

Fatasóun – Áhrif samfélagsmiðla

Hvaðan kemur pressan á okkur um að við verðum að eignast ný föt?

Áður fyrr birtust fataauglýsingar einungis í blöðum og tímaritum og auðveldara var að horfa fram hjá þeim. Í dag birtast auglýsingar á öllum helstu samfélagsmiðlum, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube o.fl. stöðum.

Á samfélagsmiðlunum eru svo þær auglýsingar sem hafa líklegast hvað mestu áhrifin á okkur, svokallaðar dular auglýsingar þar sem áhrifavaldar segja okkur frá nýjustu kaupunum sínum eða frá nýjustu sendingunum í búðir og eru þá í ákveðnu samstarfi við búðirnar.

Nútíma einstaklingur eyðir töluverðum tíma á samfélagsmiðlum og er því stöðugt að fá upplýsingar um að honum vanti eitthvað þó svo að það sé í raun ekki staðan.

Hugleiðingar

Hefur þú keypt þér eitthvað sem þú sást auglýst á samfélagsmiðlum?

Hefur þú keypt þér eitthvað sem þú sást áhrifavald auglýsa og/eða mæla með?

Heldur þú að áhrifavaldur sem auglýsi vörur sem eru framleiddar í þróunarlöndunum séu meðvitaðir um vinnu og lífskilyrði þeirra sem búa vöruna til?

Hvernig er hægt að minnka áreiti frá auglýsingum?

Gætir þú sett þig á samband við áhrifavald og fengið upplýsingar um umhverfis og mannréttinda áhrif vörunnar sem hann auglýsir?

Gætir þú skipt út af þínum samfélagsmiðlum einhverjum sem stöðugt auglýsir nýjan fatnað fyrir einhvern sem hugar að tísku með öðrum hætti t.d með endunýtingu eða endurhönnun?