

# ΠΩΣ ΔΙΑΤΥΠΩΝΟΥΜΕ ΤΙΣ ΔΙΚΕΣ ΜΑΣ ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΜΕΝΕΣ ΚΡΙΣΕΙΣ

---

1. Παρουσιάζουμε το θέμα – πρόβλημα
2. Διατυπώνουμε τη θέση – άποψή μας πάνω σ' αυτό (η θέση μας μπορεί να διατυπωθεί και ταυτόχρονα με την παρουσίαση του προβλήματος )
3. Παρουσιάζουμε τα επιχειρήματα με τα οποία στηρίζουμε την άποψη που διατυπώσαμε ( αιτιολόγηση )
4. Καταλήγουμε σε τελικό συμπέρασμα

## ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Θεωρείτε θετικό ή αρνητικό στοιχείο την ύπαρξη μιας επώνυμης διαφήμισης στη σελ. 43 του σχολικού βιβλίου ; Να διατυπώσετε την άποψή σας και να την αιτιολογήσετε με τα κατάλληλα επιχειρήματα .

**ΘΕΜΑ – ΠΡΟΒΛΗΜΑ** : Συχνά παρατηρούμε την ύπαρξη διαφημιστικών κειμένων στα σχολικά βιβλία που αφορούν μάλιστα επώνυμα και συγκεκριμένα προϊόντα. Προκύπτει λοιπόν το ερώτημα εάν αυτό είναι συμβατό με τη φιλοσοφία και το ρόλο του δημόσιου σχολείου .

**ΘΕΣΗ – ΑΠΟΨΗ** : Εστιάζοντας κατ' αρχήν στην αρνητική κριτική που δέχεται το γεγονός του καθημερινού βομβαρδισμού μας από διαφημιστικά μηνύματα, δεν μπορεί παρά να θεωρηθεί αντιφατικό στοιχείο η εμφάνισή τους και στο χώρο των σχολικών εγχειριδίων.

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΑ ( ΕΠΙΚΛΗΣΗ ΚΟΙΝΑ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ ΑΡΧΩΝ – ΑΞΙΩΝ )** : Είναι γενικά αποδεκτό ότι το δημόσιο σχολείο αποτελεί έναν μη κερδοσκοπικό χώρο ανακάλυψης – μετάδοσης της γνώσης, καλλιέργειας της κρίσης και εμφύσησης κοινά αποδεκτών αρχών και αξιών.

Ο χώρος της διαφήμισης, αντίθετα, καθώς λειτουργεί με κριτήρια εμπορικότητας , αποσκοπεί στην υποβάθμιση της κριτικής ικανότητας του ατόμου, προκειμένου να μεταβληθεί σε άβουλο αποδέκτη του διαφημιστικού μηνύματος και τελικά σε καταναλωτή του διαφημιζόμενου προϊόντος . Η αύξηση του καταναλωτισμού, ωστόσο, δεν μπορεί να είναι κριτήριο το οποίο υπεισέρχεται στο χώρο της εκπαίδευσης, καθώς η παιδεία αποτελεί ένα δημόσιο πνευματικό αγαθό .

Θα μπορούσε βέβαια ν' αντιτάξει κανείς ότι ένα έξυπνο διαφημιστικό κείμενο είναι δυνατόν να λειτουργήσει προς στην κατεύθυνση της καλλιέργειας της κριτικής ικανότητας των μαθητών, και μάλιστα στο πλαίσιο του διαλόγου μέσα στη σχολική πράξη . Στην περίπτωση αυτή ωστόσο επιβάλλεται αναμφίβολα η έλλειψη του επώνυμου στοιχείου - δηλωτικού του προς κατανάλωση προϊόντος, ώστε να πειστούμε για την αθωότητα των προθέσεων.

**ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ** : Επομένως, η ύπαρξη ενός διαφημιστικού κειμένου στο σχολικό βιβλίο είναι δυνατόν να επιτρέπεται, στο βαθμό που καλλιεργεί την κρίση και συμμετέχει στην ανακάλυψη της γνώσης, επιβάλλεται ωστόσο να μη σχετίζεται με εμπορικές επωνυμίες, εφόσον θα μπορούσε να ωθήσει το μαθητικό πληθυσμό στην κατανάλωση του συγκεκριμένου προϊόντος .