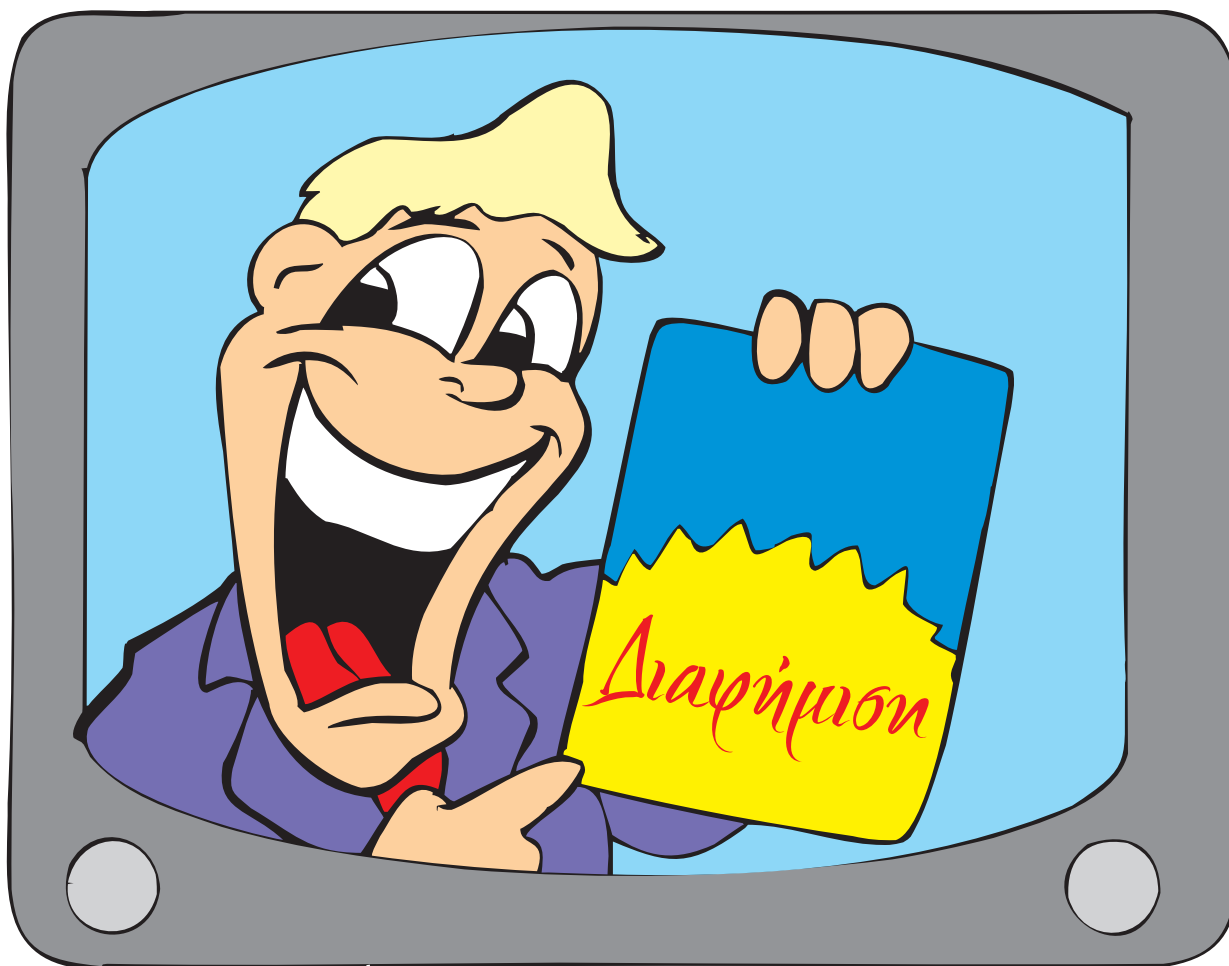


ΕΝΟΤΗΤΑ 16

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



Β' Γυμνασίου

ΠΡΟΚΑΛΕΙ ΤΗ ΓΕΥΣΗ ΣΑΣ

Heřo



Heřo, η μαρμελάδα που ξεχωρίζει,
φτιαγμένη από ολόφρεσκα φρούτα,
χωρίς καθόλου συντηρητικά.

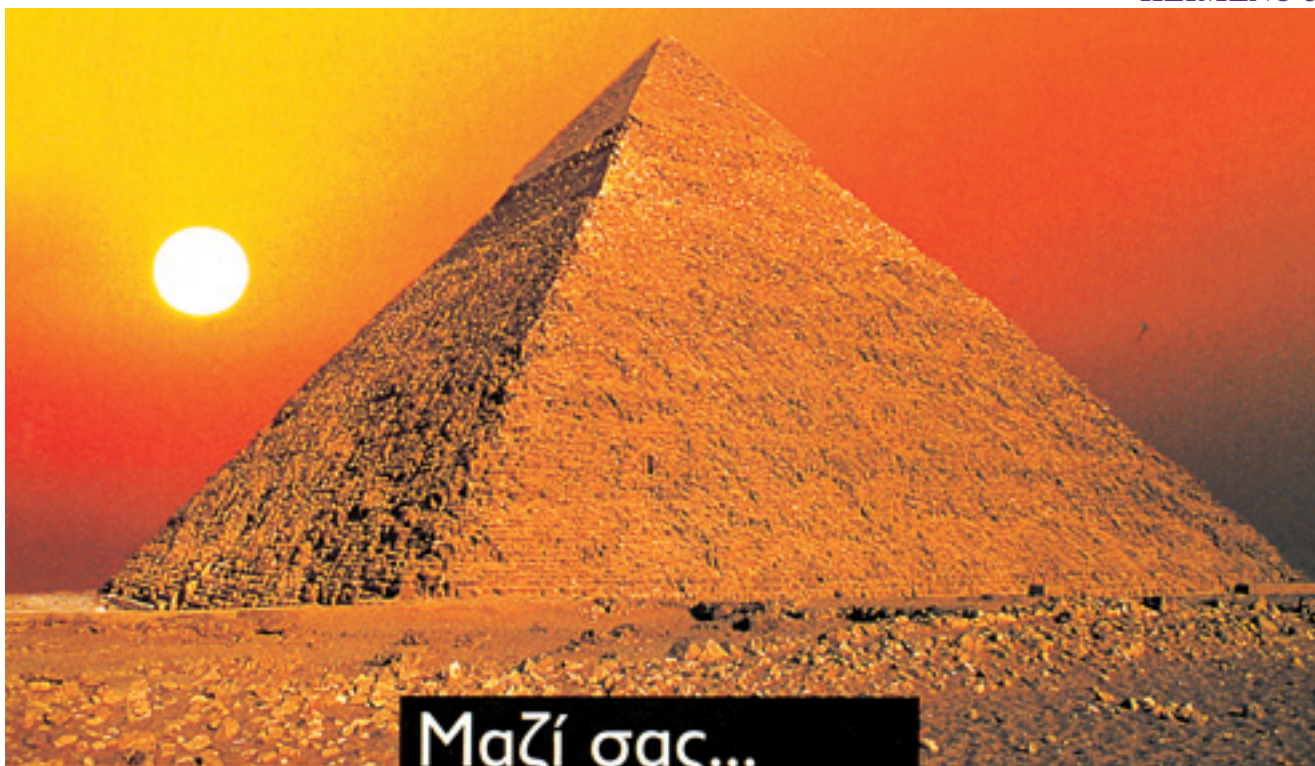
Σε 8 διαφορετικές γεύσεις,
η κάθε μια μοναδική σε απόλαυση,
μοναδική σε φρεσκάδα.

Heřo

Η ΚΑΛΗ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ



ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ : ΕΛΛΑΣ ΜΕΞ Α.Ε., ΤΗΛ.:4914555



Μαζί σας...
όπου κι αν πάτε!



BARTUGGI®
ΤΣΑΝΤΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

ΣΕ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΕ ΤΟ ΣΗΜΑ BARTUGGI ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ: BARTUGGI HELLAS (ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΤΙΡΙΑΚΙΔΗ): ΣΑΜΟΥ 47, 151 25 ΜΑΡΟΥΣΙ
ΤΗΛ: 010/68.91.902, FAX: 010/68.32.476, e-mail: bartuggi@hol.gr

Α. Τι είναι η διαφήμιση και πώς φτιάχνεται.

1ο μέρος

- Στις μέρες μας διαφημίσεις υπάρχουν παντού: στις εφημερίδες, στα περιοδικά, στο ραδιόφωνο, στην τηλεόραση, στους τοίχους (αφίσες).
- Η διαφήμιση δίνει πληροφορίες, ενημερώνει για τα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά. Προσπαθεί όμως συγχρόνως να πείσει τον καταναλωτή να τα αγοράσει. Άραγε λέει όλη την αλήθεια; Μήπως μιλάει μόνο για τα πλεονεκτήματα ενός προϊόντος και καθόλου για τα μειονεκτήματα;
- Η έντυπη διαφήμιση αποτελείται πιο συχνά από:
 - ◆ Μια εικόνα (φωτογραφία ή σκίτσο).
 - ◆ Το όνομα του προϊόντος π.χ. γιαούρτι Τοτάλ
 - ◆ Τη "φίρμα" ή "μάρκα" του προϊόντος π.χ. ΦΑΓΕ, ΕΒΓΑ.
 - ◆ Ένα "σλόγκαν", δηλαδή μια μικρή φράση που μας τραβάει αμέσως την προσοχή, έξυπνη, διασκεδαστική, εύκολη να τη θυμόμαστε και να την επαναλαμβάνουμε. Μιλάει συνήθως για το σημαντικότερο προσόν του προϊόντος.
 - ◆ Ένα κείμενο που σχολιάζει ή περιγράφει το προϊόν (περιγραφικό κείμενο).
- Πολλές φορές εκτός από το σλόγκαν εμφανίζεται στις διαφημίσεις και μια άλλη σύντομη φράση, ένας τίτλος, στο πάνω μέρος συνήθως της διαφήμισης, για να τραβήξει το ενδιαφέρον του καταναλωτή.
- Σε μια διαφήμιση δεν υπάρχουν πάντα όλα τα παραπάνω στοιχεία. Μπορεί να υπάρχει μόνο η εικόνα και το όνομα του προϊόντος ή το σλόγκαν κτλ.
- Στα διαφημιστικά κείμενα χρησιμοποιείται πολύ συχνά η προστακτική έγκλιση, αφού βασικός στόχος των διαφημίσεων είναι να προσπαθήσει να κάνει τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν που διαφημίζεται.



1. Παρατηρήστε τις διαφημίσεις 1 – 3
 - Ποιο προϊόν διαφημίζει κάθε μία από αυτές;
 - Ποιο είναι το όνομά του; Ποια η μάρκα του; (Αν υπάρχει.)
 - Ποιο είναι το "σλόγκαν"; Υπάρχει και περιγραφή;
2. Ποια διαφήμιση παρουσιάζει το προϊόν χωρίς περιγραφικό κείμενο; Γιατί ο διαφημιστής διάλεξε αυτό τον τρόπο; Ποιος είναι εδώ ο ρόλος της εικόνας;
3. Ποια σας αρέσει περισσότερο; Γιατί;
4. Παρατηρήστε τη διαφήμιση 3. Τι σχέση υπάρχει μεταξύ του σλόγκαν, της εικόνας και του προϊόντος που διαφημίζεται;



Γλυκό... ταξίδι!



Με τα πρώτα συμπτώματα ναυτίας,
μασήστε μια TRAVEL-GUM σαν κανονική τσίχλα...
Μετά από 2-3 λεπτά θα απολαμβάνετε το ταξίδι σας!

Κεντρ. Διόθεση: HEALTH CARE PRODUCTS ΡΟΥΣΣΕΑΤ 21, ΠΕΡΙΣ
Τηλ. 010 5757125 - 010 5773836 Fax: 010 5711655
www.sanagens.gr e-mail: sanagens@otenet.gr

Τα μάτια σας δεκατέσσερα

ΤΑ ΟΠΤΙΚΑ ΑΡΑΘΥΜΟΣ
ΣΑΣ «ΟΠΛΙΖΟΥΝ» ΜΕ ΙΔΑΝΙΚΑ
ΖΕΥΓΑΡΙΑ ΓΥΑΛΙΩΝ. ΑΥΤΑ
ΠΟΥ ΠΡΟΣΕΧΟΥΝ ΤΑ ΜΑΤΙΑ ΣΑΣ
ΕΝΩ ΕΣΕΙΣ ΤΡΑΒΑΤΕ ΤΗΝ
ΠΡΟΣΟΧΗ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ.



Ένα από τα διάσημα ζευγάρια που κυκλοφορούν στα -14 πλέον- καταστήματα ΟΠΤΙΚΑ ΑΡΑΘΥΜΟΣ είναι για τα μάτια σας μόνο. Εσείς δεν έχετε παρά να διαλέξετε ανάμεσα σε Gucci, Christian Dior, Yves Saint Laurent, Valentino, Oliver, Polo Ralph Lauren, Max Mara, Carrera, Blue Bay και Diesel. Αυτό το καλοκαίρι μην αφήσετε την ακτινοβολία του ήλιου να διαπεράσει το βλέμμα σας, αλλά δείτε τον κόσμο μέσα από ένα ζευγάρι γυαλιά εγγυημένα για την ποιότητά τους από τα ΟΠΤΙΚΑ ΑΡΑΘΥΜΟΣ.

Νέο κατάστημα: Περιστέρι, Παναγή Τσαλδάρη 95, τηλ. 010-5787116



Το μήνυμα είναι στο μπουκάλι

Περιεργαστείτε το μπουκάλι. Αγγίξτε τις γραμμές και τις καμπύλες που το έκαναν συλλεκτικό. Βρείτε το μήνυμα χαραγμένο επάνω του: "Χρυσούν Βραβείον Διεθνούς Εκθέσεως Θεσσαλονίκης". Τώρα απολαύστε και το περιεχόμενο. Ένα ακόμη μήνυμα θα σας αποκαλυφθεί. Η γεύση της ΕΨΑ, πάντα συναρπαστικά απολαυστική!



...στη δίψα!

Αναψυκτικό ΕΨΑ
Νέα Ψυγεία Αγριάς ΑΕ
Αγριά Βόλου, 373 00 Βόλος
Τηλ. (0428) 91901-3 Fax: (0428) 91900



Υπάρχει όμως μια COLGATE στα μέτρα του...

Η **COLGATE JUNIOR** είναι μία οδοντόκρεμα σχεδιασμένη ακριβώς στα μέτρα των παιδιών: με ειδικά **μελετημένη σύνθεση**, είναι διασκεδαστική και βέβαια, είναι COLGATE. Σαν COLGATE, περιέχει την κατάλληλη ποσότητα **Fluoride** ώστε να προσφέρει την ιδανική προστασία κατά της τερηδόνας στα παιδικά δόντια.

Σαν **COLGATE JUNIOR**, είναι αστραφτερή, γαλαζοπράσινη **gel σε σχήμα αστεριού**. Έχει **απίθανη γεύση** φρουτο-ταιχλας που συγκινεί και τους πιο...

δύσκολους! Περιποιείται απαλά το ευαίσθητο σμάλτο των παιδικών δοντιών και, επιπλέον, κάνει λιγότερο αφρό από τις οδοντόκρεμες των μεγάλων κι έτσι χρησιμοποιείται πιο εύκολα απ' τα παιδιά.

Γνωρίζοντας πόσο σημαντικό είναι για σας να αποκτήσουν τα παιδιά σας σωστές συνήθειες στοματικής υγιεινής, η COLGATE δημιούργησε

την **COLGATE JUNIOR**.

Την οδοντόκρεμα που κάνει το βούρτσισμα διασκέδαση.



Colgate 

Στα μέτρα των παιδιών.

Λευκές αποδράσεις

Κάντε το χιόνι
να ζηλέψει το
λευκό των
δοντιών σας.

Η Colgate Whitening
σας προσκαλεί σε
λευκές αποδράσεις:

στις 18/3 & στις 25/3
σε αγώνα
slalom ski
στο χιονοδρομικό
κέντρο
Καλαβρύτων
στο χιονοδρομικό
κέντρο Παρνασσού
(Κελάρια)

με πλούσια δώρα και εκπλήξεις!



Πιο λευκά δόντια
χωρίς φθορά στο σμάλτο



ΔΙΑΛΕΞΤΕ ΟΔΟΝΤΟΠΙΑΣΤΑ ΘΑ ΣΑΣ ΧΡΕΙΑΣΤΕΙ...

ΑΚΟΥΣΤΕ STAR FM ΚΑΙ ΧΑΜΟΓΕΛΑΣΤΕ

Star

Star FM

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 97.1 • ΑΘΗΝΑ 89.8

ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ ΑΠΟ ΚΑΛΗ ΠΑΣΤΑ

Α. Τι είναι η διαφήμιση και πώς φτιάχνεται.

