

ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ-ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑΣ

- ΔΗΜΗΤΡΑ ΓΙΑΝΝΑΚΟΠΟΥΛΟΥ
- ΜΑΡΚΕΛΛΑ ΓΟΥΖΟΥΑΣΗ
- ΕΙΡΗΝΗ ΚΕΦΑΛΑ
- ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΚΑΝΟΥΡΗ
- ΧΡΥΣΑΝΘΗ ΝΤΕΝΤΕ



ΘΕΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

Η διαφήμιση είναι ένα χαρακτηριστικό φαινόμενο της εποχής μας με τεράστια επίδραση στην καθημερινότητα μας. Μάλιστα, όταν λειτουργεί ορθά με απώτερο σκοπό την αντικειμενική ενημέρωση των θεατών έχει θετικές επιδράσεις σε όλα τα επίπεδα της ζωής. **Συγκεκριμένα:**

- Πληροφορεί το καταναλωτικό κοινό για τα υπάρχοντα προϊόντα, την χρησιμότητα και τις τιμές τους. Ο καταναλωτής με αυτό τον τρόπο κερδίζει χρόνο και χρήματα, γιατί ενημερώνεται γρήγορα και εύκολα για τα προϊόντα της αγοράς, κάνει τις συγκρίσεις του, αποφεύγει την ταλαιπωρία της αναζήτησης και προβαίνει σε συμφέρουσες αγορές.
- Καλύπτει καθημερινές ανάγκες που κάνουν την ζωή του πιο άνετη. Η αγορά κατακλύζεται όχι μόνο από προϊόντα που θεωρούνται βασικά αλλά και από πλήθος άλλων μικροπραγμάτων, που καλύπτουν τις καθημερινές δευτερογενείς μας ανάγκες. Η γνωστοποίηση τέτοιων προϊόντων θα ήταν αδύνατη αν δεν υπήρχε η διαφήμιση.
- Συμβάλλει στην δημιουργία άμιλλας και συναγωνισμού ανάμεσα στις βιομηχανίες και στους παραγωγούς προϊόντων, με συνέπεια την αύξηση της παραγωγής και την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων. Φέρνει επομένως κέρδος στο καταναλωτικό κοινό.
- Συμβάλλει στον περιορισμό της ανεργίας. Αρκετά άτομα ασχολούνται με τη διαδικασία παραγωγής και παρουσίασης μια διαφήμισης .

- Σημαντική είναι η συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη. Η παραγωγή, η διάδοση και η κατανάλωση προϊόντων ευνοεί την δημιουργία βιομηχανιών και βιοτεχνιών με άμεση οικονομική ωφέλεια τόσο για τα άτομα, όσο και για τις χώρες τους. Όταν μάλιστα τα παραγόμενα αγαθά γίνονται γνωστά μέσω της διαφήμισης και απορροφώνται από αγορές του εξωτερικού, εξοικονομείται πολύτιμο συνάλλαγμα. Οι ίδιες οι διαφημίσεις βοηθούν οικονομικά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αλλά και τα έντυπα
- Οι κρατικές διαφημίσεις αποτρέπουν από βλαβερές για την υγεία συνήθειες (τσιγάρο, ναρκωτικά), ενημερώνουν για κινδύνους (AIDS, κλπ.) και προτείνουν μέτρα πρόληψης. Βελτιώνουν το επίπεδο ζωής του ανθρώπου.
- Ευνοεί την πολιτιστική ανάπτυξη. Όταν η διαφήμιση αναφέρεται σε θέματα που σχετίζονται με θέατρο, μουσική, ζωγραφική και γενικότερα με την πολιτιστική μας κληρονομιά αποτελεί σημαντικό παράγοντα πολιτιστικής ανάπτυξης.



ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

- η προπαγάνδα, αξιοποιεί αυτές τις καταστάσεις και δρα ανενόχλητη η σύγχρονη αποξένωση και απομόνωση του ανθρώπου λόγω της κρίσης των σχέσεων τον ώθησε να επανενταχθεί σε ομάδες που έγκειται η μεγάλη δύναμη της προπαγάνδας
- **πνευματικές:** αδρανοποίηση της σκέψης, νέκρωση της κριτικής ικανότητας, επιβολή απόψεων, εξώθηση σε μονοδιάστατη θεώρηση των δεδομένων, παθητικοποίηση του ατόμου, απώλεια της αυτενέργειας, φανατισμός και μαζικοποίηση πνευματική ανελευθερία, χειραγώγηση.
- **ηθικές:** ανειλικρίνεια, ασέβεια προς συνανθρώπους, ιδιοτέλεια υιοθέτηση ενός ανήθικου τρόπου ζωής, εμπάθεια προς αντιπάλους του δόγματος, αναμόχλευση και ενεργοποίηση των ενστίκτων και των παθών, ηθική παρακμή.
- **κοινωνικές:** μέσω της κοινωνικής προπαγάνδας προώθηση του κοινωνικού ρατσισμού καταπάτηση των δικαιωμάτων και ελευθεριών, ανισότητες, ανομία, αδικίες, απανθρωπισμός διαιώνιση των διαφοροποιήσεων και της κοινωνικής διαστρωμάτωσης απουσία συνεργασίας, πρόκληση παθογένειας, ρήξη του κοινωνικού ιστού

- **πολιτικές:** η προπαγάνδα συνεπάγεται δημαγωγία, λαϊκισμό, παραπληροφόρηση, εμπορευματοποίηση της πολιτικής ζωής από τους επιτήδειους εκπροσώπους της, κατάχρηση εξουσίας, δυνατότητα ασυδοσιών, κομματισμός των πολιτών, αποπροσανατολισμός τους από τα σημαντικά δρώμενα, τοποθέτησή τους στο περιθώριο των εξελίξεων, υπονόμηση της δημοκρατίας
- **οικονομικές:** κατάλυση του οικονομικού φιλελευθερισμού, χειραγώγηση των χρημάτων και των επενδύσεων (ιδίως η διαφήμιση, φορέας της οικονομικής προπαγάνδας, κατευθύνει τη βούληση των καταναλωτών και τις επιλογές τους)
- **πολιτιστικές:** όταν τα ίδια τα έργα τέχνης τρέπονται σε φορείς προπαγάνδας, τότε η τέχνη αλλοτριώνεται και απομακρύνεται από τον ανθρωποκεντρικό της χαρακτήρα η ύπαρξή της μάλιστα αλλοιώνει και το αθλητικό ιδεώδες και οδηγεί σε μετατροπή των φιλάθλων σε οπαδούς, σε χουλιγκανισμό
- **εθνικές:** εθνικισμός – σοβινισμός, ρήξη σχέσεων με άλλα κράτη, ναρκοθέτηση της ειρήνης
- **διακρατικές:** η προπαγάνδα συντελεί στην οικονομική και πολιτιστική διείσδυση των μεγάλων δυνάμεων σε αδύναμους λαούς, υπονομεύοντας έτσι την εθνική τους ελευθερία
- **πολιτικοί:** απομάκρυνση από την εξυπηρέτηση προσωπικών συμφερόντων και άσκηση των καθηκόντων τους με υπευθυνότητα και ωριμότητα, άρθρωση ειλικρινούς λόγου και υπηρετήση της δημοκρατίας

- **εκπαίδευση:** παροχή ανθρωπιστικής παιδείας όξυνση της κριτικής σκέψης και ηθική καλλιέργεια (ΜΜΕ: δεοντολογία, σεβασμός του πολίτη, πολυπρισματική ενημέρωση, προβολή των αρνητικών συνεπειών της προπαγάνδας, αν παρατηρείται απόκλιση από τους δεοντολογικούς κανόνες ως προς την πληροφόρηση, τότε απαιτείται παρέμβαση της δικαιοσύνης και επιβολή κυρώσεων)
- **πνευματικοί άνθρωποι:** αυστηρή κριτική στους πομπούς προπαγάνδας και κατάδειξή τους στο κοινό, προς περιορισμό της όποιας κακοπροαίρετης δράσης τους και προς αφύπνιση του λαού μέσω της αποκάλυψης της αλήθειας...
- **ευθύνη του ατόμου:** αυτοκριτική και συνειδητοποίηση του βαθμού εξάρτησης από προπαγάνδες, μη παθητική αποδοχή μηνυμάτων, διασταύρωση στοιχείων και κριτική επεξεργασία τους, ενεργός συμμετοχή στην αντιμετώπιση της προπαγάνδας που γίνεται αντιληπτή



ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΩΝ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΠΕΙΩΝ

- Η πολιτεία θα πρέπει να καθιερώσει αρχές της αντικειμενικότητας, της αλήθειας για την ποιότητα των διαφημιζόμενων προϊόντων και του θεμιτού ανταγωνισμού. Να πάψει η υπερβολή και να περιοριστεί στα όρια της λογικής .
- Η διαφήμιση να έχει σωστή πληροφόρηση και ενημέρωση, ώστε να σέβεται την ανθρώπινη προσωπικότητα και κυρίως το παιδί. Ο πολίτης να μην είναι ευκολόπιστος, αλλά με νηφαλιότητα να κρίνει τα διαφημιζόμενα προϊόντα .
- Πρέπει να υπάρχει σωστή παιδεία, ώστε ο πολίτης να επιλέγει με ελεύθερη βούληση τα χρήσιμα. Το αγοραστικό κοινό θα πρέπει να αντιμετωπίζει με κριτικό πνεύμα το περιεχόμενο των διαφημίσεων με σκοπό την αποκρυπτογράφηση όσων προβάλλουν, άμυνα στο δέλεαρ του καταναλωτισμού.
- (Στην οικογένεια) Διάλογος με νεότερα μέλη, προσπάθεια προβληματισμού τους και πρόκλησης ερεθισμάτων ώστε να επιδιώκουν την ανακάλυψη της αλήθειας γύρω από κάθε θέμα μέσω της αναζήτησης και της γόνιμης αμφισβήτησης, αποφυγή πλύσης εγκεφάλου και επιβολής ιδεών
- Χρειάζεται μια νέα ιεράρχηση αξιών με την αποβολή του καταναλωτικού πνεύματος. Να μην ταυτίζεται το «έχειν» με το «είναι», να υπάρχουν άλλες προτεραιότητες και αξίες, να υπάρχει αντίσταση στην αποχαύνωση των διαφημίσεων.

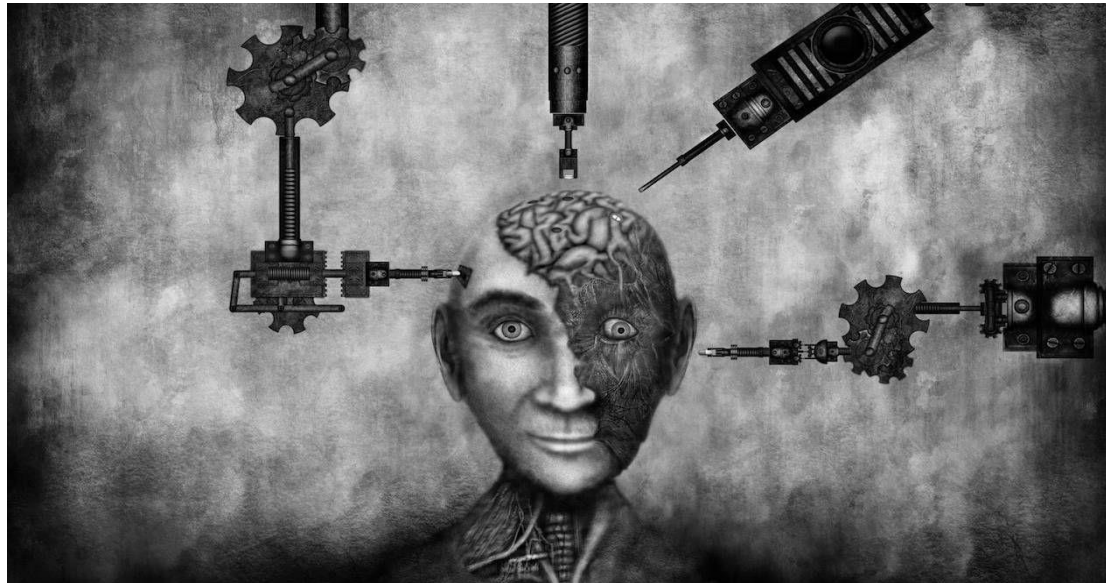
- Θα πρέπει να ενεργοποιηθεί ο κώδικας δεοντολογίας στο χώρο των διαφημίσεων από τους επαγγελματίες για να προφυλάξουν τούς αποδέκτες από την «πλύση εγκεφάλου» και τον εκχυδαϊσμό και την διατήρηση ηθικών και αισθητικών ορίων.
- Η ενδυνάμωση των «Ενώσεων καταναλωτών», οι οποίες ενημερώνουν το κοινό, εμποδίζουν την παραπλάνηση, σταματούν με νόμιμα μέσα την κερδοσκοπία. Η οικογένεια και το σχολείο είναι σκόπιμο να προστατεύουν τα παιδιά έναντι των διαφημιστικών «σειρήνων» με ορθή διαπαιδαγώγηση, καλλιέργεια εγκράτειας και διατήρηση της αίσθησης του μέτρου στα παιδιά (οριοθέτηση αναγκών).
- Συνειδητοποίηση των αρνητικών συνεπειών της διαφήμισης, δηλαδή του ότι συμβάλλει στην καλλιέργεια ενός πνεύματος υλικού ευδαιμονισμού, διευρύνοντας την καταναλωτική διάθεση του ανθρώπου.
- Η παιδεία πρέπει να παίζει καταλυτικό ρόλο στη διαμόρφωση ολοκληρωμένων προσωπικοτήτων με πνευματική καλλιέργεια, αξίες και ιδανικά. Η παιδεία με αυτόν τον τρόπο θα γίνει ο «αμυντικός μηχανισμός» που θα αντιμετωπίσει κριτικά τις διαφημιστικές προσταγές.
- Η πολιτεία πρέπει να παρεμβαίνει ρυθμιστικά (κρατική παρέμβαση) καθορίζοντας κανόνες και θεσμικά/θεμιτά πλαίσια στο περιεχόμενο και στα μέσα της διαφήμισης. Απαιτείται ένας κώδικας δεοντολογίας στη λειτουργία της.
- Οι φορείς της διαφήμισης επιβάλλεται να σέβονται τη διαφημιστική δεοντολογία. Να σέβονται την αξιοπρέπεια και την προσωπικότητα του καταναλωτή. Να μην παραπλανούν και παραπληροφορούν τους καταναλωτές/πολίτες

