

Centrum poradenstva a prevencie

Dukelských hrdinov 44, 96001 Zvolen, 045/533 55 02
Kuzmányho nábrežie 18, 96001 Zvolen, 045/547 95 90
riadiťka: 045/547 95 90
I. Lihoveckého 1805/12, 96001 Zvolen, 045/545 93 87
BočKayho námestie 10, 963 01 Krupina, 045/551 24 93
E-mail: cppvzvolen@gmail.com; WEB: www.cppvzvolen.sk

VIEME, KOHO MLADÍ ĽUDIA SLEDUJÚ NA SOCIÁLNYCH MÉDIÁCH A AKÉMU OBSAHU SÚ PROSTREDNÍCTVOM NICH VYSTAVENÍ?

Mgr. M. Almáši, PhD.

Centrum poradenstva a prevencie Zvolen

Anotácia

Sme svedkami, ako mladí ľudia sledujú influencerov na sociálnych médiách. Avšak (asi) nevieme koho sledujú a akému obsahu sú vystavení prostredníctvom influencerov. Cieľom článku je vysvetliť, kto je influencer, kontext príťažlivosti influencerov pre mladých ľudí a samotnú príťažlivosť, tiež upriamiť pozornosť na riziká sledovania influencerov pre mladých ľudí. V závere článku sú uvedené odporúčania, ako je možné sa týmto rizikám vyhnúť.

Kľúčové slova:

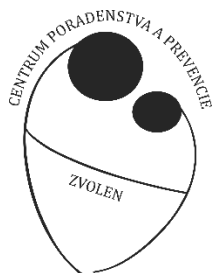
Influencer; mladý človek; riziko; odporúčania

Úvod: Kto je influencer?

Sme svedkami, ako mladí ľudia sledujú influencerov na sociálnych médiách. Avšak vieme, kto to vlastne je? Heglasová (2019) uvádza, že influencer na sociálnych médiách je osoba, ktorá nemusí byť vždy celebritou. Môže to byť napr. aj odborník vo svojom odbore, športovec či iná osoba, ktorá svojimi hodnotami, postojmi alebo pôsobením dokáže ovplyvniť správanie komunity followerov (publika; viac Heglasová, 2019). Taktiež sa takáto osoba môže stať odborníkom tým, že vie ponúknuť veľké zložité témy, ktoré nemajú zrozumiteľné riešenia či odpovede (Sabo, 2021). Táto osoba nemusí byť odborníkom na danú tému, avšak komunita followerov ho za odborníka považuje. Čím má influencer viacej followerov, tak tým viac ho táto komunita followerov potvrdzuje, že to čo ponúka/zdieľa je kvalitné/pravda (Sabo, 2021) – sociálny dôkaz (Katrušín, 2021). Obsah, ktorý influenceri ponúkajú/zdieľajú, môže byť sponzorovaný a ľahko sa mieša s bežným obsahom influencerov – Influencer Marketing (Team GD Ideas, 2024). V neposlednom rade influencer pôsobí na nejakom sociálnom médiu, prípade na viacerých tzn. má na ňom účet, kde je tvorcom obsahu (TikTok, Facebook, Instagram, YouTube, Twitch ...).

Socializácia mladých ľudí vs. influencer

Príťažlivosť influencerov nespočíva len v ich atraktívnom obsahu, ktorý zdieľajú. Je potrebné sa pozrieť pod pomyselnú „hladinu, z ktorej tento ľadovec vytrča“. V socializácii mladého človeka prebieha sociálne učenie (v kontexte článku – napodobňovanie a stotožnenie sa) za pomoci inej osoby. Človek sa hlavne učí od ľudí, ktorí sú voči nemu autority alebo pociťuje k nim pozitívnu emóciu. Človek sa učí hlavne takému správaniu, za ktoré je ocenený, stúpa na hodnotu alebo mu prináša obdiv. Teda v živote človeka sa vyskytujú vzory, idoly, ktorými okrem typických osôb (mama, otec ...) sú aj osoby sprostredkované cez masmédiá (spracované podľa Oravcová, 2004). Influenceri môžu byť práve pre mladých ľudí týmito vzormi. Nanajvýš mladí ľudia majú špecifické potreby, ktorými



