



ΕΡΓΑΣΙΑ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ  
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ  
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΑΙΔΕΙΑ

Drambuie Extraordinary  
Bar Commercial



# **Drambuie Extraordinary Bar Commercial 2012**

Η διαφήμιση του ποτού Drambuie είναι σουρεαλιστική, δηλαδή η παρουσίαση της πραγματικότητας γίνεται χωρίς περιορισμούς και με απόλυτη ελευθερία.



Επομένως η  
διαφήμιση κινεί το  
ενδιαφέρον των  
τηλεθεατών και  
τους προκαλεί την  
ανάγκη να την  
ξανά δουν.



Οι τηλεθεατές θέλοντας να κατανοήσουν το βαθύτερο μήνυμα της διαφήμισης, οδηγούνται στο σημείο όπου η διαφήμιση έχει καταγραφεί στο υποσυνείδητο τους, αυτό είναι και ο πρωταρχικός σκοπός.



Έτσι όταν κάποιος κλιθεί να επιλέξει ανάμεσα σε δύο προϊόντα του ίδιου είδους είναι πιθανότερο να επιλέξει αυτό του οποίου η διαφήμιση του έχει κάνει την μεγαλύτερη εντύπωση και του έχει ασκήσει περισσότερη επιρροή.



Στην συγκεκριμένη διαφήμιση το ποτό βρίσκεται σε πρώτο πλάνο, και οι υπόλοιπες φιγούρες στην διαφήμιση απλά το περιβάλλουν.



Η γλώσσα είναι λιτή με συγκεκριμένες λέξεις κλειδιά οι οποίες είτε περιγράφουν το ποτό είτε παραπέμπουν σε αυτό.





# ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

- Οι διαφημίσεις στηρίζονται κυρίως στην οπτικοακουστική παρουσίαση του προϊόντος.
- Στις ατάκες και τις λέξεις κλειδιά οι οποίες χρησιμοποιούνται.
- Στις εικόνες οι οποίες προβάλλονται.
- Στους ήχους οι οποίοι ακούγονται.

Το marketing βασίζεται στα παραπάνω στοιχεία το οποία ενσωματώνονται στις διαφημίσεις, έτσι ώστε η διαφήμιση να έχει την μέγιστη δυνατή απήχηση στο κοινό.

Think about it. **People remember...**



**20%**

20% of what they hear



**30%**

30% of what they see



**70%**

An amazing 70% of what they see & hear!

Οι διαφημίσεις προβάλλονται σε διάφορα  
Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και  
Επικοινωνίας.

