

# Ungdomar känner passion för konsumtion

**Bättre teknik, snyggare redigering och högre kvalitet. Den senaste typen av marknadsföring och reklam påverkar barn, ungdomar och vuxna betydligt mer än vad det gjorde förr. Det finns idag också fler plattformar och bättre förutsättningar för att ett varumärke ska få en rejäl skjuts in på marknaden.**

I en enkätundersökning gjord på Lerums Gymnasium i februari 2022, så framkommer det att fler ungdomar köper en produkt för att de tror sig vilja ha eller behöva den, istället för att produkten anses ha hög kvalitet eller ses relaterad till miljömedvetenhet. Av svaren kring flera nära relaterade frågor i undersökningen, om varför ungdomar konsumerar, svarade de 39 ungdomarna i stort sett likadant. Det verkar som om att de som faller för reklam upplever att de köper produkten för att de behöver eller vill ha den, vilket visar hur stor påverkan reklam och marknadsföring har på människor, och i detta fallet ungdomar. Ungdomar verkar drivas av att konsumera efter eget behov och lust. "Ibland kan det vara så att man ser en reklam, och direkt tänker, att det är det jag behöver eller det här hade kunnat vara bra att ha" säger Mathias, 19 år på Lerums Gymnasium, och hänvisar till vad som påverkar honom till att köpa en produkt.

## Vad säger tidigare forskning?

I undersökningen visas också, precis som i en studie av Grusell



*I en studio där en reklamfilm möjligtvis hade kunnat bli inspelad i.*

(2012) att ungdomars konsumtion också handlar om grupptillhörighet och identitet. Det betyder att grupptillhörighet och identitet åtminstone lite bestäms av reklam och yttre faktorer. Reklam får det att framställas som att konsumtionen baseras på vad vi vill ha och vad vi behöver, medan det i verkliga fallet är tvärtom ibland. Denna dolda marknadsföring visar för ungdomar vad de behöver köpa för att passa in och skapa en tillhörighet till gruppen och får samtidigt dem som konsumenter att tro att

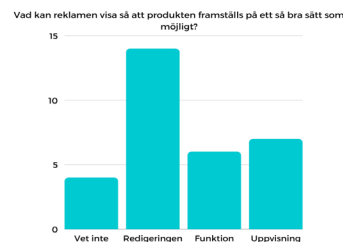


*Lerums Tidning med en hela sida bestående av reklam och annonser från en matbutik.*

det är deras egna val. Det handlar alltså inte egentligen om eget behov och egen vilja, utan istället om företag och varumärken som leder konsumenterna in i det tankesättet. Reklambyråer anpassar reklamen efter målgrupp och konsumenterna prioriterar kanaler efter deras egna preferenser. Med andra ord, så gör konsumenterna precis så som reklambyråerna vill. De väljer den reklam som är utformad för dem.

## Hur en produkt framställs på bästa möjliga sätt

I enkätundersökningen så ställs också frågan om hur en produkt kan framställas på ett så bra sätt som möjligt. Majoriteten av deltagarna i studien anser att redigeringen, det vill säga, klippningen, ljud eller ljus tillägg och perspektiv är den viktigaste delen i framställandet av en produkt. "Reklam som lockar mig innehåller mycket färg, med stilrena bilder och en bra



*Vad, andel 15-19 åringar tycker är viktigt för att en produkt ska framställas så ett så bra sätt som möjligt. struktur" säger Mathias.*

Det kan framförallt ha och göra med hur digitalt fokuserade dagens ungdomar är idag. Redigeringen är det som idag kanske utvecklats mest, både med teknik, nya redigeringsprogram och bättre metoder och då är det helt rimligt att det är det konsumenterna tittar på. Tidigare forskning menar att konsumenterna tittar på företag som visar att de är passionerade, brinner för sitt företag och vill åstadkomma något, men det kan snarare handla om produkten och vilken känsla reklamfilmen- eller annonsen får konsumenten att känna. Ungdomarna på Lerums Gymnasium tycker framförallt att redigeringen spelar en roll i reklam, men upplever också att uppvisningen av produkten är viktig. I och för sig så hänger väl de två sakerna lite ihop, uppvisningen och redigeringen, eftersom att båda handlar om att framställa produkten eller varumärket på ett snyggt sätt.

Ungdomar på Lerums Gymnasium konsumerar utifrån egna behov, lust och intresse. De konsumerar också för att passa in, för att det ser snyggt ut, för att de får en känsla av behov eller helt enkelt för att en annons säger så. Det handlar alltså inte nödvändigtvis om egen vilja och eget behov, trots att många tror det. Reklamen och marknadsföringen har blivit allt för komplicerad för att det skulle vara så enkelt, att det bara är upp till var och en, och vad en ska konsumera.

Ellen Angervall SA3B