

Ako spoznáš zodpovedného influencera?

Influenceri oslovujú početné publikum a často dokážu ovplyvniť názory aj správanie. Preto existujú pravidlá, ktorými by sa mali pri tvorbe obsahu riadiť. Niektoré z nich sú dané zákonom, iné vychádzajú z princípov férovej a zodpovednej komunikácie na internete. Na čo sa zamerať pri sledovaní influencerov? Tento prehľad ti napovie, ako spoznať tých skutočne zodpovedných.

Hovorí pravdivo a nezavádza

Influencer by mal odporúčať iba to, čo naozaj pozná alebo sám vyskúšal. Nemal by klamať ani zavádzať svoje publikum.

Myslí na mladších sledovateľov

Príspevky influencera nesmú ohrozovať psychický, fyzický ani morálny vývin detí a mladých ľudí. Videá musia byť správne označené podľa vekovej vhodnosti a podľa typu obsahu (napr. násilie, vulgarizmy, nahota), podobne ako programy v televízii.

Priznáva spolupráce a sponzorov

Ak influencer video vytvoril v spolupráci so značkou alebo doňho zámerne umiestnil produkty, musí túto spoluprácu jasne označiť.

Nepodporuje nebezpečné alebo zakázané produkty

Influencer nesmie propagovať lieky na lekárske predpis, tabakové výrobky, zbrane ani iné produkty, ktorých reklama je zakázaná.

Premýšľa nad tým, čo zverejňuje

Videá a príspevky ovplyvňujú názory aj správanie ľudí. Zodpovedný influencer si preto dáva pozor na to, aký odkaz svojím obsahom šíri.

Komunikuje s rešpektom

Obsah, zverejnený influencerom, nesmie ponižovať ľudí, šíriť nenávisť ani podnecovať násilie. Každý človek si zaslúži dôstojnosť a rešpekt.

Nezneužíva dôveru detí

Ak ide o reklamu alebo spoluprácu, influencer nesmie vo videách presviedčať deti, aby si niečo kúpili, alebo aby nahovárali na nákup rodičov. Nesmie zneužívať dôveru detí voči dospelým.

Označuje a neskrýva reklamu

Ak influencer prijme za video peniaze, produkt alebo inú protihodnotu, musí uviesť, že ide o reklamu alebo spoluprácu. Reklama sa nesmie tváriť ako obyčajný názor alebo spontánne odporúčanie. Skrytá reklama je zakázaná.

Registruje sa, ak zarába na videách

Ak influencer z videí získava alebo chce v budúcnosti získavať protihodnotu, musí sa registrovať v Rade pre mediálne služby. Nemusia to byť len peniaze – ale aj produkty zadarmo, zľavové kódy alebo provízia z predaja.

