογραφικής δεοντολογίας πάντως, που υποτίθεται ότι δεσμεύει όλους όσοι εργάζονται στα μίντια ανεξαρτήτως πόστου και μισθού, είναι σαφής: «Ο δημοσιογράφος να μην επιδιώκει και να μη δέχεται διαφημιστική χρήση του ονόματος, της φωνής και της εικόνας του παρά μόνο για κοινωφελείς σκοπούς. Ο δημοσιογράφος να σέβεται και να τηρεί το διακριτό της είδησης, του σχολίου και του διαφημιστικού μηνύματος». Επίσης σαφές είναι το Προεδρικό Διάταγμα του 2000 που καταγράφει τους όρους που οφείλουν να πληρούν οι τηλεοπτικές ρεκλάμες: «Η τηλεοπτική διαφήμιση πρέπει να αναγνωρίζεται εύκολα ως τέτοια και να διακρίνεται σαφώς από τα άλλα μέρη του προγράμματος με τη χρησιμοποίηση οπτικών ή/και ακουστικών μέσων επισημάνσης. Η τηλεοπτική διαφήμιση δεν πρέπει να χρησιμοποιεί τεχνικές που απευθύνονται στο υποσυνείδητο».

Παρ' όλη τη σαφήνεια όμως, και παρότι τα εντεταλμένα Πειθαρχικά Συμβούλια επιβάλλουν κάθε τόσο ποινές σε δημοσιογράφους που ενοικιάζουν τη φωνή και την εικόνα τους για να διαφημιστεί κάποιο προϊόν, οι διάσημοι ή ημιδιάσημοι του δημοσιογραφικού χώρου, πρωτίστως του ηλεκτρονικού, δεν προβληματίζονται και δεν διστάζουν να αποφασίσουν ότι δεν υπάρχει ιερότερος «κοινωφελής σκοπός» από το βαλάντιό τους. Ούτε οι συμβολικές ποινές τούς κλονίζουν ούτε το γεγονός ότι απαξιώνονται στα μάτια των συναδέλφων τους, για τους οποίους πιθανότατα αδιαφορούν, αν κιόλας δεν τους χλευάζουν σαν κορόιδα ή σαν παλιομοδίτες «δεοντολογούληδες». Κι αν αυτό

συμβαίνει με τις «διαφημίσεις με ονοματεπώνυμο», εύκολα κατανοεί κανείς πόσο δύσκολο είναι να ανακοπεί η σχεδόν εθιμική γκρίζα διαφήμιση είτε προϊόντων είτε πολιτικών προσώπων.

Του Παντελή Μπουκάλα

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ:

A1. Να ανακοινώσετε το περιεχόμενο του παραπάνω κειμένου στα πλαίσια ενός άρθρου της σχολικής σας εφημερίδας.

Μονάδες 25

B1. α) Στο παραπάνω κείμενο γίνεται συχνή χρήση των εισαγωγικών. Να εντοπίσετε τα αντίστοιχα χωρία και να αποδώσετε τη λειτουργικότητά τους στο νόημα του κειμένου.

β) Να βρεθεί ο τρόπος ανάπτυξης της δεύτερης παραγράφου του κειμένου.

Μονάδες 15

B3. Να δώσετε από ένα αντώνυμο για τις λέξεις: αυστηρότητας, ειδικός, απαξιώνονται και από ένα συνώνυμο για τις λέξεις: εικάσουμε, φερεγγυότητα

Μονάδες 5

B4. «Μήνυμα είναι και το Μέσον και ο Μεσάζων, αυτός δηλαδή που έγινε διάσημος λόγω της παρουσίας του στα Μέσα, όποιου είδους κι αν είναι αυτή η παρουσία». Να αναπτυχθεί το νόημα της παρούσας φράσης σε μία παράγραφο. (10-12 σειρές)

Μονάδες 15

Γ1. «Ζούμε στην εποχή της τεχνολογικής πανδαισίας...η τεχνολογική πρόοδος τρέχει με ανυπολόγιστους ρυθμούς και εμείς αδυνατούμε να ελέγξουμε τις κινήσεις της...Τα ΜΜΕ είναι όργανα που επωφελούνται από αυτή, καθώς έχουν μετουσιώσει σε τέχνη τη συνένωση πολλών επιτευγμάτων που βελτιστοποιούν τη λειτουργία

τους. Τα προγράμματά τους πολλά και ποικίλου περιεχομένου.. ενώ κυρίαρχο ρόλο παίζουν και οι διαφημίσεις». Σε μία ημερίδα με θέμα «διαφήμιση και νέοι» σχολιάζετε την επίδραση των διαφημίσεων στην ψυχολογία των νέων παιδιών καθώς και την ευθύνη των ΜΜΕ σε αυτό το γεγονός. (500-600 λέξεις)

Μονάδες 40

Οδηγίες προς υποψηφίους

1. Στο τετράδιο να γράψετε μόνο τα προκαταρκτικά (ημερομηνία, εξεταζόμενο μάθημα). **Να μην αντιγράψετε** τα θέματα στο τετράδιο.
2. Να γράψετε το ονοματεπώνυμό σας στο πάνω μέρος των φωτοαντιγράφων, αμέσως μόλις σας παραδοθούν. Καμιά άλλη σημείωση **δεν επιτρέπεται να γράψετε**.
3. Κατά την αποχώρησή σας να παραδώσετε μαζί με το τετράδιο και τα φωτοαντίγραφα.
4. Να απαντήσετε **στο τετράδιό σας** σε όλα τα θέματα.
5. Να γράψετε τις απαντήσεις σας **μόνο** με μπλε ή μόνο με **μαύρο** στυλό.
6. Διάρκεια εξέτασης: τρεις (3) ώρες μετά τη διανομή των φωτοαντιγράφων.

ΚΑΛΗ ΕΠΙΤΥΧΙΑ
ΤΕΛΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