



SUOMEN
KULUTTAJA-
LIITTO

TIEDOTE
11.2.2010

Napposen mainospulmat -verkkopeli opettaa kriittistä suhtautumista Internet- ja mobiilimarkkinointiin

Suomen Kuluttajaliitto julkaisee kansallisella tietoturvaviikolla uuden verkkopelin Napposen mainospulmat, jossa liiton maskotti Kultsi Napponen ystävineen kohtaa monenlaista markkinointia.

Mistä voi tunnistaa huijariyritykset ja mitä kaikkea mainoksissa luvattua ei kannata uskoa? Peli opettaa kriittistä suhtautumista mainontaan erityisesti verkko- ja mobiilimaailmassa sekä markkinoinnin yleisiä pelisääntöjä.

Napposen mainospulmat -peliä voi pelata Internetissä osoitteessa www.napponen.fi, josta löytyy myös muita opettavaisia elintarvikkeisiin ja omaan talouteen liittyviä verkkopelejä koko perheen käyttöön. Lähde Napposen kanssa tarkastelemaan mainosmaailmaa!

Alaikäisiin kohdistuva kaupallinen vaikuttaminen lisääntyy koko ajan ja vanhempien on entistä vaikeampi kontrolloida millaista mainontaa ja markkinointia lapsi kasvuympäristössään kohtaa. Lapsiin kohdistuva mainonta on lisääntynyt merkittävästi etenkin uusien digitaalisten medioiden myötä. Tyypillistä on, että mediasisällöt ja markkinointiviestit kietoutuvat yhteen tavalla, joka tekee mainonnasta erittäin vaikeasti tunnistettavaa.

Alaikäinen lapsi saa tehdä ikäänsä nähden tavanomaisia, summaltaan ja merkitykseltään vähäisiä ostoksia ilman huoltajan suostumusta. Lapset ja nuoret tekevät usein ostoksia kännykällä (esim. soittoääni, logo, virvoitusjuomapullo tms.). Perheen kesken on hyvä sopia selkeistä kännykän käytön pelisäännöistä, jottei laskun tullessa seuraa ikäviä yllätyksiä. Suurempiin ostoksiin alaikäinen tarvitsee huoltajan luvan. Suomen Kuluttajaliitto muistuttaa, että myyjän vastuulla on varmistautua siitä, että ostajalla on lupa tehdä sopimuksia eli ettei tämä ole esim. alaikäinen.

Median ja mainonnan lukutaito on yksi keskeisistä nykypäivän kuluttajataidoista. Lapset joutuvat kohtaamaan kasvuympäristössään markkinointia, jonka vastaanottamiseen he eivät ole vielä kypsiä. Vaikka lapsi käyttää ja omaksuu uutta tekniikkaa nopeasti, hänellä ei ole aikuisen kykyä ymmärtää mainonnan tarkoitusta.

www.napponen.fi