

# ▶ Οι επιδράσεις της διαφήμισης στα παιδιά

Δρ. Αθανασία Τζωρτζή, Λέκτορας Μάρκετινγκ  
Πανεπιστήμιο Frederick

# Εισαγωγή

- Πως επηρεάζει η διαφήμιση τους καταναλωτές;
- Ο βαθμός στον οποίο η διαφήμιση επηρεάζει τα παιδιά εξαρτάται από το επίπεδο γνωστικής ανάπτυξής τους, το οποίο με τη σειρά του σχετίζεται με την ηλικία του παιδιού
- Σημαντική η ύπαρξη διαμεσολαβητικών παραγόντων όπως γονική παρέμβαση και γραμματισμός για τη διαφήμιση

(Rozendaal et al., 2011; Arnas, 2006; Buijzen et al., 2007; Buijzen και Valkenburg; Van de Sompel and Vermeir, 2016; Rozendaal et al., 2021)



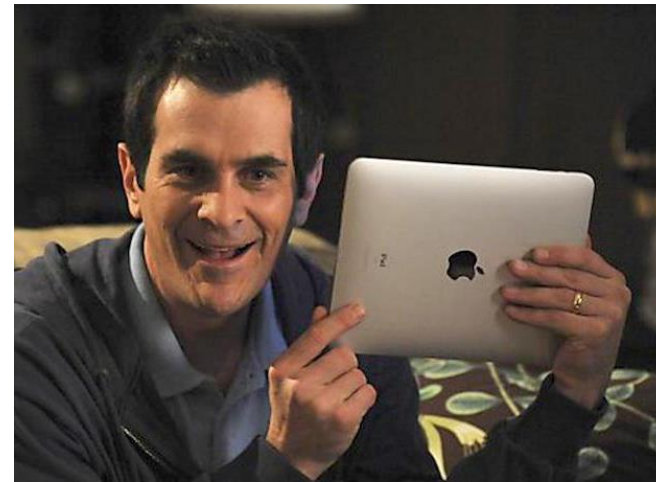
Τι είναι  
διαφήμιση;

Οι εκπτώσεις;



Οι προσφορές;

Οι χορηγίες;



Η τοποθέτηση προϊόντος;

Τα δώρα;



Οι προσωπικές πωλήσεις;



# Διαφήμιση

Πληρωμένη επικοινωνία

Αναγνωρίσιμος χορηγός

Στόχοι

- Να πληροφορήσει
- Να πείσει
- Να υπενθυμίσει

# Πως λειτουργεί η διαφήμιση;

Αναγνώριση ακροατηρίου- στόχου

Στόχοι επικοινωνίας

Σχεδιασμός μηνύματος (τι θέλουμε να επικοινωνήσουμε και πως)

Επιλογή μέσων

Εφαρμογή/αξιολόγηση

Παιδιά ως κύριο  
ακροατήριο  
στόχος...

Αγοραστική δύναμη

Επηρεασμός αγοραστικών αποφάσεων  
στην οικογένεια

Μελλοντικοί πελάτες

## Δύο κατηγορίες έρευνας

- ▶ Κατανόηση διαφήμισης από πλευράς των παιδιών
- ▶ Οι επιδράσεις της διαφήμισης στα παιδιά





# Επιδράσεις διαφήμισης στα παιδιά

- ▶ Γνωστικό επίπεδο -  
κατανόηση
- ▶ Συναισθηματικό επίπεδο
- ▶ Επίπεδο συμπεριφοράς