Centrum poradenstva a prevencie

Dukelských hrdinov 44, 96001 Zvolen, 045/533 55 02
Kuzmányho nábrežie 18, 96001 Zvolen, 045/547 95 90
riadiťka: 045/547 95 90
I. Lihoveckého 1805/12, 96001 Zvolen, 045/545 93 87
BočKayho námestie 10, 963 01 Krupina, 045/551 24 93
E-mail: cppzvolen@gmail.com; WEB: www.cppzvolen.sk

sú: spolupatričnosť a uznanie (Tajfel, 1970 in Oravcová, 2004; Oravcová, 2004; Parry, 2021; Croes & Bartels, 2021). Ak tieto potreby mladí ľudia nemajú uspokojené, hľadajú možnosti ich uspokojenia. A práve jednou z nich je sledovanie influencerov (Parry, 2021). Počas sledovania sa naplňuje potreba spolupatričnosti, uznania i lásky, keďže mladí ľudia sú súčasťou veľkej komunity followerov, v ktorej členovia interagujú (komentáre, správy, likovanie ...). Mladí ľudia potrebujú niekam patriť. A rovnako uznanie i láska môžu byť saturované samotným influencerom (interakcia mladého človeka s influencerom). Nakoľko mladí ľudia vyhľadávajú aj z tohto dôvodu influencerov, môžu influenceri na nich vplyvať, keďže k nim mladí ľudia pochopiteľne pociťujú pozitívnu emóciu.

Atraktivnosť influencerov pre mladých ľudí

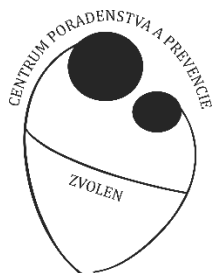
Implicitnú a explicitnú atraktivnosť influencerov pre mladých ľudí sme zhrnuli v nasledujúcich bodoch:

- **Vek** - Čím je vek influencera bližší tým, je predpoklad väčšieho vplyvu na mladého človeka.
- **Prejav** - Influenceri sú zruční rečníci, extrovertní, pôsobia uvoľnene a sebavedome a takí by niektorí mladí ľudia chceli byť. Tiež im pomáhajú pomenovať emócie, ktoré cítia (Hubeňáková, 2019).
- **Zjednodušenie** - Človek napr. pri nákupe nemôže prejsť všetky dostupné zdroje a urobiť objektívne rozhodnutie. Influenceri môžu pomôcť človeku prijať nekriticky názor z dôvodu jeho dôveryhodnosti – sociálny dôkaz (komunita followerov; Katrušín, 2021).
- **Používanie sociálnych médií** - Influenceri majú na mladých ľudí väčší vplyv ako na iné vekové kategórie nakoľko, mladí ľudia používajú sociálne médiá častejšie ako iné vekové kategórie (Team GD Ideas, 2024).
- **Vzťah** - Vzťah medzi mladým človekom a influencerom sa upevňuje, ak influencer s mladým človekom komunikuje cez sociálne médium individuálne. Mladý človek si myslí, že je jeho kamarát - cíti sa výnimočne (Parry, 2021).
- **Sociálne potreby** – kompenzácia saturácie potrieb mladých ľudí - pocit spolupatričnosti alebo priateľstva (Parry, 2021; Croes & Bartels, 2021).

Riziká sledovania influencerov

V procese socializácie - sociálneho učenia môžu mladí ľudia influencerov napodobňovať (napodobňovanie správania) alebo sa s nimi stotožnia (okrem napodobňovania, preberajú aj postoje, hodnoty a myslenie). Potvrďuje to aj výskum od Považanovej et al. (2022), podľa ktorého 40 % českých a slovenských adolescentov preberá názory od influencerov a youtuberov alebo podobných osôb (viac Považanová et al., 2022). Čo so sebou môže priniesť určité riziko.

