



POTROŠNIŠKA KULTURA: VPLIVNOSTNI MARKETING

Kaj je Vplivnostni marketing?

Vplivnostni marketing je **digitalni fenomen**, pri katerem podjetje plačuje ali spodbuja vplivne ljudi z velikim številom sledilcev na družbenih omrežjih, da objavljajo o njihovem izdelku ali storitvi. Gre lahko za promocijo določenega izdelka, ustvarjanje navdušenja za kampanjo ali pridobivanje sledilcev za dotično podjetje.



Kako lahko vpliva na spolno in reproduktivno zdravje mladih?

Vplivnostni marketing se pogosto osredotoča na promocijo izdelkov in življenjskega sloga, pri čemer celovito izobraževanje o spolnem in reproduktivnem zdravju (SRZ-ju) pušča na stranskem tiru. To lahko povzroči pomanjkanje razumevanja ključnih vprašanj, kot so med drugim privolitev, kontracepcija ali spolno prenosljive okužbe. Vplivnostni marketing lahko zagotavlja netočne ali nepopolne informacije o vprašanih SRZ-ja, zaradi česar lahko mladi sprejemajo odločitve na podlagi napačnih informacij. Nekateri vplivneži lahko promovirajo tudi izdelke, kot so spolne igrače, prehranska dopolnila ali metode kontracepcije. Če o teh izdelkih niso zagotovljene natančne informacije, lahko mladi sprejemajo odločitve, ne da bi v celoti razumeli njihove posledice.

Če vplivneži aktivno promovirajo promiskuiteten ali izjemno pustolovski spolni slog, lahko mladi čutijo pritisk, da eksperimentirajo preko svoje ravni udobja ali znanja.

Podobno lahko medijski prikazi in mnenja vplivnežev vplivajo na odnos mladih do privolitve, spoštovanja in zdravih odnosov.

Vplivneži lahko vprašanja o telesni podobi prikazujejo tako pozitivno kot negativno. Nekateri lahko spodbujajo idealizirano in pretirano predstavo o spolnosti in telesu. To lahko povzroča negotovost in pritisk na mlade, da se prilagodijo določenim estetskim standardom ali spolnemu vedenju. Po drugi strani pa so tudi nekateri, ki zelo glasno zagovarjajo sprejemanje telesa in pozitivnost, na primer Jameela Jamil.



Na kakšne načine je mogoče podpreti mlade?

Tu je nekaj orodij in virov, ki so lahko mladim v pomoč pri zavestnem in kritičnem odnosu do spletnih vplivnežev:

- Organizirajte delavnico o tem, kako delujejo tržne strategije, in o razvijanju kritičnega pogleda na cilje vsake kampanje v različnih kontekstih (ne nujno samo na področju SRZ). To bo pripomoglo k razvoju medijske pismenosti in kritičnega razmišljanja v zvezi z vplivnostnim marketingom in preprečevanju tveganj na področju SRZ.
- Spodbujajte odprte in iskrene pogovore med mladimi s sprožanjem razprav pod vodstvom vrstnikov. Ustvarite varen prostor, v katerem bodo lahko delili svoje izkušnje in skrbi v zvezi z vplivnostnim marketingom. To lahko pripomore k ozaveščanju in spodbujanju zdravih razprav.
- Prepoznajte odgovorne in verodostojne vplivneže, ki dajejo prednost dejanskim informacijam in spodbujajo pozitivna sporočila o SRZ. Sodelujte z njimi pri ustvarjanju informativnih vsebin in kampanj, ki izpodbijajo škodljive zgodbe, ki jih širijo drugi vplivneži.
- Lansirajte digitalne kampanje in izzive na platformah družbenih medijev, da bi mlade vključili v širjenje točnih informacij in spodbijanje mitov, povezanih s SRZ. Spodbujajte jih, da delijo svoje izkušnje in znanje ter jih tako usposobite, da postanejo zagovorniki zdravega vedenja.



Sorodni digitalni fenomeni/orodja:

Glej kartice:

- Družbeni mediji: Instagram
- Družbeni mediji: Snapchat
- Družbeni mediji: Tik Tok

Nadaljnje branje:

- 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>.