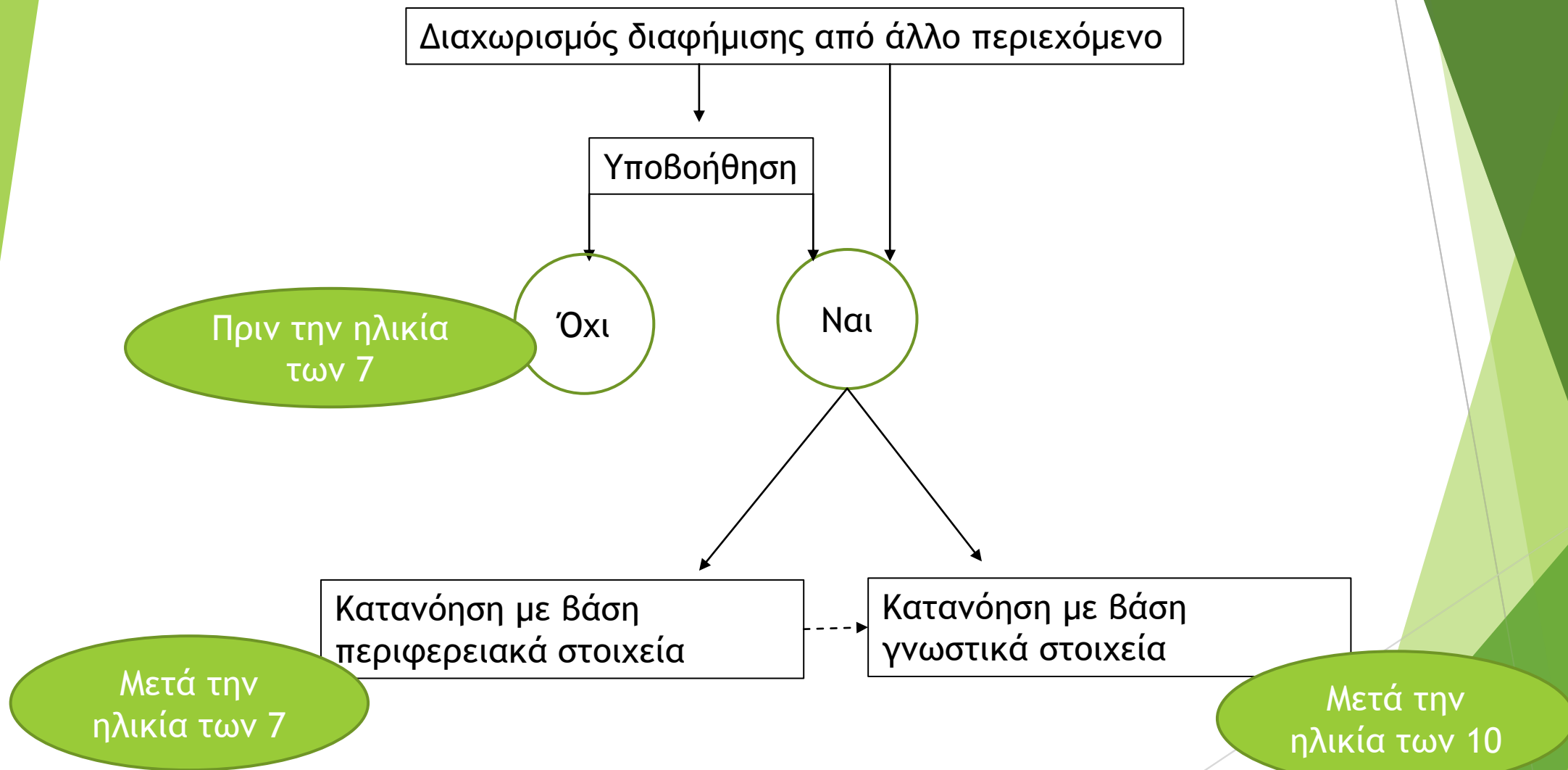


## Κατανόηση διαφήμισης-γνωστικό επίπεδο

Διαχωρισμός  
διαφήμισης από  
άλλο περιεχόμενο

Κατανόηση σκοπού  
διαφήμισης

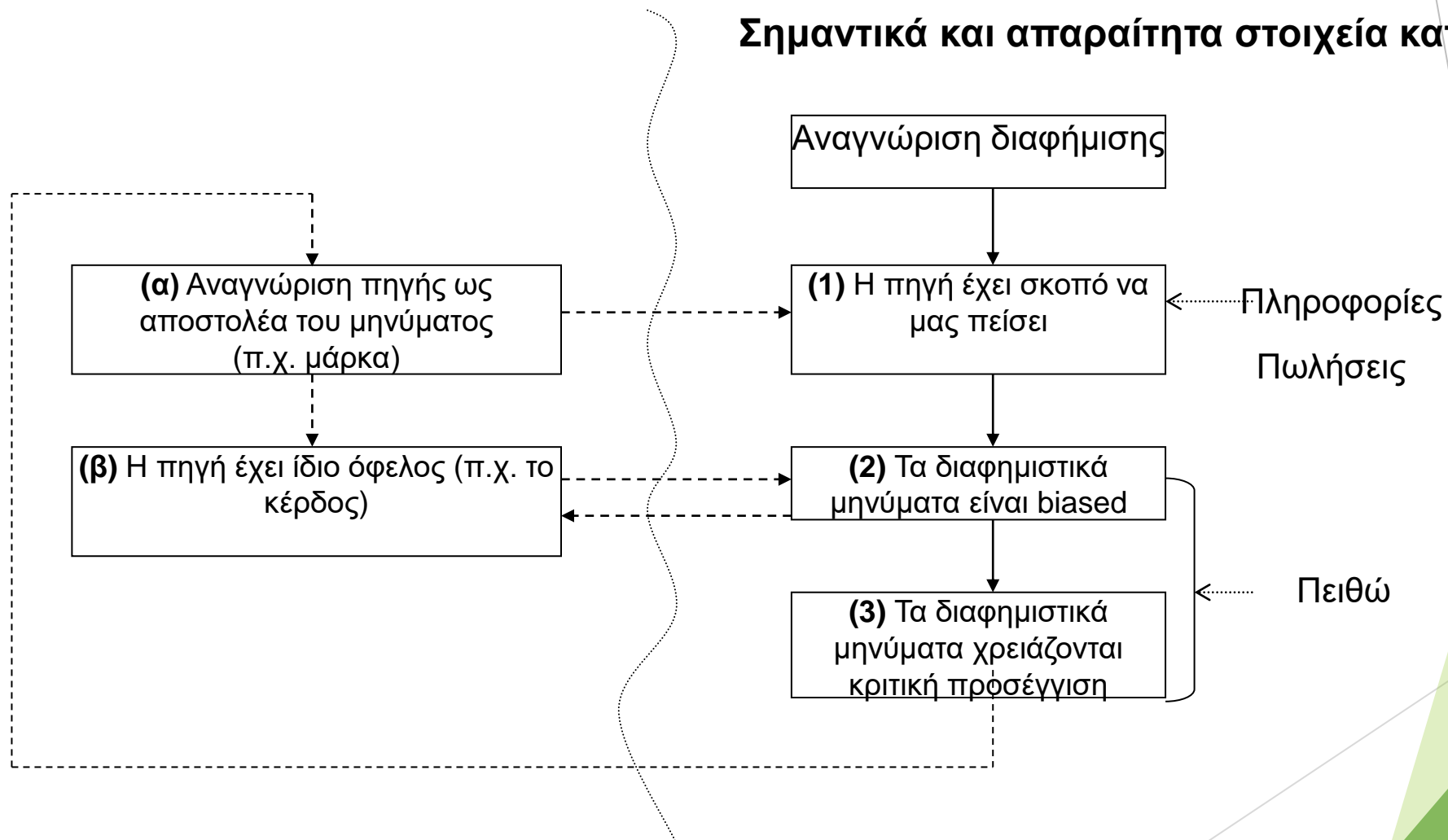
# Κατανόηση διαφήμισης-γνωστικό επίπεδο



