

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΠΑΙΔΙ



ΑΙΤΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ

Η διαφήμιση εκμεταλλεύεται την:

- Έλλειψη εμπειρίας και γνώσης των παιδιών
- Ευπιστία
- Ευήθεια
- Αφέλεια, αθωότητα
- Έλλειψη κριτικής ικανότητας
- Παιδική φαντασία

Εκμεταλλεύονται την αδυναμία των παιδιών να διακρίνουν τα όρια φαντασίας πραγματικότητας



ΑΙΤΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΑΙΔΙΩΝ ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ

- Προσπάθεια επιρροής ενήλικων αγοραστών(π.χ. γονέων).
- Προβολή παιδιών ακόμα και στις διαφημίσεις προϊόντων που δεν απευθύνονται σε αυτά αλλά στους ενήλικους αγοραστές.
 - Τα παιδιά έχουν μεγάλη δύναμη ως καταναλωτές, και επηρεάζουν τον κοινωνικό τους περίγυρο στις αγορές (προσοδοφόρα αγορά για προϊόντα και υπηρεσίες).

- Προσπάθεια επιρροής παιδιών από μικρή ηλικία αφού θα αποτελέσουν τους μελλοντικούς καταναλωτές (εξοικείωση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες)

Αν και διεθνώς επιβάλλονται περιορισμοί στην εκμετάλλευση των παιδιών μέσω των διαφημίσεων, αυτοί σπανίως στην πράξη τηρούνται.

ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Οι μηχανισμοί της διαφήμισης προσελκύουν την προσοχή των παιδιών με εύληπτα μηνύματα που έχουν:

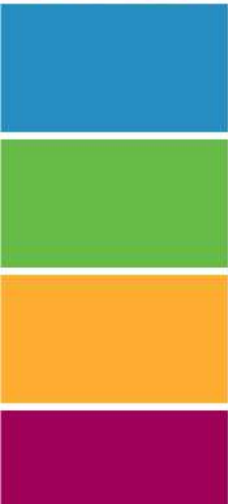
- Ζωηρά χρώματα
- Ειδικός φωτισμός
- Κίνηση και γρήγορη εναλλαγή πλάνων
- Κοντινά πλάνα, υπερβολές στα μεγέθη
- Μουσική και εφέ



- Κινούμενα σχέδια
- Φαντασία
- Χιούμορ
- Προβολή διάσημων προσώπων που δείχνουν ευτυχισμένοι και ενθουσιασμένοι
- Χρήση σλόγκαν



JUMBO



τα
παιχνίδια

ΕΙΜΑΣΤΕ



ΕΜΕΙΣ



**Το πιστόλι
του πειρατή**

για αγόρια και κορίτσια



Το λειτουργικό πιστόλι που πετάει
μπολάκια του Πιγκ-Παγκ μέχρι και 7 μέτρα.

ΕΝΤΕΛΩΣ ΑΚΙΝΔΥΝΟ

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ: Φ. ΚΑΡΑΤΖΑΣ • ΣΙΑ Ο.Ε. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ



Προβολή ηρώων από παιδικά τηλεοπτικά προγράμματα ως κεντρικά πρόσωπα

Πρότυπα προς μίμηση → Υποσχέσεις για δύναμη, ομορφιά, ταχύτητα, εξυπνάδα, μοναδικότητα κλπ → Ώθηση παιδιών για αγορά προϊόντων



ΤΑ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΣΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ

Από πολύ μικρή ηλικία κυριαρχούν τα εξής στερεότυπα:

- **τα αγόρια:** ασχολούνται με την δράση
- **τα κορίτσια:** ασχολούνται με δουλειές του σπιτιού, με την μητρότητα και με την εξωτερική τους εμφάνιση



Η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ.

