

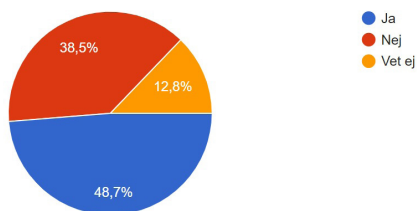
Reklam - behövligt eller meningslöst?

Jag ser reklam och annonser på sociala medier, tv, radio, i tidningen, på gatan där jag bor och i skyltfönstret på stan. Reklam och annonser har präglat mitt liv sedan jag var barn, men nu, som tonåring, mer än någonsin.

Reklam och annonser behövs för att företag och varumärken ska kunna finansiera sin verksamhet. Samtidigt irriterar reklam också konsumenterna, eftersom den ofta tar en stor plats av det konsumenterna egentligen vill läsa om eller ta del av. Vem eller vad avgör hur mycket reklam vi måste ta del av? Är det mottagaren, konsumenten, eller sändaren, företaget?

Upplever du dig falla för reklam?

39 svar



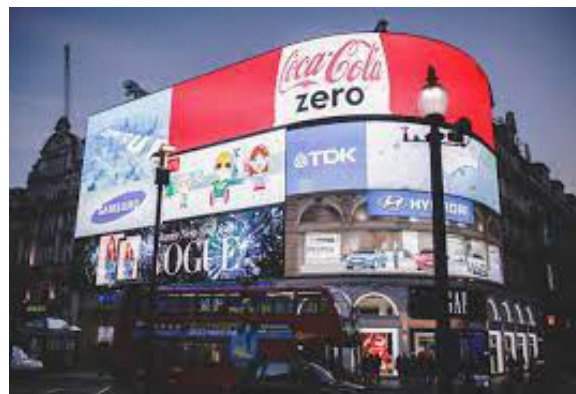
Andel 15-19 åringar som upplever sig falla för reklam

Företag och varumärkens största intresse ligger såklart i att tjäna pengar, förutsatt att de inte är statligt finansierade, eftersom att anställda behöver lön, marknadsföring kostar pengar och lokaler kostar pengar. Allt som ett företag behöver för att expandera och utvecklas kostar pengar. Det är alltså helt rimligt att ett företag och ett varumärke vill tjäna pengar. En produkt, eller ett varumärke, kommer dock aldrig att etableras utan konsumenter. I restaurang- och servicebranschen talas det ofta om att "utan kunder och gäster är vi ingenting". Precis samma är det med företag och varumärken. Influencers till exempel, de försörjer sig i stort sett på sponsorer och marknadsföring av företag, men, hade inte fått möjligheten till sponsring om de inte haft följare (konsumenter). Alla är lika beroende av varandra.

Det finns tidigare forskning av bland annat Kathrin Abbestam (2011) som visar att vi ungdomar, i högre grad än vuxna, påverkas av reklam och marknadsföring eftersom att vi inte klarar av att

göra en lika genomtänkt bedömning av vad som är trovärdigt och inte. Tidigare forskning menar också att vi inte märker dold marknadsföring lika lätt. I relation till mig och resten av ungdomarna på Lerums Gymnasium så stämmer det delvis. Självklart så finns det en skillnad i hur den kritiska hållningen mellan ungdomar och vuxna är. Samtidigt så har ungdomar växt upp med "Influencer Marketing" och lärt sig om hur dold marknadsföring letar sig in i våra liv, och kan på så sätt ha gett oss en bättre kritisk hållning än vad kanske en del vuxna har.

Så upplever jag det, oavsett hur irriterande reklam än kan vara, så har jag, tack vare att reklam har präglat mitt liv så länge, lärt mig att titta bort. Jag har lärt mig att klicka bort annonsen innan Youtube-videon, titta bort från skyltfönstret och bläddra till en annan kanal på TV:n. Samtidigt så visar min studie att många ungdomar på Lerums Gymnasium upplever att de faller för reklam, och alltså lever upp till vad tidigare forskning påstår.



Ett exempel på hur reklam och annonser kan förekomma i en storstad.

Min slutsats är därför att frågan om vem eller vad som avgör betydelsen av reklam är en svår och komplicerad fråga. Reklam och annonser är behövligt för många personer och för många företag för att de ska kunna skapa ett varumärke och försörja sig på det. Konsumenter kommer alltså att vara tvungna att stå ut med reklam och annonser, oavsett hur meningslöst det än känns för dem. Det är så livet och arbetsmarknaden är

Ellen Angervall SA3B