

ΓΛΩΣΣΑ 18-11-2022

2. α. Ένας διαφημιστής που διάβασε τη διαφήμιση 4 (σελ. 55) αποφάσισε να την κάνει ακόμα πιο πειστική γράφοντας στον υπερθετικό βαθμό κάποια από τα επίθετα. Μετατρέψτε όσα επίθετα μπορείτε από το θετικό στον υπερθετικό βαθμό, δίνοντας το μονολεκτικό ή περιφραστικό τύπο (...). Στη συνέχεια συζητήστε στην τάξη αν ο διαφημιστής πέτυχε έτσι καλύτερα το σκοπό του.

Κόψτε αυτό το άνθος και στολίστε... το πιάτο σας!

*Κάντε ένα μπουκέτο από τα αγαπημένα σας λαχανικά και απολαύστε την **ελαφρότατη / πολύ ελαφριά** γεύση του ανθότυρου. [...]*

*Προσφέρετε στον εαυτό σας αλλά και στους αγαπημένους σας την **εκλεκτότατη / πιο εκλεκτή, γευστικότητα / πιο γευστική απόλαυση**. Το άνθος των τυριών.*

Ο διαφημιστής, μετατρέποντας τα επίθετα της διαφήμισης σε υπερθετικό βαθμό, πετυχαίνει απόλυτα το σκοπό του, που είναι να προωθήσει το συγκεκριμένο προϊόν ώστε να πουληθεί, γιατί με αυτόν τον τρόπο καταφέρνει να πείσει τους καταναλωτές πως δεν πρόκειται για ένα συνηθισμένο τυρί. Το τυρί που διαφημίζεται δεν ικανοποιεί μόνο τη γεύση του καταναλωτή, αλλά του προσφέρει και τη μεγαλύτερη δυνατή απόλαυση.

• **Δοκιμάστε να κάνετε και το αντίστροφο, να μετατρέψετε δηλαδή μερικά από τα επίθετα της διαφήμισης 3 (σελ. 54) από τον υπερθετικό στο θετικό βαθμό. Νομίζετε πως άλλαξε κάτι;**

Δοκιμάστε τις νέες μας γεύσεις και χορτάστε... υγιεινή διατροφή!

*Τώρα, μια νέα, **φρέσκια** γευστική πρόταση είναι εδώ για να σας κατακτήσει. Μοναδικά, ξεχωριστά σάντουιτς [...] και σας προσφέρουν **ισορροπημένη και γευστική** πρόταση διατροφής.*

*Έρθαν οι **ξεχωριστές** γεύσεις!*

► Όταν χρησιμοποιούμε τον υπερθετικό βαθμό των επιθέτων, καταφέρνουμε να στρέψουμε πιο εύκολα την προσοχή του καταναλωτή στο προϊόν που διαφημίζεται, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες να το αγοράσει. Αντίθετα, η χρήση του θετικού βαθμού των επιθέτων μπορεί να είναι πιο κοντά στην πραγματικότητα, αλλά δεν καταφέρνει να τραβήξει τόσο εύκολα την προσοχή του καταναλωτή, γιατί απλώς αναφέρεται στα χαρακτηριστικά του προϊόντος χωρίς να τα τονίζει.

β. Συμπληρώστε το κείμενο που ακολουθεί με παραθετικά επιρρημάτων. Μπορείτε να γράψετε μία ή περισσότερες λέξεις.

Οι αρχαίοι Σπαρτιάτες έτρωγαν **λιτότατα**, τουλάχιστον **λιότερα / πιο λιτά** από τους Αθηναίους. Και οι Αθηναίοι πάντως έτρωγαν **φτωχικότερα / πιο φτωχικά** από τους Βοιωτούς. Οι τελευταίοι, καλλιεργώντας ευφορότατα κτήματα, περνούσαν **ανετότατα / πολύ άνετα** και **πλουσιότατα / πολύ πλούσια**.

