

Målgruppe beskrivelse:

Aldersgruppen er blevet fastsat af privat snak til, at skulle gælde det 13-15 årige.

Afsenderen- Privat snak.

Budskab- skabe fokus og viderebringe viden til billeddeling.

Opmærksomhed om Privatsnak.dk

At stille målgruppen i et dilemma og gøre opmærksom på Privatsnak, som et sted, hvor de kan få hjælp og råd.

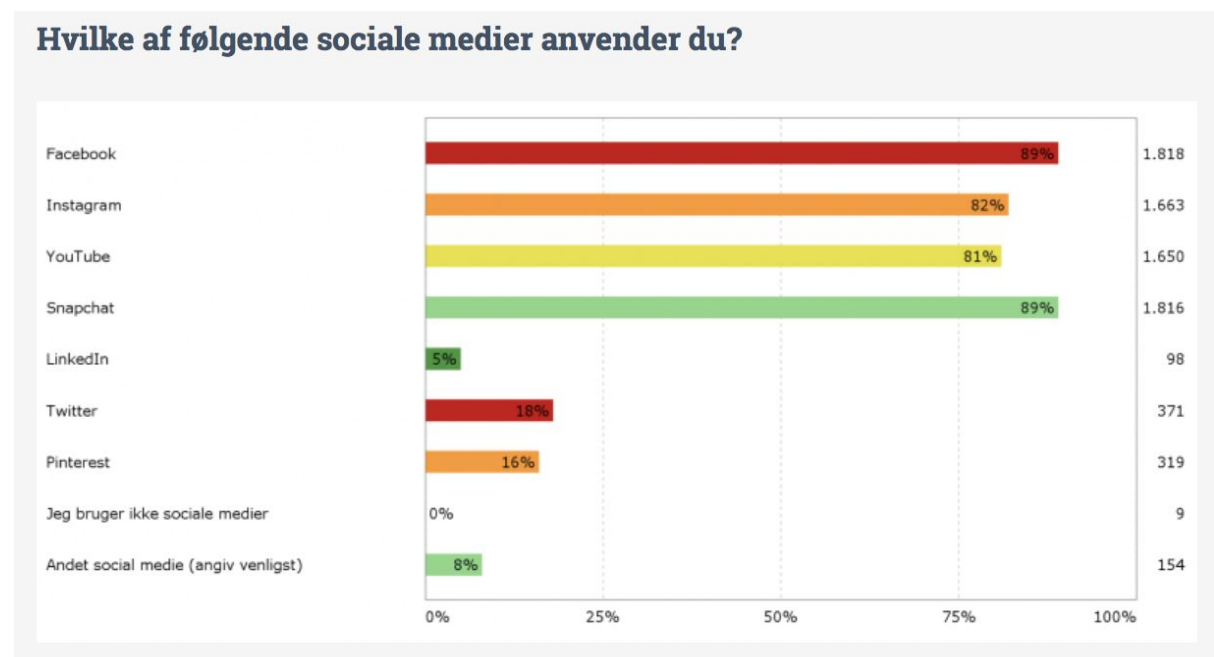
Medie- Privatsnak.dk, promovring via facebook og instagram.

Modtager- 13-15 årige.

Effekt- Forhåbentlig vil det sætte et par tanker i gang og stoppe billeddeling.

Hvad vi ved om de 13-15 årige er, at de bruger meget tid på sociale medier som facebook, snapchat og instagram. Det mest brugte medie blandt 13-15 årige er deres telefoner. De går meget op selviscenesættelse og anerkendelse fra omverden. Generelt går de unge meget op i deres venskaber, og de bruger meget tid på at være i kontakt med deres venner via sociale medier. De sætter deres sekundære socialisering højere end deres primære i teenage årene, og de bruger meget tid på at søge bekræftelse fra deres omgangskreds, og de spejler sig meget i deres omgangskreds væremåde. De brander deres sociale identitet på de forskellige medier.

Det er vigtigt for afsenderen at spillet skal ramme målgruppen så bredt som muligt og da man ud fra under undersøgelsen kan se at de bruger meget tid på sociale medier er det et oplagt valg at fokusere på det.



1

¹ <https://companyoung.com/blog/unges-brug-sociale-medier-2017/>