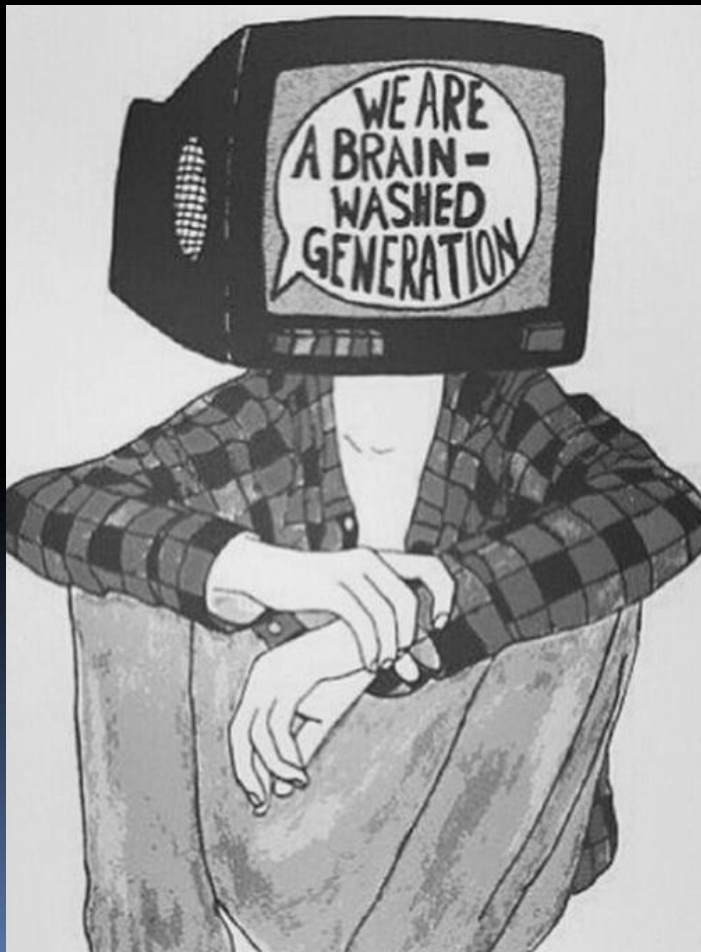


# Αυτά είναι:

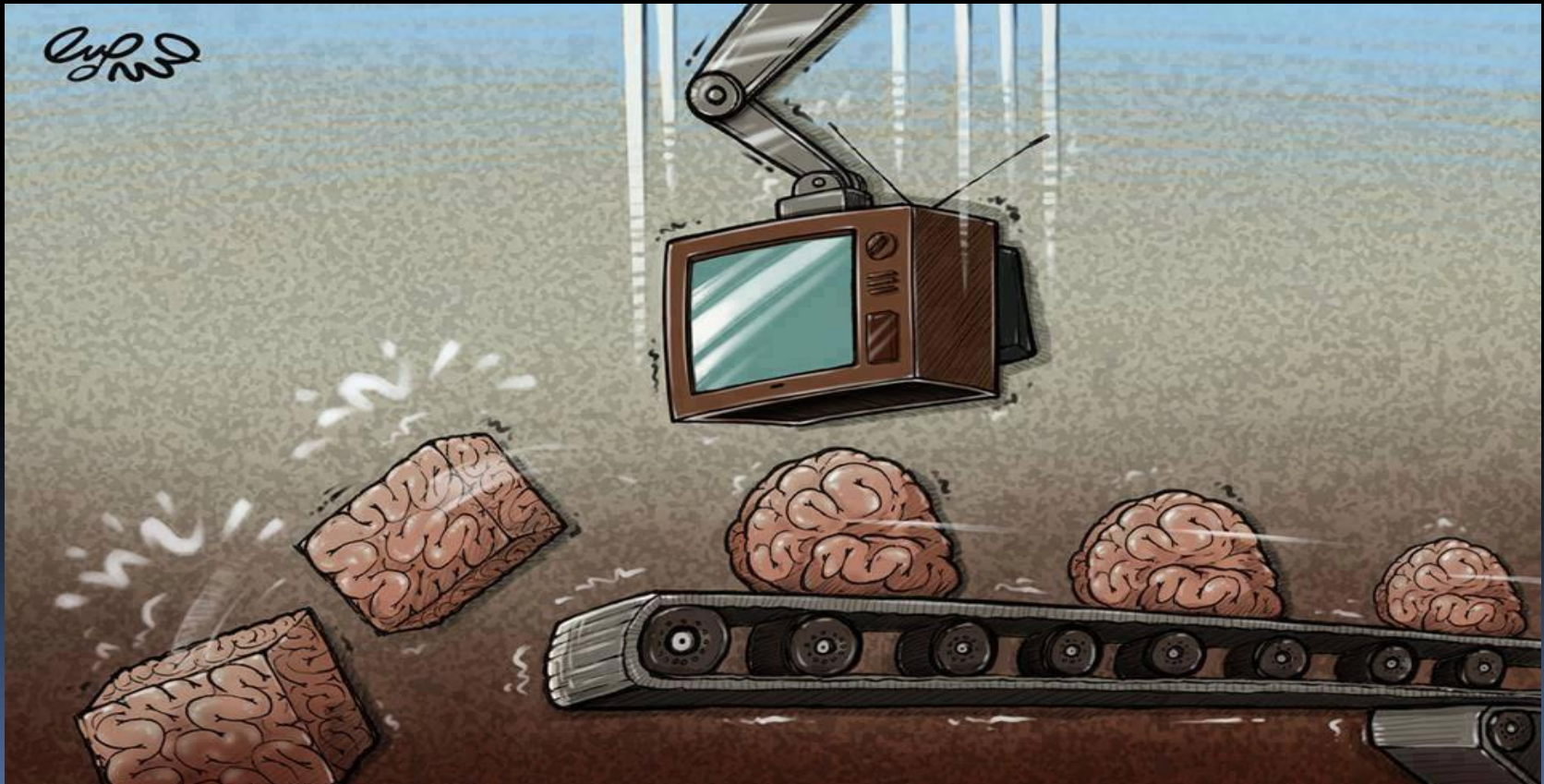
- Η τηλεόραση
- Το ραδιόφωνο
- Οι εφημερίδες και τα περιοδικά
- Το διαδίκτυο



