



FOGYASZTÓI KULTÚRA: INFLUENCER MARKETING

Mi ez?

Az influencer marketing olyan digitális jelenség, amikor egy vállalat fizet vagy ösztönzi a befolyásos embereket, akik nagy követőlistával rendelkeznek a közösségi médiában, hogy tegyenek közzé termékükről vagy szolgáltatásukról. Ez állhat egy adott termék népszerűsítéséből, izgalom generálásából egy kampányhoz, vagy követők megszerzéséből a szóban forgó vállalat számára.



Hogyan befolyásolhatja a fiatalok szexuális és reprodukív egészségét?

Az influencer marketing gyakran a termék és az életmód promóciójára összpontosít, az átfogó szexuális és reprodukív egészség és egészség védelmére vonatkozó oktatást félretéve. Ez azt eredményezheti, hogy nem értik többek között az olyan fontos kérdéseket, mint a beleegyezés, a fogamzásgátlás vagy a szexuális úton terjedő fertőzések. Az influencer marketing pontatlan vagy hiányos információkat nyújthat a szexuális és reprodukív egészséggel kapcsolatos kérdésekről, ami arra készítheti a fiatalokat, hogy helytelen információk alapján hozzanak döntéseket. Egyes befolyásolók olyan termékeket is népszerűsíthetnek, mint a szexuális játékok, kiegészítők vagy fogamzásgátló módszerek. Ha ezekről a termékekről nem nyújtanak pontos tájékoztatást és oktatást, a fiatalok anélkül hozhatnak döntéseket, hogy teljes mértékben megértenék azok következményeit.

Ha az influencerek aktívan népszerűsítik a válogatás nélküli vagy rendkívül kalandos szexuális életmódot, a fiatalok nyomást érezhetnek a kényelmi szintjükön vagy tudásukon túlmutató kísérletezésre. Ehhez kapcsolódóan a média ábrázolása és az influencerek véleménye befolyásolhatja a fiatalok hozzáállását a beleegyezéshez, a tisztelethez és az egészséges kapcsolatokhoz.

Az, hogy az influencerek hogyan ábrázolják a testképpel kapcsolatos problémákat, lehet pozitív és negatív is. Egyesek a szexualitás és a test idealizált és airbrush képét népszerűsíthetik. Ez bizonytalanságot és nyomást gyakorolhat a fiatalokra. Másrészt vannak, akik támogatják a test elfogadását és pozitívítását, mint például Jameela Jamil.



Milyen módon lehet támogatni a fiatalokat?

Íme néhány eszköz és forrás, amelyek hasznosak lehetnek abban, hogy támogassák a fiatalokat abban, hogy tájékozottabb és kritikusabb megközelítést alkalmazzanak az online befolyásolókkal szemben:

- Szervezzen workshopot a marketingstratégiák működéséről és az egyes kampányok céljainak kritikus szemléletének kialakításáról különböző kontextusokban (nem feltétlenül csak az SRH-ban). Ez az influencer marketinggel kapcsolatos médiaműveltség és kritikus gondolkodás fejlődéséhez vezet, és megelőzi a szexuális és reprodukív egészséggel kapcsolatos kockázatokat.
- Ösztönözd a nyílt és őszinte beszélgetéseket a fiatalok között azáltal, hogy társak által vezetett beszélgetéseket kezdeményezel. Ez segíthet a tudatosság növelésében és az egészséges viták előmozdításában.
- Azonosítsa azokat a felelős és hiteles véleményvezéreket, akik előnyben részesítik a tényszerű információkat, és pozitív üzeneteket közvetítenek az SRH-ról.
- Digitális kampányokat és kihívásokat indíthat a közösségi média platformjain, hogy bevonja a fiatalokat a pontos információk terjesztésébe és a szexuális és reprodukív egészséggel kapcsolatos mítoszok leleplezésébe. Bátorítsa őket, hogy osszák meg tapasztalataikat és tudásukat, felhatalmazva őket arra, hogy az egészséges viselkedés szószólóivá váljanak.



Kapcsolódó tartalmak:

Jó gyakorlat lapok:

- Közösségi média: Instagram
- Közösségi média: Snapchat
- Közösségi média: Tik Tok

További információ:

- Rodríguez Alarcón, Diego Rodrigo. “Publicidad y marketing digital: Concientización sobre la sexualidad precoz.” bachelorThesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Diseño y Arquitectura. Carrera de Diseño Gráfico Publicitario, 2021.
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/33557>.
- UNESCO. “A Review of the Evidence: Sexuality Education for Young People in Digital Spaces - UNESCO Digital Library,” 2020. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373885>.

