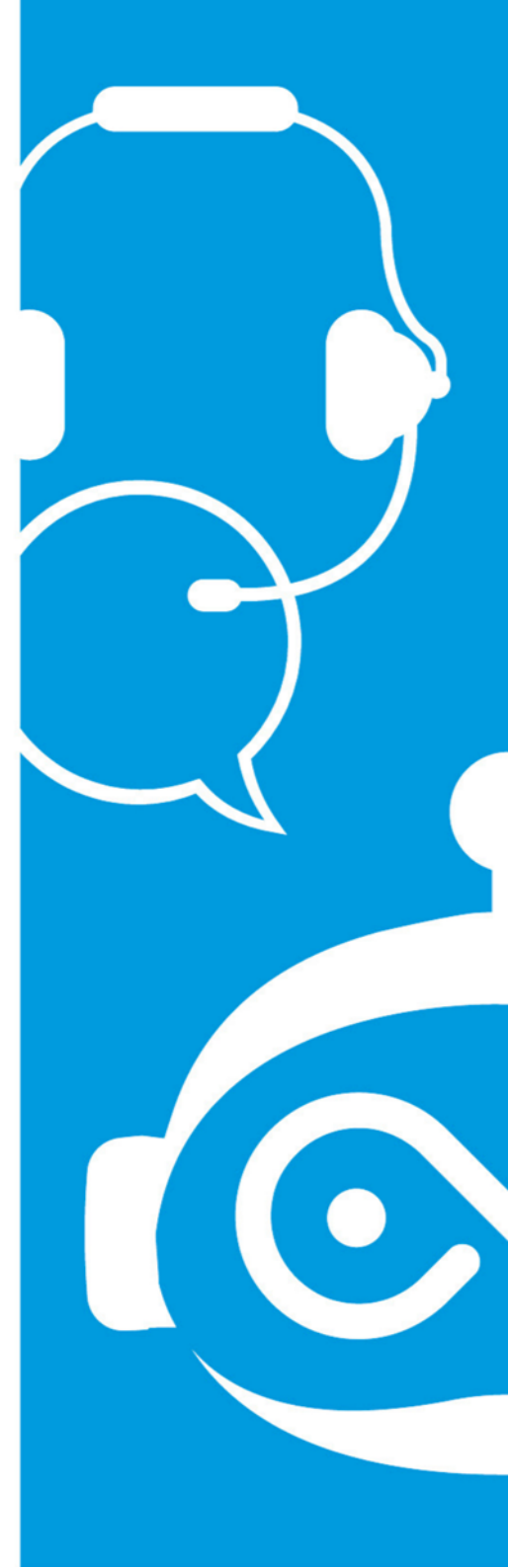




## POTROŠNIŠKA KULTURA: CILJANI OGLASI

### Kaj so Ciljani oglasi?

Ciljani oglasi so **digitalni fenomen**, ki je sestavni del sodobnega marketinga, ki s podatkovnimi algoritmi zbira in analizira spletne dejavnosti uporabnikov ter na podlagi teh informacij določa vrsto oglasov, ki se prikazujejo uporabniku. V tem smislu so potrošniki "bombardirani" z oglasi, ki so prilagojeni njihovi rasi, ekonomskemu statusu, spolu, starosti, generaciji, stopnji izobrazbe, ravni dohodka in zaposlitvi ali pa se osredotočajo na zadovoljevanje potrošnikove osebnosti, odnosa, mnenja, življenjskega sloga in interesov.



### Kako lahko vpliva na spolno in reproduktivno zdravje mladih?

Z vidika ozaveščanja o določenih temah, ki lahko vplivajo na spolno in reproduktivno zdravje (SRZ) mladih, so lahko ciljani oglasi koristni za spodbujanje pozitivnega vedenja s pomočjo odločnih sporočil. Tako lahko obveščajo o zadevah, ki so pomembne za mlade, in ustvarjajo občutek odgovornosti mladih, da prevzamejo nadzor nad svojim SRZ-jem. Bistvenega pomena je razumeti, da so razlike med pozitivnim in škodljivim ciljanim oglaševanjem odvisne od postavitve, vključenosti vsebine in sporočila, ki ga posredujejo posamezniku.

Zato se lahko iste tehnike profiliranja, ki se uporabljajo za opolnomočenje mladih, uporabijo tudi za izkoriščanje ranljivosti uporabnikov in prikazovanje neprimernih oglasov. Ciljano oglaševanje lahko predstavlja podobo, ki izkrivlja realnost. Oglasi, namenjeni najstnikom, lahko vplivajo nanje, ker so v procesu razvijanja svoje spolne identitete in je njihovo dojetje spolnosti še v povojih. Zato lahko hiperseksualizirane podobe mladim dajo napačen vtis o tem, kaj predstavlja zdravo spolnost in medosebne odnose.

Te podobe lahko neposredno vplivajo tudi na njihovo samozavest in dojetje lastnega telesa ali spolnosti, kar še okrepi slabe navade ali čustvene slabosti. Na primer, glede na preteklo vedenje se lahko mladi osebi pokažejo izdelki za hujšanje, ki so lahko kontra produktivni za oblikovanje pozitivne samopodobe. Podobno nekateri oglasi predstavljajo škodljive "ideale" telesnega videza, kot so nezdrava telesna teža ali miškulatura. Oglasi lahko med mladimi širijo tudi rasne predsodke, saj spodbujajo izdelke za posvetlitev kože, porjavitev ali ravnanje las.



### Na kakšne načine je mogoče podpreti mlade?

- Da bi se zaščitili pred morebitnimi škodljivimi vplivi oglasov, ki so vseprisotni, mlade poučite o obstoju oglaševalskih kampanj, ki so bolj vključujoče in predstavljajo bolj realističen pogled na "resničnost".
- Onemogočite uporabo piškotkov v napravah, ki jih uporabljajo mladi. Ta funkcija je uporabna za preprečevanje sledenja uporabnikom in preprečevanje, da bi si strojno učenje oglasov zapomnilo njihove spletne preference.
- Mladim, na katerih vedenje in samopodoba v zvezi z njihovim spolnim zdravjem so negativno vplivali oglasi, pomagajte izboljšati njihovo izkušnjo brskanja z namestitvijo tehnologij za izogibanje oglasom, kot so blokatorji oglasov. Takšna orodja odpravljajo neprijetnosti, ki jih povzročajo oglasi.

### Sorodni digitalni fenomeni/orodja:

Glej kartice:

- Družbeni mediji: Instagram
- Zasebnost: Določanje nastavitve zasebnosti
- Potrošniška kultura: Vplivnostni marketing



### Nadaljnje branje:

- Dontigney, Eric. "Cons of Advertising to Teenagers." Bizfluent, 2021. <https://bizfluent.com/cons-of-advertising-to-teenagers.html>.
- European Parliament. Directorate General for Internal Policies of the Union. *Online Advertising :The Impact of Targeted Advertising on Advertisers, Market Access and Consumer Choice*. LU: Publications Office, 2021. <https://data.europa.eu/doi/10.2861/288740>.
- Gongala, Sagari. "15 Positive & Negative Effects Of Advertisements On Children." MomJunction, January 5, 2016. [https://www.momjunction.com/articles/negative-side-effects-of-advertising-on-your-children\\_00385891/](https://www.momjunction.com/articles/negative-side-effects-of-advertising-on-your-children_00385891/).