2ο μέρος



1. Παρατηρήστε τις διαφημίσεις 4^α και 4^β. Τι σας θυμίζει το σλόγκαν; Γιατί το διάλεξε ο διαφημιστής;

2. Τώρα παρατηρήστε τις διαφημίσεις 5^α - 5^δ. Ποια λέξη του κειμένου ή του σλόγκαν έχει σχέση με την εικόνα και δείχνει τη βασική ιδέα της διαφήμισης; Ποια είναι αυτή;



3. Παρατηρήστε τις διαφημίσεις 4^α, και 5^α - 5^δ: Με ποιο τρόπο χρησιμοποιούνται σ' αυτές η παρομοίωση και η μεταφορά;

4. Βρείτε στα σλόγκαν ή στα κείμενα των διαφημίσεων 5^α, 5^γ, 5^δ τα ρήματα που είναι σε προστακτική έγκλιση. Πιστεύετε ότι η προστακτική των ρημάτων στις διαφημίσεις μας προτείνει να κάνουμε κάτι ή μας δίνει εντολή;

5. Ξαναγράψτε τα σλόγκαν των ίδιων διαφημίσεων αλλάζοντας την έγκλιση των ρημάτων από προστακτική σε υποτακτική. Υπάρχει κάποια διαφορά στη σημασία τους;



6. Φανταστείτε ένα προϊόν που θα θέλατε να διαφημίσετε. Κόψτε από περιοδικά φωτογραφίες και γράμματα και φτιάξτε τη διαφήμισή σας με χαρτοκολλητική εργασία συμπληρώνοντας το όνομα του προϊόντος, τη μάρκα του, ένα σλόγκαν και ένα κείμενο περιγραφής.



Άλλες εποχές έχουν εξαφανιστεί.
Γι αυτό αγωνίζονται να προστατέψουν τη δική τους.



Perpetual Spirit

Η Dr. Sylvie Earle, ερευνήτρια του National Geographic Society. Αγωνίζεται μέρα με τη μέρα για τη διάσωση και την προστασία της υποθαλάσσιας ζωής με ακλόνητο θάρρος και αποφασιστικότητα. Ο George Schaller δίνει μια παρόμοια μάχη αλλά στην ξηρά. Ξαν επιστήμονας έχει αφιερώσει τον εαυτό του στην προστασία της λεοπαρδαλής του χιονιού, των panda και άλλων μεγάλων θηλαστικών. Κάθε ένας ξεχωριστά, είναι ένα παράδειγμα στην προσπάθεια για την προστασία του πλανήτη μας.



Rolex GMT-Master II and Rolex Lady-Datejust.
Officially Certified Swiss Chronometers.

ΛΕΥΚΑΔΑ • ΚΟΝΙΤΣΑ • ΖΑΓΟΡΙ • ΓΡΕΒΕΝΑ • ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ • ΑΡΚΑΔΙΑ



Η μεγαλύτερη εταιρεία Rafting στην Ελλάδα!

Rafting • Πεζοπορία • Παιδικές κατασκηνώσεις • Ski • Περιηγήσεις

GO Rafting!

Ζήστε μια μοναδική εμπειρία στα ομορφότερα Ελληνικά ποτάμια!

...τα καθαρότερα της Ευρώπης: Αώος (Κόνιτσα), Άραχθος (Τζουμέρκα), Λούσιος (Αρκαδία), Βοϊδομάτης (Κόνιτσα - Ζαγόρι), Βενέτικος (Γρεβενά), Αγγίτης (Σέρρες). Ιδανικές διαδρομές για αρχάριους αλλά και έμπειρους από 2 ώρες μέχρι 3 ημέρες!

Πληροφορίες: No Limits • ΚΟΝΙΤΣΑ Τηλ: 06550-23777 (5 γραμμές)
• ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ Τηλ: 0310-253883-4 • ΓΡΕΒΕΝΑ Τηλ: 04620-25125
www.nolimits.com.gr • e-mail: info@nolimits.com.gr



Μέλος του Ομίλου
ΘΕΜΕΛΙΟΔΟΜΗ



Ένα κρασί φτιαγμένο για... Θεούς



Παράσταση από κείμενο του 520 π.Χ.
Ο Γανυμήδης, αγαθός και αγαπητός του Δία,
προσφέρει κρασί στο Δία για σπονδές.

Χιλιάδες χρόνια πριν το ξακουστό κρασί από τα Θεσσαλικά αμπέλια στους πρόποδες του Ολύμπου, συντρόφευε τα συμπόσια των Θεών και των ανθρώπων. Σήμερα, στα ίδια αμπέλια και με την ίδια παράδοση, φτιάχνουμε το Θεσσαλικό Τσάνταλη. Λαμπερό, χρυσοπράσινο, με πλούσιο άρωμα ροσέτων σταφυλιών και γεμάτη, δροσιστική γεύση. Εσείς ανοίξετε ένα Θεσσαλικό και απολαύστε ένα κρασί φτιαγμένο για... Θεούς.

ΘΕΣΣΑΛΙΚΟΣ ΤΣΑΝΤΑΛΗ,

ένα κρασί φτιαγμένο για... Θεούς



Η φιάλη του Θεσσαλικού Τσάνταλη είναι αντιγραφή από αρχαίο αγγείο του 13ου αιώνα π.Χ., που βρέθηκε σε σκαπάνες στον Ολύμπο και μαρτυρεί τη μεγάλη παράδοση των Θεσσαλών στην τέχνη του καλού κρασιού.

Α. Τι είναι η διαφήμιση και πώς φτιάχνεται.

3ο μέρος



1. Διαβάστε το περιγραφικό κείμενο της διαφήμισης θα και απαντήστε στις ερωτήσεις:
 - Τι εννοούμε με τον όρο «υποθαλάσσια ζωή»; Κοιτάξτε το λεξικό σας.
 - Βρείτε στην εγκυκλοπαίδεια πληροφορίες για τα ζώα που μιλάει το κείμενο (λεοπαρδαλη του χιονιού, πάντα (panda), θηλαστικά).
 - Τι σχέση υπάρχει μεταξύ του είδους που διαφημίζεται, του σλόγκαν και της εικόνας; Γιατί ο διαφημιστής επέλεξε αυτό τον τρόπο για να διαφημίσει τη συγκεκριμένη μάρκα ρολογιού;



2. Στο διαφημιστικό κείμενο υπάρχει ο παρακείμενος ενεργητικής φωνής «έχει αφιερώσει» του ρήματος «αφιερώνω». Ο παρακείμενος, δηλαδή, σχηματίζεται από το ρήμα «έχω» και έναν άκλιτο τύπο του ρήματος με κατάληξη **-σει** (π.χ. **έχω χάσει**).

[Με τον ίδιο τρόπο περίπου σχηματίζεται και ο υπερσυντέλικος (**είχα χάσει**) και ο συντελεσμένος μέλλοντας (**θα έχω χάσει**)].

- Το ίδιο γίνεται και στην παθητική φωνή (κατάληξη **-θει** π.χ. **έχω χαθεί, είχα χαθεί, θα έχω χαθεί**).

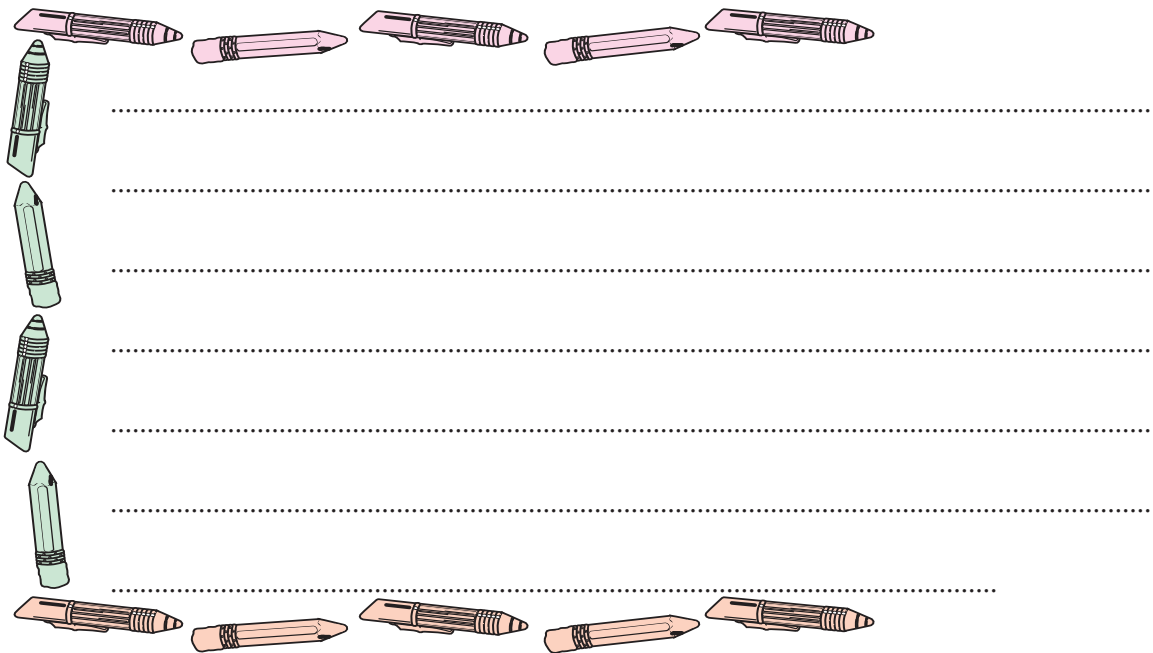
Ο παρακείμενος παθητικής φωνής όμως σχηματίζεται και με άλλο τρόπο: με το βοηθητικό ρήμα «είμαι» και τη μετοχή παθητικού παρακειμένου του ρήματος.

Στο ρήμα «χάνομαι» για παράδειγμα ο παθητικός παρακείμενος είναι: **έχω χαθεί** και **είμαι χαμένος**.

[Το ίδιο περίπου γίνεται και για τον υπερσυντέλικο (**ήμουν χαμένος**) και το συντελεσμένο μέλλοντα (**θα είμαι χαμένος**)].

Αλλάξτε στο παρακάτω κείμενο τα υπογραμμισμένα ρήματα βάζοντας στη θέση του παθητικού παρακειμένου τον άλλο τύπο του:

«Οι πόρτες του σχολείου είναι ανοιγμένες από τις οχτώ το πρωί. Με το χτύπημα του κουδουνιού τα παιδιά είναι παραταγμένα στις σειρές τους. Όταν ανεβαίνουν στις τάξεις, σε λίγα λεπτά, τα βιβλία είναι ανοιγμένα, η ημερομηνία είναι γραμμένη στον πίνακα και οι μαθητές είναι προετοιμασμένοι για το μάθημα.»



Συγκρίνοντας τα δύο κείμενα παρατηρείτε κάποια διαφορά στο νόημα τους;

3. Παρατηρήστε τη διαφήμιση **6β**.

- Ξέρετε τι σημαίνει «rafting» στα ελληνικά;
- Βρείτε στο χάρτη τα μέρη για τα οποία μιλάει το κείμενο της διαφήμισης.
- Αν θέλατε να επικοινωνήσετε για να πάρετε πληροφορίες για κάποιο από τα προγράμματα της συγκεκριμένης εταιρείας, τι ερωτήσεις θα κάνατε;

4. Διαβάστε το περιγραφικό κείμενο της διαφήμισης **6γ**.

- Πώς φτιάχνεται το κρασί που διαφημίζεται;
- Γιατί η διαφήμιση στηρίζεται στην ιδέα των θεών που πίστευαν οι αρχαίοι έλληνες;
- Πού κατοικούσαν αυτοί οι θεοί, ξέρετε;

NOKIA 3210

Εσωτερικά το νέο Nokia 3210 είναι πολύ "σοβαρό" και "εργαστικό". Τα δυνατά του σημεία το αποδεικνύουν. Ο χρόνος αναμονής ξεπερνάει τις δύο εβδομάδες χωρίς επαναφόρτιση της μπαταρίας. Λειτουργεί και στα δύο δίκτυα για να εξασφαλίζει απόλυτα αξιόπιστη κάλυψη. Είναι το πρώτο κινητό τηλέφωνο το οποίο σας επιτρέπει να στέλνετε σύντομα μηνύματα με εικόνες! Εξωτερικά το νέο Nokia 3210 έχει τον τρόπο να γίνεται διασκεδαστικό. Είναι το πρώτο κινητό τηλέφωνο με καλύμματα γρήγορης τοποθέτησης τα οποία μπορείτε να αλλάξετε μπρος και πίσω. Νέο Nokia 3210. Σοβαρό εσωτερικά, διασκεδαστικό εξωτερικά. Με τα καλύμματα μπορείτε τώρα να αλλάξετε και τις δύο πλευρές.

Fun outside.

Serious inside.



www.nokia.com

NOKIA

CONNECTING PEOPLE

ALPHA COPY S.A.

ΕΞΟΥΣΙΟΔΟΤΗΜΕΝΟΣ ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΑΝΟΜΕΑΣ ΓΙΑ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΚΥΠΡΟ

□ ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ: ΦΡΑΓΚΟΥΔΗ 5 • 176 71 ΚΑΛΛΙΔΕΑ, ΑΘΗΝΑ • ΤΗΛ.: (01) 92 03 700 • FAX: (01) 93 03 799

□ NOKIA PROFESSIONAL CENTER ΑΘΗΝΩΝ: ΕΛ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ 71 • 176 71 ΚΑΛΛΙΔΕΑ, ΑΘΗΝΑ • ΤΗΛ.: (01) 95 75 961 - 95 76 384 • FAX: (01) 95 76 385

□ NOKIA PROFESSIONAL CENTER ΘΕΣΣΟΝΙΚΗΣ: ΛΕΩΦ. ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΝΤΙΣΤΑΣΕΩΣ 122 • 551 33 ΚΑΛΑΜΑΡΙΑ, ΘΕΣΣΟΝΙΚΗ • ΤΗΛ.: (031) 45 67 63 • FAX: (031) 45 67 64

□ NOKIA PROFESSIONAL CENTER ΠΑΤΡΩΝ: ΑΓ. ΑΝΔΡΕΑ 122 • 262 21 ΠΑΤΡΑ • ΤΗΛ.: (061) 22 24 15 • FAX: (061) 22 24 85

□ NOKIA PROFESSIONAL CENTER ΚΡΗΤΗΣ: 20Φ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΥ & ΧΑΝΔΑΚΟΣ 58 • 712 02 ΗΡΑΚΛΕΙΟ • ΤΗΛ.: (081) 34 42 98 - 28 98 72 • FAX: (081) 34 61 95

e-mail:nokia@hol.gr



Πάρε ΔΥΝΑΜΗ

ADDITIVA® Πολυβιταμίνες

Ζεις και εργάζεσαι έντονα; Γυμνάζεσαι; Νιώθεις εξάντληση και αδυναμία; Είσαι άνδρας ή γυναίκα στη μέση ηλικία; Έχεις άγχος; Η διατροφή σου είναι ελλιπής;

Δώσε στον οργανισμό σου τη δύναμη που χρειάζεται κάθε μέρα, με τις πολυβιταμίνες ADDITIVA. Πλήρη και ισορροπημένα συμπληρώματα διατροφής, σε καταπνόμενα ή αναβράζοντα διακία. Ειδικά μελετημένα για να καλύπτουν το σύνολο των καθημερινών απαιτήσεων του οργανισμού σε βιταμίνες και μέταλλα.



Μόνο στα φαρμακεία

**Lavipharm
Hellas**

LAVIPHARM HELLAS OTC DIVISION Αγίας Μαρίας, 190 02 Πλαγία Αττικής, Τηλ.: 010 6691354, Fax: 010 6691359, www.lavipharm.com



100cc Scooters www.yamaha-motor.jp







Α. Τι είναι η διαφήμιση και πώς φτιάχνεται.

4ο μέρος



1. Στις διαφημίσεις **7α-7γ** σβήστηκαν κατά λάθος κάποια από τα κείμενα. Τι λείπει; Σκεφτείτε ποιος θα μπορούσε να είναι ο τίτλος, το σλόγκαν και το περιγραφικό κείμενο (ή κάποιο από τα τρία π.χ. το σλόγκαν). Σκεφτείτε ότι θα πρέπει να ταιριάζουν με τη βασική ιδέα της διαφήμισης, όπως φαίνεται στην εικόνα. (Ποια έγκλιση χρησιμοποιείται περισσότερο στα διαφημιστικά κείμενα; Χρησιμοποιήστε όσο το δυνατόν περισσότερο την προστακτική έγκλιση.)
2. Φανταστείτε ότι είστε διαφημιστές και πρέπει να ετοιμάσετε μια διαφήμιση για κάποιο από τα είδη των κειμένων **8^α-8γ**. Διαλέξτε ένα από αυτά και σκεφτείτε πού θα στηρίξετε τη διαφήμισή σας. Σε τι περιβάλλον ("φόντο") θα το παρουσιάζατε; Θα υπάρχουν πρόσωπα στη διαφήμιση; Ποια και πώς θα είναι αυτά; Δίπλα σε ποια άλλα αντικείμενα θα το παρουσιάζατε; Το σλόγκαν που θα φτιάξετε ποια σχέση θα έχει με την εικόνα ή με το όνομα του προϊόντος;



3. Μαγνητοφωνήστε κάποιες διαφημίσεις από το ραδιόφωνο. Ακούστε τες μέσα στην τάξη. Ποιες είναι οι διαφορές τους με τις διαφημίσεις που βρίσκουμε στις εφημερίδες και τα περιοδικά;

4. Περιγράψτε μια διαφήμιση από την τηλεόραση στους συμμαθητές σας. Ποιες είναι οι διαφορές σ' αυτή την περίπτωση;



5. Αλλάξτε τώρα τη διαφήμιση που φτιάξατε (εργ. 2), για να ακουστεί από το ραδιόφωνο και περιγράψτε πώς θα την παρουσιάζατε στην τηλεόραση. Φανταστείτε στη συνέχεια ότι είστε ηθοποιοί και παρουσιάζετε τη διαφήμιση πρώτα από το ράδιο και μετά από την τηλεόραση. Για να δείτε πόσο καλά παίξατε το ρόλο σας, μαγνητοφωνήστε, αν είναι δυνατόν, την παρουσίασή σας και ακούστε την.



