

## ΟΔΥΣΣΕΑΣ

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟ ΔΙΚΤΥΟ ΣΧΟΛΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗΣ  
ΑΧΑΪΑΣ – ΘΡΑΚΗΣ – ΑΙΓΑΙΟΥ

### ΦΟΡΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

(συμπληρώνεται από τους Καθηγητές)

### ΦΑΣΗ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ:

ΓΝΩΣΤΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ: Νεοελληνική γλώσσα

#### A) Γενικά Στοιχεία

1. Καθηγητής (ες): Γιακουμάτου Τερέζα

#### B) Περιγραφή Μαθήματος

1. Τίτλος Μαθήματος: Η προπαγάνδα στις διαφημίσεις – Τεχνικές πειθούς  
– Ανάλυση διαφημίσεων

2. Λογισμικό – Χρησιμοποιούμενες Διευθύνσεις Internet:

Adel/Saatchi& Saatchi ( <http://www.adel.gr> , <http://www.ashley-holmes.gr>,  
<http://www.bates.gr>  
<http://www.leoburnett.gr> Creative Solutions ( <http://www.creative.gr> ),  
<http://www.break.gr> , <http://www.aim.gr> , <http://www.whatshot.gr> ,  
<http://www.grants.gr> , <http://www.budbeer.gr> ,  
<http://www.absolutvodka.gr>, <http://www.axe.gr>, <http://www.elais.gr>,  
[www.campari.gr](http://www.campari.gr)  
[www.inka.gr](http://www.inka.gr) Ινστιτούτο προστασίας καταναλωτών

3. Ένταξη μαθήματος στο αναλυτικό πρόγραμμα

- Τάξη: Β΄Γυμνασίου ενότητα 22, έκφραση – έκθεση «Η διαφήμιση»
- Β΄Λυκείου Κριτική –παρουσίαση διαφόρων αντικειμένων
- Γ΄Λυκείου Τεχνικές πειθούς

#### Επιδιωκόμενοι διδακτικοί στόχοι:

- 1) Να αναγνωρίζουν τις τεχνικές πειθούς και τα τεχνάσματα που χρησιμοποιούν οι διαφημιστές

- 2) Να βρουν διαφημίσεις και να τις κατατάξουν σε κατηγορίες.
- 3) Να διατυπώσουν αντιρρήσεις σε ένα γράμμα διαμαρτυρίας προς μία εταιρεία
- 4) Να δημιουργήσουν μία διαφήμιση σύμφωνα με τους κανόνες της δεοντολογίας
- 5) Να διακρίνουν τις απόψεις από τα δεδομένα
- 6) Να αναγνωρίζουν πως δημιουργούνται τα στερεότυπα και πως επηρεάζεται η λήψη αποφάσεων των ατόμων
- 7) Να εμπλουτίσουν το λεξιλόγιό τους
- 8) Να αναπτύξουν τις δεξιότητες της περιγραφής (ενός προϊόντος) και της παρουσίασης των δεδομένων της έρευνάς τους.
- 9) Να παρατηρήσουν τη γλώσσα που χρησιμοποιείται στη διαφήμιση

**Διδακτική προσέγγιση:** Οι μαθητές χωρίζονται σε ομάδες εργασίας. Μία ομάδα ασχολείται με τη νομοθεσία που διέπει τις διαφημίσεις και γενικότερα τη δεοντολογία. Στη διάθεσή του υπάρχουν :1) **ΥΠΟΥΡΓΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘ.609 18/7/1991** Δεοντολογία ραδιοτηλεοπτικών διαφημίσεων (Κώδικας Δεοντολογίας Ραδιοτηλεοπτικών Διαφημίσεων). Κανονισμός υπ' αριθ. 3/1991 του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεοράσεως  
 2) Μία εργασία μαθητών ενός γυμνασίου για τις διαφημίσεις καλλυντικών  
 3) **ΕΘΝΙΚΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ** Νομοθετική εξουσιοδότηση και αρμοδιότητες  
 4) Γενικός οικοδομικός κανονισμός. Άρθρο 258 Επιγραφές και διαφημίσεις. (άρθρο 20 ν. 1577/1985)  
 5) **ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΣΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**  
 6) Ενημερωτικό υλικό από το ινστιτούτο προστασίας καταναλωτή

- Άλλες ομάδες ασχολούνται με τη συλλογή διαφημίσεων και την κατάταξή τους σε κατηγορίες ειδών – υπηρεσιών που προβάλλουν. Κι εδώ έχουμε ομάδες που δουλεύουν παράλληλα σε έντυπο υλικό ή σε διαδικτυακό. Προτείνονται οι κατηγορίες: τσιγάρα , τρόφιμα, καλλυντικά, υπηρεσίες, αγαθά αντικείμενα. Κάθε ομάδα ασχολείται με ένα είδος. Ακολουθεί κριτική προσέγγιση του περιεχομένου και του τρόπου παρουσίασης.
- Αναμενόμενα αποτελέσματα: Ανάπτυξη κριτικής ικανότητας , προβληματισμού, αγωγής του καταναλωτή.

