

Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η διαφήμιση είναι ένα μέσο με το οποίο προβάλλονται προϊόντα κυρίως, και έχει σκοπό να προσελκύσει κόσμο, την κατανάλωση και το πολιτικό όφελος. Όπως βλέπουμε καθημερινά οι διαφημίσεις κάποιες φορές είναι πολύ απλές αλλά άλλες φορές είναι τόσο πλούσιες με οπτικοακουστικό υλικό. Συνήθως στο διαφημιστικό διάλογο χρησιμοποιούνται και πολλά σχήματα λόγου, το χιούμορ είναι ένα πολύ συχνό χαρακτηριστικό που βλέπουμε στις διαφημίσεις.

Γιατί υπάρχει η διαφήμιση;

Η διαφήμιση πρώτα από όλα έχει στόχο να προσελκύσει όσο το δυνατόν πιο πολύ κόσμο μπορεί.



Η πρώτη διαφήμιση στον κόσμο

- Β' παγκόσμιος πόλεμος. Οι τηλεθεατές βρίσκονται καθισμένοι μπροστά απ' την οθόνη της τηλεόρασής τους. Το πρόγραμμα διακόπτεται. Η κινούμενη εικόνα όμως που παρακολουθούν δεν δείχνει τον χρόνο που "παγώνει" απ' τους βομβαρδισμούς, αλλά το χρόνο που...κυλά στα ρολόγια Βιλινα. 10 δευτερόλεπτα. Τόσο διήρκεσε. Ήταν η πρώτη τηλεοπτική διαφήμιση στον κόσμο!
- Μεταδόθηκε, στις ΗΠΑ την 1η Ιουλίου 1941 πριν από ένα ματς μπέιζμπολ μεταξύ των Brooklyn Dodgers και των Philadelphia Phillies κι είχε διάρκεια μόλις 10 δευτερολέπτων. Ένα ρολόι, η φίρμα της εταιρίας, φόντο ο χάρτης των Ηνωμένων Πολιτειών και μια φωνή σε voice over να λέει: "Η Αμερική τρέχει στο χρόνο της Βιλινα". Αυτό ήταν όλο κι όλο. Μια παρουσίαση χωρίς υπερβολές κι ιδιαίτερη έμπνευση, μια διαφήμιση όμως που έμελλε ν' αλλάξει μια για πάντα τη σχέση προϊόντος – καταναλώτη
- 02:29:10...Εκείνη ακριβώς τη στιγμή έγινε η μετάδοση απ' το τηλεοπτικό δίκτυο WNBT (θυγατρική του τέως NBC, νυν NBC Universal), το οποίο και πληρώθηκε κάτι παραπάνω από 9 δολάρια.

Οι διαφημίσεις προηγούμενων δεκαετιών περιείχαν στα σλόγκαν τους και το ονόμα του προϊόντος ή της υπηρεσίας που διαφήμιζαν.Ας θυμηθούμε μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα κυρίως των δεκαετιών '80 και του '90 που έχουν χαραχθεί τόσο στην μνήμη όσο και στην καρδιά μας απο τα παιδικά μας χρόνια:

- ION,η πρώτη σου αγάπη και παντοτινή.
- Γάλατα υπάρχουν πολλά,ΝΟΥΝΟΥ όμως ένα.
- LACTA,το πιο γλυκό κομμάτι της ζωής σου.
- Χλωρίνη KLINEX.Αυτήν ξέρετε,αυτήν εμπιστεύεστε.
- Ακάακιε!Τα μακαρόνια να είναι MISKO.
- Είναι κεφάτη,γυρίζει απο του ΒΕΡΟΠΟΥΛΟΥ.
- ΜΕΛΙΣΣΑ.Είμαι μακαρονάς,τι να κάνουμε;
- BRAVO.Αυτός είναι καφές.
- Ντεν έκο αυτοκίνητο καρντιά μου(Nescafe cappuccino).
- Το χάσαμε το κορμί πατριώτη...(Germanos).
- Στην μάνα σου το 'πες;(ΟΤΕ).
- AZAX,κάνει τα τζάμια αόρατα.

ΘΕΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- Ενημερώνει, γνωστοποιεί, πληροφορεί τους καταναλωτές για τα προσφερόμενα προϊόντα.
- Προκαλεί άμιλλα και συναγωνισμό ανάμεσα στις βιομηχανίες και στους παραγωγούς προϊόντων, με συνέπεια να βελτιώνεται η ποιότητα τους.
- Δημιουργεί νέα επαγγέλματα (μακετίστες, σχεδιαστές, διαφημιστές, διαφημιστικά γραφεία, αφισοκολλητές).
- Καταπολεμά την ανεργία, γιατί απασχολεί πολλούς ανθρώπους.
- Η άμιλλα και ο συναγωνισμός μειώνει τις τιμές των προϊόντων, γιατί έχουν μεγαλύτερη ζήτηση.

- Αναπτύσσεται το εμπόριο.
- Τονώνεται η εθνική οικονομία, γιατί αυξάνεται η παραγωγικότητα. Αυξάνονται οι πωλήσεις. Οι ίδιες οι διαφημίσεις βοηθούν οικονομικά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αλλά και τα έντυπα (εφημερίδες, περιοδικά).
- Βοηθά το καταναλωτικό κοινό στην εκλογή των προϊόντων.
- Συμβάλλει στην έρευνα των κοινωνικών και ανθρωπιστικών επιστημών.
- Οι κρατικές διαφημίσεις αποτρέπουν από βλαβερές για την υγεία συνήθειες (τσιγάρο, ναρκωτικά), ενημερώνουν για κινδύνους (AIDS, κλπ.) και προτείνουν μέτρα πρόληψης.
- Βελτιώνει το επίπεδο ζωής του ανθρώπου.

Αρνητικές συνέπειες της διαφήμισης

- Η διαφήμιση προβάλλει αρνητικά πρότυπα ζωής και αξίες που επηρεάζουν την προσωπικότητα και τον τρόπο ζωής του ατόμου.
- Αιχμαλωτίζει τη σκέψη και νεκρώνει την κρίση του καταναλωτή. Η ελευθερία της βούλησης του ατόμου παραγκωνίζεται και ο καταναλωτής παρασύρεται από τα διαφημιστικά μηνύματα.
- Με τη λειτουργία της διαφήμισης πολλαπλασιάζονται οι ανάγκες του ατόμου και δημιουργούνται νέες πλασματικές ανάγκες που ο άνθρωπος για να τις καλύψει οδηγείται στον υπερκαταναλωτικό.
- Η διαφήμιση παραπληροφορεί και αποπροσανατολίζει τον καταναλωτή σχετικά με τις ιδιότητες του διαφημιζόμενου αγαθού.
- Προωθεί την ψευδαίσθηση, πως όλα τα προβλήματα μπορούν να λυθούν με την κατανάλωση συγκεκριμένων προϊόντων.
- Ωραιοποιεί τη ζωή, μεταφέρει το άτομο σε ένα εξωπραγματικό κόσμο στον οποίο δεν υπάρχουν προβλήματα, δηλαδή σε έναν ουτοπικό κόσμο.