

2ο Διαδικτυακό Εργαστήριο για την Παιδεία για τα Μέσα
στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Έργου «European MediaCoach Initiative»

πειθώ χειραγωγήση
προϊόν ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
αλγόριθμοι

ήθος πομπού
συναίσθημα ήθος δέκτη ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

στρατηγική αυθεντία λογική banner blindness
YouTube Prosumer

Η διαφήμιση στον ψηφιακό κόσμο

Τρόποι και μέσα πειθούς
Διαφημιστικός γραμματισμός

Γ' ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ – ΜΑΘΗΜΑ: ΝΕΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ

Δρ Φωτεινή Θεοδούλου, Φιλολόγος

22 Μαρτίου 2021





Τι ακολουθεί

1 Σημασία του θέματος

2 Θεωρητικό υπόβαθρο

3 Στόχοι και Δραστηριότητες



Τι ακολουθεί



1

Σημασία του θέματος

2

Θεωρητικό υπόβαθρο

3

Στόχοι και Δραστηριότητες



Σημασία του θέματος

Ραγδαία αύξηση δημιουργίας
και προβολής ψηφιακών
διαφημίσεων

(Davranova, 2019; Νικηφόρου, 2013)

Αναπότρεπτη έκθεση των
μαθητών μας σε διαφημίσεις
κατά τη διάρκεια οποιασδήποτε
διαδικτυακής τους πλοήγησης

Ευαισθητοποίηση για την πιθανή προσπάθεια
χειραγώγησής τους από τους δημιουργούς των διαφημίσεων.
Καλλιέργεια «*διαφημιστικού γραμματισμού*» (“*advertising literacy*”) (van Dam & van Reijmersdal, 2019)

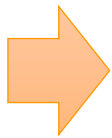
Μελέτη
των τρόπων πειθούς
που αξιοποιούνται
από τους
διαφημιστές

Μελέτη του
αλγοριθμικού τρόπου
επιλογής των
προβαλλόμενων
διαφημίσεων



Τι ακολουθεί

1 Σημασία του θέματος



2 Θεωρητικό υπόβαθρο

3 Στόχοι και Δραστηριότητες

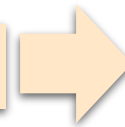


Θεωρητικό υπόβαθρο

Παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο θα αντιμετωπίσουμε μία διαφήμιση

[σύμφωνα με το μοντέλο γνώσης της πειθούς ("*Persuasion Knowledge Model*") που προτείνουν οι Friestad και Wright (1994)]

- η γνώση μας για το **θέμα** της διαφήμισης
- η γνώση μας για τον **πομπό** της διαφήμισης
- η γνώση μας για τη **λειτουργία της πειθούς**



Νεοελληνική
Γλώσσα
Γ' Γυμνασίου

ΠΕΙΘΩ

Στρατηγική παρουσίαση πληροφοριών με τρόπο, ώστε να επηρεαστούν οι πεπιοθήσεις των ανθρώπων και συνεπώς η συμπεριφορά τους.

(Friestad & Wright, 1994)



Θεωρητικό υπόβαθρο

Ψηφιακές διαφημίσεις

Διαφημίσεις που εμφανίζονται,
ενώ οι καταναλωτές
περιηγούνται στο διαδίκτυο
(Kotler & Armstrong, 2016, όπως αναφέρεται
από τις Djafarova & Kramer, 2019)



Κοινωνικές διαφημίσεις

Διαφημίσεις σε ιστότοπους
κοινωνικών δικτύων
(Facebook, YouTube, Twitter)
(Djafarova & Kramer, 2019)



YouTube

Χρησιμοποιείται –κατά το
μάλλον ή ήττον– από όλους
τους μαθητές



Τι ακολουθεί

1 Σημασία του θέματος

2 Θεωρητικό υπόβαθρο

3 Στόχοι και Δραστηριότητες

Τάξη Γ' Γυμνασίου

Μάθημα Νέα Ελληνικά

Περίοδοι Διδασκαλίας 3

2η Δραστηριότητα

Τρόποι και μέσα
πειθούς σε
διαφημιστικά βίντεο

30'

Στόχος

Οι μαθητές να εντοπίσουν και να εξηγήσουν τους τρόπους και τα μέσα πειθούς που χρησιμοποιούνται σε συγκεκριμένο διαφημιστικό βίντεο, με απώτερο στόχο να καταστούν υποψιασμένοι καταναλωτές σχετικά με την πιθανή στρατηγική του δημιουργού της διαφήμισης.

- Δίνεται χρόνος στους μαθητές, για να καταγράψουν στο τετράδιό τους τους τρόπους και τα μέσα πειθούς που εντοπίζουν.



