

Ο ρόλος της διαφήμισης στη
διαμόρφωση του καταναλωτικού
προτύπου σήμερα

Ομάδα 3^η

Μόκας Αλέξανδρος

Κολοβός Παναγιώτης

Η ομάδα μας βρήκε πληροφορίες για τον Καπιταλισμό και τον πατέρα της Διαφήμισης τον David Ogilvy. Δουλέψαμε στο χώρο του εργαστηρίου πληροφορικής και στην τάξη του τμήματος του Α΄2. Κατά την διάρκεια της συνεργασίας μας δεν υπήρχαν “επεισόδια” και κύλησαν όλα πολύ ήρεμα. Την εργασία την χωρίσαμε σε 4 μέρη:

1. David Ogilvy (Βιβλιογραφία)
2. Καπιταλισμός
3. Ο Οικονομικός ρόλος της διαφήμισης
4. Διαφήμιση (Θετικές – Αρνητικές Επιδράσεις

David Ogilvy (Βιβλιογραφία)

Πριν από 100 χρόνια (περίπου) γεννήθηκε ο σημαντικότερος άνθρωπος στο χώρο της διαφήμισης, που συνέβαλε αποφασιστικά στη διαμόρφωση της. Ο λόγος για τον αποκαλούμενο και ως << Πατέρα της Διαφήμισης >> , David Ogilvy, που φρόντισε να μεγιστοποιήσει τα όρια δημιουργικότητας και χαρακτήρα στον χώρο της διαφήμισης.

Ο David Makenzie Ogilvy, όπως ήταν πλήρες το όνομά του, γεννήθηκε στο προάστιο West Horsley, στην πόλη Surrey της Αγγλίας, από Ιρλανδή μητέρα και από Σκοτσέζο πατέρα. Πήγε στο σχολείο St Cyprian του Eastbourne και σε ηλικία 13 ετών κέρδισε υποτροφία για το κολλέγιο Fettes του Εδιμβούργου. Οι σπουδές του δεν ήταν επιτυχημένες επειδή ο πατέρας του ήταν μεσίτης και εκείνη την εποχή(περίπου 1920) υπήρχε οικονομική κρίση.

Η πρώτη του δουλειά ήταν η διαφήμιση ενός ξενοδοχείου, με τον ιδιοκτήτη του να μπορεί να προσφέρει μόλις 500 δολάρια για να το κάνει. Το γεγονός αυτό δεν στεναχώρησε τον Ogilvy, ο οποίος αγόρασε με τα χρήματα αυτά ταχυδρομικές κάρτες, απέστειλε προσκλήσεις σε όσα άτομα βρήκε στο τοπικό τηλεφωνικό κατάλογο και το ίδιο βράδυ το ξενοδοχείο είχε γεμίσει! << Μυρίστηκα το ... αίμα >> εξομολογήθηκε ο ίδιος ο Ogilvy στο βιβλίο του , ενώ με τον τρόπο αυτό, κατάλαβε και τη σημασία του direct advertising.



OUR HISTORY

"Only first class business,
and that in a first class way."

David G. Gilkey

Καπιταλισμός

Ο όρος <<καπιταλισμός>>, παρά την κατάληξη της λέξης σε -ισμός, δεν υποδηλώνει κάποια ιδεολογία ή κάποιο θεωρητικό σύστημα. Χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά τον 19^ο αιώνα από Γάλλους σοσιαλιστές όπως ο Προυντόν, ο Πιερ Λερόν και ο Λουδοβίκος Μπλάνκι, οι οποίοι περιέγραψαν έτσι το οικονομικό και κοινωνικό σύστημα και ήθελαν να αντικαταστήσουν, αργά ή γρήγορα από τον <<σοσιαλισμό>>.

Σημειώνουμε πως ούτε ο Εγγλέζος αλλά ούτε ο Μαρξ χρησιμοποιούσαν αυτόν τον όρο: μιλούσαν για << καπιταλιστικό τρόπο παραγωγής>> και για <<αστική οικονομία>> , δύο εκφράσεις που ήταν ταυτόσημες. Πολύ σύντομα, μέσα από τα γραπτά διάφορων θεωρητικών , ο νεολογισμός απέκτησε αρνητικές συνδηλώσεις και συνδέθηκε με τις έννοιες της αδικίας και της εκμετάλλευσης, στο βαθμό που φιλελεύθεροι συγγραφείς πολλές φορές χρησιμοποίησαν αντί για τον όρο <<καπιταλισμός>> άλλες εκφράσεις που θεωρούσαν πιο ουδέτερες όπως <<οικονομία της ελεύθερης επιχειρηματικότητας>> ή οικονομία της αγοράς>>.

Ο Οικονομικός Ρόλος της Διαφήμισης

Η επιρροή της διαφήμισης υπήρξε κι εξακολουθεί αναμφισβήτητα αισθητή, τόσο σε οικονομικά και επιχειρηματικά πλαίσια, όσο και σε ολόκληρο το φάσμα του κοινωνικού γίνεσθαι. Η διαφήμιση επηρέασε την αλλαγή του τρόπου ζωής και έπαιξε σημαντικό ρόλο στη τεχνολογική και πολιτική ζωή των κρατών. Η διαφήμιση συντέλεσε ακόμη και στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των καταναλωτών, με αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης, που οδήγησε με την σειρά της στη μαζική παραγωγή και διάθεση των προϊόντων αυτών στο καταναλωτικό κοινό.

Όλοι οι προαναφερθέντες τομείς στους οποίους άσκησε την επίδραση της η διαφήμιση, αποτελούν με τη σειρά τους παράγοντες που πρέπει να διακρίνονται και να αξιολογούνται πριν από κάθε προσπάθεια διαφημιστικής εκστρατείας. Ξεκινώντας από την έννοια της διαφήμισης και τις διακρίσεις της και μετά από μια εκτενέστερη αναφορά στο INTERNET ως διαφορετικό μέσο, θα δούμε τις σχέσεις όπως αυτές αναπτύσσονται μεταξύ διαφημιζόμενου, διαφημιστή και διαφημιστικού μέσου.

Διαφήμιση (Θετικές – Αρνητικές Επιδράσεις)

Θετικές Επιδράσεις:

- Καθιστά γνωστή στο ευρύτερο κοινό την παραγωγή νέων προϊόντων.
- Συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη.
- Διαμορφώνει συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων.
- Δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας.
- Η επιλογή της παραγωγής και κυρίως η προώθηση ενός προϊόντος απαιτεί τη συνδρομή ερευνητών ειδικών επιστημονικών κλάδων (όπως της κοινωνιολογίας, της ψυχολογίας κ.α.)
- Τα διαφημιστικά έσοδα επιβοηθούν στη επίτευξη της βιωσιμότητας και της ανεξαρτησίας των ΜΜΕ

Αρνητικές Επιδράσεις:

- Κυριαρχία μεγάλων, πολυεθνικού χαρακτήρα επιχειρήσεων, στο πλαίσιο μια παγκοσμιοποιημένης οικονομίας.
- Το κόστος των υπέρογκων διαφημιστικών δαπανών επωμίζεται το κοινωνικό σύνολο.
- Επιβαρύνει οικονομικά τον καταναλωτή με την αγορά περριτών, κυρίως, αγαθών για την ικανοποίηση πλασματικών αναγκών.
- Στρεβλή κατεύθυνση στην ανάπτυξη της οικονομίας.
- Αυξάνει τις εισαγωγικές ξενικής προέλευσης προϊόντων με συνέπεια να πλήττεται η εγχώρια οικονομία και να οδηγείται στην ανεργία ένα μέρος του παραγωγικού δυναμικού της χώρας.
- Προβάλλονται πρότυπα κατανάλωσης και, κατ' επέκταση, πρότυπα ζωής και αξιών σύμφωνα με τα συμφέροντα και τις σκοπιμότητες των επιχειρήσεων, που ευνοούν τη δομή του οικονομικού συστήματος.
- Με την πρόκληση τεχνητών αναγκών αναπτύσσεται πνεύμα υλικού ευδαιμονισμού.

- Η διαφήμιση επιδρά αρνητικά στην κοινωνική διάσταση και συμπεριφορά.
- Προσβάλλει και εξευτελίζει την ανθρώπινη προσωπικότητα, αφού οδηγεί σε μια σχεδόν παθητική αποδοχή υποκατάστασης ουσιωδών στοιχείων της από τα εμπορεύματα και τα καταναλωτικά αγαθά.
- Ωραιοποιεί πλευρές της ζωής, καλλιεργεί τη ματαιοδοξία.
- Λειτουργεί μαζοποιητικά στην αισθητική του ατόμου.
- Επιδρά αρνητικά στην γλωσσική έκφραση.





Πηγές:

David Ogilvy (Βιβλιογραφία):

<http://www.advertising.gr/Article/1941/O-diafimistikos-aionas-tou-David-Ogilvy>

Καπιταλισμός:

<http://ti-einai.gr/kapitalismos/>

Ο Οικονομικός ρόλος της διαφήμισης:

http://axia-lougou.blogspot.gr/2012/11/blog-post_16.html

Διαφήμιση (Θετικές – Αρνητικές Επιδράσεις):

➤Εξωσχολικό βιβλίο έκφρασης-έκθεσης α' λυκείου (σελ: 63 -68)

➤Σχολικό Βιβλίο(σελ 67- 69)

Ευχαριστούμε Πολύ Για την πραγματοποίηση της εργασίας τους εξής:

•κ. Τσακνάκη Χαϊδούλα

•κ. Χαλιμούρδα Αγγελική

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ

[http://www.youtube.com/watch?v= 1DjcNXlv
9U](http://www.youtube.com/watch?v=1DjcNXlv9U)