Vzhľadom na vplyv influencerov, môžu mladých ľudí inšpirovať, aby sa správali prosociálne alebo zdravšie, ale môžu im tiež ukázať nevhodné správanie, môžu vplyvať na ich psychickú pohodu, materialistické správanie a spokojnosť s vlastným telom (Frontiers, n. d.). Ak má influencer početnú komunitu followerov, dáva to followerom signál, že influencer je



Centrum poradenstva a prevencie

Dukelských hrdinov 44, 96001 Zvolen, 045/533 55 02
Kuzmányho nábrežie 18, 96001 Zvolen, 045/547 95 90
riadiťka: 045/547 95 90
I. Lihoveckého 1805/12, 96001 Zvolen, 045/545 93 87
Bočkayho námestie 10, 963 01 Krupina, 045/551 24 93
E-mail: cppzvolen@gmail.com; WEB: www.cppzvolen.sk

dôveryhodným zdrojom a teda ľudia môžu skúšať rôzne diéty, skúšajú tipy a triky, dávajú na jeho rady, dopytujú sa na názory a môžu skúšať rôzne šialené výstrelky (Katrušín, 2021).

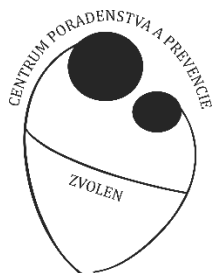
Riziká sledovania influencerov mladými ľuďmi sme zhrnuli do nasledujúcich bodov:

- **Influencerom môže byť prakticky každý**, kto má určitú základňu followerov (Heglasová, 2019) – produkcia a zdieľanie aj rizikového obsahu pre mladých ľudí.
- **Zavádzanie mladých ľudí** - niektorí influenceri neoznačujú reklamu (výrobky, politický obsah ..) v ich obsahu (Parry, 2021; Hubeňáková, 2019; Team GD Ideas, 2024); .
- **Názory a postoje influencerov** (Team GD Ideas, 2024) - môžu byť v neprospech zdravému vývinu mladých ľudí.
- **Neodborné formovanie stravovacích návykov ľudí** (Team GD Ideas, 2024) – influenceri nemusia byť odborníci.
- **Nekritické rozhodnutia a príjem aj neoverených informácií alebo informácií, ktoré vyhovujú influencerom** (Katrušín, 2021).
- **Strácanie drahocenného času ľudí sledovaním obsahu influencerov** (Team GD Ideas, 2024).
- **Porovnávanie dokonalých životov niektorých influencerov a životov mladých ľudí** - môže spôsobiť pocit neistoty, nízke sebavedomie, problémy s duševným zdravím, kozmetické operácie a materializmus mladých ľudí (Team GD Ideas, 2024).
- **Prispôsobovanie životov mladých ľudí životom influencerov** - ak sa im to nedarí, cítia sa neschopní a prechádzajú emocionálnou a duševnou traumou, počas toho, ako sa snažia zapadnúť a cítiť sa prijatí (Tolentino, 2020; Parry, 2021).
- **Rozvoj depresie a úzkosti u mladých ľudí** – v dôsledku nerealistického prístupu k životu, ktorý vykresľujú influenceri (Parry, 2021).
- **Stotožnenie sa mladého človeka s influencerom** – nie je schopný vnímať iný postoj, názor niekoho iného, skúsenosť, preberá celú identitu influencerov (Sabo, 2021).
- **Nepriateľstvo komunit folowerov** - komunity folowerov sa môžu vydeľovať od iných komunit folowerov napr. ak dvaja influenceri robia veľmi podobnú tému, tak málokedy sú kamaráti (Sabo, 2021).
- **Vplyv na hodnoty mladých ľudí** - tí, ktorí preberajú názory od influencerov, prahnú po úspechu a moci, vyhľadávajú novosť a vzrušenie. Tí, ktorí sú v rozhodovaní samostatnejší, sú tolerantnejší k ľuďom a správajú sa konformnejšie (Považanová et al., 2022).

Čo si je potrebné uvedomiť?