Ηλεκτρική συσκευή Tefal Versalio

Τηγανίζει, μαγειρεύει, σοτάρει αλλιά και διατηρεί ζεστό το φαγητό! Μαγειρεύει ακόμα και με μία κουταλιά λάδι, ενώ διαθέτει αποσπώμενο κάδο και φίλτρο κατά των σμύλων (από 35.500 δρχ. / 104,81 €).



Ηλεκτρική φριτέζα Tefal Smart

Με αποσπώμενο αντικολλητικό κάδο, καλήθρο και που μπαίνουν στο πλυντήριο πιάτων. Σε σχήμα μεγαλύτερη ευκολία στην αποθήκευση. Χωρητικότητα 1 kg (από 27.900 δρχ. / 81,88 €).



Ηλεκτρικό BBQ Tefal Excelio

Με αποσπώμενη αντικολλητική πλάκα γκριλ και σύστημα ψησίματος contact για γρήγορο & ομοιόμορφο ψήσιμο χωρίς μυρωδιές (από 20.900 δρχ. / 61,34 €).

«Χειμωνιάτικα μαγειρέματα»

Απολαύστε τις μέρες του χειμώνα με καλή παρέα αλλιά και με καλό φαγητό. Η Tefal σας προτείνει συσκευές που θα σας λύσουν τα χέρια, δημιουργώντας εύκολα και γρήγορα συνταγές που θα εντυπωσιάσουν τους φίλους σας! Μαγειρέψτε παέλια με τη μοναδική πολυσυσκευή της Tefal Versalio. Τηγανίστε νόστιμες & τραγανές πατάτες στη φριτέζα Tefal Smart Clean. Ψήστε τις μπριζόλες σας σαν στα



Κρεπίερα Tefal 39270



Πειτρολάνος

Οίνος Λευκός Ξηρός Επιτραπέζιος – Παραγωγός: Αυδία Ράκου

Κύθηρα. Νησί στεγνό, στο μισό του δρόμου ανάμεσα στη Μάνη και την Κρήτη. Τόπος βέων, καταφύγιο πειρατών, αλλά και πηγή έμπνευσης των ποιητών. Βασίλειο της πέτρας, άνυδρα, με χώμα ελάχιστο. Και σ' αυτό το ελάχιστο κάποιοι επιμένουν, σκίνες τώρα, να καλλιεργούν αμπέλια. Με το πείσμα των ανθρώπων, που κάνουν τους βράχους να καρπίζουν. Κλήματα διάσπαρτα, φυτεμένα χωρίς σχέδιο, σχεδόν προκαλώντας τους νόμους της φύσης. Το λευκό σταφύλι το λένε Πειτρολάνο και φαντάζομαι πως πιο ταιριαστό όνομα δεν θα μπορούσε να βρεθεί. Η κυρία Αυδία Ράκου και οι συνεργάτες της φαίνεται πως αγαπούν με πάθος το νησί τους. Συνεχίζοντας το όραμα του πατέρα και του θείου της, έστησε το χαριτωμένο μικρό οينوποιείο της στους χώρους ενός αναπαλαιωμένου νεοκλασικού κτιρίου, που παλιότερα χρησίμευε σαν δημοτικό σχολείο. Η πρώτη ύλη λιγοστή και συγκεντρώνεται με κόπο, όμως γι' αυτό και η προσπάθεια αξίζει με το παραπάνω την προσοχή σας. Προσεγγίζοντας τον λευκό Πειτρολάνο –η άλλη δημιουργία του οينوποιείου, ο ερυθρός Αρκαράς, παρουσιάζει λιγότερο ενδιαφέρον, τουλάχιστον για τους καταναλωτές των πόλεων– ανακαλύπτουμε ένα κρασί με «γήινη» προσωπικότητα που σαφώς διαφέρει από τις διεθνείς γεύσεις της μόδας. Ακριβώς όμως αυτή η διαφορά είναι κι η ομορφιά του. Χαρίστε το λαμπερό χρυσόξανθο χρώμα του, το ιδιότυπο μπουκέτο του που θυμίζει ξερά λουλούδια, φρούτα ξερά, ρετσίνα και ξύλο, το ευχάριστο, γεμάτο, αν και λίγο ρουστίκ στόμα του και την ανώδυνη επίγευσή του, συνοδεύοντας θαλασσανούς μεζέδες, ψάρια τηγανητά αλλά και μαγειρευτά λευκά κρέατα. Πίνεται κρύο, στους 8-10 βαθμούς Κελσίου.

A. Ν Ανδρουλιδάκης

Η ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ ΜΠΑΛΑ ΤΟΥ WORLD CUP 2002

Στα πλαίσια της επίσημης χορηγίας της στο Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου 2002 της FIFA, η BRAUN εξασφάλισε και προσφέρει σε 1.300 τυχερούς την αυθεντική μπάλα της διοργάνωσης. Κατόπιν διαγωνισμού ή κλήρωσης –με την αγορά οποιουδήποτε μοντέλου ξυριστικής μηχανής Syngro– παίρνετε δώρο την μπάλα-φετίχ της FIFA. Επωφεληθείτε και δώστε μια νέα διάσταση στο ξύρισμά σας, αποκτώντας παράλληλα ένα συλλεκτικό κομμάτι του πιο δημοφιούς αθλήματος στον κόσμο.



Ταχυδρόμος τ.115

Νέο γάλα mmmilk:

ΤΩΡΑ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΔΕΛΤΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΓΑΛΑ ΥΨΗΛΗΣ ΠΑΣΤΕΡΙΩΣΗΣ

Το γάλα mmmilk είναι μια καινοτόμος πρόταση της ΔΕΛΤΑ στην αγορά των γαλάτων μεγάλης διάρκειας. Είναι ένα γάλα υψηλής παστερίωσης, 100% ελληνικό, πλούσιο και απολαυστικό σε γεύση, το οποίο διαρκεί 20 ημέρες στο ψυγείο.

Κυκλοφορεί σε μοντέρνα συσκευασία, ασφαλής και πρακτική. Πρόκειται για ένα ειδικά μελετημένο μπουκάλι, κατάλληλο για τις ελληνικές κλιματολογικές συνθήκες, το οποίο είναι αδιαπέραστο από το φως, προστατεύει το προϊόν από τους εξωτερικούς παράγοντες και είναι 100% ανακυκλώσιμο. Επιπλέον έχει αλουμινόφυλλο ασφαλείας και πώμα που ξαναβιδώνει έτσι ώστε να διασφαλίζεται απόλυτα η ποιότητα του γάλακτος.



FANTA LIGHT:

Ξένοιαστη απόλαυση, λιγότερες θερμίδες

Η Fanta Light είναι η νέα απολαυστική επιλογή με γεύση πορτοκαλι που θα δροσίσει το καλοκαίρι μας!

Η Fanta Light χαρακτηρίζεται από το συνδυασμό αυθεντικής γεύσης Fanta Πορτοκαλι με λιγότερες θερμίδες, καθώς δεν έχει πρόσθετη ζάχαρη. Το αποτέλεσμα... είναι γεύση και άρωμα πορτοκαλιού που δροσίζει, διασκεδάζει και ξεκουράζει όσους αναζητούν ξένοιαστη απόλαυση στη διάρκεια της ημέρας τους!



Έφυλον τ.590

RO-DON:

Η λύση στο ροχαλητό!

Μια έξυπνη και απλή ιδέα για να κόψι κανείς το ροχαλητό! Αποσπείραται από ένα δείκτη χαμηλών συκνοτήτων, που τοποθετείται στο κομοδίνο, και με ελαφριές αλλά σθόρυβες δονήσεις κάτω από το μαξιλάρι αποτρέπει τη συνέχιση του ροχαλητού.



Έφυλον τ.590

πρόβλημα δυσκοιλιότητας:

midro tee



λαμβάνεται εύκολα
χωρίς βράσιμο

(κυκλοφορεί με 4δωδ Ε.Ο.Φ.)

στη
φαρμακεία

midro tee

Πρόβλημα δυσκοιλιότητας: Εκτός από τα διάφορα φαρμακευτικά σκευάσματα, υπάρχει και η φυσική λύση. Το τσάι midro tee είναι ένα δοκιμασμένο φυτικόελβετικό προϊόν με κύριο συστατικό τη σenna, φυτό που διεγείρει την κινητικότητα του εντέρου και ρυθμίζει τη λειτουργία του. Με τη χρήση του αισθάνεστε υγεία και ευεξία.

ευθανασίουκκλ. | Ελένη Θ. Γεωργίου-τηλ. 0105238950 - website: www.midro.gr

© Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας και ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων συντάσσει

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ ΤΙΣ ΟΔΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ -
ΥΜΒΟΥΛΕΥΤΕΙΤΕ ΤΟ ΓΙΑΤΡΟ Ή ΤΟ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟ ΣΑΣ

Έφυλον τ.555

ΣΑΚΙΔΙΑ

POLO TATOO!

Ενα σακίδιο δυναμικό, με ένα έξυπνο, μοντέρνο αισθητικής και καλοσχεδιασμένο στο μπροστινό μέρος και τον ιμάντα της πλάτης που το κάνει πρωτότυπο.

Είναι Polo κατασκευασμένο από υψηλής αντοχής,

αδιαβροχοποιημένο υλικό

Kordura, διαθέτει εξωτερική τσέπη με φερμουάρ και ανατομικούς,

ρυθμιζόμενους ιμάντες στήριξης για την πλάτη και τη μέση.

Κυκλοφορεί σε πολλά φωτεινά, καλοκαιρινά χρώματα και σε διαφορετικά σχέδια (δράκος, σράκνη).



Έφυλον τ.579

FORD FIESTA



ΤΟ ΕΞΥΓΙΝΟ ΜΙΚΡΟ

Η μια επιτυχία φέρνει την άλλη

● Η Ford, λανσάρι το νέο Fiesta, ένα ολοκαίνουργιο super mini με πολλά ατού και ενδιαφέροντα πρωτόγνωρα στοιχεία. Το πρόγραμμα σχεδίασης βασίστηκε στα συμπεράσματα που είχαν προκύψει από τις πανευρωπαϊκές έρευνες. Οι περισσότερες παρατηρήσεις είχαν ως βασικό τους άξονα την ανάγκη ζωτικού χώρου. Αποφασίστηκε η διεύρυνση των διαστάσεων: συγκεκριμένα στο μήκος προστέθηκαν 8 κιλ., στο πλάτος 5 και στο ύψος 11 κιλ.

● Άμεσα ωφελούνται οι πίσω επιβάτες, αφού έχουν περισσότερο χώρο για τα πόδια τους.

● Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα χαρακτηριστικά του στους τομείς της πρακτικότητας και της άνεσης:

● Οι μεγαλύτερες πίσω πόρτες και η αυξημένη ευρυχωρία στα πίσω καθίσματα διευκολύνουν την τοποθέτηση παιδικών καθισμάτων. ● Η κατάλληλη διαμόρφωση του πορτ μπαγκάζ επιτρέπει τη μεταφορά παιδικών καροτσιών.

● Το πορτ μπαγκάζ έχει χωρητικότητα 284 λίτρα και φιλοξενεί τρεις βαλίτσες μεσαίου μεγέθους. ● Τέσσερα άτομα ταξιδεύουν χωρίς να χρειαστεί να κάνουν πολλές υποχωρήσεις.

● Εκτός των άλλων πλεονεκτημάτων του, ιδιαίτερη βαρύτητα αποκτούν η άψογη οδική συμπεριφορά, η πολύ καλή ποιότητα και η αίσθηση ότι οδηγείς ένα μεγαλύτερο μοντέλο. Να προσθέσουμε το καλό επίπεδο εξοπλισμού και τις λογικές τιμές πώλησης.





ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ



Κινητήρας: 1.600/1.800 κ.εκ.
Απόδοση: 90/117 ίπποι
Τιμή: 5.100.000/6.190.000 δρχ.

CITROËN XSARA PICASSO

Το ξάφνιασμα της Citroen. Ανοίγεις την πόρτα και αρχίζει η αναζήτηση των μυστικών της κατασκευής. Το επίπεδο πάτωμα επιτρέπει την εύκολη μετακίνηση των επιβατών και τη φόρτωση των αντικειμένων. Τα καθίσματα βγαίνουν, ενώ το πίσω κεντρικό κάθισμα μετατοπίζεται κατά 14 εκ.

Πολλές θήκες και αποθηκευτικοί χώροι. Οι Γάλλοι σκέφτηκαν μέχρι τα ψώνια από το σούπερ μάρκετ. Ένα πτυσσόμενο κυλιόμενο καροτσάκι υπάρχει στο πορτ μπαγκάζ, έτοιμο για κάθε μεταφορά! Εντυπωσιακό ταμπλό, το οποίο φιλοξενεί το λεβιέ των ταχυτήτων. Το χειρόφρενο βρίσκεται δίπλα από το κάθισμα του οδηγού.

Οι προβοδείς μένουν αναμμένοι για 1 λεπτό μετά το κλείσιμο του κινητήρα κ.ά. Το Citroen Xsara Picasso διατίθενται με δύο κινητήρες: 1.600 κ.εκ., 90 ίπποι και 1.800 κ.εκ., 117 ίπποι. Ευχάριστο στην οδήγηση, ασφαλές, με καλή ηχομόνωση και δυνατά φρένα.

Κλικ v.20

XSARA *Picasso*



FORTUNE

Η φαντασία αλλάζει το αυτοκίνητο.

Επιτέλους, το αυτοκίνητο γίνεται τέχνη. Νέο XSARA PICASSO. Πρωτοποριακό όσο και το όνομά του. Με μοναδική αισθητική και ξεχωριστό στυλ. Με πλούσιο στάνταρ εξοπλισμό και κορυφαίο επίπεδο άνεσης, ασφάλειας, επιδόσεων. Σε εκδόσεις 1.6i, 1.6i Luxe και 1.8i.

Δείτε πώς η φαντασία αλλάζει το αυτοκίνητο, στις εκθέσεις CITROËN.



Α. Τι είναι η διαφήμιση και πώς φτιάχνεται.

5ο μέρος



Τα περιοδικά παρουσιάζουν συχνά στις τελευταίες σελίδες τους καινούρια προϊόντα όχι όμως με τη μορφή της διαφήμισης αλλά με ένα περιγραφικό-ενημερωτικό κείμενο.

1. Τα ρήματα της παρουσίασης 9^α του προϊόντος «Ηλεκτρική συσκευή TEFAL VERSALIO» βρίσκονται στην οριστική έγκλιση. Η οριστική έγκλιση φανερώνει ότι αυτό που σημαίνει το ρήμα είναι πραγματικό και σίγουρο.

Διαβάστε την παρουσίαση και ξαναγράψτε την αλλάζοντας τα ρήματα της πρώτης πρότασης, που βρίσκονται σε οριστική έγκλιση, στο β' πρόσωπο πληθυντικού της προστακτικής αορίστου.

