



Етика в рекламата

Морално е доброто поведение
Неморално е лошото поведение



Етично е доброволното
добро поведение



Реклама от първи вид

При пазара на производителите рекламата не изтъква качествените показатели или не ги свързва с продукта. Тя просто показва, че продуктите съществуват, респективно, че отново се предлагат

Реклама от втори вид

Появява се с настъпването на промяната от пазар на производителите към пазар на потребителите

Рекламата изтъква аргументи, но все още на рационална основа

Реклама от третия вид

- Продуктите се украсяват с атрибути, които нямат нищо общо със самите тях
- Рекламата се развива бързо и става все по-рафинирана
- Нараства обществената критика

Реклама от четвъртия вид

- Рекламата става по-уверена, превръща се в самоцел.
- Развива се под мотото: *който прави добра реклама, той произвежда и добри продукти*

Реклама от петия вид

- Води до прелом в традициите
- Не показва прекрасния свят, а провокира с проблеми
- Мотивът на “Бенетон” става обществен дебат.
- Рекламата се превръща в събитие, сред целевата група на “Бенетон” дори в идеология
- Мотото: *“Най-накрая някой, който показва нещата такива, каквито са в действителност”*.
- Поставя се въпросът за морала в рекламата



WATER COOLERS
OF BARRINGTON

ALL
WATER





Основи на рекламната етика

- Само достоверна реклама спрямо клиентите и конкурентите
- Умерена и дозирана реклама
- Без подвеждаща реклама
- Рекламен стил съобразно обичаите
- Без злоупотреба с познанията относно човешкото поведение
- **Никаква манипулация чрез реклама**
- Предпазване на личното пространство

Цел на рекламата на “Бенетон”

- Предизвикване на внимание
- Шокиране
- Заемане на позиция относно проблемите на обществото

Проблем на рекламата на “Бенетон”

- Противоречие с основните правила на рекламната етика
- Липсва директна връзка с продукта
- Реклама за сметка на бедните, страдащите и болните
- Примитивен начин за предизвикване на внимание

Положителен пример за провокираща реклама

Държавните просветителни програми по темите за спин и предпазване от забременяване

- директна, предизвикателна информация с голямо въздействие
- бързо се постига висока степен на информираност сред широки обществени слоеве