γ. Βρείτε στις 4 διαφημίσεις (σελ. 53-55) τις φράσεις με θαυμαστικό και προστακτική και προσπαθήστε να πείτε γιατί χρησιμοποιούνται.

- 1η διαφήμιση:** Όλα είναι δυνατά!
Εξασφαλίστε στο μωρό σας...
Όλα μπορούν να συμβούν!
- 2η διαφήμιση:** Πιο σοκολάτα γάλακτος δε γίνεται!
Φτιάξ' το κι εσύ!
Πάρτε στα χέρια σας...
Ακολουθήστε τις οδηγίες.
Καλή διασκέδαση!
- 3η διαφήμιση:** Δοκιμάστε τις νέες μας γεύσεις και χορτάστε υγιεινή διατροφή!
Έρθαν οι πιο ξεχωριστές γεύσεις!
- 4η διαφήμιση:** Το άνθος των τυριών!
Κόψτε αυτό το άνθος και στολίστε... το πιάτο σας!
Κόψτε ένα μπουκέτο...
...απολαύστε την ελαφριά γεύση...
Δοκιμάστε το...
Προσφέρετε στον εαυτό σας...

Όλες οι παραπάνω διαφημίσεις χρησιμοποιούν προστακτική αλλά και φράσεις με θαυμαστικό για να καταφέρουν να τραβήξουν την προσοχή μας και στη συνέχεια να μας πείσουν ώστε ν' αγοράσουμε τα προϊόντα που διαφημίζουν.

3. Τέτοιες συμφράσεις και εκφράσεις συναντάτε στο κείμενο που ακολουθεί. Μπορείτε να βάλετε τις λέξεις της παρένθεσης στη σωστή θέση;

Μπήκα στην κουζίνα ενώ οι υπόλοιποι κοιμούνταν ακόμα, για να τους ετοιμάσω μια συνταγή που είχα διαβάσει στο κουτί με το **γάλα εβαπορέ** που αγοράζω. Στην πραγματικότητα με τη συνταγή διαφήμιζαν το γάλα. Έξυπνη ιδέα. Πολλοί θα το αγόραζαν για να δοκιμάσουν τη συνταγή! Στο κουτί έγραφε: «**Κέικ σοκολάτα** αλλά με πολλή, πολλή σοκολάτα!». Ακολούθησα πιστά τις οδηγίες, έβαλα μπόλικο αυγά, πολλές **κουταλιές σούπας** κακάο και, αντί για νερό, πρόσθεσα λίγο **χυμό πορτοκάλι**. Πριν το ψήσω, δοκίμασα το ζυμάρι: Ήταν πραγματικά ένα **κέικ γλύκισμα**! Τότε μπήκε στην κουζίνα ο μπαμπάς και άρχισε τις παρατηρήσεις. Και τι δεν είπε! Πόσο βλαβερά είναι τα αυγά για τη χοληστερίνη, πόσο «βαριά» η σοκολάτα για το **πεπτικό σύστημα**. Είπε και κάτι για **ποιότητα ζωής**, που δεν το κατάλαβα, και χαρακτήρισε το κέικ μου «κέικ-βόμβα». Ήταν το αποκορύφωμα. Σκέφτηκα να εξαφανιστώ από την κουζίνα, να **γίνω καπνός**. Αλλά είπα μόνο: «Αμάν, καλέ μπαμπά, μια έκπληξη ήθελα να σας κάνω!».

6. α. Εξηγήστε τι σημαίνουν οι παρακάτω παροιμίες και συζητήστε στην τάξη αν θα μπορούσαν μερικές από αυτές να χρησιμεύσουν ως σύντομες φράσεις (σλόγκαν) σε διαφημίσεις.

- «**Καλύτερα να σε ντύνω παρά να σε ταΐζω**»: Για όποιον τρώει πολύ, είναι πιο οικονομικό να φροντίζουμε για την ένδυση του παρά για τη διατροφή του.

