

Ἐκθεση ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΩΡΑΙΤΗ



693.717.8812

www.kmoraiti.gr

28/7/2020

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαφήμιση είναι η γνωστοποίηση των ιδιοτήτων και των πλεονεκτημάτων ενός προϊόντος, με σκοπό την επιρροή των καταναλωτών και τον προσανατολισμό τους στην αγορά και στην κατανάλωσή του. Συχνά, είναι η προώθηση μιας ιδέας, ενός τρόπου συμπεριφοράς ή ενός προσώπου, με στόχο την ετεροκατεύθυνση του κοινού. Σκοπός είναι η αύξηση του κέρδους.

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η διαφήμιση δεν αποτελεί φαινόμενο που εμφανίστηκε στη σύγχρονη εποχή. Από την αρχαιότητα οι έμποροι διαφήμιζαν τα προϊόντα τους γνωστοποιώντας στο λαό τις ιδιότητες τους. Δεν περιοριζόταν στην επίδειξη του, αλλά με δυνατή φωνή παρουσίαζαν τα πλεονεκτήματά του. Με τη βιομηχανική επανάσταση δόθηκε ώθηση στη διαφήμιση, η οποία οργανώθηκε με τη βοήθεια επιστημονικών μεθόδων.

ΑΠΟΔΕΙΞΗ ΟΤΙ Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΕΧΕΙ ΕΙΣΒΑΛΕΙ ΣΤΗ ΖΩΗ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ

- Σε όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες, από την πολιτική ζωή ως τον αθλητισμό, από την τέχνη ως το εμπόριο η διαφήμιση κατέχει σημαντική θέση.
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κατακλύζονται από διαφημίσεις εταιριών που στόχο έχουν να γνωστοποιήσουν τα προϊόντα τους και συνεπώς να αυξήσουν τα κέρδη τους.
- Ποι διαφημίσεις προβάλλουν κοινωνικά, ηθικά και πολιτικά μηνύματα που επηρεάζουν τη συμπεριφορά των πολιτών και συχνά διαμορφώνουν την προσωπικότητά τους.
- Μεγάλο ανθρώπινο δυναμικό εργάζεται στον τομέα της διαφήμισης, για να επιτευχθεί με επιστημονικές μεθόδους το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.
- Οι ατομικές επιλογές του ανθρώπου επηρεάζονται αποφασιστικά από τη διαφήμιση.

ΜΕΘΟΔΟΙ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν τεχνικές που βασίζονται στα πορίσματα της ψυχολογίας και στις μεθόδους του κινηματογράφου.
- Προσπαθώντας να επηρεάσουν ψυχολογικά τον καταναλωτή προσδίδουν ψεύτικες, μαγικές ιδιότητες στο προϊόν και προσπαθούν να πείσουν τον άνθρωπο ότι χρησιμοποιώντας το υποκαθιστά το ψυχικό κενό που αισθάνεται.
- Με το διαρκή καταιγισμό του ανθρώπου με διαφημιστικά μηνύματα επιδιώκεται η προπαγάνδα και η επιρροή των επιλογών του καταναλωτή. Το διαφημιστικό μήνυμα επαναλαμβάνεται και κυριαρχεί ο συνθηματικός λόγος.
- Η γυναίκα χρησιμοποιείται είτε ως αντικείμενο ερωτικού πόθου για τους άνδρες, είτε συνδέεται με τα παραδοσιακά πρότυπα της μητέρας και της νοικοκυράς για τις γυναίκες.
- Ο διαφημιστικός λόγος είναι ελλειπτικός, επιδιώκεται ο λεκτικός πληθωρισμός, τα επίθετα χρησιμοποιούνται σε υπερθετικό βαθμό, κυριαρχούν οι υπερβολές, η παραδοξολογία, τα λογοπαίγνια, η πολυσημία, οι συνυποδηλώσεις, οι επαναλήψεις, η προστακτική και οι νεολογισμοί.
- Χρησιμοποιούνται συνειρμοί ιδεών και λανθάνοντες αξιολογικοί χαρακτηρισμοί.

- Η διαφήμιση απευθύνεται στο συναίσθημα ή επικαλείται την αυθεντία χρησιμοποιώντας επώνυμα πρόσωπα.

ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

- Στον οικονομικό τομέα, η διαφήμιση προωθεί τόσο την ευημερία των επιχειρήσεων όσο και τη χρηματοδότηση των μέσων μαζικής ενημέρωσης.
- Συντελεί στη μείωση της ανεργίας, εφόσον σημαντικό εργατικό δυναμικό απασχολείται στον τομέα της διαφήμισης.
- Η διαφήμιση εντείνει τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα να επέρχεται βελτίωση των προϊόντων, για να επιτευχθεί η μεγιστοποίηση των κερδών.
- Ο καταναλωτής ενημερώνεται για τα προϊόντα που υπάρχουν στην αγορά και έχει τη δυνατότητα να επιλέξει από ένα πλήθος καταναλωτικών αγαθών.
- Συχνά, η διαφήμιση προβάλλει μηνύματα κοινωνικού χαρακτήρα (για το φυσικό περιβάλλον, τα τροχαία ατυχήματα, τις συνέπειες του καπνίσματος, του αλκοόλ ή των ναρκωτικών, ενημέρωση για ασθένειες κ.α.)
-

ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

- Ο άνθρωπος οδηγείται στον υπερκαταναλωτισμό, καθώς καλλιεργείται η νοοτροπία του υλικού ευδαιμονισμού. Έτσι, εξωθείται σε παράλογες αγορές για να καλύψει επίπλαστες ανάγκες. Σαν αποτέλεσμα, οδηγείται στην οικονομική εξασθένηση.
- Η εθνική οικονομία συχνά επιβαρύνεται, εφόσον ένα κράτος κατευθύνεται στην αύξηση εισαγόμενων προϊόντων.
- Η αύξηση του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων οδηγεί στην εξασθένηση των πιο αδύναμων και στη μεγιστοποίηση των κοινωνικών ανισοτήτων.
- Καλλιεργείται ο ανταγωνισμός μεταξύ των ανθρώπων και υποδαυλίζονται οι σχέσεις τους.
- Τα πρότυπα που προβάλλουν οι διαφημίσεις είναι βίαια και εθίζουν το νέο στην επιθετικότητα.
- Περιορίζεται η ελευθερία επιλογής του ατόμου, αφού οι σκέψεις και ο τρόπος ζωής του καθορίζονται από τα προβαλλόμενα πρότυπα.
- Στον πολιτικό τομέα, οδηγεί στην παθητικοποίηση και στην αδράνεια που έχει υιοθετήσει ο σύγχρονος πολίτης, καθώς καθοδηγεί και υπνωτίζει τη σκέψη του.
- Η διαφήμιση είναι υπεύθυνη για την κρίση των ανθρώπινων σχέσεων, καθώς γίνονται επιφανειακές και ανούσιες. Οι άνθρωποι ταυτίζουν την ποιότητα ζωής με τα καταναλωτικά αγαθά και κρίνουν το συνάνθρωπο τους ανάλογα με την αγοραστική του δύναμη.
- Είναι υπεύθυνη για την ομοιομορφία και τη μαζοποίηση, αφού εκλείπει η φαντασία και η πρωτοτυπία εκλείπει.
- Ευθύνεται για την ξενομανία και το μιμητισμό από τους νέους κυρίως ανθρώπους.
- Συχνά, ευθύνεται για την καθιέρωση εκπομπών κατώτερης πολιτιστικής παραγωγής. Ιδιαίτερα στα μέσα μαζικής ενημέρωσης προβάλλονται

προγράμματα χαμηλής πνευματικής στάθμης, εξαιτίας της εμπορικής τους επιτυχίας που κρίνεται με βάση τη συχνότητα των διαφημίσεων.

- Τα γλωσσικά πρότυπα που προωθούνται ευθύνονται για την κακοποίηση της γλώσσας.

ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ

- Η παιδεία πρέπει να συντελέσει στην ανάπτυξη της κριτικής ικανότητας του ατόμου, ώστε να είναι σε θέση να αντισταθεί στη χειραγώγηση που επιδιώκεται από τη διαφήμιση. Οφείλει να διαμορφώσει ισχυρές προσωπικότητες με αυτοέλεγχο, αυτογνωσία και εγκράτεια.
- Το άτομο είναι αναγκαίο να προβληματίζεται και να κρίνει τα αγαθά και τα πρότυπα που προωθεί η διαφήμιση.
- Το κράτος οφείλει να λάβει δραστικά μέτρα και να συντάξει νόμους που να περιορίζουν τη διαφημιστική δραστηριότητα και να διασφαλίζουν το σεβασμό απέναντι στην ανθρώπινη προσωπικότητα.
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν χρέος να ελέγχουν αυστηρά τα διαφημιστικά μηνύματα.