



ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαφήμιση είναι η τεχνική προβολής στο κοινό με κάθε τρόπο μηνύματος που αφορά πρόσωπα, προϊόντα ή ιδέες με σκοπό τη γνωστοποίηση των αρετών, των πλεονεκτημάτων ή του περιεχομένου τους.

Α.ΑΙΤΙΑ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΤΗΣ

- Η αύξηση του κέρδους ,
- ο ανταγωνισμός ομοειδών επιχειρήσεων ,
- η τελειοποίηση του τύπου (έντυπου και ηλεκτρονικού),
- ο αστικός τρόπος ζωής (διεύρυνση αναγκών και απαιτήσεων),
- η επικράτηση δημοκρατικής αντίληψης που επιτρέπει την ελεύθερη διακίνηση ιδεών (πολιτική διαφήμιση).

Β. ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

- Ενημερώνει τους καταναλωτές: για τα προϊόντα (τιμή, χρησιμότητα).
- Παρέχει, έτσι, τη δυνατότητα σύγκρισης και επιλογής μεταξύ ομοειδών προϊόντων, με αποτέλεσμα να κερδίζουν χρόνο και χρήμα για κοινωνικά θέματα και προτείνει μέτρα πρόληψης (κάπνισμα, AIDS).
- Συμβάλλει στην οικονομική πρόοδο μιας χώρας με: την αύξηση παραγωγής και κατανάλωσης προϊόντων και την ανάπτυξη του εμπορίου
- Συμβάλλει στην περιστολή της ανεργίας: δημιουργούνται νέα επαγγέλματα (διαφημιστές, μακετίστες, γραφίστες) και απασχολούνται περισσότεροι άνθρωποι για την αύξηση της παραγωγής.

- Προσπορίζει οικονομικά κέρδη στα ΜΜΕ, ώστε να είναι αδέσμευτα από τα πολιτικά κόμματα και να επιτελούν καλύτερα τον έλεγχο στην εξουσία.
- Ο ανταγωνισμός οδηγεί τις βιομηχανίες στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των τιμών. Έτσι βελτιώνεται το επίπεδο ζωής του ανθρώπου.

Γ. ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

- Προβάλλει πρότυπα κατανάλωσης και τελικά πρότυπα ζωής και αξιών τέτοιων που μεταβάλλουν τον πολίτη σε εύκολο θύμα της απληστίας του κεφαλαίου.
- Η διαφήμιση επιβάλλεται με το να πλήττει καταλυτικά την ελευθερία της βούλησης.
- Αλλοτριώνει ψυχολογικά τον άνθρωπο. Χάνοντας τη δύναμή του για πρωτοβουλία, ο άνθρωπος δεν είναι πια ο εαυτός του, είναι ήδη ένας άλλος του οποίου η προσωπικότητα τον αντικατέστησε.
- Πετυχαίνει τον εθισμό των μαζών, εκτός από την αποδοχή και υπακοή σε διαφημιστικά μηνύματα, στην αποδοχή μηνυμάτων πολιτικού και ιδεολογικού περιεχομένου. Έτσι, οι μάζες απογυμνώνονται έντεχνα από το αναφαίρετο δικαίωμα και καθήκον τους να αποφασίζουν για την τύχη τους.
- Δημιουργεί πλασματικές ανάγκες και αυξάνει το άγχος για την απόκτηση των διαφημιζόμενων προϊόντων.
- Η συνεχής διαφήμιση παραπληροφορεί και αποπροσανατολίζει τον καταναλωτή για την ποιότητα του διαφημιζόμενου προϊόντος.
- Προκαλεί φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας, βία και εγκληματικότητα, ιδίως στους νέους, προκειμένου να εξασφαλίσουν τα καταναλωτικά αγαθά.
- Επιδρά αρνητικά στον ιδεολογικό κόσμο του ανθρώπου: το καταναλωτικό πνεύμα αμβλύνει το ενδιαφέρον του για τα κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα και ο άνθρωπος γίνεται υλιστής, ενώ απομακρύνεται από κάθε είδους ανώτερα ιδανικά και αξίες,
- Ευτελίζει την προσωπικότητα του ατόμου με:

-την κακή αλλά και προσβλητική χρησιμοποίηση των ατόμων και κυρίως του γυναικείου φύλου,

-τη γελοιοποίηση των ανθρώπινων σχέσεων και συναισθημάτων.

- Προκαλεί αρνητικές συνέπειες στο περιβάλλον:
 - οι αφίσες ρυπαίνουν, καταστρέφουν και αλλοιώνουν την αισθητική του φυσικού τοπίου.
 - με τη μεγιστοποίηση της παραγωγής εξαντλούνται οι φυσικοί πόροι.
- Η διαφήμιση ωραιοποιεί τη ζωή, καλύπτει τις άσχημες πλευρές της, διαστρεβλώνει την αλήθεια και παρουσιάζει στον άνθρωπο έναν εξωπραγματικό, πλαστό κόσμο.

- Κακοποιεί τη γλώσσα, με τη συνθηματική χρήση της και την πληθώρα ξενικών στοιχείων.

Δ. ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ των αρνητικών πλευρών της διαφήμισης

- Το κράτος, ως έκφραση του οργανωμένου κοινωνικού συνόλου, μπορεί να παρέμβει και να καθιερώσει όρια και υποχρεώσεις, από την πλευρά των διαφημιστών, για σεβασμό της αλήθειας, προς χάρη του καταναλωτή.
-
- Η διαφήμιση να στηρίζεται στην αρχή: της αλήθειας, της αντικειμενικότητας, του θεμιτού ανταγωνισμού, του σεβασμού κοινωνικών – πολιτισμικών αξιών.
-
- Ο πολίτης οφείλει να: προκρίνει, κι αυτό είναι αποτέλεσμα παιδείας, εκείνα τα προϊόντα που πραγματικά του χρειάζονται., να συνειδητοποιήσει ότι η ευτυχία δε βρίσκεται στην κατανάλωση, να συμμετέχει σε ενώσεις καταναλωτών που μεριμνούν για την προστασία του κοινού από την παραπλάνηση και την κερδοσκοπία.