Η παροιμία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί σε μια διαφήμιση παγωτών ή γλυκισμάτων όπου ένα παιδί, όσα κι αν φάει, δεν ικανοποιείται κι έτσι κάποια στιγμή η μαμά του του λέει: «Καλύτερα να σε ντύνω παρά να σε ταΐζω».

- «**Ο καλός ο μύλος όλα τ' αλέθει**»: α) Όποιος έχει γερό στομάχι μπορεί να φάει πολλά και διαφόρων ειδών φαγητά. β) Η λειτουργία μιας μηχανής ή η εργασία ενός ανθρώπου δεν εμποδίζεται όταν το προς επεξεργασία υλικό δεν είναι άριστης ποιότητας.

Θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για ένα αγροτικό μηχάνημα που, παρά τις αντιξοότητες και τις δυσκολίες της αγροτικής ζωής, διεκπεραιώνει επιτυχώς όλες τις εργασίες.

- «**Νηστικό αρκούδι δε χορεύει**»: Όποιος πεινά δεν μπορεί να δουλέψει. Η παροιμία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί σε μια διαφήμιση για έτοιμο φαγητό. Σε ένα πάρτι που κάνουν τα μικρά αρκουδάκια, ενώ όλα τα άλλα τρώνε, πίνουν και χορεύουν, κάποιο κάθεται χωρίς να διασκεδάσει, γιατί δεν

υπάρχουν στο τραπέζι τα φαγητά μιας συγκεκριμένης εταιρείας. Κάποια στιγμή όμως οι φίλοι του του παραγγέλνουν τα φαγητά που θέλει, κι εκείνο, αφού φάει, συμμετέχει πλέον ικανοποιημένο στο γλέντι λέγοντας την παροιμία: «Νηστικό αρκούδι δε χορεύει».

7. α. Ένας διαφημιστής που του αρέσουν τα αστεία άλλαξε στη διαφήμιση 3 (σελ. 54) όσα επίθετα μπορούσε, γράφοντας τα αντώνυμά τους. Κάντε το ίδιο, ξαναδιαβάστε το κείμενο και πείτε αν ο διαφημιστής συνεχίζει με τον τρόπο αυτό να προβάλλει το προϊόν που διαφημίζει.

Δοκιμάστε τις συνηθισμένες μας γεύσεις και χορτάστε... ανθυγιεινή διατροφή! Τώρα, μια νέα, **μπαγιατίτικη άγευστη** πρόταση είναι εδώ για να σας κατακτήσει. **Συνηθισμένα** σάντουιτς που παρασκευάζονται και συσκευάζονται καθημερινά στα καταστήματά μας και σας προσφέρουν την **πιο ανισόρροπη και άγευστη** πρόταση διατροφής.

(Χρησιμοποιώντας τα αντώνυμα των επιθέτων, παρατηρούμε ότι η διαφήμιση πλέον δεν εξυπηρετεί το στόχο της, που είναι να παρακινήσει τους καταναλωτές να αγοράσουν τα προϊόντα, αλλά μετατρέπεται σε δυσφήμιση γι' αυτά.)

β. Διαλέξτε από τις λέξεις που σας δίνονται τη λέξη που λείπει στα δύο παρακάτω κείμενα-διαφημίσεις και γράψτε τη σημασία της:

A. Ο συνδυασμός σωστής διατροφής και σωματικής άσκησης είναι **ιδανικός** για την υγεία. Για ένα **ιδανικό** πρωινό προτιμήστε δημητριακά με γάλα.

- **ιδανικός, -ή, -ό** = αυτός που δεν έχει κανένα μειονέκτημα, ο άψογος, ο τέλειος, ο καλύτερος δυνατός.

B. Με την ισορροπημένη διατροφή εξασφαλίζεις **υγιή** οργανισμό. Για να είστε **υγιή** παιδιά, τρώτε καθημερινά φρούτα και λαχανικά!

- **υγιής, -ής, -ές** = αυτός που χαρακτηρίζεται από υγεία, δηλαδή τα όργανα του σώματός του είναι σε φυσιολογική κατάσταση.