- Η κακή παιδεία ενισχύει τα αρνητικά των διαφημίσεων και του ανταγωνισμού των προϊόντων. Η απουσία κριτικής σκέψης δυσχεραίνει την κατάσταση. Στο σχολείο, λοιπόν, θα πρέπει να καλλιεργείται η κριτική σκέψη και τα παιδιά να διδάσκονται βιωματικά, να αντιμετωπίζουν κριτικά τις διαφημίσεις και τις τάσεις της υπερκατανάλωσης χωρίς να παρασύρονται.
- Θα μπορούσαν να υπάρχουν κατ' επιλογή (ανάλογα με τις κλίσεις των παιδιών και τις επιθυμίες τους) ειδικά διδακτικά αντικείμενα για τα ΜΜΕ και ιδιαίτερα για τις διαφημίσεις (δημιουργία διαφημιστικής καμπάνιας, προβολή διαφημίσεων και σχολιασμό τους κτλ), ώστε να μάθουν να τις κρίνουν ως δημιουργοί. Έτσι, θα ικανοποιείται και η δημιουργική ανάγκη των νέων και θα συνεργάζονται.



ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η προπαγάνδα με μέσο της την διαφήμιση δημιουργεί συνήθως αυταρχικά καθεστώτα τα οποία δεν έχουν την συναίνεση του λαού και δεν υπάρχει διάκριση των εξουσιών (νομοθετική, εκτελεστική, δικαστική), αλλά τα όργανα της χειραγωγούν την κοινή γνώμη για να παραμείνουν στην εξουσία. Μόνο μία πραγματικά ολοκληρωμένη και πολύπλευρη εκπαίδευση μπορεί να δημιουργήσει εκείνους τους πολίτες που θα κρίνουν την προπαγάνδα. Μία δημοκρατική κοινωνία δεν μπορεί να δέχεται σκοταδιστικούς προπαγανδιστικούς μηχανισμούς και οφείλει μέσα από τον πλουραλισμό να τους καυτηριάζει και να τους πολεμά.



ΠΗΓΕΣ

- <https://www.slideshare.net/chavalesnick/ss-49331491>
- <http://blogs.sch.gr/2lykamar/files/2011/10/propaganda.pdf>
- <http://9lyk-patras.ach.sch.gr/autosch/joomla15/phocadownload/diafimisikepolitiki.pdf>