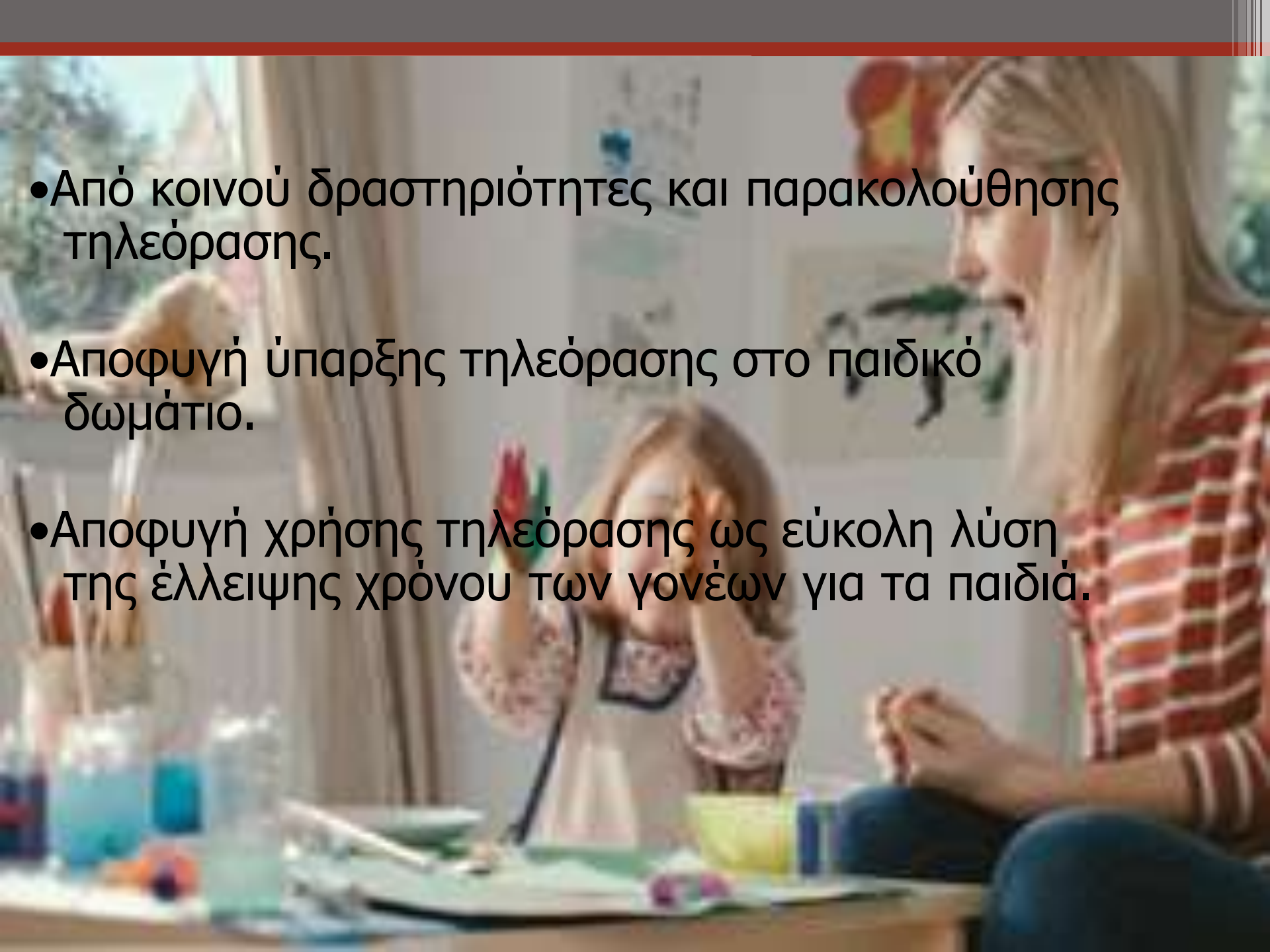
- Η ποιότητα της σχέσης παιδιού-γονέα είναι βασικός παράγοντας επιρροής του τρόπου με τον οποίο αντιδρά στο διαφημιστικό μήνυμα.
- Τα παιδιά των οικογενειών που συμμετέχουν στις συζητήσεις αντιλαμβάνονται καλύτερα το διαφημιστικό μήνυμα. Αντίθετα, στις οικογένειες όπου το παιδί δεν συμμετέχει στις συζητήσεις δεν είναι ενημερωμένος καταναλωτής για τα διαφημιζόμενα παιχνίδια.
- Οι στάσεις και συμπεριφορές που διαμορφώνονται στη διάρκεια της παιδικής ηλικίας καθορίζουν, σε μεγάλο βαθμό, την καταναλωτική συμπεριφορά του ατόμου κατά την ενήλικη ζωή του.

ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ

**Μέτρα που μπορούν
να λάβουν οι γονείς:**

- Να θέτουν με αγάπη και σταθερότητα τα όρια στα παιδιά.
- Διάλογος και συζήτηση με τα παιδιά για το σκοπό των διαφημίσεων.



- 
- A woman with long blonde hair, wearing a red and white plaid shirt, is sitting at a table with a young child. They are both engaged in a painting activity. The child is holding a paintbrush and looking at the camera. The table is covered with various art supplies, including paint containers and brushes. The background shows a window with curtains and some colorful decorations on the wall.
- Από κοινού δραστηριότητες και παρακολούθησης τηλεόρασης.
 - Αποφυγή ύπαρξης τηλεόρασης στο παιδικό δωμάτιο.
 - Αποφυγή χρήσης τηλεόρασης ως εύκολη λύση της έλλειψης χρόνου των γονέων για τα παιδιά.

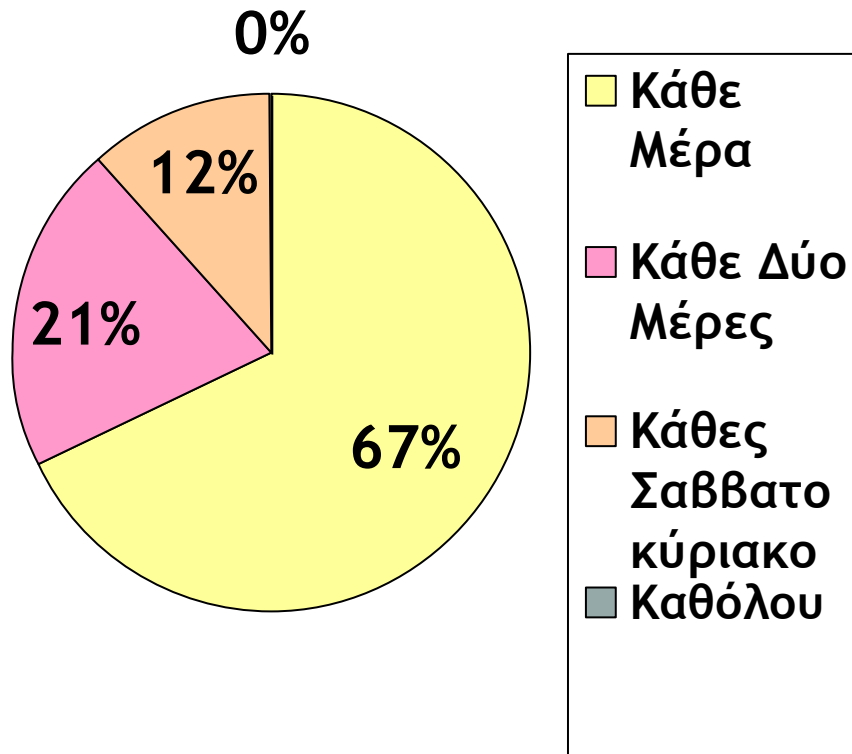
πάλι διαφημισεις ;;;

..διακόπτουμε
το πρόγραμμα
μας.....