Μετά τις αλλαγές που κάνατε σκεφτείτε ποια είναι η σημασία των ρημάτων του κειμένου σας που βρίσκονται στην προστακτική. Ποιες διαφορές παρατηρείτε στη σημασία των δυο κειμένων; Θα μπορούσε το δεύτερο να χρησιμοποιηθεί ως κείμενο διαφήμισης;

2. Σε ποια έγκλιση βρίσκονται τα ρήματα της παρουσίασης 9β «Η αυθεντική μπάλα του WORLD CUP»; Φτιάξτε από την παρουσίαση μια διαφήμιση χρησιμοποιώντας προστακτική έγκλιση, όπου είναι δυνατόν.
Θα χρησιμοποιήσετε όλα τα στοιχεία του κειμένου; Πρέπει να διαλέξετε όσα σας χρειάζονται για την διαφήμισή σας.
3. - Οι μετοχές είναι οι λέξεις που έχουν κατάληξη **-μένος, -μένη, -μένο** και **-οντας** ή **-ώντας**. Οι μετοχές με κατάληξη **-μένος, -μένη, -μένο** κλίνονται σαν επίθετα. Οι μετοχές με κατάληξη **-οντας** και **-ώντας** δεν κλίνονται καθόλου.
- Η μετοχή είναι και επίθετο και ρήμα. Ως επίθετο έχει γένος, αριθμό και πτώση (εργαζόμενη, σχεδιασμένα). Ως ρήμα έχει φωνή, διάθεση και χρόνους.
- Μετοχή έχουν:
 1. Ο ενεστώτας στην ενεργητική φωνή (τρώγοντας, τραγουδώντας) και πιο σπάνια στην παθητική φωνή (εργαζόμενη).
 2. Ο παρακείμενος στην παθητική φωνή (σχεδιασμένα, επεξεργασμένα)

α. Διαβάστε την παρουσίαση προϊόντων, κείμενο 9^α, με τίτλο «Χειμωνιάτικα μαγειρέματα» και βάλτε στη θέση της προστακτικής τη μετοχή των ρημάτων. Για παράδειγμα, η φράση «Απολαύστε τις μέρες...» θα γίνει «Απολαμβάνοντας τις μέρες...». Θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε τις φράσεις με τις μετοχές σε διαφημιστικό κείμενο;

β. Διαβάστε το κείμενο 9^β με τίτλο «Πετρολάνος»

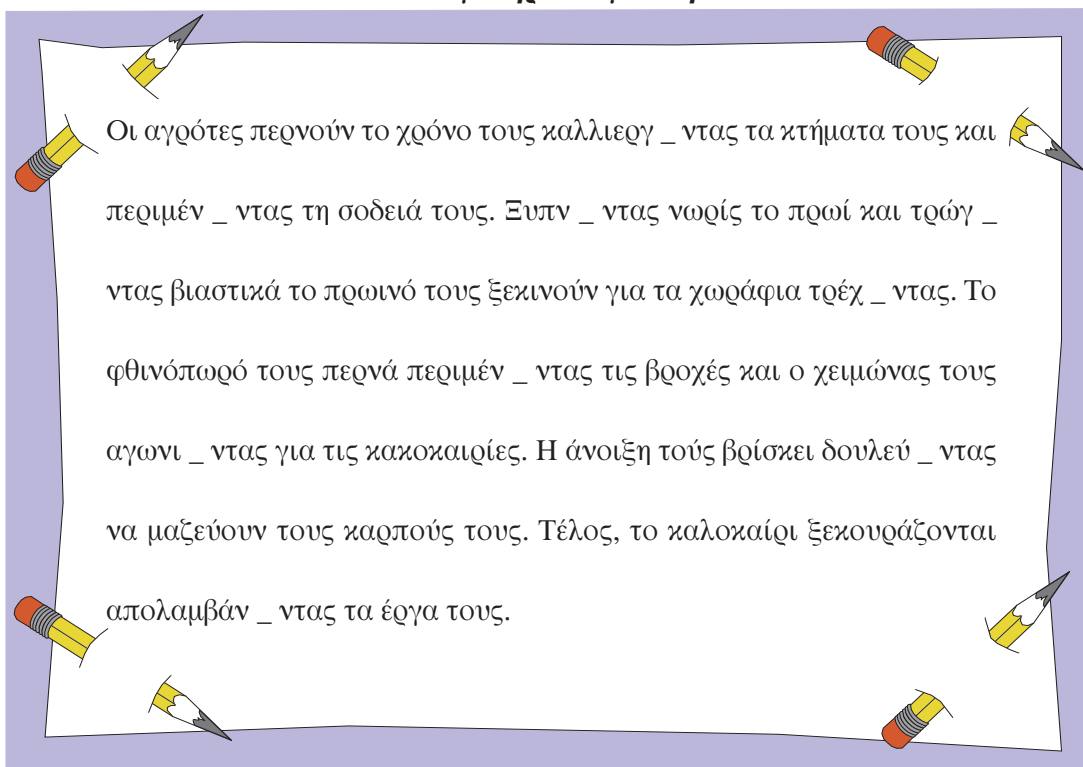
1. Υπογραμμίστε τις μετοχές. Ποιες από αυτές τις μετοχές έχουν πτώση, αριθμό και γένος και ποιες όχι; Ποιος είναι ο χρόνος των μετοχών αυτών;

2. Ξαναγράψτε το παραπάνω κείμενο βάζοντας στη θέση των μετοχών φυτεμένα, προσεγγίζοντας και συνοδεύοντας τις φράσεις:
«που είναι φυτεμένα», «καθώς προσεγγίζουμε», «ενώ συνοδεύουμε» αντίστοιχα.

Τι παρατηρείτε; Αλλάζει το νόημα; Ποιες από αυτές τις μετοχές φανερώνουν χρόνο;

3. Παρατηρήστε τις καταλήξεις των μετοχών προκαλώντας, συνεχίζοντας, προσεγγίζοντας και συνοδεύοντας. Όταν τονίζεται η κατάληξη τότε γράφεται με ωμέγα (-ώ) ενώ όταν δεν τονίζεται τότε γράφεται με όμικρον (-ο).

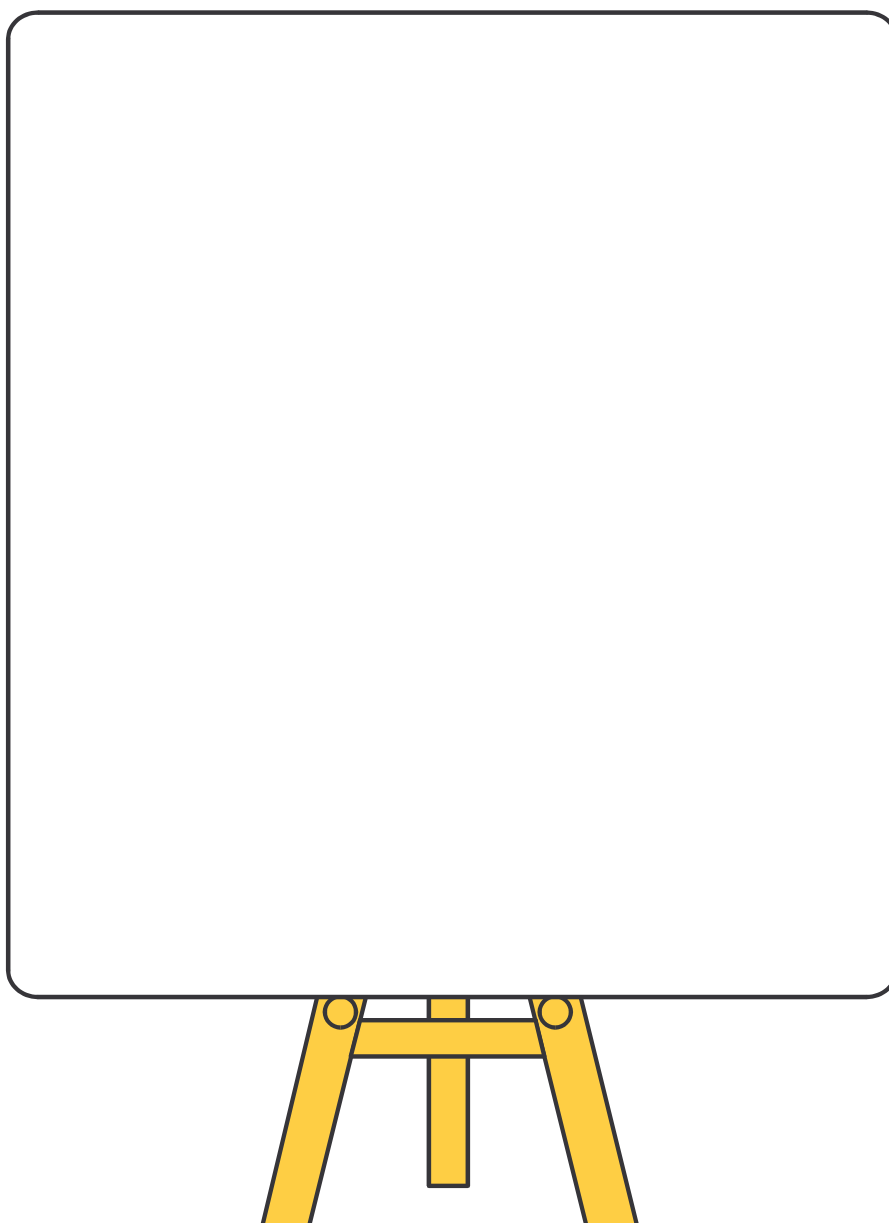
Συμπληρώστε με -ο ή -ώ -:



Οι αγρότες περνούν το χρόνο τους καλλιεργ _ ντας τα κτήματα τους και
περιμέν _ ντας τη σοδειά τους. Ξυπν _ ντας νωρίς το πρωί και τρώγ _
ντας βιαστικά το πρωινό τους ξεκινούν για τα χωράφια τρέχ _ ντας. Το
φθινόπωρό τους περνά περιμέν _ ντας τις βροχές και ο χειμώνας τους
αγωνι _ ντας για τις κακοκαιρίες. Η άνοιξη τούς βρίσκει δουλεύ _ ντας
να μαζεύουν τους καρπούς τους. Τέλος, το καλοκαίρι ξεκουράζονται
απολαμβάν _ ντας τα έργα τους.



4. Παρατηρήστε τις παρουσιάσεις του κειμένου **9γ** και φτιάξτε από όποια σας αρέσει περισσότερο μια διαφήμιση.
5. Κάντε το ίδιο με την παρουσίαση **10** του αυτοκινήτου. Σκεφτείτε πρώτα ποιες από τις πληροφορίες που δίνει το κείμενο είναι απαραίτητες για τη διαφήμισή σας και πώς από αυτές θα φτιάξετε το σλόγκαν και το περιγραφικό κείμενο, έτσι ώστε να τραβήξετε με έξυπνο τρόπο την προσοχή του αναγνώστη στα ιδιαίτερα προσόντα του προϊόντος. Για να βοηθηθείτε, προσέξτε το διαφορετικό τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται το ίδιο αυτοκίνητο σε μια παρουσίαση και σε μια διαφήμιση (κείμενα **11, 12**).





WALT Disney

ΠΑΤΙΟ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΕΣ

Η δημοφιλής τηλεοπτική σειρά
που ενθουσιάζει εκατομμύρια
παιδιά σ' όλον τον κόσμο.

ΚΑΘΕ ΜΗΝΑ
ΣΤΟ
MIKY



Glints. Φωτίστε το φυσικό χρώμα των μαλλιών σας

(Γκλιντς)

Για σας, τη μοντέρνα γυναίκα που δε θέλει να χρησιμοποιήσει μόνιμη βαφή στα μαλλιά της, η CLAIROL δημιούργησε το Glints.

Glints είναι η νέα καλλυντική χρωμοκοσμών που χαρίζει τόνο και λάμψη στο φυσικό χρώμα των μαλλιών!

Νιώστε πιο ελκυστική, πιο όμορφη και μέσα στη μόδα με το νέο, μοναδικό, Glints της Clairol, που:

- Δίνει φυσικό χρώμα και φεύγει σε 6-12 λουσίματα
- Είναι πολύ εύκολο στη χρήση
- Κυκλοφορεί σε 9 φανταστικές αποχρώσεις
- Περιέχει conditioner για να περιποιείται τα μαλλιά
- ΔΕΝ περιέχει οξυζενέ και αμμωνία

Τώρα μπορείτε να αλλάξετε εμφάνιση και να δείξετε τον πιο μοντέρνο σας εαυτό, χωρίς να χρησιμοποιήσετε βαφές, γιατί τώρα υπάρχει το Glints της CLAIROL!



© Clairol Inc. 1987



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΜΟΔΑΣ: ΤΑΚΗΣ ΤΣΑΝΤΙΑΝΗΣ. ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΜΟΔΑΣ: ΚΛΕΙΩ ΧΑΤΖΗΣΤΕΦΑΝΟΥ. ΜΑΚΙΓΙΑΖ: ΝΙΚΟΣ ΜΠΙΤΖΑΝΗΣ (MODEL'S ONE). ΜΑΛΛΙΑ: ΜΕΝΕΛΑΟΣ ΑΛΕΥΡΑΣ. ΜΟΝΤΕΛΑ: LUCY, SPENCER, ΑΛΕΚΟΣ (UNIQUE AGENCY), JUAN (THEASIS). ΦΩΤΟΓΡΑΦΟΣ: C.COUTAYAR.

ΑΛΕΚΟΣ: ΚΟΣΤΟΥΜΙ VALENTINO UOMO, ΠΟΥΚΑΜΙΣΟ CAROUZOS / ΠΑΛΤΟ CERRUTI, ΓΡΑΒΑΤΑ CAROUZOS / ΠΑΠΟΥΤΣΙΑ, ΚΑΛΤΙΕΣ ΠΕΤΡΙΔΗΣ.

ΙΔΕΕΣ



ΟΛΓΑ

**9 μήνες κομψή
9 μήνες άνετη**

Θέλετε να είστε κομψή και τους 9 μήνες της εγκυμοσύνης σας. Στο κατάστημα ΟΛΓΑ θα βρείτε ντεσκα, άνετα και μοντέρνα Γαλλικά, Αγγλικά και Ελληνικά ρούχα. Και ακόμα, σε αποκλειστική πρόταση, πλήρεις σειρές από εσώρουχα, ειδικά σχεδιασμένα για να δίνουν στη γυναίκα άνεση, ευκαμψία, κομψότητα και ασφάλεια και τους 9 μήνες.

ΟΛΓΑ Κολωνάκης 3, Ιαλίσια Κέντρο
Τηλ: 322 8586

στα meridian η αισθητική και η ανθεκτικότητα συμβαδίζουν...

... γιατί έχουν σχεδιαστεί και κατασκευαστεί στην Ιταλία, τη χώρα που φημίζεται για την καλαισθησία και την ποιτική υπεροχή της!

Διαλέξετε λοιπόν ένα ζευγάρι Meridian για το παιδί σας από την χειμωνιάτικη συλλογή μας.

Θα τα βρείτε στα καλά καταστήματα σε πολλά σχέδια και χρώματα.



meridian



MERIDIAN ΕΠΕ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ
ΑΓΡΕΙΩΝ 30 - 41 «ΚΑΛΥΒΟΛΑ» Αθήνα
Τηλ. 95 11 627 - 95 22 746

Για τους δυναμικούς KIPLING... για τις κομψές BAMBOU



Β. Πώς λειτουργεί η διαφήμιση

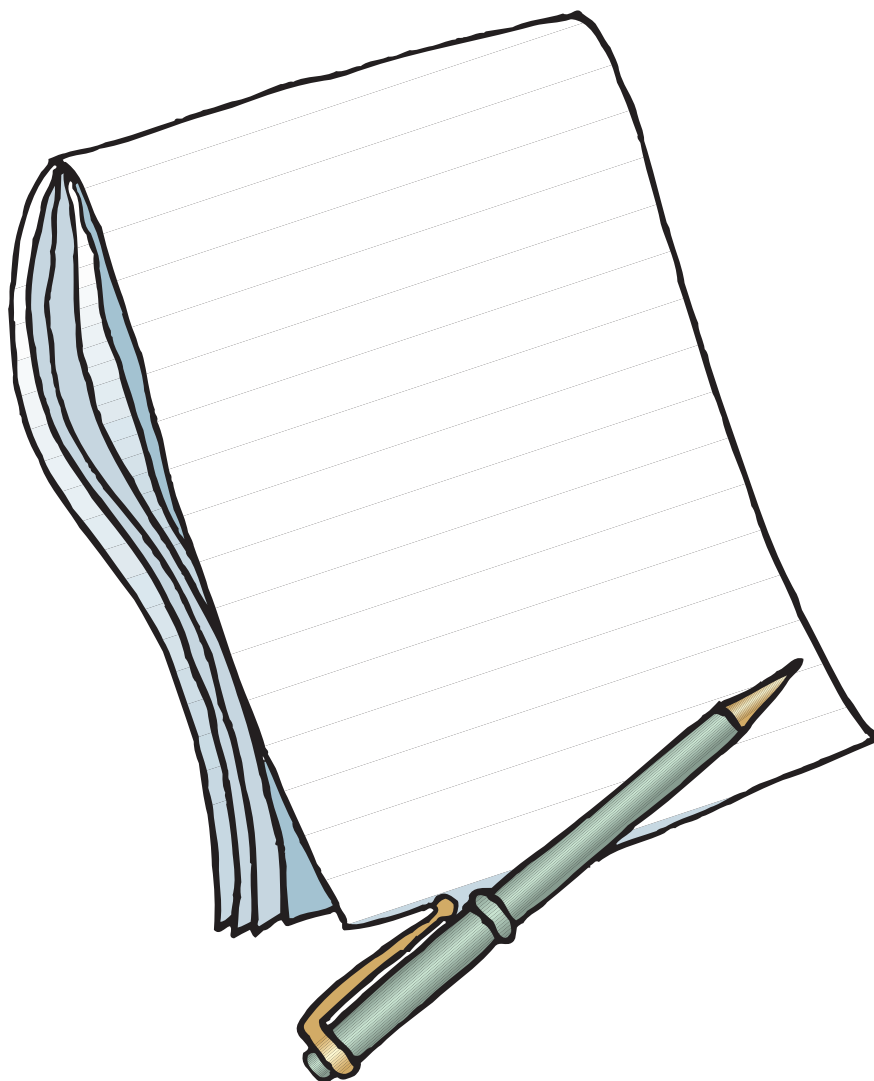
Ι. Οι στόχοι της διαφήμισης

• Κάποια προϊόντα πουλιούνται μόνο σε άντρες, κάποια άλλα μόνο σε γυναίκες ή σε παιδιά, σε όσους ασχολούνται με τους υπολογιστές ή έχουν κάποια ειδικά ενδιαφέροντα.

Επομένως οι διαφημίσεις αυτών των προϊόντων έχουν ως στόχο κάποιους συγκεκριμένους αγοραστές κάθε φορά.



- Παρατηρήστε τις διαφημίσεις **13^α-13^ξ**.
- Σε ποιους απευθύνεται η καθεμιά; Από πού το καταλαβαίνετε;





Μαλλι-
σας πάει πολύ.



