

## **NOTAT**

### **Udvalgte citater fra fokusgrupper**

*"Det er ikke direkte reklame, for hun (bloggeren SilleWho) får ikke penge for det"* (Wilke s. 51, fokusgruppe, børn 14-16 år)

*"Hun får jo ikke noget ud af det, men gør det for at inspirere andre"*  
(Wilke s. 51, fokusgruppe, børn 14-16 år)

*"Måske er de nye, og han er glad for dem. Og det er sikkert sådan, at i deres klub, dér er det Nike, der leverer støvler, og så har han valgt de der".* (Wilke s. 52, fokusgruppe, børn 14-16 år, om Niklas Bendtners billede af Nike-støvler på Instagram)

*"Det er rimeligt tit, at de lægger noget ud, f.eks. hvis de har lavet nye støvler og så lægger billeder ud af dem og skriver at de hedder sådan og sådan... Så går jeg ind på Google og søger efter dem."* (Wilke, s. 34, fokusgruppe, børn 11-13 år, om fodboldspillere på Instagram)

*"Jeg synes ikke det er reklame. Follow – det er ligesom at følge, hvad de gør, og hvad de ser, ligesom at følge dem som personer. Det er ikke reklame at følge den her person, det er jo hvad du selv har lyst til at følge."*  
(Wilke s. 34, fokusgruppe, børn 11-13 år, om at følge folk på fx Instagram og YouTube)

*"Nej, det er ikke reklame. Han viser jo bare, hvad, han selv synes, er sjovt"* (Operate, "Analyse af børn og unges afkodning af kommerciel kommunikation på nye platforme" s. 27, fokusgruppe, børn 10-13 år, om Wimp-grundlæggeres Instagramprofil)

*"Nej, hun skriver jo bare om tasken. Se selv, Mascha skriver: 'Tror den kommer på ønskelisten til jul' ".* (Operate, "Analyse af børn og unges afkodning af kommerciel kommunikation på nye platforme", s. 34, fokusgruppe, børn 14-18 år, diskussion om, hvorvidt Mascha Vangs omtale af en kamerataske er reklame)

*"Man får nok sådan et lille kort med tilbud på abonnementer"* (Wilke s. 40, fokusgruppe, børn 11-13-årige – om tilbud på 8 numre af Vi unge + et One Direction sengesæt – på spørgsmålet om, hvad der sker efter seks måneder. Hovedparten tror, at fx Vi Unge vil kontakte dem, når de seks måneder er omme for at høre, om de vil fortsætte abonnementet. Og nogle tror sågar, at de efter seks måneder vil blive præsenteret for nye tilbud med nye produkter, som følger med.)

*”Jeg er meget forbeholden, for vi glemmer at sige dem op” (Wilke s. 111, forældrefokusgruppe, far til datter på 12 år,– om hvor uigennemskuelige abonnementer er).*

*”Det er for børnene – og for os – svært at gennemskue, hvad man binder sig til, og hvilke konsekvenser det har. Børnene bliver tiltrukket af gaven, og så forholder man sig ikke til det andet” (Wilke s. 111, forældrefokusgruppe, mor til datter på 12 år,– om hvor uigennemskuelige abonnementer er)*

*”Man regner nok ikke med 528,- kr., når man ser 179,- for sig. Det virker som bondefangeri, men det er jo hele abonnements-strukturen og ikke selve annoncen” (Wilke s. 114, forældrefokusgruppe, mor til søn på 13 år,– der blev bedt om at udregne den samlede pris på et abonnement i en given annonce)*