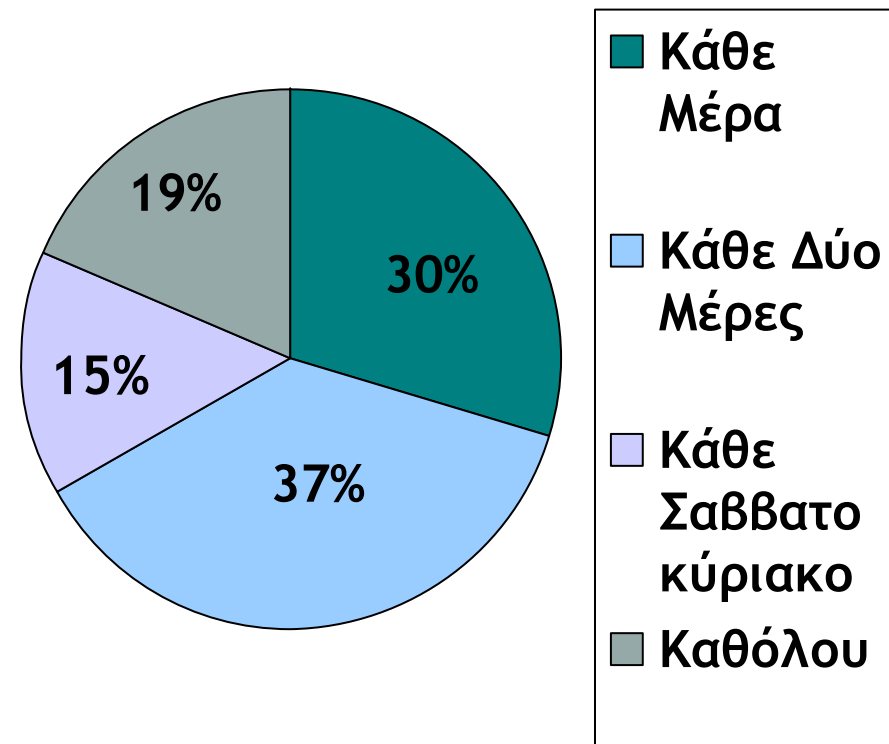


ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΒΛΕΠΕΤΕ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ;