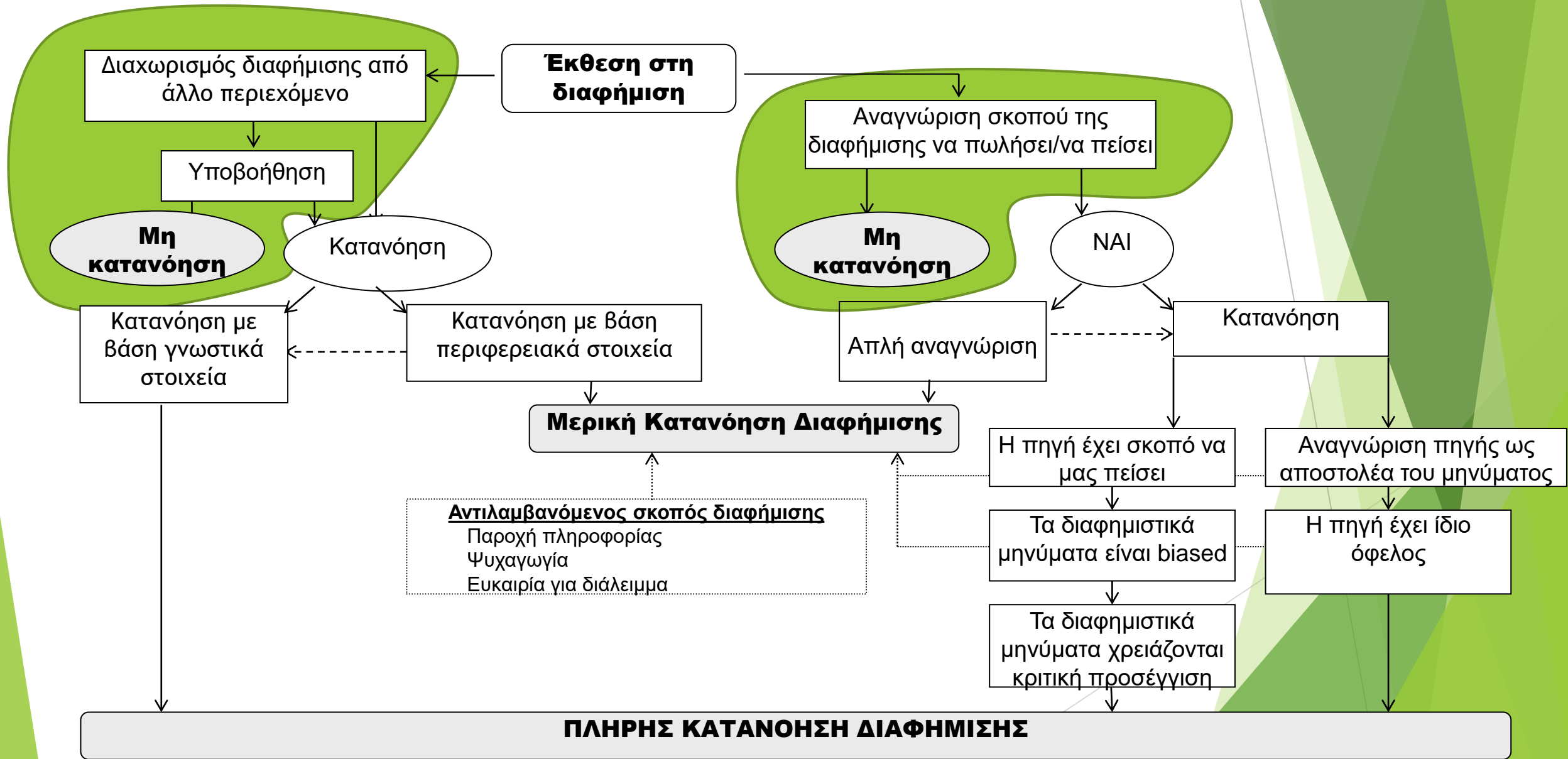
# Κατανόηση διαφήμισης-γνωστικό επίπεδο

## Κατανόηση σκοπού διαφήμισης

### Σημαντικά και απαραίτητα στοιχεία κατανόησης



# Επίπεδα Κατανόησης διαφήμισης



# Συναισθηματικό επίπεδο

Ρόλος ερεθισμάτων  
στην ανταπόκριση  
των παιδιών στη  
διαφήμιση

Ερεθίσματα στα οποία ανταποκρίνονται  
περισσότερο τα παιδιά

- ▶ Χιούμορ
- ▶ Κινούμενα σχέδια
- ▶ Φαντασία/ιστορίες
- ▶ Ζωάκια
- ▶ Μουσική
- ▶ Άλλα παιδιά/μωρά
- ▶ Χρώματα
- ▶ Πρωτοτυπία/στοιχείο έκπληξη