V texte nižšie uvádzame tipy na uvedenie pre mladých ľudí, ktoré môžu poslúžiť rodičom počas rozhovoru s mladým človekom ohľadom rizík sledovania influencerov alebo pre odborníkov z pomáhajúcich profesií, ktorí sa angažujú v prevencii:

- Influenceri ukazujú len časť svojho života a tiež to, čo chcú ukázať (Parry, 2021; Sabo 2021).
- Influencer marketing vytvára osobné puto folowera ku influencerovi (Katrušín, 2021).
- Influenceri oslovujú potreby ľudí - prijatie, súkľbosť a porozumenie svetu pre to, aby pritiahli folowerov. Umožňujú človeku stať sa súčasťou niečoho, čo je väčšie ako je



Centrum poradenstva a prevencie

Dukelských hrdinov 44, 96001 Zvolen, 045/533 55 02
Kuzmányho nábrežie 18, 96001 Zvolen, 045/547 95 90
riadiťka: 045/547 95 90
I. Lihoveckého 1805/12, 96001 Zvolen, 045/545 93 87
BočKayho námestie 10, 963 01 Krupina, 045/551 24 93
E- mail: cppvzvolen@gmail.com; WEB: www.cppvzvolen.sk

on sám. Mladí ľudia sa z hľadiska vývinu nachádzajú v období, kedy je životne dôležité byť v očiach ostatných rovesníkov prijatí a uznávaní (Katrušín, 2021). Teda sú pre nich influenceri atraktívni (ako sme tiež uviedli vyššie).

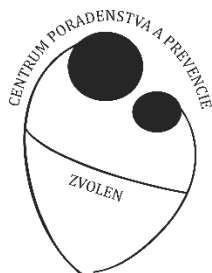
- Mnohokrát je na influenceroch, či ľuďom posunú obsah, ktorý poslúži ľuďom alebo podsunú obsah, ktorý poslúži im. A je na ľuďoch, do akej miery budú kritickí k tomuto obsahu a ako o ňom uvažujú (Katrušín, 2021).
- Influencer je človek, ktorý je na sociálnom médiu predovšetkým s úmyslom – buď komunikovať nejaké témy alebo žiada nejakú pozornosť (Sabo, 2021).
- Influencer nie je na sociálnom médiu, aby hľadal vzťah s mladý človekom- môže sa to zdať, že najskôr odpíše a potom to nemusí sedieť s tým, čo od toho mladý človek očakáva (Sabo, 2021).
- Vyhnutie sa boju komunit followerov - influencer dokáže aj s ďalšími influencerami diskutovať a dokáže prepájať názory (Sabo, 2021).
- Influencer by mal učiť svoju vlastnú komunitu followerov kriticky uvažovať, hľadať a overovať informácie (Sabo, 2021).
- Je potrebné pochopiť, kto je influencer a čo zdieľa, a že kvalitné vzťahy sú tie, ktoré vieme žiť reálne (Sabo, 2021).

Avšak nehádzme všetkých do jedného vreca. Podľa Team GD Ideas (2024) niektorí influenceri hodnotia produkty, ktoré použili – za pomoci ich recenzií ľudia šetria peniaze a vyhýbajú sa zlým nákupom. Niektorí influenceri podporujú pozitívne veci napr. pozitívne vnímanie vlastného tela, finančnú gramotnosť, etické hodnoty (Team GD Ideas, 2024), Hubeňáková (2019) dopĺňa búranie predsudkov, podporu dobrého sebaobrazu, podporu dospelujúcich, aby hovorili o svojich nepríjemných zážitkoch ... (viac Team GD Ideas; Hubeňáková, 2019). Práve toto je nutné, aby mladí ľudia vedeli zhodnotiť, ak sa rozhodnú nejakého influencera sledovať.

