

## Horváth Beáta

### Magyar nyelv. Gyakorlás az érettségihez. Érvelő szövegalkotás.

A reklámok sokféle megítélés alá esnek. Érvek és ellenérvek mentén mutasson rá a reklám hasznos funkcióira, illetve negatív hatásaira. 120-200 szóban, legalább három érveléssel és három ellenérveléssel mutassa be a különböző nézőpontokat! Érvelésében támaszkodjon a következő idézet szempontjaira, kulcsfogalmaira is!

*„Létezik tehát a valódi igény a fogyasztó életében, és ha jó a termék vagy a szolgáltatás, akkor az igényre válaszoló megfelelő megoldás is létezik. Ilyenkor a reklámban ábrázolt valóság csak a mellékkörülményekben tér el a tényleges valóságtól – például vígjátéki eszközökkel ábrázolják a valós probléma megjelenését, mondjuk a ruha bepiszkolódását. Ezekben az esetekben csak a valóság stílusa változik meg, de a logikája nem torzul: egy valóságos probléma merül fel, és az annak megoldására ténylegesen alkalmas eszköz jelenik meg a hirdetésben.”*

Manhardt András: A reklám valósága. Mindennapi Pszichológia

<https://mipszi.hu/cikk/111016-reklam-valosaga>

(Helyes válaszelemek pl.: ...)

+	-
<i>fogyasztói igényekre ad választ</i>	<i>hamis fogyasztói igényeket gerjeszt</i>
<i>problémamegoldást nyújt</i>	<i>nem konkrét problémát old meg, hanem azonosulásra játszik</i>
<i>célja nyílt, az eladni akar, a fogyasztó hozhat döntést</i>	<i>a fogyasztó körül erős ingerkörnyezetet hoz létre, hosszútávú hatásmechanizmust épít ki, az elköteleződés megerősítése a cél</i>
<i>tömegtájékoztatásra és egyénre szabott reklámra is alkalmas</i>	<i>akár maga a fogyasztó is reklámhordozóvá válhat (pl. továbbadja az információt, használja a reklámszlogeneket, olyan pólót hordoz, amint márka vagy szlogen van)</i>
<i>általán más szolgáltatásokhoz ingyen jutunk hozzá</i>	<i>a fogyasztó eladja információit, idejét</i>
<i>tájékoztat a legújabb termékekről, fejlesztésekről</i>	<i>manipulatív, másodlagos szándékok</i>

<i>technikáival fontos társadalmi kérdésekre is fel lehet hívni a figyelmet (társadalmi célú reklám)</i>	<i>célja: felesleges igények, túlzott elvárások, túlfogyasztás kialakítása</i>
<i>lehet kreatív, művészileg kidolgozott, magasszínvonalú kreatívan szórakoztat</i>	<i>a gyors hatás, az erőltetett piaci hatás miatt etikai kérdéseket is felvett: erőltetett hatás (olykor megtévesztés)</i>
<i>követi a nyilvánosság, a médiatér változását</i>	<i>agresszíven, a technológiai, digitális környezetünket kihasználva kapunk információkat (filmek megszakítása, a keresési gyakorlatok megfigyelése)</i>
<i>nemcsak termékek, hanem fontos közösségi események, fejlesztések, kampányok is alkalmazhatják a termékreklámok hatékony stratégiáit</i>	<i>algoritmusok figyelik a fogyasztót</i>