MARKETING A MANIPULÁCIA V ONLINE PRIESTORE

SILA INTERNETU A SOCIÁLNYCH MÉDIÍ V DNEŠNOM SVETE

Mobil a sociálne siete sú súčasťou môjho života. Som na nich každodenne aktívna a trávim na nich svoj čas. Udržuje ma to v kontakte s ľuďmi, nielen s tými, s ktorými sa často stretávam, ale aj s tými, s ktorými by som inak komunikovať nemohla. Vďaka nim viem, čo sa odohráva v životoch iných ľudí a čo sa deje vo svete. No majú sociálne siete len pozitíva? Dávajú mi len dobré veci? Nemajú aj druhú stranu? Nemenia moje názory a správanie?

Internet som vždy považovala za dobrú vec, ktorá nám uľahčuje životy. Keď som sa nad tým hlbšie zamyslela, zistila som, že internet ma veľmi ovplyvňuje. Vedome, ale aj nevedome. Už len to, že ma podvedome každý deň tlačí do toho, aby som na neho chodila a trávila čas, ale mení aj moje názory a postoje. Hlavne na ľudí, ktorí sa na sociálnych sietiach nejako prezentujú, no v skutočnosti sú úplne odlišní. Nemyslím len celebrity, ale aj mne blízkych ľudí, ktorí vystupujú na internete ako sebavedomí a populárni, no v spoločnosti sú uzavretí a tichí.

Sociálne média teda nepodávajú správny obraz o ľuďoch, ale ani veciach. O tom svedčia reklamy a ľudia, ktorí reklamy prezentujú. Reklamy sú všade, naozaj na každom kroku, na každej stránke, či aplikácií. Nemôžeme sa im vyhnúť. A aj tie nás ovplyvňujú, ani nevieme ako. Obyčajnú reklamu vidíme viackrát, napr. na YouTube, kde nám zvyčajne vyskakuje päť reklám, ktoré sa opakujú. Stačí, že reklamu viackrát vidíme a dostáva sa nám do podvedomia a pôsobí na nás. Minimálne tak, že sa nám bude spájať s produktom, ktorý prezentovala. Často sú to reklamy, ktoré u človeka vyvolajú emócie a človek si z nich odnáša nejaký pocit, nejaký vnem, čo ho ďalej ovplyvňuje. Sú tak nenápadne manipulatívne. V reklame na nás pôsobia žiarivé efekty, farby, či hudba- pomalá, pokojná hudba alebo rýchla a chytľavá hudba, je rozdiel, pretože cítime pokoj, smútok alebo radosť, chuť do života. Keď viem, že reklama na tento konkrétny keks bola naozaj pekná, farebná, chytľavá, keks si kúpim. Môžete hovoriť, že nie, ale je to naozaj tak. Je to všetko v našom podvedomí. Tieto reklamy teda nie len prezentujú, ale aj ovplyvňujú naše rozhodnutia.

Sama hovorím, že na mňa lepšie zapôsobí reklama s chytľavou hudbou, peknou farebnosťou a vyvolanou emóciou, ako len kampaň na potraviny, kde sa ukáže položka a cena. Ľudia veľmi dobre vedia, prečo sprostredkúvajú reklamy v rámci sociálnych sietí. [Bežná reklama mimo digitálneho prostredia je dnes už oveľa menej efektívna ako tá, ktorá je smerovaná na sociálne médiá.](https://skalindam.sk/socialne-siete-a-ich-moznosti-vyuzitia-z-hladiska-marketingu/) Prostredníctvom sociálnych médií dokážete smerovať reklamu určitej vekovej skupine, napríklad keďže starší ľudia skôr sledujú televíziu, do televízie sa dávajú reklamy na potraviny alebo lieky. Naopak na sociálnych sieťach sa propagujú reklamy pre mladú vekovú kategóriu. Myslíme si, že reklama, ktorá sa k nám dostane je náhodná, ale to tak vôbec nie je. Príkladom je instagram, ktorý sleduje a zaznamenáva každý váš krok a podľa toho selektuje, čo vám zobrazí, vrátane reklám, ktoré vám vyskočia. Takto nám zobrazuje to, čo najčastejšie pozeráme, či lajkujeme. Stačí si všimnúť, že ak ste si pozerali nejakú obuv na nejakej online stránke, reklama na túto obuv vám bude vyskakovať na mnohých iných stránkach a bude vás nútiť si ju kúpiť, minimálne sa ešte raz na ňu pozrieť. My ako bežní ľudia, využívajúci internet denne si to ani neuvedomujeme, ale áno, je to tak. A je to smutné, pretože cieľom toho nie je uľahčiť nám život, ale práve manipulácia a marketing, takto vsunutý do našej každodennej činnosti v online priestore.