Να είναι η φρέσκια του;
Η φυσική απαλότητα και τα ζεστά χρώματά του;
Όχι και τα 'ναι.
αίχμονες το Μαλλί σας πίνει ποίε;
Κι όπως κάθε χρόνο, και φέτος στην ΑΘΗΝΑΙΑ
θα βρείτε μια μοναδική σέλιση από γενναία ίνωμα.
που θα εσπορημασίσει τη θηλικιώτητά σας
- αναταρασσικά σε χρώματα.
εντεταστικά σε σχέδια και τόσο κομψή!
Όλα, με τη Σφραγίδα Μαλλίου.

Μεγάλα νέα: Μόδα στην Αθήνα!
αθηναία
ΑΘΗΝΑΙ
ΕΡΜΟΥ & ΕΥΑΓΓΕΛΙΤΡΙΑΣ
ΠΕΡΑΙΕΤΕ
ΒΑΣ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ 45

Δ Ω Ρ Α • Δ Ω Ρ Α

Όμορφα, ευρηματικά και κυρίως πρακτικά τα δώρα που θα κάνετε φέτος σε όσους αγαπάτε. Διαλέξτε αυτά που προτιμάτε, από την ποικιλία που σας προτείνουμε εδώ.



1,2. Μίνι φωτογραφική μηχανή κορτίος, Pico-mini, δρχ 3.300. Ανάλογη μηχανή, Micro 110, συνδυασμένη με πορτ-κλε, δρχ 2.000.



5. Ρολόι-ζυγνητήρι και μοζι ραδιόφωνο International, δρχ 11.000.



6. Κλειδαριά ασφαλείας, Chain-lock, με συναγερμό. Δουλεύει με μπαταρία. δρχ 1.950.



8. Μεγνητόφωνο Meteo-Tec, με μπαταρίες, για μικρά μηνύματα που καταγράφει τα σημειώματα. δρχ 11.000.



9. Ηλεκτρονική ζυγαριά της Tefal, με επτά μνήμες. Δείχνει, αλλά ταυτόχρονα σας λέει —με φωνή που ρυθμίζεται η έντασή της— το βάρος σας σε κιλά. δρχ 25.960.



10. Ρολόι-ζυγνητήρι Braun, με μπαταρίες. Ξυφρίζει, σιροπιώνει όταν του μιάτε και σε 5 λεπτά ξανασυρρίζει. δρχ 4.950.

Όμορφο
σώμα στην
παράλια

ΧΑΣΤΕ ΒΑΡΟΣ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ!
με την ενίσχυση των λειτουργιών του οργανισμού

Φυσικό
αδυνατίσμα
χωρίς
παρανέργειες

Μηλόξυδο με glucomannan

100% ΘΥΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ, (δεν αποτελεί συμπλήρωμα διατροφής-Ε.Ο.Φ. Αρ. Πρωτ.13284 29/3/2001) υψηλής ποιότητας που βοηθάει στη μείωση του βάρους και εφοδιάζει τον ανθρώπινο οργανισμό με μέταλλα, ιχνοστοιχεία, φυτικές βιταμίνες και άλλα φυτικά βιοενεργητικά στοιχεία χρήσιμα στον οργανισμό.

Καθημερινή λήψη μηλόξυδου με Glucomannan σας βοηθάει να χάσετε βάρος γρήγορα, με φυσικό τρόπο, χωρίς παρενέργειες και να διατηρήσετε το νέο σας βάρος, χωρίς ειδικές δίαιτες.

Η διαφορά εμφανίζεται σε όλο σας το σώμα (κοιλιά, γλουτοί, περιφέρεια, πόδια).

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ :

Μηλόξυδος: σφουδατωμένο με ειδική μέθοδο που διατηρεί όλες τις φυσικές του ιδιότητες. Το μηλόξυδο περιέχει 12 από τα 15 ουσιαστικά για τον οργανισμό ιχνοστοιχεία: Potassium, Calcium, Magnesium, Sodium, Phosphorus, Sulfur, Iron, Copper, Zinc, Silicon, Fluorine και μεγάλη ποσότητα θιονεργητικών στοιχείων: Flavonoids και carotenoids, acids, ένζυμα και πηκτική μήλου.

Glucomannan: εκχύλισμα από το λατινικό φυτό Amorphophallus Konjak που περιέχει μεγάλη ποσότητα φυτικών ινών.

ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ :

Μηλόξυδος:

- Χάσιμο πόντων • Μείωση βάρους • Διατηρητική υποστήριξη
- Καθαρισμός οργανισμού • Προβλήματα δέρματος (ακατάστατη πέψη)

Glucomannan: από χιλιάδες χρόνια χρησιμοποιείται για τις εύπεπτες διατηρητικές φυτικές τσών ινές που διευκολύνουν τη λειτουργία του εντέρου, μειώνουν την υπερβολική πέψα.

Το μηλόξυδο με glucomannan σε συσκευασία των **120 πακέτων**, καλύπτει τις ανάγκες σας για **40 ημέρες**. Ζητήστε το σε Επιλεγμένα Φαρμακεία και Καταστήματα Υγιεινής Διατροφής στην τιμή των 7.500 δραχ. (€ 22) ή τηλεφωνήστε στο **010 89.45.855**.

Α.Μ. ΤΣΟΥΚΑΝΕΛΗ Ε.Π.Ε., τμήμα Home Sales, Αγορά Florida Mall,
Α. Μεταξά 33, (1ος όρ., γρ. 26), 166 74 ΓΛΥΦΑΔΑ • Τηλ.: 010 8945855 - Fax: 010 8945266



**σε 40 μέρες
θα έχετε αποτελέσματα**

τώρα ο **κλιματισμός** είναι...



ΚΛΙΜΑΤΙΣΤΙΚΑ
 SPLIT ΤΟΙΧΟΥ
 ψύξη - θέρμανση
 16.000 - 24.000 BTU/h
 με ασύρματο
 τηλεκοντρόλ LCD

Κλιματιστικό CR-09
ΨΥΞΗ - ΘΕΡΜΑΝΣΗ
 Τηλεχειριζόμενο - Αθόρυβο - 9000BTU/h
26.900 δρχ. το μήνα
 σε 10 άτοκες δόσεις
Χωρίς Προκαταβολή

Στα καταστήματα **Calpak & Airwell**
 & στα καταστήματα ηλεκ/κών ειδών



Δώρο
 ένα φορητό
MINI CALPAK



ΚΛΙΜΑΤΙΣΤΙΚΑ
 SPLIT ΤΟΙΧΟΥ
 ψύξη - θέρμανση
 CR 09 TC/CR 12 TC
 9.000 - 12.000 BTU/h
 με ασύρματο
 τηλεκοντρόλ LCD



ΚΛΙΜΑΤΙΣΤΙΚΑ
 SPLIT ΤΟΙΧΟΥ
 ψύξη - θέρμανση
 KW 09 HCT/KW 12 HCT
 9.000 - 12.000 BTU/h
 με 2 τηλεκοντρόλ
 (ασύρματο και ενσύρμ.)
 MADE IN U.S.A.

ΑΚΟΜΗ
 σε μας θα βρείτε

- * Κλιματιστικά τύπου δαπέδου οροφής 18.000 - 60.000 BTU/h
- * Κλιματιστικά για αεραγωγούς 48.000 & 60.000 BTU/h (Made in U.S.A.)
- * Ντουλάπες εμφανείς μέχρι 60.000 BTU/h
- * Κασσέτες οροφής

Calpak



CLINIQUE

δοκιμασμένα να μην
Προκαλούν Αλλεργία.
100% Χωρίς Άρωμα.

Προστατευθείτε έξυπνα! Με τη νέα αντιηλιακή σειρά UV-Response της Clinique για το πρόσωπο και το σώμα.

Παιχνίδια κάτω από τον ήλιο; Μη παίζετε με την επιδερμίδα σας! Αξίζετε την πιο έξυπνη προστασία που υπάρχει...

Η Clinique παρουσιάζει τη νέα αντιηλιακή σειρά UV-Response για το πρόσωπο και το σώμα, που ενεργοποιείται με την ηλιακή ακτινοβολία.

Παρέχει ευρέος φάσματος προστασία UVA/UVB, που φέρεται ακόμα πιο έξυπνα...

Η αντιοξειδωτική προστασία που παρέχουν τα προϊόντα για το πρόσωπο και το σώμα, αυξάνεται με την ένταση του ήλιου, ενώ, ταυτόχρονα, σταματά τα πρόωρα σημάδια γήρανης.

Ειδικά για το πρόσωπο, οι νέες επανορθωτικές, αντιγηραντικές συνθέσεις εμποδίζουν την έκθεση στον ήλιο σήμερα να γίνει ορατή φθορά αύριο.

Νέα αντιηλιακή σειρά UV-Response. Έτσι, θα νιώθετε λιγότερο εκτεθειμένη, περισσότερο προστατευμένη από την κορυφή ως τα νύχια.

Αφήστε τους άλλους να λατρεύουν τον ήλιο, ενώ εσείς... λατρεύετε την επιδερμίδα σας.

Φύγετε για διακοπές μαζί με μια υπέροχη τσάντα παραλίας, δώρο με τις αγορές σας.

Μία για κάθε πελάτισσα όσο διαρκούν τα αποθέματα.

Νέα αντιηλιακή σειρά UV-Response: Face Cream SPF 30, 50 ml, € 24,9. Body Cream SPF 30, 150 ml, € 24,9. Clinique.

Δοκιμασμένα να μην Προκαλούν Αλλεργία. 100% Χωρίς Άρωμα

www.clinique.com

φανατικά...


ubovyn
stores

Β. Πώς λειτουργεί η διαφήμιση

Π. Διαφημιστικές εκστρατείες

• Άλλα προϊόντα πουλιούνται όλο το χρόνο και άλλα κυρίως κάποιες εποχές, π.χ. στην αρχή του σχολικού έτους (σχολικά είδη), το καλοκαίρι (κλιματιστικά, παγωτά), στις μεγάλες γιορτές (διάφορα δώρα) κτλ. Στη διάρκεια αυτών των εποχών οργανώνονται από τις εταιρείες διαφημιστικές εκστρατείες («καμπάνιες»). Επιμένουν δηλαδή ιδιαίτερα στη διαφήμιση καινούριων προϊόντων που οπωσδήποτε θα αγοραστούν αυτές τις εποχές, έτσι ώστε να ξεπεράσουν σε πωλήσεις τους ανταγωνιστές τους (αυτούς που παράγουν ίδια ή ανάλογα προϊόντα άλλης μάρκας).



1. Παρατηρήστε τις διαφημίσεις **14α-14ε**

Τα περιοδικά που περιείχαν αυτές τις διαφημίσεις κυκλοφόρησαν τους μήνες Δεκέμβριο και Αύγουστο.

Μπορείτε να αντιστοιχίσετε τον αριθμό κάθε διαφήμισης με το μήνα που νομίζετε ότι παρουσιάστηκε στα περιοδικά;



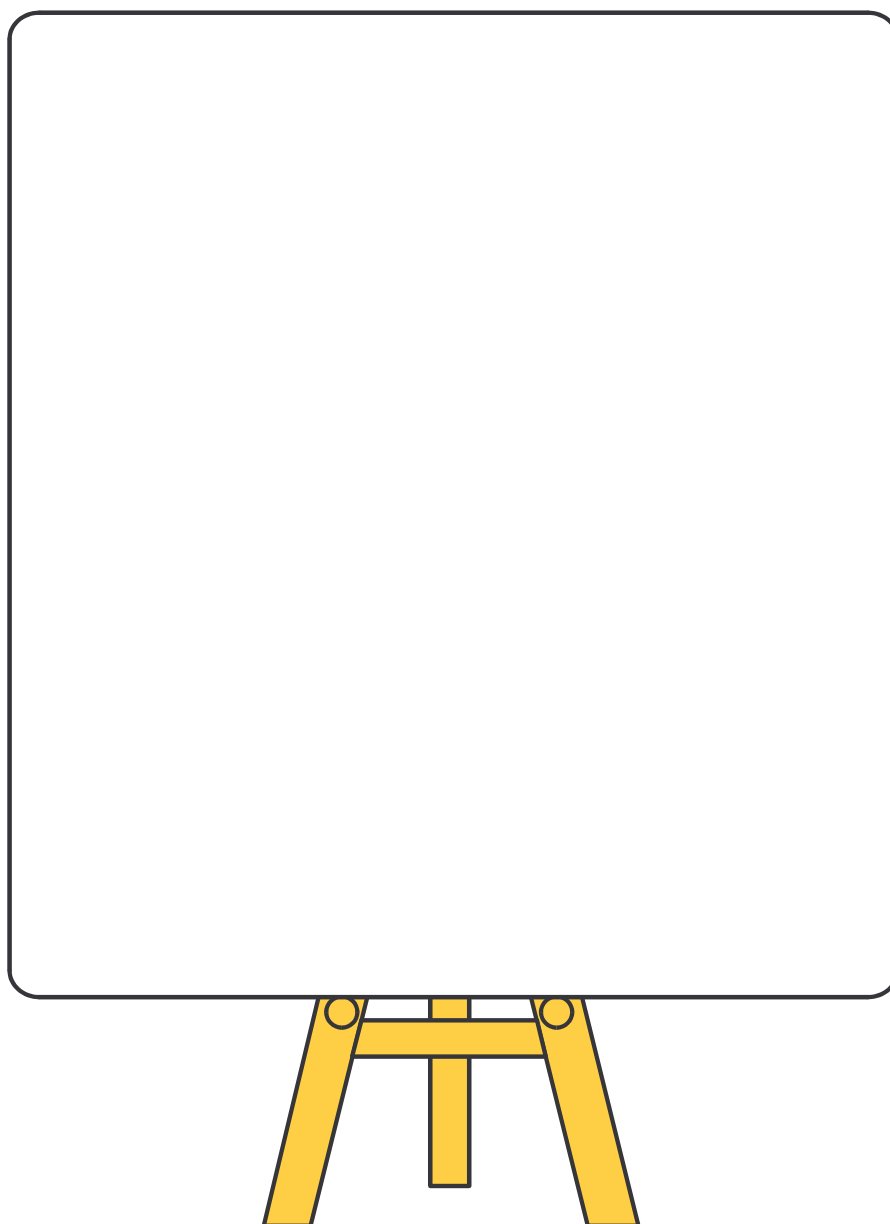
Γιατί νομίζετε ότι επιλέχθηκε κάθε περίοδος - εποχή του χρόνου για να διαφημιστεί το συγκεκριμένο προϊόν;

2. Φανταστείτε και φτιάξτε διαφημίσεις, αφού χωριστείτε σε ομάδες (κάθε ομάδα θα αναλάβει να σχεδιάσει μία από τις παρακάτω διαφημίσεις):

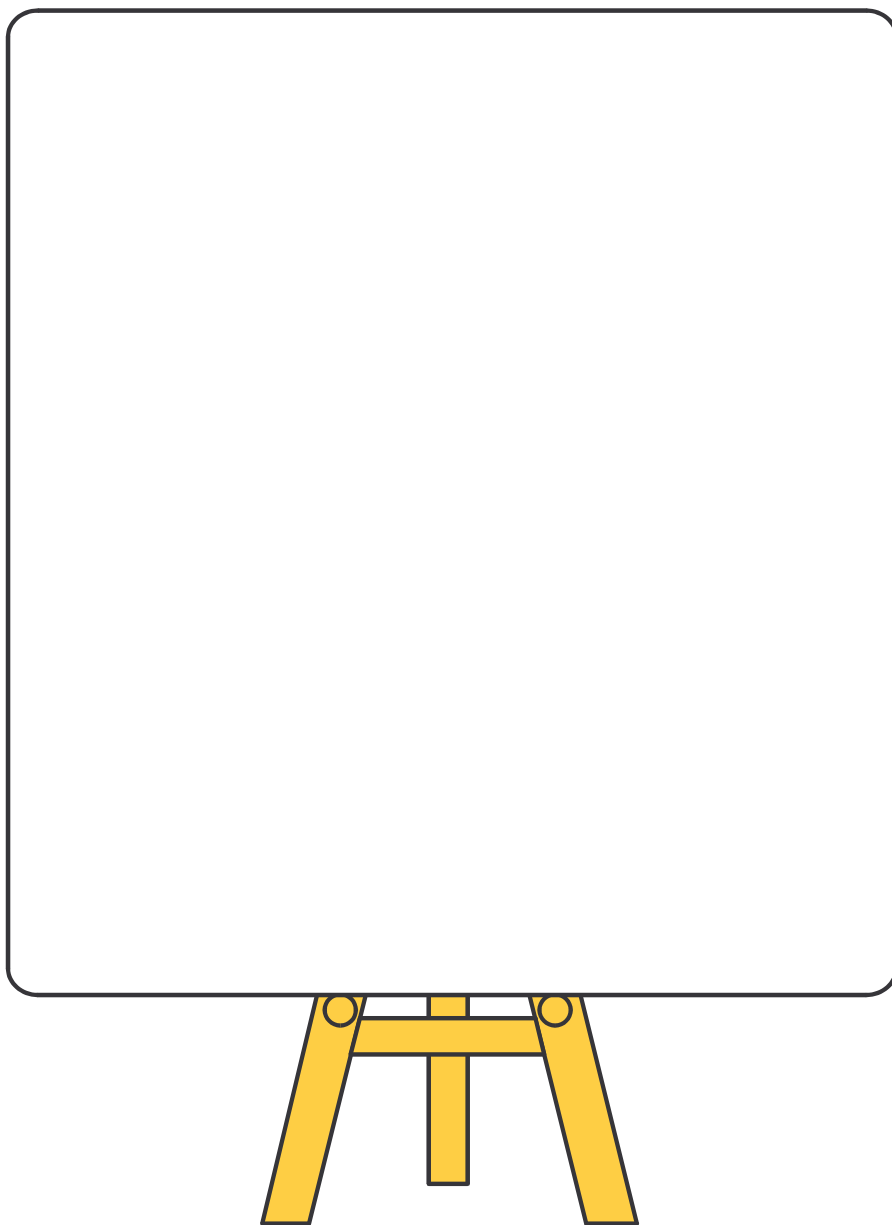
- για παγωτά που θα κυκλοφορήσουν στην αρχή του καλοκαιριού, με νέες γεύσεις και εμφάνιση, που δεν έχετε ξαναδοκιμάσει
- για σχολικά είδη στην αρχή του φθινοπώρου που δεν έχουν κυκλοφορήσει ποτέ μέχρι τώρα
- για παιχνίδια στις γιορτές, εντελώς πρωτότυπα, που θα επιθυμούσατε να υπήρχαν.

