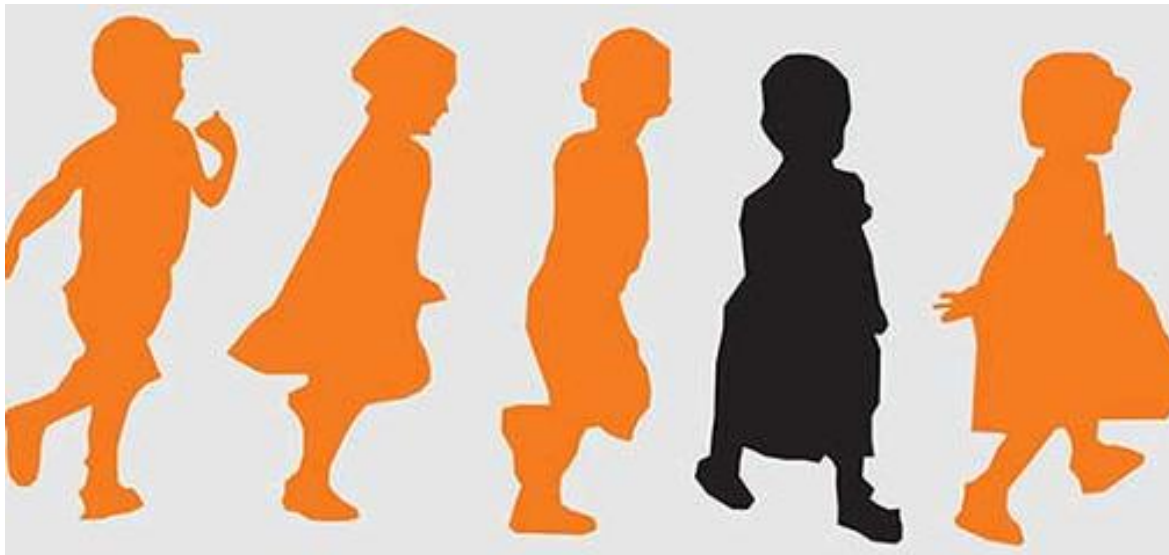


# RECLAMEWIJSHEID IN KWETSBARE CONTEXTEN

Silke Lissens & Joke Bauwens



Welke factoren, naast leeftijd, beïnvloeden reclamekwetsbaarheid?



# Argumentaties voor de rol van SES

- affecteert consumptiemogelijkheden en -praktijken
- affecteert blootstelling aan reclame:
  - ✓ bezit en gebruik van media (mediageletterdheid)
  - ✓ targeted advertising
  - ✓ geografische informatie
- positieve(re) attitudes tov (tv)reclame



# Een kwalitatieve, exploratieve studie

migratie-achtergrond

middelgrote stad

SES obv leerlingkenmerken

grootstad



59 leerlingen

focusgroepen

6 scholen

3 strategieën, 2 formats

zesde leerjaar

reclame algemeen

# Resultaten (1)



## 1) geanimeerde, kritische discussies

- > onderdeel leefwereld, **expertise**

## 2) expliciete vormen van reclame

- > bevestiging noodzaak adlit
- > geografische informatie
- > link dagelijkse consumptiepraktijk (SES): **informatieve functie & scepticisme**
- > opletten toeschrijven reclamewijsheid

## 3) internationaal mediagebruik (tv)

- > effectiviteit nationale/regionale regulering en beleid
- > perceptie en appreciatie van reclame

## Resultaten (2)



### 4) culturele normen en waarden

- > gevolgen perceptie en appreciatie reclame (reclamewijsheid?)
- > aandachtspunten voor educatie (vb, bias, discussie, ...)

### 5) taalissues

- > gevolgen begrip reclame(boodschappen)
- > aandachtspunten voor educatie (vb, bias, discussie, ...)

## Hypothesen verder onderzoek

oa 'de rol van reclame in het dagelijks leven van (kwetsbare) kinderen en jongeren'



 Pages/AdLitSBO

 @AdLitSBO

 info@AdLit.be

[www.AdLit.be](http://www.AdLit.be)

