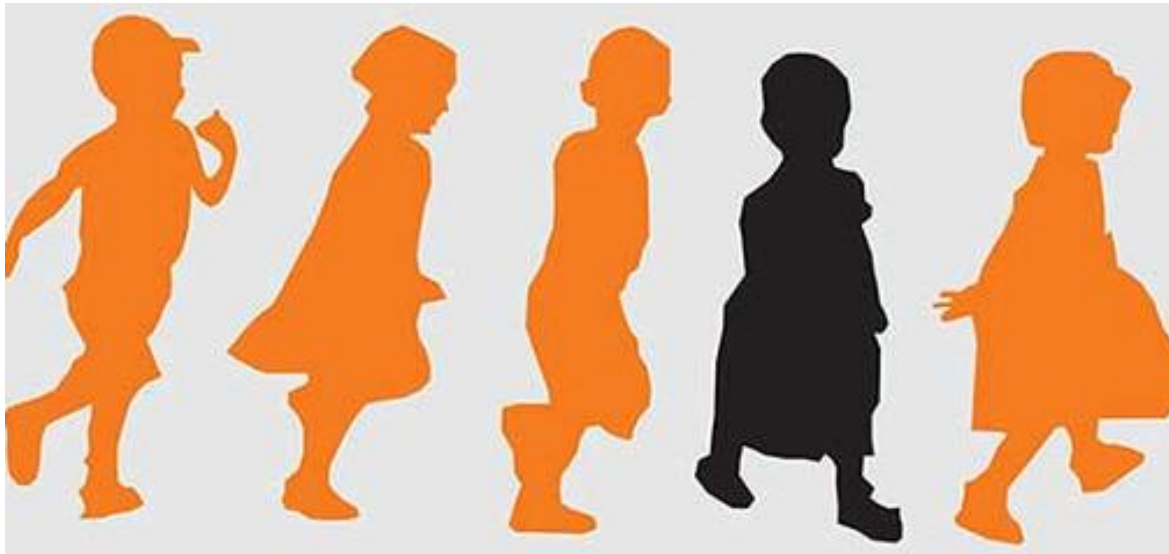


RECLAMEWIJSHEID IN KWETSBARE CONTEXTEN

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

