**Pranešimas žiniasklaidai**

2024 m. rugsėjo 13 d.

**Investuoti siūlo nuomonės formuotojas ar sukčius: kaip atpažinti?**

**Socialiniai tinklai leidžia pasiekti turinį iš viso pasaulio ir atveria galimybes informacijos įvairovei. Nuomonės formuotojai taip pat ieško, kokią nišą juose galėtų užimti. Vieni dalijasi savo gyvenimo akimirkomis ir reklamuoja įvairius produktus, kiti specializuojasi, kalbėdami tik apie mitybą, sveikatą ar finansus. Nors sekdami finansų influencerius žmonės iš tiesų gali gauti vertingų žinių, kaip įvertinti turinio kūrėjo patikimumą ir netapti sukčiaus auka?**

**Dezinformacijos rizika**

Apie finansus kalbantys nuomonės formuotojai ypač populiarėja tarp jaunesnių amžiaus grupių. 2024 m. birželį „Citadele“ banko inicijuotos apklausos duomenimis, kaip pagrindinį finansinių žinių šaltinį nuomonės formuotojus nurodė 13 proc. 18–39 m. Lietuvos ir 17 proc. Latvijos respondentų ir atitinkamai 7 proc. ir 9 proc. 40–74 m. apklaustųjų. Šie influenceriai dar populiaresni Estijoje – taip nurodė 33 proc. 18–39 m. amžiaus grupės respondentų Estijoje, palyginti su 10 proc. 40–74 m. amžiaus apklaustųjų.\*

„Citadele“ banko Baltijos šalių lėšų valdymo ir prekybos finansavimo tarnybos vadovas Romas Čereška teigia, kad finansinėmis temomis kalbantys nuomonės formuotojai iš tiesų gali suteikti vertingų patarimų bei prisidėti prie finansinio raštingumo lygio didinimo. Vis dėlto, svarbu kritiškai įvertinti ir patį influencerį, ir jo skleidžiamą turinį.

„Net jei žmogus nėra sukčius ir neturi kėslų įvykdyti nusikaltimą, jam gali trūkti žinių, todėl skleidžiama informacija gali būti netiksli ir klaidinanti. Nevertėtų pasitikėti ir patarimais investuoti į konkrečią finansinę priemonę – nuomonės formuotojo sėkmės istorija nebūtinai taps jūsų sėkme, nes investavimas yra labai individualus, su rizika susijęs procesas. Aklai sekant influencerių patarimais galima patirti didelių finansinių nuostolių“, – atkreipia dėmesį R. Čereška.

Jis pataria papildomai paieškoti informacijos apie nuomonės formuotoją ir jo profesinę veiklą – socialiniuose tinkluose bet kas gali pasivadinti įmonės vadovu, verslininku ar finansų ekspertu.

**Apgavystės schemos**

Kalbėdamas apie apgauti siekiančias sukčių schemas, R. Čereška įvardija vadinamąją „Pump and Dump“ formą, kai socialinių tinklų turinio kūrėjai specialiai reklamuoja investavimą į konkrečius vertybinius popierius ar kriptovaliutą. Pakilus jų vertei, pats turinio kūrėjas parduoda savo turimą turtą, sekėjams palikdamas krentančią vertę.

Kartais nuomonės formuotojai gali reklamuoti tam tikrus finansinius produktus ar paslaugas, nuslėpdami, kad tai – reklama. Viena garsiausių nuomonės formuotojų Kim Kardashian 2022 m. buvo nubausta 1,26 mln. JAV dolerių bauda už tai, jog savo „Instagram“ paskyroje už atlyginimą reklamavo kriptovaliutą ir tai nuslėpė.

„Kai informacija apie finansinį produktą dalijasi labai įžymus nuomonės formuotojas, lengviau atskirti, kad tai – reklama. Vis dėlto, socialiniuose tinkluose mus pasiekia visiškai nepažįstamų asmenų kuriamas turinys, kas gali pasirodyti, kaip nuoširdi, asmenine patirtimi paremta rekomendacija. Visuomet verta papildomai pasidomėti reklamuojama paslauga. Neretai turinio kūrėjai, siekdami didesnio auditorijos įsitraukimo, supaprastina informaciją ir dalijasi gerokai pagražintomis istorijomis apie greitą ir didelę investicinę grąžą“, – pataria R. Čereška.

Anot jo, sukčiai dažnai linkę rodyti prabangų savo gyvenimo būdą ir akcentuoja, kad visa tai padėjo susikurti investicijos į kriptovaliutas ar kitas užsienio investavimo schemas. Dažnai tokie sukčiai parduoda kursus, neva padėsiančius greitai praturtėti kiekvienam.

„Su finansų rinkomis dirbantys žmonės turi išlaikyti įvairius finansų analitikos egzaminus, gauti centrinio banko suteikiamą maklerio licenciją. Iš tokių žmonių socialiniuose tinkluose niekuomet neišgirsite patarimų investuoti į konkrečios įmonės vertybinius popierius. Puiku, kad socialiniuose tinkluose kalbame ir apie investavimą, tačiau auksinė taisyklė: aklai netikėti viskuo, ką išgirstate. Prieš priimdami sprendimą, pasitarkite su kvalifikuotais banko ar kitos reguliuojamos finansų institucijos specialistais. Jei kažkas skamba pernelyg gerai, kad būtų tiesa, greičiausiai taip ir yra“, – apibendrina Romas Čereška.

*„Citadele“ banko užsakymu reprezentatyvią Baltijos šalių gyventojų apklausą atliko tyrimų agentūra „Norstat“ 2024 metų birželį. Internetinės apklausos būdu Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje apklausta mažiausiai po 1000 gyventojų nuo 18 iki 74 metų.*