#### 4. Δομή Μαθήματος:

- Αναλυτική περιγραφή επιμέρους βημάτων διδασκαλίας
- 1) Συλλογή υλικού – είτε ανατίθεται σε μαθητές εκ των προτέρων είτε ο καθηγητής θα παρέχει το υλικό.
- 2) Μετά την αρχική κατάταξη σύμφωνα με το προϊόν που προωθείται γίνεται νέα κατάταξη σε κατηγορίες ελκυστικές – αποκρουστικές – αδιάφορες – επιτυχημένες – αποτυχημένες.
- 3) Παρατήρηση και κριτική προσέγγιση μεθόδων προώθησης.
- 4) Κάθε ομάδα επιλέγει δύο διαφημίσεις να παρουσιάσει –μία που θεωρεί επιτυχημένη και μία αποτυχημένη. Η αξιολόγηση θα πρέπει να περιλαμβάνει τις εξής προδιαγραφές: προκαλεί το ενδιαφέρον, ελκύει την προσοχή, δημιουργεί επιθυμία αγοράς του προϊόντος, ποιες τεχνικές χρησιμοποιεί.

#### Δραστηριότητες Μαθητών:

- 1) Συλλέγουν υλικό
- 2) Κατατάσσουν το υλικό τους σε κατηγορίες
- 3) Αναγνωρίζουν τρόπους πειθούς
- 4) Αναλύουν τεχνικές προσέγγισης κοινού
- 5) Εξάγουν συμπεράσματα
- 6) Αιτιολογούν την επιλογή συγκεκριμένης μεθόδου διαφήμισης
- 7) Κατασκευάζουν μία διαφήμιση σύμφωνα με τη δεοντολογία της διαφήμισης.
- 8) Συγκρίνουν τρόπους προσέγγισης
- 9) Συνοψίζουν τα ευρήματα της έρευνας τους

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1

Οι μαθητές θα αναλύσουν διαφημίσεις. Στη διάθεσή τους υπάρχει μία παρουσίαση που συνοψίζει τις τεχνικές προώθησης προϊόντων. (επισυνάπτεται συμπιεσμένη σε αρχείο pdf) Η ανάλυσή τους θα περιλαμβάνει την απήχησή τους στο κοινό, αναγνώριση του κοινού στο οποίο στοχεύει η διαφήμιση, την περιγραφή του προϊόντος, τις τεχνικές πειθούς που χρησιμοποιούνται, δεδομένα και απόψεις, αν τυχόν γίνεται χρήση υποδηλωτικής λειτουργίας της γλώσσας. Αναλαμβάνουν να παρουσιάσουν στην ολομέλεια της τάξης δύο διαφημίσεις. Μία επιτυχημένη και μία αποτυχημένη. Η παρουσίαση θα στηριχθεί στα σημεία που προαναφέρθηκαν.

#### ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2

Οι μαθητές θα ασχοληθούν με μία κατηγορία διαφημίσεων. Θα προσπαθήσουν να εξάγουν συμπεράσματα για την προσέγγιση που ακολουθείται για την προώθηση πχ. καλλυντικών ή τσιγάρων. Επίκεντρο της έρευνας θα είναι η δεοντολογία της διαφήμισης. Μπορούν να δημιουργήσουν μία δική τους σύμφωνα με τους θεσπισμένους κανόνες (κατά προτίμηση μία κοινωνικού περιεχομένου) είτε να απευθύνουν μία

επιστολή διαμαρτυρίας σε μία εταιρεία που προωθεί το προϊόν της με αντιδεοντολογικές μεθόδους. Συνοψίζουν τα ευρήματα για την κατηγορία που έχουν επιλέξει και τα παρουσιάζουν στην τάξη.

### **ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3**

Οι μαθητές θα ασχοληθούν με τα στερεότυπα στη διαφήμιση. Πως δημιουργούνται, γιατί αναπαράγονται, τι κίνδυνοι διαφαίνονται από τη χρήση τους στη διαφήμιση, ποιες οι πιθανές επιπτώσεις τους στην κοινωνία. Οι μαθητές συνεχίζουν την εργασία τους στην κατηγορία διαφημίσεων που έχουν επιλέξει και μελετούν την προβολή των στερεοτύπων. Ετοιμάζουν μία παρουσίαση για την ολομέλεια της τάξης

### **ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 4**

Οι μαθητές επικεντρώνουν την προσοχή τους στη γλώσσα της διαφήμισης. Υπάρχουν ακυριολεξίες, ασάφειες, υπερβολές. Ποια μέρη του λόγου και γραμματικοί τύποι προτιμούνται; Ποια σχήματα λόγου χρησιμοποιούνται; τι συνιστά τη «γλώσσα της πειθούς;» Τα ευρήματα των ομάδων συζητιούνται στην τάξη.

### **ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 5**

Οι μαθητές επικεντρώνουν την προσοχή τους στη λειτουργία της εικόνας. Τους ζητούμε να παραμερίσουν για λίγο το συνοδευτικό κείμενο και να ασχοληθούν με την εικόνα. Τι τους θυμίζει / υποβάλλει; Να κάνουν λεπτομερειακή περιγραφή των στοιχείων αναλύοντας το συμβολισμό τους. Να συζητήσουν στην ομάδα τους για την πειστική δύναμη της εικόνας. Να παρουσιάσουν τα ευρήματά τους στην τάξη.

### **ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 6**

Οι μαθητές συγκρίνουν διαφημίσεις του περασμένου αιώνα με σύγχρονες. Κατά πόσον έχει μεταβληθεί η προσέγγιση του κοινού και γιατί;

- Συνδυασμός με άλλα μέσα διδασκαλίας Χρήση video προαιρετική εφόσον προεκταθεί η έρευνα στις τηλεοπτικές διαφημίσεις, scanner απαραίτητο, πρόσβαση στο διαδίκτυο.
- **Απαιτούμενοι πόροι:** αποκόμματα διαφημίσεων από τον τύπο, πρόσβαση στο διαδίκτυο.