

ΑΝΤΙΘ. ΕΝΝΟΙΕΣ
(εξ αντιστρόφου απόδειξη)

: διαφήμιση

υπερβολή (καλύφθηκε στις αρνητικές συνέπειες).

έλλειψη (σήμερα με τις διαμορφωθείσες συνθήκες δεν μπορεί να λειτουργήσει ο επιχειρησιακός τομέας χωρίς τη διαφήμιση. "κι ο θεός έχει ανάγκη διαφήμισης, γι' αυτό χτυπούν οι καμπάνες"

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ.:

Αρχαία εποχή: Κήρυκες (με αμοιβή) προβάλλουν προϊόντα και σώθηκαν πινακίδες διαφημιστικές.

Ρώμη: Διασώθηκαν πινακίδες που συστήνουν προϊόντα και εμπόρους.

Με την ανακάλυψη της τυπογραφίας διευκολύνεται, και σήμερα η διαφήμιση είναι επιστήμη και διδάσκεται στα πανεπιστήμια των ανεπτυγμένων χωρών.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ.:

"ΛΥΣΗ"

Ατομικά

Κρατικά

Επιλογές με ατομικά κριτήρια, να επιλέγουμε αυτο που πραγματικά χρειαζόμαστε και να μην είμαστε "ανοιχτοί" και υποχείριοι των διαφημιστικών μονοπωλίων, κριτικό πνεύμα και διάθεση από μέρους μας για να "αμυνθούμε" στον καταγιισμό των διαφημιστικών τεχνασμάτων.

νομοθετικά μέτρα που να προστατεύουν το αγοραστικό κοινό. Έλεγχος και περιορισμός των διαφημίσεων ώστε να σέβονται τον καταναλωτή.

Η έκθεση αναπτυγμένη

Θέμα 1ο. "Η Διαφήμιση κι ο ρόλος της στην οικονομία μιας χώρας".

Λέγοντας διαφήμιση εννοούμε την προσπάθεια των ατόμων να προβάλλουν τα προτερήματα τους ή τα δημιουργήματά τους-προϊόντά τους, για να γίνουν ευρύτερα γνωστά και ν' αποκομίσουν φήμη και οποιασδήποτε ποιότητας κέρδος. Τό ρόλο το υ εκφραστή της διαφήμισης σήμερα έχουν αναλάβει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, δηλαδή ο τύπος, περιοδικός και ημερήσιος, το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και οι αφίσες. Πολλές φορές κι εμείς οι ίδιοι γινόμαστε φορείς διαφημιστικών μηνυμάτων με τον τρόπο ζωής μας, τα ρούχα και τα αντικείμενα που χρησιμοποιούμε.

Η ανάγκη του ίδιου του ατόμου να βγει έξω από τα στενά του όρια και ν' "απλώσει" ευρύτερα το "εγώ" του το ωθεί να καταφύγει στη διαφήμιση για να τονωθεί ηθικά και να νοιώσει πως υπάρχει ανταπόκριση γύρω του. Γιατί δεν είναι μόνο τα προϊόντα, τα αγαθά που παράγει, το αντικείμενο προβολής είναι κι ο ίδιος ο δημιουργός, ο εμπνευστής, αυτός που ζητά ηθική καταξίωση κι αναγνώριση. Ο ίδιος ακόμη ο άνθρωπος, ενταγμένος σ' ένα κοινωνικό πλαίσιο και ζώντας στο ρυθμό της εποχής του θέλει να παρακολουθεί από κοντά κάθε τι καινούριο που αναδύεται γύρω του για να μπορεί να μετέχει ενεργά στην κοινωνικο-οικονομική ζωή του τόπου του. Όλο αυτό ο ο λ ό γ ο ι σε συνδυασμό με την ανάγκη πλουτισμού, που δεν μπορούμε να παραβλέψουμε, τόσο από πλευράς ιδιωτών, όσο και από πλευράς εταιριών είναι οι βασικοί λόγοι που γέννησαν τη διαφήμιση.

Και ειδικά σήμερα που η ζωή χαρακτηρίζεται από συνθετότητα και πολυπλοκότητα θεσμική η διαφήμιση έγινε πλέον επιστήμη και ρυθμίζει την οικονομία ενός κράτους.