Ηλικία 9-12

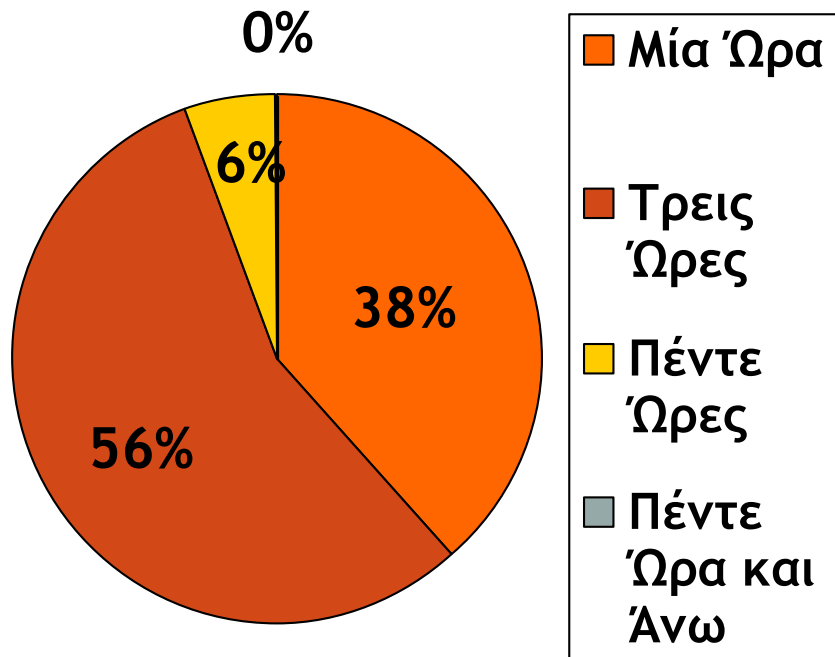


Ηλικία 15+

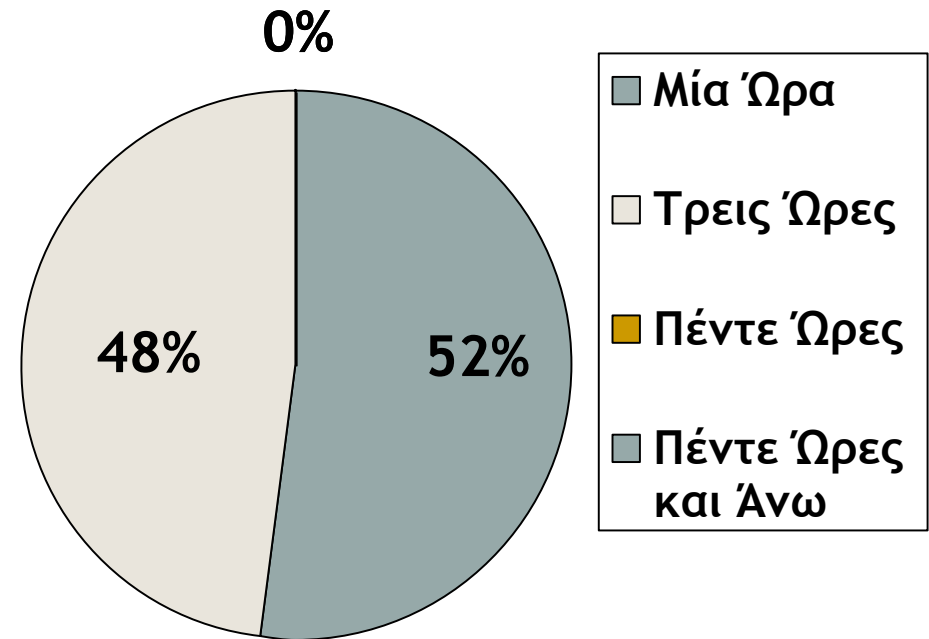


ΠΟΣΗ ΩΡΑ ΒΛΕΠΕΙΣ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ;

Ηλικία 9-12

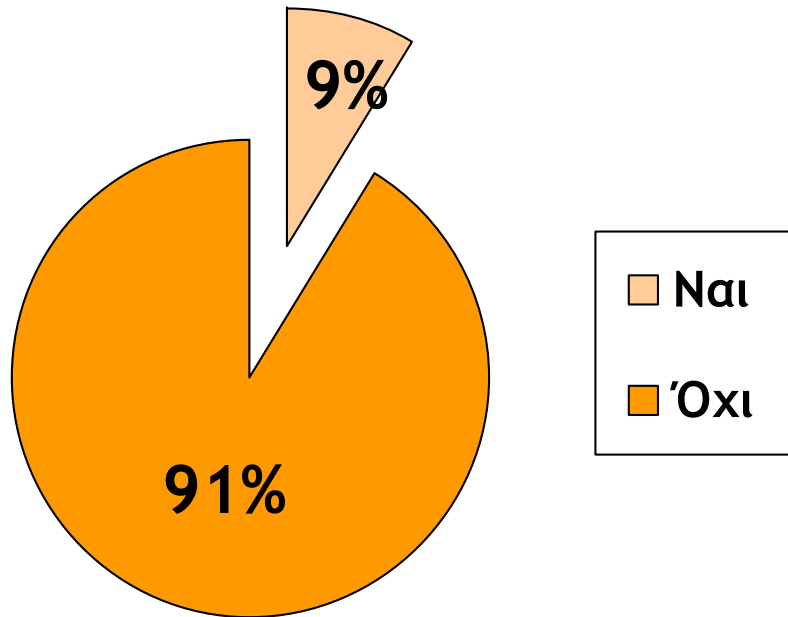


Ηλικία 15+

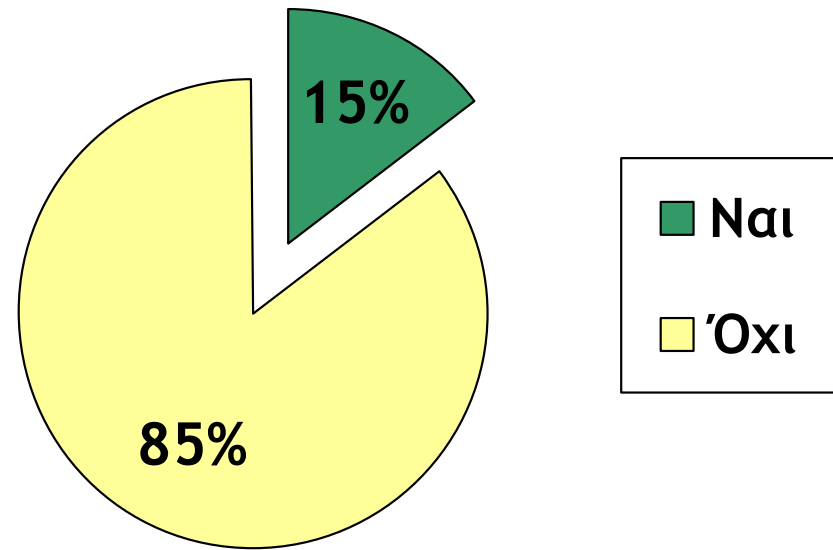


ΣΟΥ ΑΡΕΣΟΥΝ ΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ;