Σκεφτείτε ότι ο στόχος της διαφήμισής σας είναι τα παιδιά. Τι θα τους άρεσε; Πώς θα τους δημιουργήσετε την επιθυμία να αγοράσουν τα προϊόντα; Σε τι φόντο θα τα δείχνατε;

- Θα υπάρχουν πρόσωπα στη διαφήμιση; Αν ναι, πώς θα είναι η εμφάνισή τους και η έκφραση του προσώπου τους;
- Σχεδιάστε τις εικόνες ή κόψτε διαφημίσεις από περιοδικά και κάντε χαρτοκολλητική εργασία για να δημιουργήσετε την εικόνα σας, αφού διαλέξετε τα κομμάτια που σας χρειάζονται. Ετοιμάστε τίτλο, σλόγκαν, περιγραφικό κείμενο και προσθέστε τη μάρκα του προϊόντος.



3. Σκεφτείτε και φτιάξτε διαφημίσεις για δώρα για τη Γιορτή του Δασκάλου.





Το πιο τρυφερό άγγιγμα αγάπης

Τα Νέα Γαλλικά προϊόντα KLORANE BEBE είναι υποαλλεργικά, ειδικά μελετημένα για να φροντίζουν, να περιποιούνται και να προστατεύουν την ευαίσθητη επιδερμίδα του μωρού σας. Η νέα αυτή σειρά έχει σαν βάση εκχύλισμα καλεντούλας (CALENDULA), ένα φυτό γνωστό για τις καταπραυντικές, τροφονομικές και υποαλλεργικές του ιδιότητες. Τόσο αποτελεσματικά καταπραυντική είναι η καλεντούλα, που χρησιμοποιείται εκτεταμένα στην Ιατρική σε ερεθισμούς, συγκόματα κ.λπ.

Τα προϊόντα KLORANE BEBE παρασκευάζονται από την Φαρμακευτική Εταιρεία P. FABRE, μια από τις μεγαλύτερες Εταιρείες στη Γαλλία, με την ίδια σχολαστικότητα και τεχνική που παρασκευάζονται τα φάρμακα. Σε κάθε παρτίδα γίνεται έλεγχος καταλληλότητας, test ανεκτικότητας ευαισθησίας της επιδερμίδας, καθώς και έλεγχος ακινδυνότητας. Τα προϊόντα KLORANE BEBE είναι μοναδικά για την καθημερινή φροντίδα του μωρού σας.

Θα τα βρείτε μόνο στα φαρμακεία

KLORANE *pour bébé*

ΔΙΑΝΟΜΗ: Π.Ν. ΓΕΡΟΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε. ΑΘΗΝΑ : Μεγαλειοπόλεως 35 Τηλ.: 72.48.193-6

ΘΕΣ/ΝΙΚΗ : Ναν. Ζέρβα 4 Τηλ.: (031) 816.715

ΕΝΑ ΔΑΣΟΣ ΓΕΝΝΙΕΤΑΙ ΧΑΡΗ Σ' ΕΣΑΣ!



ΤΟ SKIP ECO-PACK ΦΥΤΕΥΕΙ 25.000 ΔΕΝΔΡΑ Σ' ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Πραγματικά! Μέσα σε ελάχιστο χρονικό διάστημα το SKIP ECO-PACK φυτεύει για σας 25.000 δένδρα σ' όλη την Ελλάδα. Το SKIP ECO-PACK - ένα προϊόν που σέβεται ιδιαίτερα το περιβάλλον γιατί χρησιμοποιεί λιγότερα υλικά συσκευασίας - σε συνεργασία με την ΚΕΔΚΕ (Κεντρική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων Ελλάδος) θα μετατρέψουν 1.500 στρέμματα καμμένης γης σε καταπράσινους πνεύμονες χαράς και ζωής.

Τα 25.000 δένδρα του SKIP σκορπισμένα σε κάθε γωνιά της Ελλάδας θα γίνουν για όλους εμάς ένα μήνυμα χαράς και αισιοδοξίας.

Γι' αυτό θυμηθείτε! Κάθε φορά που αγοράζετε ένα SKIP ECO-PACK με σήμα το δενδράκι, 250 δρχ. από την τιμή του, προσφέρονται αυτόματα στο Πρόγραμμα Αναδάσωσης.

Εμπρός λοιπόν! Εμείς οι φίλοι του SKIP ECO-PACK πολύ σύντομα θα λέμε ότι ένα καινούριο δάσος γεννήθηκε χάρη σε μας!



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΔΑΣΩΣΗΣ
ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ
ΚΕΔΚΕ ΣΕ 16 ΔΗΜΟΥΣ ΚΑΙ
ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ.





**Η ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑ
ΖΗΤΑΕΙ ΠΛΗΡΩΜΑ**

Η ΜΑΓΕΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ ΣΥΝΕΧΙΖΕΤΑΙ ΕΚΕΙ ΠΟΥ Ο ΧΡΟΝΟΣ ΜΕΤΡΙΕΤΑΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΤΥΠΟΥΣ ΤΗΣ ΚΑΡΔΙΑΣ. ΣΤΟ ΚΑΛΙΜΑΝΤΑΝ ΤΗΣ ΙΝΔΟΝΗΣΙΑΣ, ΑΝΑΚΑΛΥΨΤΕ ΤΑ ΟΡΙΑ ΣΑΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΜΙΑ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΔΟΚΙΜΑΣΙΑ ΑΝΤΟΧΗΣ, ΤΟΛΜΗΣ, ΕΠΙΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΙΚΟΤΗΤΑΣ. ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΣΤΕ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ 7Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΣΤΟ CAMEL TROPHY ΚΑΙ ΑΓΩΝΙΣΤΕΙΤΕ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΕ ΠΛΗΡΩΜΑΤΑ ΑΠΟ 20 ΧΩΡΕΣ. ΔΕΧΟΕΙΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΚΑΙ... ΔΗΛΩΣΤΕ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΡΑ!

**CAMEL
TROPHY**
INDONESIA '96

ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ ΑΡΚΟΥΝ: • ΑΔΕΙΑ ΟΔΗΓΗΣΗΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ • ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ ΓΝΩΣΗ ΑΓΓΛΙΚΩΝ • ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ • ΝΑ ΜΗΝ ΕΙΣΤΕ ΚΑΤΟΧΟΙ ΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ LICENSE. ΣΤΕΙΛΤΕ ΤΟ ΚΟΥΠΟΝΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΕΝΟ ΜΕΧΡΙ ΤΙΣ 16.11.95, ΣΤΗΝ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΡΚ, ΤΟ 3800, 162 10 ΑΘΗΝΑ.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ _____ ΗΛΙΚΙΑ _____ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ _____
Τ.Κ. _____ ΠΟΛΗ _____ ΤΗΛ. _____ ΕΠΙΛΕΓΜΑ _____ ΠΒ _____

Περιορίζετε τις επιθυμίες σας;



Σταματήστε!

0%
ΖΑΧΑΡΗ

Η ζωή είναι πολύ μικρή για να στερείτε τις μεγάλες απολαύσεις που προσφέρει. 0% από την ΕΒΓΑ. Όλη η απόλαυση που ζητάτε από ένα παγωτό, χωρίς ζάχαρη και τύψεις. Η ιδανική καλοκαιρινή παρέα γι' αυτούς που προσέχουν τη σιλουέτα τους αλλά και γι' αυτούς που ακολουθούν συγκεκριμένο διαιτολόγιο.

Αυτό το καλοκαίρι... χαλαρώστε κι απολαύστε!



FRAGONARD

Η ΜΟΔΑ ΘΕΛΕΙ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΑ ΝΑ ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΖΕΙ
ΤΟ FRAGONARD ΤΗΝ ΚΑΝΕΙ ΝΑ ΞΕΧΩΡΙΖΕΙ!

ΣΥΛΛΟΓΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΑ ΟΝΟΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΔΙΕΘΝΗ ΑΓΟΡΑ
ΜΠΙΖΟΥ ΚΑΙ ΑΞΕΣΟΥΑΡ.

• ΑΘΗΝΑ: ΚΡΙΕΖΩΤΟΥ 9, ΤΗΛ.: 3623185 • ΚΗΦΙΣΙΑ: ΚΥΡΙΑΖΗ 13-15, ΤΗΛ.: 8080584 • ΓΛΥΦΑΔΑ: Ι. ΜΕΤΑΞΑ & ΖΗΣΙΜΟΠΟΥΛΟΥ 9, ΤΗΛ.: 8944996
• SHOW ROOM: ΑΘΗΝΑ, ΧΕΥΔΕΝ 3, ΤΗΛ.: 8211975



Δημιουργήθηκε από την αγνή φύση της Φινλανδίας.

Δε χρειάζεται όμως να πάτε εκεί για να το απολαύσετε.



ARMLEY & BROWN ATHENS

Η VALIO,
η μεγαλύτερη γαλακτοκομική εταιρία της
Φινλανδίας, ήρθε και στην Ελλάδα. Εμπνευσμένη από τον ήλιο
του μεσονυκτίου η VALIO, εδώ και περίπου έναν αιώνα, παράγει προϊόντα από
αγνά υλικά που βάζουν γεύση στη ζωή μας. Τώρα, έχετε κι εσείς την ευκαιρία να δοκιμάσετε
τους 5 διαφορετικούς τύπους τυριών VALIO. Κάθε κομμάτι τους, σας φέρνει ακόμα πιο κοντά
στην... απόλαυση!



Gouda



Edam Light



Edam Ball



Lappi Edam



Emmental





Το μέλλον αρχίζει εδώ!



Συνεχίζοντας την 70ετή παράδοση ενός καταξιωμένου ονόματος στην εκπαίδευση, η νέα γενιά Ζηριδών ιδρύει στα Σπάτα, σε μια έκταση 80 στρεμμάτων, ένα εκπαιδευτικό συγκρότημα ευρωπαϊκών προδιαγραφών που φιλοδοξεί να σφραγίσει το μέλλον της παιδείας στη χώρα μας.

Το νέο σχολείο, απόλυτα βασισμένο στην παιδοκεντρική φιλοσοφία και σχεδιασμένο με οικολογική και περιβαλλοντική ευαισθησία, ανοίγει τις πόλες του τον Σεπτέμβριο του 2002.

► Παιδικός Σταθμός ► Νηπιαγωγείο ► Δημοτικό ► Γυμνάσιο ► Λύκειο

Για πληροφορίες τηλεφωνήστε στο: 010 61 08 665

ΝΕΑ ΓΕΝΙΑ ΖΗΡΙΔΗ ΣΤΑ ΣΠΑΤΑ

BIOVITAL: Η Νέα Επαναστατική Θεραπεία κατά των Ρυτίδων,

μόνο
στα

BODYLINE

Μέχρι
«ΧΘΕΣ» **40** έρα

Από
«ΤΩΡΑ» **30** έρα

ΠΡΙΝ

ΜΕΤΑ

ΦΥΣΙΚΟ LIFTING - ΧΩΡΙΣ ΝΥΣΤΕΡΙ

**ΝΕΑ
ΜΕΘΟΔΟΣ**

BIOVITAL

**ΚΑΤΑΡΓΕΙ
ΤΙΣ ΡΥΤΙΔΕΣ**

ΗΡΘΕ ΣΤΑ BODYLINE ΚΑΙ ΣΑΣ ΞΑΝΑΝΙΩΝΕΙ!

Τώρα μια νέα επαναστατική μέθοδος ήρθε για να αφαιρέσει από το πρόσωπό σας τουλάχιστον 10 χρόνια! Γρήγορα, απλά, χωρίς νυστέρια και ταλαιπωρίες και, κυρίως, με αποτελέσματα που θα ενθουσιάσουν εσάς, θα εντυπωσιάσουν όσους σας αγαπάνε και θα ξαφνίσουν τις συνομήλικές σας.



Η νέα μέθοδος BIOVITAL έφερε επανάσταση στην αισθητική γιατί ανανεώνει και αναζωογονεί τα κύτταρα, εξαφανίζει τις ρυτίδες και πετυχαίνει ανόρθωση του οβάλ του προσώπου. Αν το πρόβλημα σας είναι τα σημάδια του χρόνου, ελάτε στα BODYLINE και φύγετε όπως ήσασταν πριν... 10 χρόνια.

Αν θέλετε να «σθήσετε» 10 ΧΡΟΝΙΑ απ' το πρόσωπο σας - Τηλεφωνήστε μας Τώρα!

ME Diners Club 4 ΑΠΟΚΕΙ ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΔΟΣΕΙΣ

ΣΥΝΤΑΓΜΑ
Οδός 6
Τηλ: 3244912-5

ΠΑΤΗΣΙΩΝ
Επαύλ. 1 Σφαγείων
Τηλ: 627414 627415
6614246

ΠΕΙΡΑΙΑΣ
Τηλ: 4170870
4170870

ΚΗΦΙΣΙΑ
Μεταβ. 1, απ. 1000
Τηλ: 6068743
6068943

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
Τορωναύ 100
Τηλ: 266423
234219

ΞΑΝΘΗ
Ε. Χαραλαμπίδου 3
Τηλ: 24339
29.695

ΚΟΡΙΝΘΟΣ
Καλλισίου 55
Τηλ: 26.710

ΧΑΛΚΙΔΑ
Νέοι 2
Τηλ: 76200 76251
68004

ΚΑΒΑΛΑ
Επαύλ. Σφαγείων 30
Τηλ: 228.425

ΗΡΑΚΛΕΙΟ
Επαύλ. Σφαγείων 63
Τηλ: 264.090, 265.371

απολαυτική γεύση για γερό σώμα!



MAGNET

Και ισορροπία και αρμονία και ξεγνοιασιά και ζωντάνια και δροσιά και γεύση και απόλαυση και δύναμη!

Ήρθε τώρα η νέα **AMITA SUN** για να σου προσφέρει όλα όσα ζητούσες από ένα χυμό και ακόμα περισσότερα. Ένας νέος, λακταριστός, 100% φυσικός χυμός είναι εδώ για να σου χαρίσει ένα γερό οργανισμό με τον πιο απολαυστικό και... ισορροπημένο τρόπο! Η **AMITA SUN** είναι ο μόνος χυμός από φυσικά ελληνικά φρούτα, εμπλουτισμένος με **βιταμίνες και ασβέστιο**. Με την υπέροχη, δροσιστική γεύση του πεπονιού, του ροδάκινου, του σταφυλιού, του πορτοκαλιού, του μήλου, του αχλαδιού και του ανανά, σου φτιάχνει τη διάθεση και σε τონώνει, μετατρέποντας την κάθε στιγμή σε συναρπαστική γευστική εμπειρία ενώ κάρη στο ασβέστιο, "κτίζει" ένα γερό και δυνατό σώμα. Ο συνδυασμός ασβεστίου και βιταμινών **A, B6, B12, C, D, E**, καθιστούν την **AMITA SUN** ως την πιο πρωτοποριακή, ωφέλιμη και απολαυστική πρόταση για όλη την οικογένεια! Η **AMITA SUN** συμπληρώνει μοναδικά τις καθημερινές ανάγκες του οργανισμού σε θρεπτικά συστατικά ενώ συμβάλλει με τον πιο φυσικό τρόπο στην **ισορροπημένη φροντίδα του εαυτού μας!** Επειδή θέλεις να τα έχεις όλα, πες **AMITA SUN** και απόλαυσε τη δύναμη μέσα σου!

