

CROSSING LANGUAGE BARRIERS

Θα μιλήσεις!
Αγγλικά, Γαλλικά, Γερμανικά, Ισπανικά, Ιταλικά
με inlingua, τη No1 μέθοδο στον κόσμο.

Από την Ελβετία τώρα και στην Ελλάδα!

Η εικόνα στην σελίδα [1] τυπώνεται στο «εξώφυλλο» διαφημιστικού φυλλαδίου (ιδιωτικού) κέντρου εκπαίδευσης ξένων γλωσσών· στο «εσωτερικό» υπάρχουν περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο διδασκαλίας κ.ά. χρηστικές πληροφορίες.

Περίγραψε την εικόνα.

Ποιο μήνυμα επιδιώκει να περάσει; Θεωρείς ότι πετυχαίνει;

Ποιος είναι ο σκοπός του συγκεκριμένου διαφημιστικού φυλλαδίου; Πού στοχεύει (σε ποιες ηλικιακές ομάδες);

Στον πυρήνα του συγκεκριμένου διαφημιστικού φυλλαδίου (που υπάρχει στην σύνθεση του «εξωφύλλου») υπάρχει μια αντίθεση· μπορείς να την επισημάνεις; Πώς λειτουργεί αυτή η αντίθεση στον αποδέκτη; Θεωρείς ότι αναιρεί την πειθώ του μηνύματος; Αν όχι, πώς επιχειρείται η πειθώ του αποδέκτη – μελλοντικού «καταναλωτή» του «προϊόντος» που διαφημίζεται;

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΡΗΤΟΡΙΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

(Τα υπέρ και τα κατά της διαφήμισης)

Κανόνες αγώνα λόγων:

(1) Δύο ομάδες υποστηρίζουν δύο αντίθετες όψεις / θέσεις δοσμένου θέματος· η μία ομάδα αποτελεί τον Λόγο (Λ.) ενώ η άλλη τον Αντίλογο (Α.)· οι Κριτές (Κ.) κρίνουν τα επιχειρήματα των ομάδων ως προς την πειστικότητα – ισχύ τους (σαφήνεια, επάρκεια, δύναμη πειθούς κ.ά.)

(2) Κάθε εκπρόσωπος εκάστης ομάδας έχει ορισμένο χρόνο να εκθέσει τα επιχειρήματά του (π.χ., 3 min)· κατά τη διάρκεια της αγόρευσής του κανείς δεν τον διακόπτει ενώ η/ο εκπρόσωπος επιχειρεί, με το λόγο και τη στάση του, να επιβληθεί και να πείσει τους αντιπάλους και τους κριτές.

(3) Μετά την περάτωση της αγόρευσης του πρώτου εκπροσώπου της ομάδας του Λόγου, η/ο εκπρόσωπος του Αντιλόγου λαμβάνει το λόγο και, εντός ίσου χρόνου και με τον ίδιο τρόπο, απαντά – ανασκευάζει τα επιχειρήματα της/του εκπροσώπου του Λόγου και φέρει (αντ)επιχειρήματα για να υποστηρίξει τη θέση του Αντιλόγου.

(4) Την ίδια διαδικασία ακολουθούν και οι υπόλοιποι αγορητές.

(4) Οι τελευταίοι εκπρόσωποι συνοψίζουν και επιχειρούν να προκαλέσουν ισχυρή εντύπωση υπέρ της θέσης που υποστηρίζουν.

Προετοίμασε επιχειρήματα υπέρ και κατά της διαφήμισης. Να λάβεις υπόψη: το σκοπό της διαφήμισης, τα μέσα που χρησιμοποιεί, τα ηθικά ζητήματα που εγείρονται (π.χ., χειραγώγηση – «αφιονισμός», πλύση εγκεφάλου, υποσυνείδητη λειτουργία κ.ά.), την κοινωνική λειτουργία της διαφήμισης, το ότι αποτελεί ένα επικοινωνιακό γεγονός σε μια εποχή πολύ-πληροφορίας κ.ά.