Ηλικία 9-12

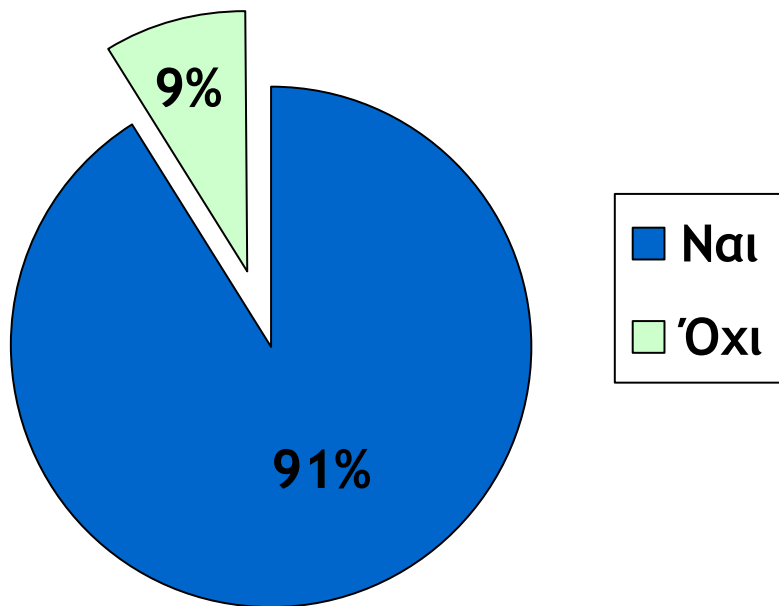


Ηλικία 15+

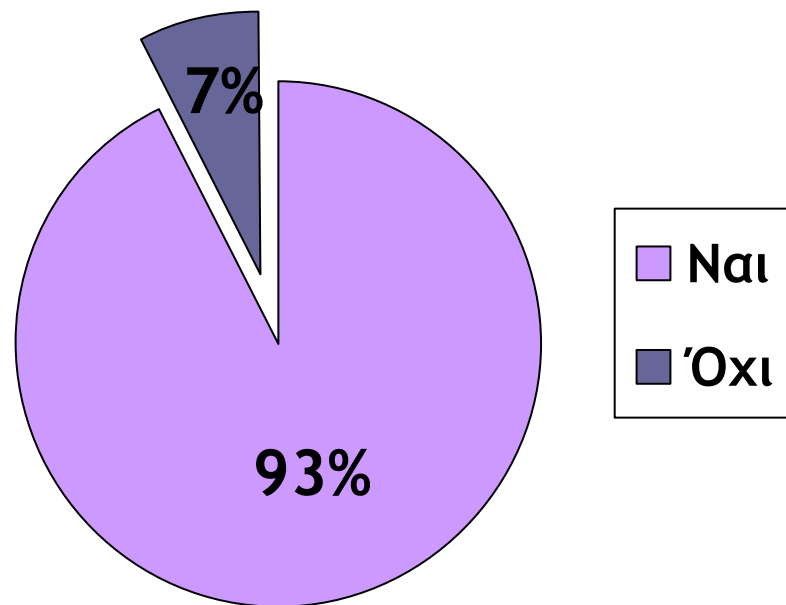


ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΣΕ ΕΣΑΣ;

Ηλικία 9-12



Ηλικία 15+



ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ 😊

Επιμέλεια εργασίας:

Κωνσταντίνα Γερακάρη
Ελευθερία Θωμοπούλου
Χρυσauγή Ιωαννίδη
Χριστίνα Παπαδάκη
Κατερίνα Σιδέρη

ΚΑΙ ΜΗΝ ΞΕΧΝΑΤΕ...