# Επιδράσεις της διαφήμισης στη συμπεριφορά

- ▶ Ηθελημένες επιδράσεις  
(intended effects)
- ▶ Μη ηθελημένες  
επιδράσεις/  
παρενέργειες  
(unintended effects)



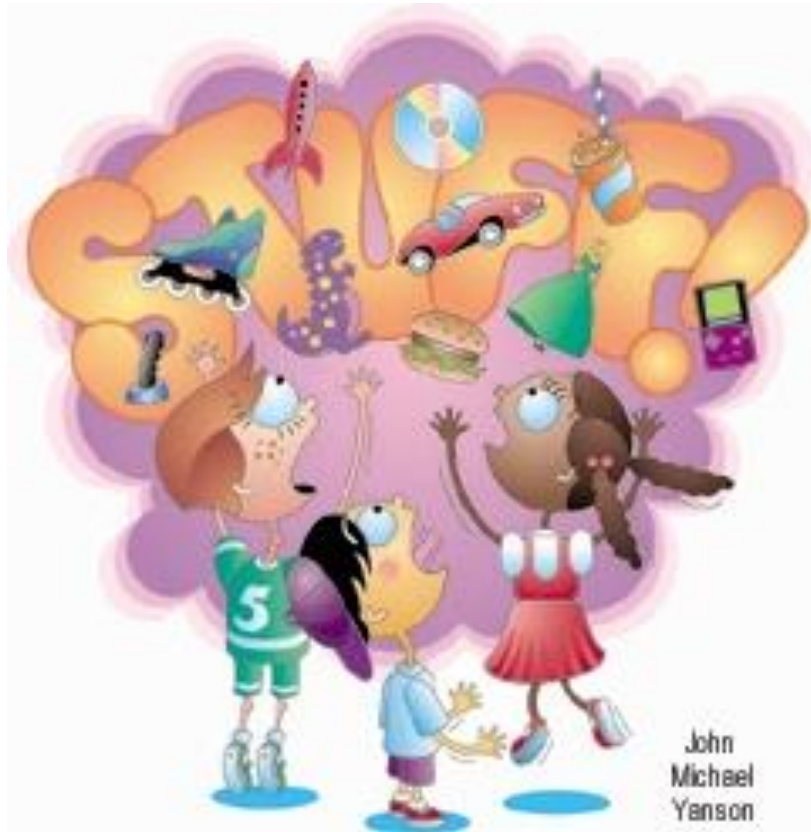
## Ηθελημένες επιδράσεις διαφήμισης

- ▶ Επιθυμία για αγορά προϊόντων
- ▶ Θετική στάση προς μάρκες ή κατηγορίες προϊόντων
- ▶ Επηρεασμός γονιών για αγορά προϊόντων
- ▶ Αγορά προϊόντων με δικά τους λεφτά