με ασβέστιο
και βιταμίνες



NEA



Κάτι εντελώς
διαφορετικό
γιά την προστασία
του προσώπου
από τη μόλυνση
του περιβάλλοντος



MAGIC SHIELD

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΑΣΠΙΔΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ

**Δεν αφήνει
τη μόλυνση του περιβάλλοντος
ν' αγγίξει το πρόσωπό σας**



ΑΓΓΛΙΚΟ ΠΡΟΣΩΠΟ

CONSTANCE
CARROLL
SKIN CARE

Η υποαλλεργική κρέμα MAGIC SHIELD (Μάγικ Σιλντ) είναι ένα εντελώς νέο επαναστατικό προϊόν που προστατεύει οικολογικά το πρόσωπο σχηματίζοντας με την ειδική μοναδική της σύνθεση μια υγιεινή ασπίδα ανάμεσα στο πρόσωπο και το μολυσμένο περιβάλλον. Η αποκλειστική φόρμουλα MAGIC SHIELD που δημιουργήθηκε, μετά από πολύχρονες έρευνες, στα εργαστήρια της Constance Carroll,

- δεν αφήνει τη μολυσμένη ατμόσφαιρα, τους καπνούς και τις χημικές ουσίες του μακιγιάζ να έρθουν σ' επαφή με το δέρμα

- παράλληλα, επιτρέπει στο δέρμα ν' αναπνέει ελεύθερα
- είναι πρωτοποριακή, γιατί είναι η μόνη που ενεργεί προληπτικά κατά της μόλυνσης.

Η MAGIC SHIELD δεν είναι κρέμα ημέρας, αλλά μια επαναστατική κρέμα που χρησιμοποιείται καθημερινά πάνω από τα υπόλοιπα προϊόντα περιποίησης.

Η MAGIC SHIELD είναι ιδανική σαν βάση μακιγιάζ. Περιέχει αντιηλιακό φίλτρο UVA για την προστασία από τη βλαβερή υπεριώδη ακτινοβολία.

FARMECO

Τηλ.: 684.6109, 684.6392, (031) 323.052-3

Β. Πώς λειτουργεί η διαφήμιση

III. Διαφήμιση και ανθρώπινες επιθυμίες

☛ Ο διαφημιστής, προκειμένου να πείσει τους αγοραστές να προτιμήσουν το προϊόν μιας εταιρείας και όχι το ίδιο προϊόν μιας άλλης ανταγωνίστριας εταιρείας, επιμένει σε μια ιδιαίτερη πλευρά του προϊόντος («θέμα»). Για να το πετύχει αυτό, βασίζεται και απευθύνεται στις βαθύτερες επιθυμίες του καθενός μας:

- Επιθυμία νεότητας - ομορφιάς
- Επιθυμία ζωτικότητας - υγείας
- Επιθυμία ελευθερίας
- Επιθυμία επιστροφής στη φύση - προστασίας του περιβάλλοντος
- Επιθυμία χαράς - διασκέδασης
- Επιθυμία πολυτέλειας - πλούτου
- Επιθυμία δυναμισμού - περιπέτειας
- Επιθυμία για το καινούριο, το μοντέρνο
- Επιθυμία για σωστή μητρική φροντίδα
- Επιθυμία να ξεχωρίζει από τους υπόλοιπους κτλ.

☛ Ο διαφημιστής, ανάλογα με τους αγοραστές στους οποίους απευθύνεται, συνδέει το προϊόν με κάποιο από αυτά τα «θέματα». Έτσι δίνει μόνο μια συγκεκριμένη εικόνα του προϊόντος, αλλά δε δίνει καμιά πληροφορία για την τιμή, την ποιότητα ή τη σύνθεση του προϊόντος. (Αν αλλάξουμε σε μια διαφήμιση την εικόνα του προϊόντος με την εικόνα ενός ανάλογου άλλης μάρκας π.χ. σκόνης πλυσίματος, πιστεύετε πως θα φανεί καμιά διαφορά;)



1. Παρατηρήστε τις διαφημίσεις **15^α-15ι**.

α) Σε τι επιμένει η κάθε διαφήμιση; Ποιο φαίνεται να είναι το κυριότερο προσόν του προϊόντος που διαφημίζει;

β) Ποια είναι η λέξη ή η φράση που δείχνει το «θέμα» που διάλεξε ο διαφημιστής για να απευθυνθεί στις επιθυμίες των αγοραστών;

2. Αντιστοιχίστε τώρα τον αριθμό κάθε διαφήμισης με την ανθρώπινη επιθυμία στην οποία απευθύνεται (κοιτάξτε παραπάνω).

3. Βρείτε από εφημερίδες ή περιοδικά διαφημίσεις ιδίων προϊόντων (π.χ. αυτοκίνητα, σκόνες πλυσίματος ή καλλυντικά) αλλά διαφορετικής μάρκας. Συγκρίνετέ τα. Έχουν τα ίδια θέματα;
Αν βάλετε το όνομα του ενός στη διαφήμιση του άλλου (της άλλης μάρκας) υπάρχει καμιά διαφορά;



4. Φανταστείτε ότι θέλετε να διαφημίσετε ένα προϊόν. Βρείτε κάποιο και σκεφτείτε σε ποια επιθυμία του αγοραστή θέλετε να απευθυνθείτε (βλ. πρώτη παρατήρηση) και φτιάξτε το κατάλληλο σλόγκαν.

5. Φανταστείτε τώρα δύο ίδια προϊόντα από διαφορετικές μάρκες, σκεφτείτε ονόματα και φτιάξτε σλόγκαν για το καθένα, φροντίζοντας όμως να έχουν διαφορετικό «θέμα».

ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΑΣ ΒΓΑΙΝΕΙ
ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΝΕΡΑ
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ.



ΑΣ ΜΗΝ ΤΟ ΞΟΔΕΥΟΥΜΕ ΑΣΚΟΠΑ.

Το νερό είναι πηγή ζωής. Το ΥΠΕΚΩΔΕ με σέβασμό για το περιβάλλον,
υψώνει τα όρια που εξασφαλίζουν το νερό σε όλους τους.
Η ΕΥΔΑΠ, με συνεκούς ποσοτικούς στόχους, φροντίζει για τη συντήρηση, την ανάπτυξη, τη μεταφορά,
την επεξεργασία και τη διανομή του νερού σε κάθε σπίτι.
Έτσι ώστε όλοι εμείς να απολαμβάνουμε ένα από τα καλύτερα νερά της Ευρώπης.
Ας μην το σπαταλάμε.



ΤΟ ΝΕΡΟ ΕΙΝΑΙ ΥΠΟΘΕΣΗ ΟΛΩΝ ΜΑΣ. ΕΙΝΑΙ Η ΖΩΗ ΜΑΣ.



ΤΟ ΝΕΡΟ
ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥΤΙΜΟ.



ΔΕΝ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ
ΝΑ ΜΑΣ ΛΕΙΨΕΙ
ΓΙΑ ΝΑ ΤΟ ΕΚΤΙΜΗΣΟΥΜΕ.



ΤΟ ΝΕΡΟ ΕΙΝΑΙ ΥΠΟΘΕΣΗ ΟΛΩΝ ΜΑΣ. ΕΙΝΑΙ Η ΖΩΗ ΜΑΣ.





ΓΙΑ ΛΙΓΗ | ΖΕΣΤΑΣΙΑ

Ένταξη των προσφύγων
στην Ευρώπη

**ΥΠΑΤΗ ΑΡΜΟΣΤΕΙΑ ΤΟΥ Ο.Η.Ε.
ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΦΥΓΕΣ**



Ένταξη των προσφύγων



Ενημέρωση



Εμείς τη στάχτη την πετάμε στο τασάκι
και όχι στα μάτια σας

Στη NET η ενημέρωση στηρίζεται στην αμεσότητα,
την εγκυρότητα και το σεβασμό στον τηλεθεατή.
Χωρίς εξάρσεις και προσωπικούς συναισθηματισμούς.
Με ενημερωτικές εκπομπές που στοχεύουν στην ουσία,
με ψυχαγωγικά και πολιτιστικά μαγκαζίνο, talk shows
και πολιτικά τραπέζια. Για όσους ζητούν επίκαιρη,
πολυδιάστατη και ποιοτική ενημέρωση υπάρχει η NET.
Καθαρά πράγματα.

ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ. Άλλη όραση.

NET

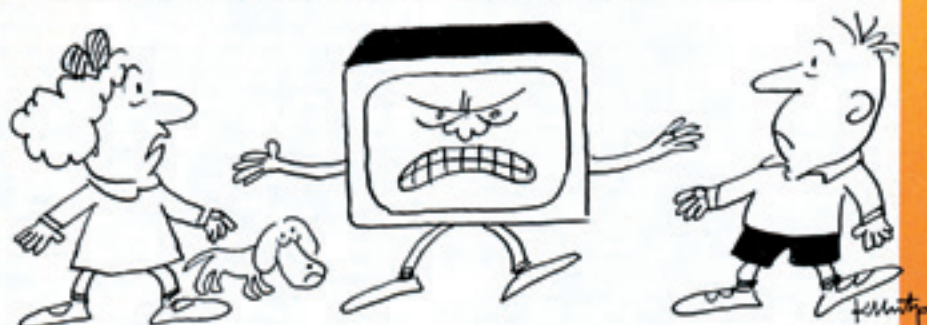
ΟΔΗΓΕΙ ΤΗΝ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ

ΔΕΣ ΤΟ ΚΙ ΕΤΣΙ...

Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ
ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΦΙΛΗ ΣΑΣ!



ΜΠΟΡΕΙ ΟΜΩΣ ΚΑΙ ΝΑ ΜΗΝ ΕΙΝΑΙ!



ΑΠΟ ΣΑΣ ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ!
ΑΝ ΔΙΑΛΕΞΕΤΕ ΣΟΣΤΑ ΤΙ ΘΑ ΔΕΙΤΕ...



ΕΚΠΟΙΣΩ

Βαλτετσίου 43-45, Αθήνα, τηλ.: 330.06.73- 330.11.37



Γ. Διαφήμιση και ενημέρωση

• Η διαφήμιση χρησιμεύει κυρίως, όπως φάνηκε, για να πουληθούν κάθε είδους προϊόντα.

• Μπορεί όμως και να χρησιμοποιηθεί από οργανισμούς και δημόσιες υπηρεσίες για να πληροφορήσουν, να ενημερώσουν τους πολίτες για τις κοινωνικές ανάγκες που καλύπτουν. Επίσης από μη κερδοσκοπικές (που δεν έχουν ως σκοπό το κέρδος) ενώσεις και οργανώσεις που θέλουν να ενημερώσουν για τη δράση τους και να ζητήσουν βοήθεια στο έργο τους.



1. Παρατηρήστε τις διαφημίσεις **16^α-16δ**

- Συγκρίνέτέ τις με όσες έχετε παρατηρήσει μέχρι τώρα και βρείτε τις διαφορές.
- Ποιες υπηρεσίες, εταιρείες, οργανισμοί ή οργανώσεις υπογράφουν
- Διαβάστε το κείμενο της καθεμιάς ξεχωριστά και βρείτε το σκοπό για τον οποίο φτιάχτηκαν.



2. Φτιάξτε ενημερωτικές διαφημίσεις, αφού χωριστείτε σε ομάδες, για να πληροφορήσετε για τη λειτουργία ενός από τα παρακάτω (κάθε ομάδα θα αναλάβει να σχεδιάσει μία από τις διαφημίσεις):

- της βιβλιοθήκης του σχολείου σας
- της χορωδίας του σχολείου σας
- της αθλητικής ομάδας του σχολείου σας
- της θεατρικής ομάδας του σχολείου σας.



ΤΟ ΑΝΔΑΛΟΥΣΙΑΝΟ ΥΠΕΡΘΕΑΜΑ ΤΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ

La Cuadra de Sevilla

Carmen

του Salvador Tavora

ΘΕΑΤΡΟ ΛΥΚΑΒΗΤΤΟΥ

ΔΕΥΤ. **3** ΤΡ. **4** ΤΕΤ. **5** ΠΕΜ. **6** ΙΟΥΝΙΟΥ 9 Μ.Μ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΑ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA
Instituto Nacional de los Artes Escénicos y la Música



ΧΟΡΗΓΟΣ

ΟΠΑΠ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ &
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ
ΕΣΕΤΙΑΣ

ΧΩΡΙΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΡΟΠΩΛΗΣΗ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ:

ΤΑΜΕΙΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΑΘΗΝΩΝ, ΣΤΟΑ ΠΕΣΜΑΖΟΓΛΟΥ-ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ 39, ΤΗΛ. 010 3221 459

ΔΙΣΚΟΠΟΛΕΙΑ **METROPOLIS** Τηλεφωνικές παραγγελίες με πιστωτική κάρτα: **TICKET** 010 6189300
Box Office 010 6391122 / Virgin Megastores

EPT

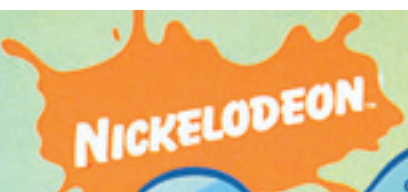
το άλλο βήμα

metro

GS2
Galaxy FM

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

ΛΑΒΡΥΣ



NICKELODEON



Μπομπ
Σφουγγαράκης

ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ!

ΜΕ ΤΟΝ Μπομπ Σφουγγαράκη!

ΣΤΑ ODEON
Kosmopolis & Starcity

Ο Μπομπ Σφουγγαράκης σας περιμένει:

ODEON Kosmopolis:

24/12, 30/12 & 2/1, 11:30 έως 15:30

ODEON Starcity:

26, 27, 28, 29/12, 13:30 έως 17:30

τηλεφωνίες: 801 11 60000

www.odeon.gr



Γνωρίστε
τον Μπομπ
Σφουγγαράκη
από κοντά!

ODEON Kosmopolis

Λεωφ. Κηφισίας 73, Μαρούσι

ODEON Starcity

Λεωφ. Συγγρού 111, Νέος Κόσμος



Licensed by Black and White Licensing SA
tel: 210 61 79 117 e-mail: info@blackandwhite.gr
© 2005 Viacom International Inc. All Rights Reserved. Nickelodeon, SpongeBob SquarePants
and all related titles, logos and characters are trademarks of Viacom International Inc. Created by Stephen Hillenburg.

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙ ΚΕΡΑΜΙΚΗΣ



Ώρες λειτουργίας: Πρωί - απόγευμα
Επισκέψεις σχολείων κατόπιν συ-
νεννόησης

Ένας νέος και μοναδικός χώρος δημιουργικής απασχόλησης με αντικείμενο τον πηλό, περιμένει μικρούς και μεγάλους, στο Αρχαιολογικό πάρκο στην Ακαδημία Πλάτωνος.

Τα παιδιά κάθε ηλικίας μέσα από τη διαδικασία της επαφής με τον πηλό και τον τροχό, αναπτύσσουν τη δημιουργικότητά τους, εξάπτουν τη φαντασία τους, καλλιεργούν τη σκέψη τους ψυχαγωγούνται και εξασκούν δεξιότητες.

Ένας χώρος για όλους εκείνους που θέλουν να ασχοληθούν με κάτι διαφορετικό ή να υιοθετήσουν ένα ξεχωριστό χόμπι.

Υπεύθυνος κέντρου: Γκούμας Βασίλης • Τηλ. Επικοινωνίας 01051 48 265

Παράθυρο την εκπαίδευση του παιδιού, τ.14 Μάρτιος-Απρίλιος 2002

Το Ζάππειο Μέγαρο φιλοξενεί από χθες την έκθεση «Αφιέρωμα στο παιδί», που διοργανώνει για τρίτη χρονιά στη χώρα μας η εταιρεία EIR Σύμβουλοι Ανάπτυξης Α.Ε. (010-64585530, 010-6459787, e-mail:info@paidi.gr).

Βάλτε, λοιπόν, τη φόρμα και τα αθλητικά σας παπούτσια, για να αισθανέστε σαν στο σπίτι σας: επισκεφθείτε πρώτα τα περίπτερα που στεγάζουν τα προϊόντα που προτείνουν οι εκθέτες, δηλαδή οι εταιρείες, οι φορείς και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα που παίρνουν μέρος σ' αυτό το μοναδικό γεγονός, και μετά... ζωγραφίστε, χορέψτε και πάρτε μέρος σε κληρώσεις με πλούσια και επιμορφωτικά δώρα. Η έκθεση θα παραμείνει ανοιχτή σήμερα και αύριο, που είναι και η τελευταία μέρα λειτουργίας της, από τις 10 το πρωί έως τις 9 το βράδυ. Παραλίγο να το ξεχάσουμε! Στο περίπτερο 107, μαζί με την FM RECORDS, θα είμαστε κι εμείς, δηλαδή οι Ερευνητές που πάνε παντού. Σας περιμένουμε, λοιπόν, για να συνεχίσουμε την κουβέντα, την οποία με κάθε ευκαιρία που μας δίνεται στήνουμε με μεγάλη χαρά. Αφού μας επισκεφθείτε, λίγα περίπτερα πιο κάτω, συγκεκριμένα στο 113, θα βρείτε το ΙΜΕ. Αν' όσα έχουμε δει, οι προτάσεις του είναι εξαιρετικά ενδιαφέρουσες!

Την έκθεση «Αφιέρωμα στο παιδί» υποστηρίζουν το περιοδικό Παιδί και Νέοι Γονείς, η Καθημερινή μαζί με τους Ερευνητές πάνε παντού και ο ραδιοφωνικός σταθμός ΣΚΑΪ 100,4 FM.

ΣΑΒΒΑΤΟ 9 ΜΑΡΤΙΟΥ 2002

Αφιέρωμα
στο ΠΑΙΔΙ
2002

Δ. Αφίσα

• Όταν κάποιος οργανισμός ή υπηρεσία θέλει να αναγγείλει κάποια σημαντικά γεγονότα για την πόλη, την κοινότητα ή την περιοχή, όπως ένα θεατρικό έργο, μια ταινία, μια τοπική γιορτή, μια έκθεση, ένα επιστημονικό συνέδριο ή σεμινάριο, τον ερχομό ενός τσίρκου κτλ., χρησιμοποιεί ως μέσο διαφήμισης κυρίως την «αφίσα».

