



TUNNISTATKO MAINOKSEN SOMESSA?

Kun sometähti kehuu suklaata tai testaa uutta laitetta, kyseessä voi olla maksettu mainos. On tärkeää oppia tunnistamaan, milloin sinuun yritetään vaikuttaa. Aina se ei ole helppoa edes aikuisille.

TEKSTI NINNI SANDELIUS KUVAT ADOBE STOCK

Somesuosikit kertovat kanavillaan seuraajiaan kiinnostavista asioista ja aiheista, jotka mieltäyttävät monia. Sellaisia voivat olla esimerkiksi kiusaaminen, erilaisuuden hyväksyminen tai itsetunto. Siksi sometajat ovatkin monelle esikuvia.

Tästä syystä paljon seuraajia keränneitä sometähtiä kutsutaan vaikuttajiksi: heidän sanomisillaan ja tekemisillään on vaikutusta siihen, miten lapset asioista ajattelevat ja millaista tietoa he saavat.

Kun sometähtien seuraajamäärät kasvavat, heistä kiinnostuvat myös yritykset. Yritykset toivovat, että vaikuttajien tekemien mainosten avulla sinäkin kiinnostut yrityksen tuotteista.

– Vaikka lapsilla ja nuorilla itsellään ei ole paljon rahaa käytössään, he vaikuttavat he monella tapaa perheen ostospäätöksiin eli siihen, mitä syödään ja juodaan, millaisia vaatteita ja leluja ja harrastevälineitä ostetaan ja mitä tehdään vapaa-ajalla, kertoo tutkija **Essi Pöyry**.

Somevaikuttamista ja -mainontaa tutkiva Pöyry työskentelee Kuluttajatutkimuskeskuksessa. Hänen mukaansa on tärkeää oppia tunnistamaan tilanteet, joissa sometilien seuraajiin vaikutetaan mainosten avulla.

– Mainonnan kautta saamme ideoita siitä, millaisia tuotteita voisimme tarvita. Kun tunnistamme mainokset, voimme aidosti pohtia, tarvitsemmeko kyseistä tuotetta ja uskommeko some-tähden arvioon tuotteesta. Tietoisuus mainoksista auttaa meitä tekemään fiksuja ja itsenäisiä ostapäätöksiä.

Monet somevaikuttajat suhtautuvat varsinkin lapsille ja nuorille suunnattuun mainostamiseen vastuullisesti. He eivät piilota mainoksia muun sisällön sekaan. Silti videolla saattaa vilahtaa maininta tavarasta myönteisessä valossa.

– Piilomainontaa tai huolimattomasti merkittyjä mainoksia löytyy jatkuvasti, kertoo tutkija Essi Pöyry.

Mainontaa säätelee laki ja Mainonnan eettisen neuvoston määrittelemät hyvän markkinoinnin periaatteet. Tärkein sääntö on se, että mainos on pysyvä erottamaan muusta sisällöstä.

– Jos vaikuttaja on saanut tuotteen yritykseltä ilmaiseksi tai palkkiota vastaan, siitä on kerrottava selvästi. Usein kuvassa, videossa tai niiden esittelytekstissä lukee “kaupallinen yhteistyö”, “mainos” tai “tuote saatu”. Sen on näytävä ensisilmäyksellä.

Jos huomaat, että joku mainostaa somessa tavaraa mutta ei kerro siitä suoraan, voit kysyä kommenttikentässä, onko tämä maksettu mainos.

– Se asettaa vaikuttajat vastuuseen työstään ja myös herättelee muita seuraajia pohtimaan mainostamista.

Kannattaa pitää mielessä, että

POSTAUKSESSA PITÄÄ MAINITA
SELKEÄSTI, JOS KYSEESSÄ ON
KAUPALLINEN YHTEISTYÖ ELI MAINOS.

mainoksen tarkoitus on houkutella ostamaan. Ne voivat myös luoda paineita tykätä samoista asioista kuin toiset.

– Mainosten ei pidä antaa määrittää sitä, mikä on coolia tai kuka kelpaa kaveriksi. Oma arvo ei riipu siitä, saako ostettua hienoimmat kengät.

1 FANITA VIISAASTI
Lempitubettajasi voi tuntua kuin hyvältä kaverilta ja luotat hänen juttuihinsa täysin. Muista silti, että osa sometähien työtä on mainostaminen. Tarkista, onko vilpittömältä tuntuva pelisuositus maksettu mainos.

2 TARKKANA, VAIKKA NAURATTA
Mainonta saa olla hauskaa, ja hassut videot ovat tärkeä osa somea. Huumorin seasta mainoksia voi kuitenkin olla vaikeampaa huomata.

3 TYKKÄÄ JA SEURAA
Somettaja voi mainostaa kanavaansa kehottamalla sinua tilaamaan, likettämään, seuraamaan tai kommentoimaan. Tubettajan päällä saattaa olla hänen omia tuotteitaan, kuten lippiksiä tai paitoja, jotka hän toivoisi sinun ostavan.

4 ALEKOODI HOUKUTTAA
Somesuosikkien tarjoamien alennuskoodien tarkoitus on saada ostajia yrityksen verkkokauppaan. Joskus somettaja saa palkkion sen perusteella, kuinka moni seuraaja on käyttänyt alekoodia. Se kannustaa somettajaa suosittelemaan verkkokaupan tuotteita seuraajilleen.

5 MAISTA TÄTÄ!
Syö vain punaisia ruokia! Pystytkö syömään tulisia sipsejä? Erilaiset syömis- tai juomahaasteet ovat mainiota viihdettä, mutta usein nekin ovat elintarvikkeiden mainoksia. Pelivideolla näkyvä juomatölkki tai karkkipussi eivät välttämättä ole jääneet esille vahingossa.

6 TUOTEISKUJA TELKKARISSA
Myös sarjoihin ja leffoihin ujutetaan mainontaa. On tavallista, että sankarin lähettäessä viestiä älypuhelimien merkki on selvästi näkyvillä. Myös monia muita yrityksiä vaatemerkeistään kauppaketjuihin asetellaan tarinan tapahtumapaikoille tai roolihenkilöiden käyttöön. Kaikki tämä on mainontaa.