ΛΟΓΙΚΗ
ΕΠΙΚΛΗΣΗ
ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑ



Πηγή: https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=NxMqMwK_IWs

Εργασία για το σπίτι

Διαφημιστικός
ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

[Εξάσκηση/Εμπέδωση]

1. Να μελετήσετε ένα (αγαπημένο σας ίσως) **διαφημιστικό βίντεο** και να αξιολογήσετε αν το θεωρείτε πειστικό, κάνοντας αναφορά στους τρόπους και τα μέσα πειθούς που εντοπίζετε. Να αναρτήσετε στο **κανάλι «Διαφημίσεις» στην ομάδα Teams** της τάξης:
(α) τον σύνδεσμο (link) του διαφημιστικού βίντεο που μελετήσατε και
(β) την αξιολόγησή σας για την πιθανή στρατηγική του δημιουργού της διαφήμισης (τρόποι και μέσα πειθούς).

[Προετοιμασία για την επόμενη συνάντηση]

2. Να παρακολουθήσετε για 10 λεπτά κάποια βίντεο που σας αρέσουν στο YouTube και να καταγράψετε στο τετράδιό σας ποιες διαφημίσεις εμφανίζονται (ποια προϊόντα / ποιες εταιρείες) και με ποιον τρόπο (π.χ. Overlay ads, Skippable video ads, Non-skippable video ads - βλ.

<https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=en>).



3η Δραστηριότητα

Αλγόριθμοι
και διαφημίσεις
στο YouTube

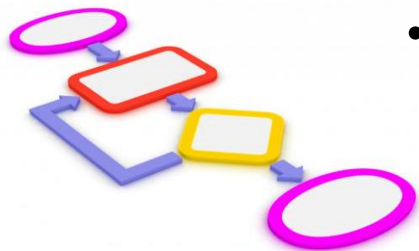
25'

Στόχος

Οι μαθητές να συγκρίνουν τις διαφημίσεις που προβάλλει το YouTube σε διαφορετικούς χρήστες και να προβούν σε υποθέσεις σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο αυτές επιλέγονται.

- Καταγραφή σημειώσεων τριών μαθητών στον πίνακα

- Αντιπαραβολή σημειώσεων
Καταγραφή υποθέσεων



- Συζήτηση σχετικά με τους αλγόριθμους και τον τρόπο με τον οποίο οι επιλογές τυγχάνουν προσαρμογής στις ιδιαιτερότητες των χρηστών

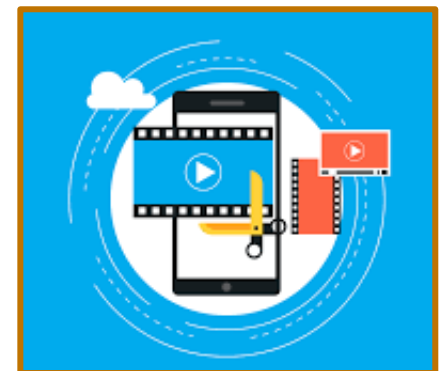
Εργασία για το σπίτι

Να δημιουργήσετε ένα δικό σας **διαφημιστικό βίντεο** διάρκειας 30-60 δευτερολέπτων, με στόχο την **προώθηση του αγαπημένου σας (λογοτεχνικού) βιβλίου**.

Στη διαφήμισή σας θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε **τρόπους/μέσα πειθούς** κατάλληλα για τον **ιδανικό σας καταναλωτή**.

Θα πρέπει να παραδώσετε:

- (α) τη διαφήμιση σε μορφή βίντεο και
- (β) γραπτό σημείωμα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ιδανικού σας καταναλωτή *[φύλο, ηλικία, ασχολίες, ιστοσελίδες/εφαρμογές που τον ενδιαφέρουν...]*.



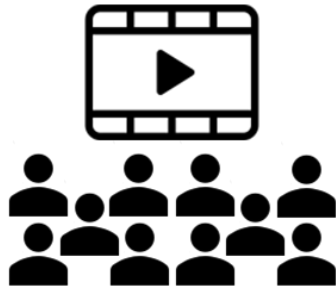
4η Δραστηριότητα

Διαφημίσεις
(λογοτεχνικών)
βιβλίων

45'

Στόχος

Οι μαθητές να παραγάγουν μια δική τους διαφήμιση, αξιοποιώντας τρόπους/μέσα πειθούς και συνυπολογίζοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ιδανικού καταναλωτή για το προϊόν τους.



- Προβολή διαφημίσεων μαθητών
- Συμπλήρωση εντύπου αξιολόγησης από όλους για όλους
- Συζήτηση

Προαιρετικά:

Ανάδειξη καλύτερης διαφήμισης!



πειθώ χειραγωγήση
προϊόν ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
αλγόριθμοι

ήθος πομπού
συναίσθημα ήθος δέκτη ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

στρατηγική αυθεντία λογική banner blindness
YouTube Prosumer

Ευχαριστώ!

ftheodoulou@schools.ac.cy