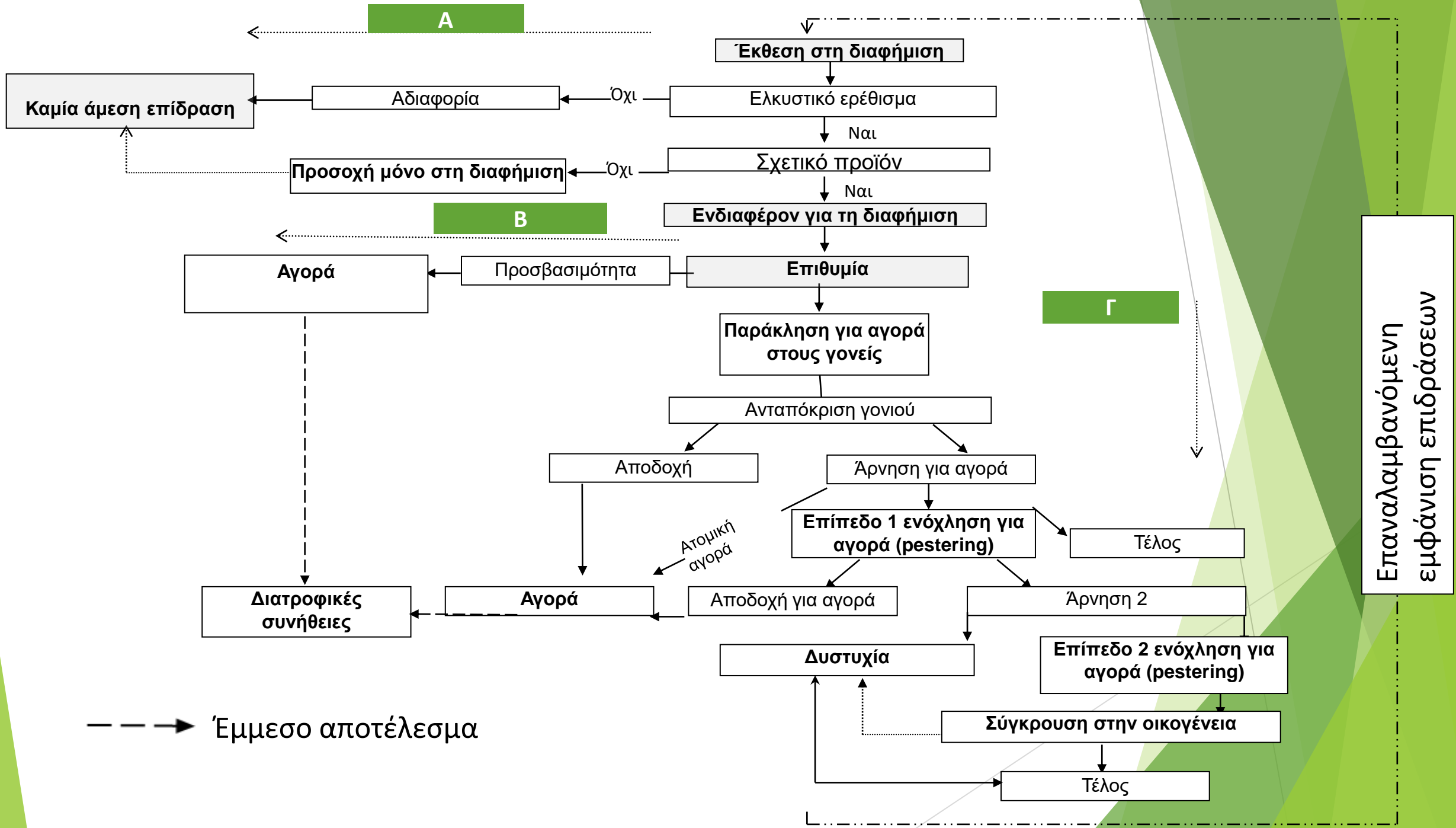




# Μη ηθελημένες επιδράσεις



- ▶ Επαναλαμβανόμενη παρενόχληση γονιών από παιδιά (pestering)
- ▶ Σύγκρουση στην οικογένεια
- ▶ Υλισμός
- ▶ Δυστυχία
- ▶ Επιπτώσεις στις διατροφικές συνήθειες των παιδιών



## Διαμεσολαβητικοί παράγοντες (Mediating factors)

Γονείς

Εκπαίδευση



# Ένταξη εγγραμματισμού για τη διαφήμιση στα διάφορα γνωστικά αντικείμενα

- ▶ Αγωγή Ζωής/Υγείας/Οικιακή Οικονομία
- ▶ Γλώσσα
- ▶ Διαφοροποιούμε τις emphases ανάλογα με το μάθημα στο οποίο θα εντάξουμε την ενότητα

# Συμπέρασμα

- ▶ Η διαφήμιση επηρεάζει τα παιδιά σε διάφορα επίπεδα
- ▶ Χρειάζεται παρέμβαση για ανάπτυξη κριτικής προσέγγισης/σκέψης
- ▶ Εκπαίδευση παιδιών
  - ▶ Διαχωρισμός διαφήμισης από άλλο περιεχόμενο
  - ▶ Κατανόηση σκοπού διαφήμισης
  - ▶ Κατανόηση τον τρόπο λειτουργίας της διαφήμισης

# Πρακτική εφαρμογή