

Man kan dela in reklam i två typer:

- reklam med tydlig avsändare
 - dold reklam

Reklam med tydlig avsändare

Den vanligaste formen av reklam avbryter tv-program, fyller upp tidningssidor och poppar upp när vi klickar på en länk på internet. Den här typen av reklam är tydlig i sitt syfte att få oss att köpa något, och är därför oftast lätt för mediekonsumenten att identifiera.

Den dolda reklamen

I takt med att reklam blir lättare för konsumenter att välja bort, blir reklamproducenterna allt mer beroende av vad som kan definieras som "dold reklam".

Dold reklam är integrerad i andra medietyper och ser inte ut som "vanliga" reklambudskap. Det gör att den blir betydligt svårare för oss som mediekonsumenter att upptäcka, och sätter därför vår förmåga att tänka kritiskt på ett extra hårt prov.

Dold reklam i journalistik

En typ av dold reklam är reklam som ser ut som en journalistisk text, alternativt reklam som är inbäddad i journalistiska texter. Genom att använda det redaktionella formatet får reklamen ökad trovärdighet.

Det kan vara en reklambilaga som ser ut att tillhöra tidningen, eller en undersökning som bekostats av ett företag men som lanseras som en nyhet utan att detta framgår av texten.

Produktplacering

Vilken bil kommer James Bond att köra i nästa film? Vilken klocka zoomar fotografen in på? Bil- eller klocktillverkaren har betalat för att deras produkt ska synas i "rätt sammanhang" – ett sammanhang som inte uppfattas som traditionell reklam.

Företag använder offentliga, och gärna beundrade personer, för att deras varumärken ska associeras med den personen och situationen. Filmer kan vara finansierade av olika typer av produktplaceringar som kopplas till medieinnehållet.

En tumregel är att om ett varumärke syns tydligt i bild, så har någon betalat för att det ska finnas där.

Sponsring

Definitionen av sponsring är när en person eller ett företag bekostar eller ansvarar för en viss verksamhet för att få göra någon form av reklam i utbyte. Det kan handla om ett evenemang som ett företag vill sammankopplas med. På så sätt vill man stärka bilden av sig själv och sin egen trovärdighet.

Sedan 1991 får sponsrade program, till exempel idrottsevenemang eller melodifestivalen, sändas i Sveriges Television, som i övrigt är reklamfritt. Namnet på sponsorn anges då i början eller slutet av programmet.

Smygreklam i sociala medier

Marknadsföringslagen säger att det ska framgå tydligt vad som är reklam – också på nätet och i sociala medier.

Men det kan vara lätt att låta sig luras av bilder på Instagram, som kanske lagts upp av personer med sponsorer, eller av den dolda reklam som förekommer på många av de stora bloggarna. Med varje nytt medium kommer även en ny marknadsföringskanal som det, särskilt i början, kan vara lätt att låta sig förledas av.

1. Kan man säga att reklam luras?
2. Är det etiskt att ta emot gratisprodukter och sedan skriva om dem som bloggare?
3. Anser du att det är för lite, lagom eller för mycket reklam i de medier du tar del av? Vad skulle det få för konsekvenser om reklamen minskades eller ökades?
4. Varför är det viktigt att känna till hur medier använder sig av reklam och hur reklam använder sig av medier?

Statensmedieråd.se