Κριτήριο για τη διαφήμιση

Κείμενο

Εικόνες της σύγχρονης γυναίκας

… Η παρουσία της γυναικείας μορφής στις διαφημίσεις έχει στόχο να προσελκύσει κυρίως τη γυναίκα καταναλώτρια αλλά και το ανδρικό καταναλωτικό κοινό – με διαφορετική χρήση της γυναικείας μορφής. Στην πρώτη περίπτωση, πρόκειται για διαφημίσεις που προβάλλουν προϊόντα που συνδέονται με τους παραδοσιακούς ρόλους της γυναίκας ως μητέρας και νοικοκυράς (είδη σπιτιού, οικιακές συσκευές, βρεφικά είδη, είδη καθαρισμού, μόδα κλπ). Στη δεύτερη περίπτωση, όταν στόχος είναι πρωτίστως –αν και όχι πάντοτε αποκλειστικά- το ανδρικό κοινό, η γυναικεία μορφή εμφανίζεται στον εξίσου παραδοσιακό ρόλο του συμβόλου της σεξουαλικότητας και του αντικειμένου της ανδρικής επιθυμίας (π.χ. σε διαφημίσεις αυτοκινήτων κλπ)

Το γενικευμένο αυτό μοντέλο έχει βέβαια τις αποχρώσεις του, οι οποίες αποτυπώνουν κυρίως τις αλλαγές στη θέση της γυναίκας στην αγορά εργασίας, στην κοινωνία και στην οικογένεια και τις αλλαγές στις σχέσεις των δύο φύλων. Στη δεκαετία του '60, για παράδειγμα, το κίνημα για τη γυναικεία χειραφέτηση αποτυπώθηκε σε διαφημίσεις για τον «στηθόδεσμο που απελευθερώνει». Αντίθετα, σήμερα, διαφημίσεις για μικρά, γρήγορα αυτοκίνητα που έχουν ως πιθανούς αγοραστές νεαρές γυναίκες προβάλλουν μια εικόνα ελευθερίας και αυτονομίας. Ακόμη και οι διαφημίσεις για οικιακές συσκευές τονίζουν συχνά αυτή την πλευρά της «απελευθέρωσης» από το νοικοκυριό με την εξοικονόμηση χρόνου. Η σημερινή καταναλώτρια δεν είναι πλέον, όπως πριν από μερικές δεκαετίες, η «βασίλισσα της κουζίνας» που εύρισκε ευχαρίστηση στην επιτυχή διεκπεραίωση του ρόλου της νοικοκυράς αλλά η εργαζόμενη γυναίκα που πρέπει μετά τη δουλειά να κάνει και τις δουλειές του σπιτιού, να φροντίζει τα παιδιά και να έχει ελεύθερο προσωπικό χρόνο.

Η προσαρμογή του ιδιώματος των διαφημίσεων στις νέες οικονομικές και κοινωνικής πραγματικότητες δεν καταργεί συνεπώς τη διάρκεια των γυναικείων στερεοτύπων, τα οποία αναπαράγονται μέσα από τον επιφανειακά καινούργιο ορισμό της σύγχρονης θηλυκότητας…

[Χριστίνα Κουλούρη από τον Ημερήσιο Τύπο]

Γιάννης Παπαδόπουλος - φιλολογος

Παρατηρήσεις

Α. **Να αποδώσετε την Περίληψη του κειμένου σε 100-120 λέξεις** Μονάδες 25

Β. **1. Ποια η δομή της 1ης παραγράφου του κειμένου;** Μονάδες 5

2. Με ποιους τρόπους αναπτύσσεται η 2η παράγραφος του κειμένου; Μονάδες 10

3. Ποια συλλογιστική πορεία ακολουθείται στην 1η παράγραφο; Μονάδες 10

4. Να γράψετε από ένα συνώνυμο κι ένα αντώνυμο για κάθε λέξη:

εμφανίζω, χειραφέτηση, ευχαρίστηση, επιτυχής, ελευθερία Μονάδες 10

Γ. **Εκτός από την αναπαραγωγή στερεοτύπων, ποια άλλα αρνητικά φαινόμενα συνοδεύουν την προβολή διαφημίσεων; Να εκθέσεις αιτιολογημένα τις απόψεις σου σ' ένα κείμενο 300-400 περίπου λέξεων, που προορίζεται για δημοσίευση σε γυναικείο περιοδικό.** Μονάδες 40

Γιάννης Παπαδόπουλος - Φιλόλογος