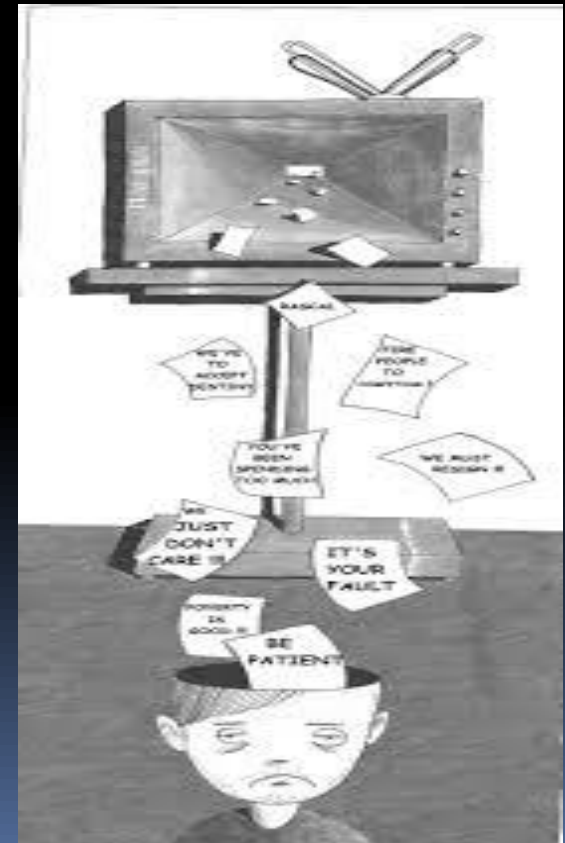
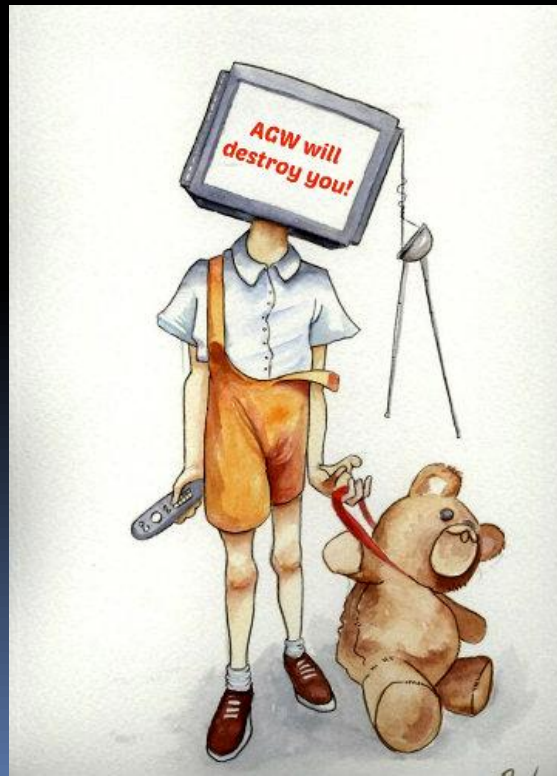
Πλέον οι διαφημίσεις μας προκαλούν αυτό που ονομάζουμε 'Πλύση Εγκεφάλου' έτσι ώστε να μας δημιουργήσουν πλασματικές ανάγκες.