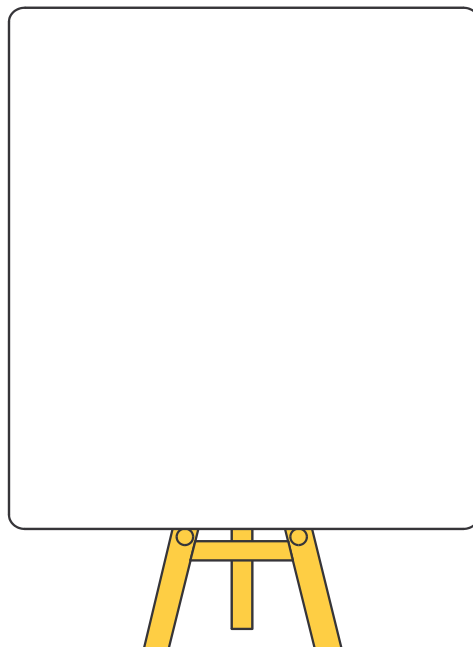
- Τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν μια αφίσα είναι:
- μια εικόνα που να τραβά την προσοχή (φωτογραφία ή σκίτσο)
- οι απαραίτητες πληροφορίες: για ποιο γεγονός πρόκειται, πότε (ημέρα και ώρα), σε ποιο χώρο, θέμα ή τίτλος, ποιος το παρουσιάζει κτλ.
- Επειδή οι χώροι όπου τοποθετείται μια αφίσα είναι δημόσιοι και με μεγάλη κίνηση, πρέπει να τραβά εύκολα την προσοχή. Γι' αυτό λοιπόν χρησιμοποιούνται συνήθως έντονα χρώματα με δυνατές αντιθέσεις και μεγάλοι τυπογραφικοί χαρακτήρες γραμμάτων.



1. Παρατηρήστε τις αφίσες 17^α - 17^β.

α. Περιγράψτε τις εικόνες και τη σχέση τους με το γεγονός το οποίο διαφημίζουν. Σχολιάστε τα κείμενα.

β. Γράψτε σ' έναν πίνακα τις βασικές πληροφορίες που δίνει η καθεμιά (κοίταξε παραπάνω).



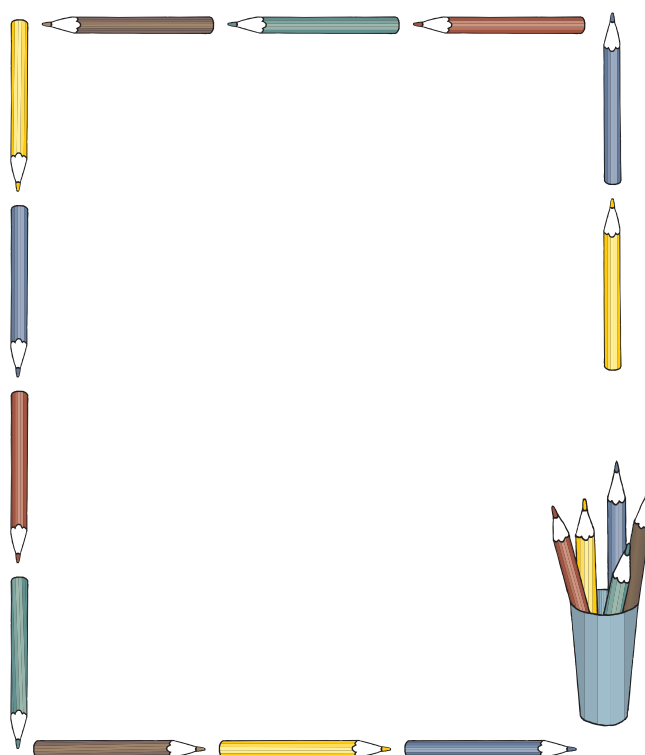


2. Φτιάξτε αφίσες, αφού χωριστείτε σε ομάδες, με τις οποίες θα διαφημίζετε στους μαθητές του σχολείου σας ή της περιοχής σας, στους δασκάλους και στους γονείς ένα από τα παρακάτω (κάθε ομάδα θα αναλάβει να σχεδιάσει μία από τις αφίσες):

- ένα θεατρικό έργο που θα παρουσιάσει η τάξη σας
- μια γιορτή με εκπλήξεις που έχετε ετοιμάσει
- μια έκθεση βιβλίου που σκοπεύετε να κάνετε
- μια αθλητική εκδήλωση
- μια συναυλία της χορωδίας του σχολείου σας.

Μην ξεχάσετε τις απαραίτητες πληροφορίες και τεχνικές ώστε η διαφήμισή σας να έχει επιτυχία.

3. Διαβάστε προσεκτικά τις ειδήσεις του κειμένου **18** για χώρους όπου γίνονται εκθέσεις. Φτιάξτε κατόπιν από αυτές κείμενα για αφίσες. Προσέξτε όμως ποιες από τις πληροφορίες που δίνει η κάθε είδηση χρειάζονται για το κείμενο μιας αφίσας. Σίγουρα όχι όλες!



Εγώ, Sitram φαγι...



...έχει 3 βιαβίδες ασφαλείας
-και το πρώτο που ζητάω είναι απόλυτη
ασφάλεια!

Εγώ, Sitram φαγι...



...δεν έχω λεφτά για πιάτομα!
Χάρη στον 3πλό πάτο-σάντουιτς συν-
δυάζει καλή τιμή και οικονομία στο
ρεύμα.

Εγώ, Sitram φαγι...



...κοιτάζω την τεκολία μου!
Έχει βολικό σχήμα, είναι πρακτική
στο μαγείρεμα και πλένεται εύκολα.

Εγώ, Sitram φαγι...



...θα τη χρησιμοποιώ «για ζωή»
-είναι τόσο ανθεκτική και χωρίς
προβλήματα.

Εγώ, Sitram φαγι...



...μαγειρεύει σε χρόνο ρεκόρ!
Και είναι ιδανική για διατητικό
μαγείρεμα.

Εγώ, Sitram φαγι...



...τρέλαινομαι να μαγειρεύω!
Είδατε το νέο βιβλίο SITRAM
με 160 νόστιμες συνταγές;

*** ΔΩΡΑ**

με κάθε χύτρα SITRAM:
• Το νέο βιβλίο συνταγών
• Ένα σπορτζάκι καφέ
για μαγείρεμα στον ατμό.



Κι εσείς
νέα χύτρα ταχύτητας
και σκεύη
SITRAM
γιατί έτσι μαγειρεύουν
σήμερα!

Καλή Μουσική Σωστή Ενημέρωση Ζωντανή Ψυχαγωγία



ΤΟ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

...Γιατί η μουσική
είναι προσωπική σας
υπόθεση

...Γιατί η ενημέρωση
είναι προσωπική σας
ανάγκη

...Γιατί η ψυχαγωγία
είναι προσωπική σας
εκδήλωση



ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΣΑΣ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA

Χαρείτε τις νέες διαστάσεις του χρήματος.

1. ΤΟ ΜΟΝΤΕΡΝΟ ΧΡΗΜΑ:



Ζητάει όσο μια δραχμή. Αξίζει όσο η άντασή σας. 200.000.000 σύγχρονοι άνθρωποι σ' όλο τον κόσμο προτιμούν να πληρώνουν με VISA.

2. ΤΟ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΧΡΗΜΑ:

Παίρνοντας την ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA στο χέρι αποκτάτε αυτόματα αγοραστική δυνατότητα. Επιπλέον, προσθέτετε στο επίσημο τουριστικό σας συνάλλαγμα 300 δολάρια.



3. ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΧΡΗΜΑ:



Η VISA είναι ο μεγαλύτερος οργανισμός πιστωτικών καρτών στον κόσμο. Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA είναι το χρήμα που περνάει παντού μόνο με την υπογραφή σας. Σε 5.000.000 επιχειρήσεις σ' όλο τον κόσμο και σε 30.000 επιχειρήσεις στην Ελλάδα με το ενδεικτικό σήμα VISA.

4. ΤΟ ΣΙΓΟΥΡΟ ΧΡΗΜΑ:

Ανακαλύψτε τη σιγουριά της άδριας τάξης. Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA είναι σίγουρη, αφού «λειτουργεί» μόνο με τη δική σας υπογραφή.



5. ΤΟ ΣΥΜΦΕΡΟΝ ΧΡΗΜΑ:



Αγοράζετε σήμερα και πληρώνετε χωρίς τόκο - μετά από 45 μέρες περπύου. Επίσης μοιραστείτε ένα μέρος από τα ψώνια σας να το εξοφλήσετε σε 10 μηνιαίες δόσεις με το νόμιμο τραπεζικό τόκο.

6. ΤΟ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟ ΧΡΗΜΑ:

Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA ελευθερώνει τις μετακινήσεις σας. Βγάζει εισιτήρια, κλείνει πληρώνα ξενοδοχεία, νοικιάζει αυτοκίνητα. Κόψτε δρόμο μαζί της.



7. ΤΟ ΝΟΣΤΙΜΟ ΧΡΗΜΑ:



Βγάλτε, διασκεδάστε. Η ΙΟΝΟΚΑΡΤΑ/VISA έχει προβλέψει για τις απρόβλεπτες εξορμήσεις σας. Είναι συμβεβλημένη με τα καλύτερα κοσμάκια σ' όλο τον κόσμο.

8. ΤΟ ΕΚΤΑΚΤΟ ΧΡΗΜΑ:

Όταν «ξεμάνετε» από χρήματα, δαίστε την κάρτα σας σ' ένα από τα καταστήματα της ΙΟΝΙΚΗΣ και πάρτε μετρητά για τα άμεσα μικροέξοδά σας.



ΙΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Γιορτή και πάθος

Η γεμάτη πάθος προσπάθειά μας για το καλύτερο είναι μέσα στην καρδιά των Juice up.

Μας οδηγεί σε ολοένα και πιο καινούργιες ανακαλύψεις για ΕΣΑΣ. Αυτό το πάθος εγγυάται

την καλή ποιότητα των Juice up.

Υποσχόμαστε να σας ικανοποιούμε με τις πιο απολαυστικές γεύσεις,

οι οποίες θα σας προσφέρονται με χαμόγελο κάθε στιγμή της ημέρας.

Υποσχόμαστε και επιδιώκουμε

την υψηλότερη ποιότητα των προϊόντων μας για να σας προσφέρουμε το καλύτερο, το φυσικό, το χωρίς καθόλου συντηρητικά ή τεχνητό άρωμα και χρώμα.

Στα Juice up αυτός είναι ο στόχος μας.

Όταν αναμειγνύουμε τους φυσικούς χυμούς, ανακαλύπτουμε ότι δημιουργούμε προσφέροντάς σας την γεύση και την αγνότητα σε όλο τους το μεγαλείο.

Αυτή η ενέργεια είναι ισάξια με ένα καλό γεύμα. Και γνωρίζουμε ότι ζώντας την ζωή όσο γίνεται καλύτερα,

αυτή γίνεται πιο ευχάριστη

ειδικά μέσα από μια έκρηξη χρωμάτων.

Αυτή είναι η διαφορά μας, μια γιορτή των φρούτων, των λαχανικών, των βιταμινών, των μετάλλων και των βοτάνων

η ανακάλυψη ότι εμείς μαζί με την φανταστική

γεύση, σας προσφέρουμε και

τα απαραίτητα για το σώμα και το μυαλό θρεπτικά στοιχεία.

Juice up Παρέμβαση!



Και κάτι ακόμα (1)



1. Μπορείτε να βρείτε σε ποια ερώτηση απαντούν οι φράσεις των διαφημίσεων **19** και **20**; Ξέρετε πώς λέγονται αυτές οι προτάσεις; Γιατί;
2.
 - α. Με ποιο γραμματικό μέρος του λόγου περιγράφει ο διαφημιστής τις "νέες διαστάσεις του χρήματος" που προσφέρει η πιστωτική κάρτα που διαφημίζεται στο κείμενο **21**; Αποδώστε τις φράσεις και στα τρία γένη αντικαθιστώντας τη λέξη «χρήμα» με τις λέξεις «οικονομία» και «λογαριασμός» και γράψτε όλες τις πτώσεις ενικού και πληθυντικού αριθμού.
 - β. Υπογραμμίστε τις λέξεις **διαστάσεις**, **επιπλέον**, **διεθνές**, **συμφέρον**, **έκτακτο**. Είναι λέξεις σύνθετες. Παρατηρήστε το πρώτο τους συνθετικό. Βρείτε τη σημασία καθενός και συζητήστε πώς αυτή συνδυάζεται με τη σημασία του δεύτερου συνθετικού, ώστε να δώσετε την τελική ερμηνεία της λέξης διαβάζοντάς την μέσα στο κείμενο. Συγκρίνετε τη δική σας ερμηνεία με αυτή που δίνει το λεξικό.
 - γ. Προσπαθήστε να κάνετε το ίδιο βρίσκοντας και άλλες τέτοιες λέξεις στις διαφημίσεις που σας έχουν δοθεί.
3. Αντικαταστήστε όσα επίθετα ή επιρρήματα του κειμένου **22** μπορείτε με τα αντίθετά τους και ξαναδιαβάστε το κείμενο. Είναι ακόμα διαφημιστικό; Ποιος είναι ο ρόλος των επιθέτων σ' αυτό το κείμενο;



Η CANON ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΗΝ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΛΕΞΗ ΣΤΑ ΕΓΧΡΩΜΑ ΦΩΤΟΑΝΤΙΓΡΑΦΙΚΑ

Είναι νέα. Είναι Canon. Και είναι μια γενιά μπροστά. Canon CLC 700 και CLC 800. Τα δύο νέα, έγχρωμα φωτοαντιγραφικά που σας φέρνουν την τελευταία λέξη της σύγχρονης τεχνολογίας. Και τα δύο μοντέλα σας εξασφαλίζουν φωτεινά, καθαρά, ζωντανά χρώματα, αναδεικνύοντας την παύση και την αποτελεσματικότητα της γραφής σας επικοινωνίας.

- Παράλληλα, είναι σχεδιασμένα ώστε να αυξάνουν την παραγωγικότητά σας γιατί σας προσφέρουν:
- Ένα αποκλειστικό πλεονέκτημα: το Canon CLC 800 είναι παγκοσμίως το πρώτο έγχρωμο, αυτόματο φωτοαντιγραφικό διπλής όψης.
- Υψηλή ταχύτητα 7 φωτοαντιγράφων το λεπτό.
- Τις λειτουργίες ενός έγχρωμου laser εκτυπωτή και scanner, αν το συνδέσετε με το PC ή το MAC σας, αυξάνοντας έτσι τις δημιουργικές σας ικανότητες.
- Δυνατότητα οπτικοποίησης για 20 εκδόσεις εργασίας, 50 φύλλα ή κάθε μία, ακόμα και διπλής όψης.

A GENERATION AHEAD



Canon

A PLEASURE TO WORK WITH

- Ικανότητα φωτοαντιγραφής σε χοντρό χαρτί για εργασίες και εξώφυλλα παρουσιάσεων.
 - Ευκολία στη χρήση τους αφού τα χειρίζεται άνετα οποιοδήποτε μέλος στην εταιρία σας.
- Και βέβαια όσο πιο μεγάλη είναι η παραγωγικότητά σας, τόσο γρηγορότερα θα αποδόσει η επένδυσή σας. Για δωρεάν παρουσίαση:
- INFORMA ABEE, Αττική, Σηγγυρού 36-38, 117 42 ΑΘΗΝΑ, τηλ. 924 7000-4, fax. 923 0661

Παρακαλώ στείλτε στο επικοινωνούντων πληροφοριών για το Canon CLC 700/800:

Εταιρία: _____

Αдрес: _____

Ονοματεπώνυμο: _____

Καθήκοντα: _____

Αιτιολογία: _____

Τηλ. Καθ.: _____ Πόλη: _____ Τηλ.: _____

Και κάτι ακόμα (2)



1. Ξέρετε το γάτο Γκάρφιλντ από το κόμικ που έχει το ίδιο όνομα; Τι τον παρουσιάζει η διαφήμιση **23** να κάνει; Ποιο προσόν του προϊόντος που διαφημίζεται θέλει να τονίσει ο διαφημιστής και με ποιο τρόπο το καταφέρνει;



2. Αντιστοιχίστε τις λέξεις με τα αντίθετά τους. Ποιο μέρος της λέξης αλλάζει και ποιο μένει ίδιο;

δύσκολος

έξοδος

υφιστάμενος

εύκολος

είσοδος

προϊστάμενος

Φτιάξτε μικρές προτάσεις χρησιμοποιώντας τις παραπάνω λέξεις

3. Ενώστε τα αχώριστα μόρια με όποιες από τις λέξεις που είναι δίπλα τους ταιριάζουν και φτιάξτε καινούριες:

συν

θεωρώ

επι

ημερώνω

είς

αναγκάζω

εξ

βάλλω

υπέρ

άδελφος

εν

οδος

Γράψτε τις παραπάνω λέξεις και βρείτε με τη βοήθεια του λεξικού την ερμηνεία τους: