**ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΠΗΓΩΝ: ΤΑ ΑΓΑΘΑ –ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ**

Η διαφήμιση (εμπορική και υποκινητική) στοχεύει κυρίως στη χειραγώγηση του καταναλωτή μέσω του ελέγχου του θυμικού του ή της εκμετάλλευσης των ενστίκτων και των ψυχολογικών, συναισθηματικών αναγκών του. Παρ’ όλα αυτά η διαφήμιση μπορεί να έχει και εκπαιδευτικό και παιδαγωγικό χαρακτήρα, καθώς πετυχαίνει να αφυπνίσει και να ευαισθητοποιήσει τον καταναλωτή για μείζονα κοινωνικά προβλήματα υποκινώντας τον να υιοθετήσει θετικά κοινωνικά πρότυπα. **Να παρατηρήσετε τις ακόλουθες κοινωνικές διαφημίσεις και να σχολιάσετε το κοινωνικό μήνυμά τους αλλά και τον τρόπο με τον οποίο πετυχαίνουν τον ψυχολογικό επηρεασμό του δέκτη.** **Τέλος, να συντάξετε από μια λεζάντα για καθεμιά από αυτές[[1]](#footnote-1).**

**1η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**

|  |
| --- |
|  |
| **………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..** |

**2η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ**

|  |
| --- |
|  |
| ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….. |

**3η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ[[2]](#footnote-2)**

|  |
| --- |
|  |
| ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….. |

1. <https://www.lifo.gr/culture/design/oi-pio-amfilegomenes-diafimistikes-kampanies-tis-benetton> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.lifo.gr/culture/design/oi-pio-amfilegomenes-diafimistikes-kampanies-tis-benetton> [↑](#footnote-ref-2)