

ΕΜΜΕΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η Έμμεση Διαφήμιση προβάλλει ένα προϊόν χωρίς να φαίνεται ότι το κείμενο ή το τηλεοπτικό ρεπορτάζ αποτελεί πληρωμένη διαφήμιση.

Στην κατηγορία της έμμεσης διαφήμισης εμπίπτει και η διαφήμιση προϊόντων από ηθοποιούς του κινηματογράφου είτε στην ταινία που πρωταγωνιστούν είτε καθώς φωτογραφίζονται για την συνέντευξη τους σε ένα έντυπο μεγάλης κυκλοφορίας. Μπορούν δηλαδή να φορούν επιδεικτικά ένα συγκεκριμένο ρολόι ή να ζητήσουν να φωτογραφηθούν δίπλα στα αυτοκίνητα τους.

Όσον αφορά την ελευθερία στην έμμεση διαφήμιση, η ελευθερία του τύπου καλύπτει όλα τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και όλες σχεδόν τις μορφές έμμεσης διαφήμισης σε οποιονδήποτε τομέα και υπάρχουν ιδιαίτερες συνταγματικές διατάξεις που την ελέγχουν. Αυτή η ελευθερία έγκειται στο δικαίωμα καθενός να δημοσιεύει σχόλια, ειδήσεις, ανακοινώσεις, αγγελίες, διαφημίσεις, φωτογραφίες και κάθε άλλου είδους απεικονίσεις ή αναπαραστάσεις. Η αντιμετώπιση της έμμεσης διαφήμισης σε σχέση με την προστασία της εμπορικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας δεν διαφέρει απ' την αντιμετώπισή της σε σχέση με την οικονομική ή επαγγελματική ελευθερία. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, μια απαγόρευση της έμμεσης διαφήμισης περιορίζει δυσανάλογως τα δικαιώματα βιομηχανικής ιδιοκτησίας.

Η αντιμετώπιση της έμμεσης διαφήμισης δεν διαφέρει ουσιωδώς από εκείνη της άμεσης διαφήμισης. Δηλαδή, σε γενικές γραμμές, οι απαγορεύσεις στην άμεση διαφήμιση συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών αντιμετωπίζονται προφανώς με τον ίδιο τρόπο με την επιβολή περιορισμών ή απαγορεύσεων στην έμμεση διαφήμιση.

Όσον αφορά την Ελλάδα, μια απαγόρευση της έμμεσης διαφήμισης δεν θα ήταν συνταγματικώς θεμιτή, καθώς θα περιόριζε, αφενός, την επαγγελματική ελευθερία των διαφημιστών και, αφετέρου, την οικονομική ελευθερία των διαφημιζομένων. Επιπλέον, μία απαγόρευση της έμμεσης διαφήμισης υποστηρίζεται ότι θα οδηγούσε σε νόθευση του ανταγωνισμού ενώ τέλος θα ήταν δύσκολο να ανταποκριθεί στην υποχρέωση σαφήνειας.

Μέσω των έμμεσων διαφημίσεων μπορούν να διαφημιστούν αρκετά διαφορετικά προϊόντα. Πιο συνηθισμένα είναι τα ρούχα, τα ηλεκτρονικά είδη, διάφορα αξεσουάρ, αυτοκίνητα, χώροι κοινωνικής δικτύωσης και αλυσίδες τροφίμων.

Οι τρόποι με τους οποίους παρουσιάζονται αυτά τα προϊόντα διαφέρουν, όμως όλοι αποσκοπούν στην πειθώ του καταναλωτή. Αυτοί είναι η παρατεταμένη προβολή, η επανάληψη και η κοντινή εστίαση στα αντικείμενα. Επιπλέον, πολλές έμμεσες διαφημίσεις στοχεύουν στα συναισθήματα του κοινού ή δρουν συνειρμικά.

Έμμεσες διαφημίσεις παρουσιάζονται στα βίντεο κλιπ. Κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι τα εξής:

Το τραγούδι *Wake me up* του Avicii στο οποίο παρουσιάζονται το κινητό X-PERIA και ο οίκος μόδας Ralph Lauren. Ο τρόπος παρουσίασής τους είναι με κοντινή εστίαση.

Το τραγούδι *Live it up* της Jennifer Lopez και του Pitbull όπου παρουσιάζονται τα κοσμήματα Swarovski, το κινητό Nokia, και το ρολόι Ice. Ο τρόπος παρουσίασής τους είναι με κοντινή εστίαση.

Το τραγούδι *We can't stop* της Miley Cyrus στο οποίο παρουσιάζονται τα ηχεία beats και τα καλλυντικά eos. Οι τρόποι παρουσίασής τους είναι με κοντινή εστίαση και παρατεταμένη προβολή.

Το τραγούδι *Perfect* της Pink στο οποίο παρουσιάζεται η εταιρία ρούχων Paul Frank. Ο τρόπος παρουσίασής της είναι με κοντινή εστίαση.

Το τραγούδι *The time* των Black Eyed Peas όπου παρουσιάζονται ηλεκτρονικά είδη Blackberry, το ρολόι Ice και το ποτό Bacardi. Οι τρόποι παρουσίασής τους είναι με επανάληψη, παρατεταμένη προβολή, κοντινή εστίαση και συνειρμικά.

Επίσης παρατηρούμε έμμεσες διαφημίσεις στις ταινίες. Αντιπροσωπευτικά παραδείγματα είναι τα εξής:

Στην ταινία *Tomorrow never dies* παρουσιάζονται το κινητό Ericsson και τα αυτοκίνητα BMW και Mercedes. Οι τρόποι παρουσίασής τους είναι με επανάληψη και κοντινή εστίαση.

Στην ταινία *Wayne's World* παρουσιάζονται η Pizza Hut, τα Doritos, η εταιρία Reebok, τα Cheerios, η Pepsi και μία μάρκα χαπιών. Στην συγκεκριμένη ταινία ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται όλα τα προϊόντα είναι μια παρωδία των κανονικών διαφημίσεων των συγκεκριμένων προϊόντων καθώς οι ίδιοι οι ηθοποιοί κατά την διάρκεια του βίντεο λένε πως αρνούνται να διαφημίσουν ορισμένα προϊόντα στην ταινία τους μόνο και μόνο επειδή κάποιος τους πληρώνει ενώ την ίδια στιγμή παρουσιάζουν έξι διαφορετικά προϊόντα με παρατεταμένη προβολή αλλά συγχρόνως μιλώντας για αυτά.

Στην ταινία *The Internship* παρουσιάζονται υπολογιστές της Apple και το Android. Ο τρόπος με τον οποίο παρουσιάζονται είναι η επανάληψη.

ΈΜΜΕΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΗΘΙΚΗ

Οι έμμεσες διαφημίσεις, όπως και οι κανονικές, έχουν ως στόχο να δημιουργήσουν την ανάγκη στους καταναλωτές αγοράς προϊόντων τα οποία μπορεί να μην τους απασχολούσαν αλλιώς. Παρ' όλ' αυτά μέσα από την έμμεση διαφήμιση ο άνθρωπος κατευθύνεται υποσυνείδητα στην κατανάλωση υλικών αγαθών. Επιπλέον, η διαφήμιση των προϊόντων αυτών από διάσημους καλλιτέχνες επηρεάζει ακόμα περισσότερο τους καταναλωτές και τους ωθεί στην αγορά τους.