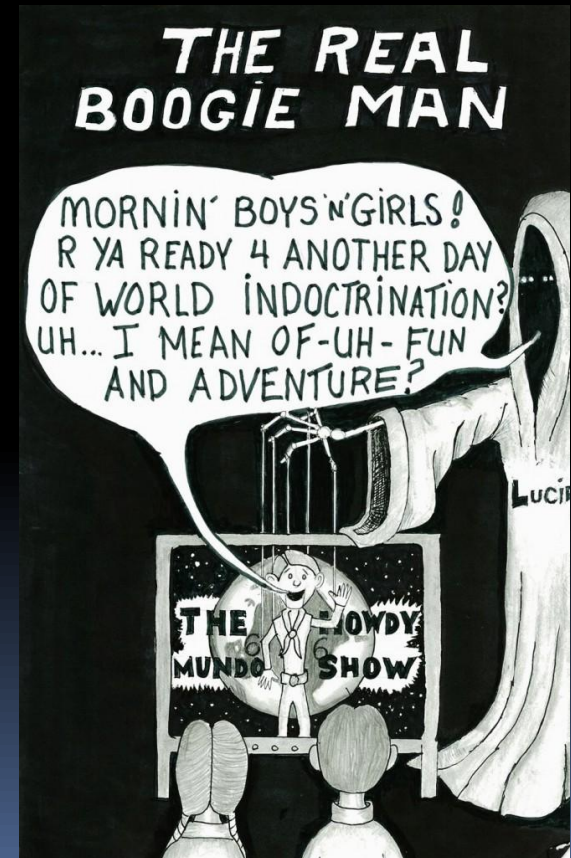
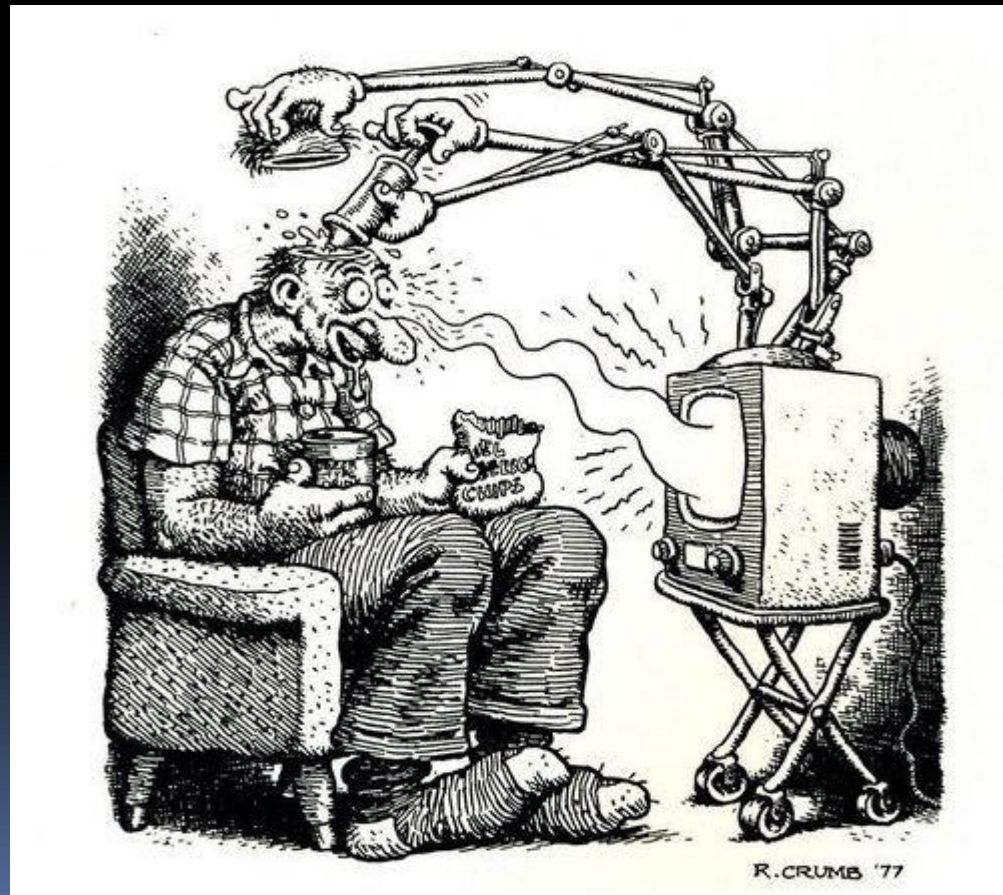
Οι διαφημίσεις στοχεύουν κυρίως στις νεότερες ηλικίες οι οποίες επηρεάζονται πολύ πιο εύκολα. Έτσι με τα χρόνια μπορούν να κάνουν 'πλύση εγκεφάλου' σε ολόκληρες γενιές.



Οι νέοι χρησιμοποιούν πλέον το διαδίκτυο σε καθημερινή βάση, έτσι μέσω διαφόρων μέσων κοινωνικής δικτύωσης και όχι μόνο, βλέπουν καθημερινά εκατοντάδες διαφημίσεις χωρίς πολλές φορές να το αντιλαμβάνονται.



Σύμφωνα με έρευνα της εφημερίδας New York Times που διενεργήθηκε σε 20.000 άτομα, ο μέσος άνθρωπος βλέπει καθημερινά στο διαδίκτυο 247 εικόνες.





**Βέβαια, το γεγονός ότι καθημερινά βλέπουμε τόσες εικόνες δεν σημαίνει ότι ο εγκέφαλος τις επεξεργάζεται όλες. Οι διάφορες εικόνες αλληλεπιδρούν διαφορετικά στον κάθε εγκέφαλο, αυτό εξαρτάται από τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες μας. Έτσι σύμφωνα με αυτά βλέπουμε τα ανάλογα διαφημιστικά μηνύματα.**

# Έτσι σύμφωνα με τα παραπάνω πρέπει να έχουμε υπ όψιν μας ότι πρέπει:

- Να είμαστε συνειδητοί καταναλωτές.
- Να φιλτράρουμε τις διαφημίσεις.
- Να ξεχωρίζουμε τις πλασματικές από τις πραγματικές ανάγκες.
- Να αμφισβητούμε και να διασταυρώνουμε τις πληροφορίες που μας δίνονται έτοιμες.