Záver a odporúčania

Prevencia rizík je na „pleciach“ ako mladých ľudí, tak i rodičov a podobne odborníkov z pomáhajúcich profesií. Podľa Milovidov (2021) rodičia môžu čeliť rizikám influencerov otvoreným a transparentným rozhovorom s ich deťmi. Ide o rozhovory, ktoré zlepšujú kritické myslenie a digitálnu gramotnosť o tom, čo deti zažívajú online. Je to jeden z najlepších spôsobov ako ich podporiť v digitálnom prostredí. Rozhovor môžete začať nasledujúcimi otázkami:

1. Chápeš, že to, čo vidíš online, nie je vždy pravda?
2. Zarába influencer peniaze, ak má viac obrázkov, viac lajkov alebo viac kliknutí?
3. Odráža životný štýl influencera skutočný život?
4. Čo si myslíš, koľko času strávil influencer vytvorením tohto videa?
5. Aký je účel videa? Prečo hovoria o tejto téme?
6. Ako sa cítiš, keď sledujete influencera? (úzkosť, strach z premeškania, inšpirácia atď.)
7. Ako si vieš vybrať influencera, z ktorého sledovania máš pozitívne emócie (viac Milovidov, 2021).



Centrum poradenstva a prevencie

Dukelských hrdinov 44, 96001 Zvolen, 045/533 55 02
Kuzmányho nábrežie 18, 96001 Zvolen, 045/547 95 90
riadiťka: 045/547 95 90
I. Lihoveckého 1805/12, 96001 Zvolen, 045/545 93 87
BočKayho námestie 10, 963 01 Krupina, 045/551 24 93
E-mail: cppzvolen@gmail.com; WEB: www.cppzvolen.sk

V tomto prípade môžeme hovoriť o aktívnej mediácii (AM) rodiča tzn. moderuje vzťah dieťaťa a digitálnych technológií (DT). Božík (2023) do nej zaraďuje diskusiu medzi rodičom a dieťaťom o obsahu, spoločné zážitky rodiča a dieťaťa v kontexte DT, vysvetľovanie, pomáhanie rodiča s DT a to, že rodič je pozitívnym modelom. Hovorí aj o reštriktívnej mediácii (RM). Radí do nej regulatívne pravidlá a ich (ne)konzistentnosť, technickú reštrikciu i monitorovacie a filtrovacie praktiky. Avšak dodáva, že tieto praktiky sú účinnejšie a efektívnejšie u mladších detí (viac Božík, 2023). Súhlasíme názorom, že RM je potrebné uplatňovať hlavne u mladších detí.

Preto v tejto súvislosti uvádzame, že deti používajú sociálne médiá napriek tomu, že nemajú na to vek. Napr.: Kňazek et al. (2024) tvrdí, že priemerný vek založenia prvého profilu je 10,6 roka a priemerný počet profilov u dospievajúcich je 5,08 (viac Kňazek et al. 2024; populárne sociálne médiá sú od 13 rokov). Okrem toho, že porušujú pravidlá sociálnych médií, sú ohrození okrem iného aj rizikovým obsahom, ktorý môže byť produkován aj influencermi.

Preto si myslíme, že by mali rodičia v súlade s AM kontrolovať, aké sociálne médium ich dieťa používa. Ak ho používa mali by zistiť, koho sleduje - ak sa jedná o nevhodný obsah či kontakt, s ktorým si nevedia poradiť, je potrebné, aby kontaktovali odborníkov. Napriek nízkemu veku je ťažké zabrániť tomu, aby dieťa nepoužívalo predčasne sociálne médiá, preto je tu možnosť, aby rodičia v súlade s RA prepoili ich mobilné telefóny/zariadenia s mobilným telefónom/zariadením dieťaťa. Na to slúži rodičovská kontrola – programy/aplikácie/softvér: Microsoft Family Safety (cez web stránku alebo priamo vo Windowse – vytvoriť detský účet). Macbook – vytvoriť účet pre dieťa. A ďalšie aplikácie: Family link, Screen time, Kaspersky Safe Kids, Kroha, Kidslox – Parental Control, Eset Parental Control ... (podľa operačného systému). V neposlednom rade, aby nedochádzalo len k RM je potrebné, aby rodičia vysvetlili ich dieťaťu, že tieto opatrenia sú nevyhnutné, aby ho uchránili pred rizikom, voči ktorému nie je pripravený brániť sa. Sme názoru, že moderovanie vzťahu mladého človeka a sledovania influencerov by malo obsahovať ako prvky AM, tak aj prvky RM.

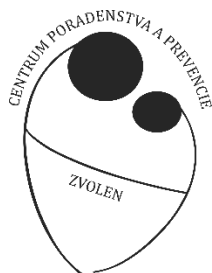
Zdroje:

Božík, M. (2023). *Vedomé a rešpektujúce rodičovstvo. Spravádzanie detí svetom internetu* [PowerPoint snímky]. Výskumný ústav detskej psychológie a patopsychológie. <https://vudpap.sk/>
Croes, E. & Bartels, J. (2021). *Young adults' motivations for following social influencers and their relationship to identification and buying behavior. Computers In Human Behavior.* 124(2021), 106910. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106910>

Frontiers (n. d.). *Research Topic: The Role of Social Media Influencers in the Lives of Children and Adolescents*. <https://www.frontiersin.org/research-topics/9295/the-role-of-social-media-influencers-in-the-lives-of-children-and-adolescents>

Heglasová A. (2019, 23. augusta). *Načo existujú influenceri? Odborníci potvrdzujú, že vďaka nim značky dokážu zvýšiť svoje predaje*. Forbes. <https://www.forbes.sk/influencer-marketing-nakup-propagacia/>

Hubeňáková, R. (2019, 26. augusta). *Psychologička: Deti si neuvedomujú, že*



Centrum poradenstva a prevencie

Dukelských hrdinov 44, 96001 Zvolen, 045/533 55 02
Kuzmányho nábrežie 18, 96001 Zvolen, 045/547 95 90
riadiťka: 045/547 95 90
I. Lihoveckého 1805/12, 96001 Zvolen, 045/545 93 87
BočKayho námestie 10, 963 01 Krupina, 045/551 24 93
E-mail: cppzvolen@gmail.com; WEB: www.cppzvolen.sk

videá a fotky influencerov sú len výrezom reality. Forbes.

<https://www.forbes.sk/jarmila-tomkova-deti-influenceri/>

Katrušín, B. (2021, 13. februára). *Vplyv influencerov na život mladých ľudí.*

lpecko.sk. <https://ipcko.sk/vplyv-influencerov-na-zivot-mladych-ludi/>

Kňážek, G., Považanová Kňážek, B. & Dolejš. M. (2024, máj). *Ako internet pôsobí na adolescentov a ich hodnoty.* Konferencia Dieťa v ohrození 2024, Bratislava, Slovenská republika.

<https://persona.upol.cz/download/ako-internet-posobi-na-adolescentov-a-ich-hodnoty/>

Milovidov, E. (n. d.). *Do influencers have an impact on a child's behaviour?* Internet Matters.

<https://www.internetmatters.org/hub/question/do-influencers-have-an-impact-on-a-childs-behaviour/>

Oravcová, J. (2004) *Sociálna psychológia (vysokoškolská učebnica).* Banská Bystrica: UMB, FHV

Parry, A. (2021, 2. augusta). *Impact of socialmedia influencers on teens.* LinkedIn.

<https://www.linkedin.com/pulse/impact-social-media-influencers-teens-alexander-parry>

Považanová, B., Dolejš, M., Kňážek, G. & Banárová, K. (2022). *Hodnoty českých a slovenských adolescentov pod vplyvom kyberpriestoru.* Praha: Togga.

https://www.researchgate.net/publication/369746894_Hodnoty_ceskych_a_slovenskych_adolescentov_pod_vplyvom_kyberpriestoru

Sabo, M. (Hostiteľ). (2021, Január, 18). *Sociálne siete = novodobá metla ľudstva?* [Audio epizóda podcastu]. In SABO SEBOU. Rádio Expres.

https://www.expres.sk/239718/socialne-siete-novodoba-metla-ludstva/?utm_source=www.expres.sk&utm_medium=sharebutton

Team GD Ideas (2024, 5. júla). *Social media influencers – Impact on youth.* Group

Discussion Ideas.

<https://www.groupdiscussionideas.com/social-media-influencers-impact-on-youth/>

Tolentino, M., A., L. (2020, 29. januára). *Social Media Influencers Negatively Impact Society.* Sxu Student Media.

<https://sxustudentmedia.com/influencers-negative-impact/>

Mgr. M. Almáši, PhD.
Sociálny pedagóg
Centrum poradenstva a prevencie Zvolen
2024