

**REKLAMOS
ŽYMĖJIMO
SOCIALINĖJE
ERDVĖJE
GAIRIŲ
ATMINTINĖ**



Reklama – bet kokia forma ir bet kuriomis priemonėmis skleidžiama informacija, susijusi su asmens ūkine komercine, finansine ar profesine veikla, skatinanti įsigyti prekių ar naudotis paslaugomis, įskaitant nekilnojamo turto įsigijimą, turtinių teisių ir įsipareigojimų perėmimą.

Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas draudžia paslėptą reklamą.

Gairių tikslas – pateikti rekomendacijas, kuriomis pasinaudodami, reklaminės veiklos subjektai aiškiai pažymėtų, kad skleidžiama informacija yra reklama.

Gairės apima tuos atvejus, kuomet asmuo veikia kaip nuomonės formuotojas, gamintojo, pardavėjo vardu ir nėra taikomos, kai asmuo socialiniuose tinkluose mini tam tikrą produktą, kurį įsigijo pats.

Įrašai
laikomi
reklama,
jei:



- nuomonės formuotojui sumokėta už reklamuojamą produktą, paslaugą;

- nuomonės formuotojui suteikiama nemokamai išbandyti produktą/paslaugą, suteikiamos nuolaidos, atsilyginama produktais/paslaugomis ir pan.;

- sudaromas susitarimas skatinti prekybininką;

- nuomonės formuotojas organizuoja konkursus, dalina prekės ženklo dovanas, suteikia nuolaidos kodus;

- nuomonės formuotojas savo įrašuose pažymi, kad jis nori šios prekės (jeigu nuomonės formuotojui už tai sumokėta);

- nuotraukos sudaro įspūdį, kad asmeniui nuotraukoje pavaizduota produkcija patiko;

- nuomonės formuotojui prekė buvo paskolinta, ir nuomonės formuotojas turės ją grąžinti pardavėjui;

- kita.

Reklaminio įrašo žymėjimas



Lietuviškai arba Lietuvos auditorijai skleidžiama reklama žymima:

#Reklama
#Remiama/Sponsored

Anglų kalba ir tik užsienio auditorijai skleidžiama reklama žymima:

#Sponsored
#Ad

Informacija turi būti pažymėta kaip reklama kiekvieną kartą, kai minimas produktas ar paslauga!

Reklama „Youtube“:






Reklamos atskleidimas tik vaizdo įrašo apibūdinime (angl. description) nėra pakankamas.













Kai reklama yra tik vaizdo įrašo dalis, apie reklamą vartotojai tiek žodžiu, tiek raštu turėtų būti informuojami vaizdo įrašo metu ir ne vieną kartą.

Pavyzdžiui, vaizdo įrašo metu ekrane aiškiai matomas žodis „Reklama“, o reklamos skleidėjas nurodytų, kad „šį įrašą/filmuką/vlog'ą (ar jo dalį) remia ir prekes išbandyti man nemokamai atsiuntė <prekės ženklas>“.

-
-  Ilgos trukmės vaizdo įrašuose, jei visas vaizdo įrašas yra reklaminio pobūdžio, žymuo „Reklama“ turėtų pasirodyti kelis kartus.
 -  Žymuo „Reklama“ turėtų būti pateikiamas ir po įrašu, bet tik šio žymens pateikimas tarp kitų reklaminių nuorodų nebūtų laikomas tinkamu.
 -  Informacijos apie tai, kad vaizdo įrašas yra reklama, pateikimas tik vaizdo įrašo pabaigoje nebūtų laikomas tinkamu.






Reklama „Facebook“, „Instagram“:

-  Reklaminio teksto pradžioje uždėtas žymuo „Reklama“ būtų laikomas gera praktika.
-  Žymuo „Reklama“ turi būti aiškiai perskaitomas, todėl nepatartina jo apjungti su bendrovių prekės ženklų pavadinimais ar kita informacija (pvz., #saugusvairavimasreklama).
-  Padėka bendrovei nėra pakankamas atskleidimas, kad produkcija ar paslauga nuomonės formuotojui buvo suteikta nemokamai.
-  Tikslesnės frazės, tokios kaip „dėkoju XYZ už nemokamą produktą“; „ačiū XYZ už padovanotą ABC“ yra pakankamos šios informacijos atskleidimui, jei tai buvo viskas, ką už minėtą paslaugą nuomonės formuotojui suteikė verslininkas. Jeigu šis žymuo yra per ilgas, reklamą galima žymėti žymenimis #Reklama ir #Remiama/Sponsored.

-
-  Nuomonės formuotojas neprivalo nurodyti visko, ką jam yra suteikęs komercinės veiklos subjekto už apžvalgos parengimą. Užtenka nurodyti „Reklama“, „Apmokėta“.
 -  Interneto tinklalapių nuorodų naudojimas nėra pakankama priemonė atskleisti, kad platinama informacija yra reklama.
 -  Prekės ženklo ar bendrovės pažymėjimas vien tik žymeniu „@“ (pvz., @prekėsženklas), „bendradarbiaujat su“, „konkursas“, „partnerystė“ nelaikytinas tinkamu.
 -  Jei už reklamą atlyginama ne tik produktais, bet ir sumokama, reklama turi būti žymima iš karto aiškiai matomu žodžiu „Reklama“ arba #Reklama.
 -  Žymuo „Reklama“ neturėtų būti tarp kitų žymenų.
 -  Po „Intagram“ įrašų žymuo „Reklama“ (#Reklama) turėtų būti teksto pradžioje arba iškart po įrašų, nedarant tarpų tarp teksto ir grotazių.



Istorijos (angl. Stories):

-  Reklamos žymėjimo taisyklės galioja ir skleidžiant reklama socialinių tinklų „Facebook“, „Instagram“, „Snapchat“ ar pan. „Istorijose“, kurios matomos tik ribotą laiką, įskaitant „Instagram IGTV“.
-  Žymuo „Reklama“ turi aiškiai matytis.
-  Kritikuotina, jei žymuo yra pateikiamas apačioje ekrano šone arba toje vietoje, kur dažnai pateikiama nuoroda „swipe up“.
-  Žymuo „Reklama“ neturėtų būti uždengiamas ir kitais pavadinimais ar ženklais (pvz., „Instagram“ atveju, ženklų „See more“, „Send message“, „Share“ ir pan.).
-  Žymenys #Reklama ir #Remiama/Sponsored (#Ad ir #Sponsored) turi būti aiškiai matomi bei lengvai įskaitomi: pakankamo dydžio ir išsiskiriantys spalviškai.

Jrašas turi atitikti ir kitus Reklamos įstatyme, Nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme nustatytus reikalavimus: reklama turi būti išsami, aiški ir neklaidinanti, ypatingas dėmesys reklamai vaikams (pvz., reklamoje vaikams nenaudojamas tiesioginis raginimas pirkti), neklaidinama dėl maisto, maisto papildų ir kosmetikos produktų savybių.