

Рекламная грамотность

27 июня 2020, 10:00

С актёрами – понятно, но вот если известный человек в своём блоге говорит о конкретном товаре, разве это реклама? Ему можно верить?

Для начала, надо разобраться.

Не любая информация о товаре или бренде является рекламой.

Нас окружает довольно много информации справочного, аналитического, новостного характера, в которой бренды нередко упоминаются как иллюстрация или как пример в черед однородных товаров. Такая информация – не реклама, в ней нет главной цели рекламы – заинтересовать Вас конкретным товаром, привлечь к нему основное внимание.

Соответственно, и известный блогер может использовать свой ресурс, чтобы рассказывать о различных новинках, проводить тест-драйвы, исследовать технические новинки и их возможности.

Насколько ему можно верить в этом – стоит решать, исходя из Ваших знаний о самом блогере, его умениях, репутации, а также из самой рассказанной информации.

Однако нередко с блогерами, особенно набравшими определённую известность (в том числе исходя из количества подписчиков, последователей), различные компании заключают договоры на размещение рекламы своих товаров или услуг.

И вот в этом случае блогер не просто рассказывает своё мнение о каком-либо товаре, а размещает рекламу.

Стоит обратить внимание, что если популярный блогер на своём ресурсе вдруг начинает рассказывать про какой-либо товар, который выпадает из обычной его манеры рассказа или с подробностями о том, где можно приобрести такой товар, то велика вероятность того, что это реклама.

В таком случае следует относиться к такой информации как к рекламе, а к словам блогера – как к словам актёра в рекламном ролике, и не принимать на веру хвалебные слова известного человека в адрес какого-либо товара.

В уважающих себя и своих пользователей ресурсах в сети «Интернет» можно встретить пометку «реклама», «спонсорский материал» и т.п., указывающую на рекламный характер заметки, однако это не является обязательным требованием Закона о рекламе и размещается не всегда.