Omnoho silnejšie je, ak produkty a reklamy sprostredkúvajú influenceri. Ľudia, ktorí sú nejakým spôsobom známy a sleduje ich väčšie množstvo ľudí. Títo ľudia majú na sociálnych sieťach najväčšiu moc a častokrát nevieme, či si to uvedomujú. To čo zdieľajú na svojich profiloch vidí a ovplyvňuje mnoho ľudí. To, čo urobia oni, sa považuje za správne. To, čo povedia, sa považuje za pravdivé. Produkty, ktoré zdieľajú sa považujú za dobré a kvalitné produkty, a ako by aj nie, keď ich zdieľa taká vplyvná osoba. Týmto reklamám často uveríme a zmanipulujú nás ešte viac. Sama na sebe hovorím, ako veľmi to na mňa pôsobí, ak si to naozaj uvedomím. Keďže k danému influencerovi vzhliadam a obdivujem ho, páči sa mi, čo robí, tak sa vlastne ani nezamýšľam, či je daný produkt kvalitný, dobrý a či je cenovo prijateľný. Práve z tohto dôvodu si influenceri môžu dovoliť robiť „merche“, čo sú rôzne produkty s ich vzorom, menom a podobne. Keďže vedia, že ľudia si to kúpia. Okrem svojich vlastných produktov však u nich môžeme často vidieť aj reklamy na iné produkty, či už je to kozmetika, služby, obchody alebo iné.

Všetko toto, ak vidím, že influencer zdieľa, považujem za dobré a overené, čo často tak vôbec nemusí byť. Donedávna som mala rada slovenské youtuberky a instagramerky, keď som bola trochu mladšia. Sledovala som ich na sociálnych sieťach a páčilo sa mi, čo robia, aké majú nápady, aké videá, či príspevky pridávajú. Proste som v nich videla veľké a vplyvné osobnosti. Keď niektorá urobila reklamu, napríklad na šampón na vlasy a samozrejme ho teda prezentovala, ako dokonalú vec, s ktorou už nemá žiadne problémy s vlasmi, tak to pre mňa bol dokonalý šampón bez chyby.

Vôbec som sa nezamýšľala, čo za šampón prezentovala alebo čo som o ňom vedela ja. Úplne ma ovplyvnila a vsunula mi jej názor a teda som nemala možnosť si na daný produkt vytvoriť svoj vlastný názor. Na tento šampón na vlasy som teda pozerala ako na perfektný šampón, vždy, keď som ho uvidela alebo som si ho niekedy dokonca aj kúpila. Vtedy som si to neuvedomovala, ale úplne ma zmanipulovala svojou krásnou, milou, pekne sfarbenou reklamou, pôsobiacou úplne nevinne a mne sa v hlave zanechal len obraz, ako by som sa podľa nej na neho mala pozerať.

Všetko, čo nám influenceri ponúkajú si kúpiť, zažiť, vidieť, vyskúšať robíme len preto, lebo nám to cez svoje siete a prostredníctvom svojho vplyvu ukázali. Nie je to nezmysel? Robíme a kupujeme to, čo nám odporúčajú cudzí ľudia a považujeme to za správne. Častokrát ani nevieme, že títo ľudia za to dostávajú zaplatené. Áno, dostanú peniaze za to, že nás ovplyvnili a zmanipulovali si daný produkt kúpiť alebo navštíviť podnik, ktorý nám odporúčajú. Myslím si, že ani influenceri nie sú dokonalí ľudia a niektorí z nich sa dajú zlákať na peniaze a teda propagujú niečo, čo možno ani sami nemajú odskúšané a overené. To znamená, že často ani nie sú dôveryhodní a spoľahliví. Len takto vystupujú a my tomu mnohokrát slepo veríme a idealizujeme si ich. Je možné, že všetko robia len kvôli peniazom a namotania našej hlavy. Zas hlúpi nie sú, vedia, že im dáme za pravdu. Čo teda aj robíme. Lebo si to neuvedomujeme a veríme. Ovplyvňujú nás nie len reklamy na produkty, ale aj ich prístup alebo názory na veci. Ak influencer nesúhlasí s verejnými skládkami, tak ani ja. On má moc, napríklad spísať petíciu a ja ju podpíšem, pretože má moju maximálnu dôveru a podporu. Je to však právne? Určite nie. Áno, je fajn, ak sú kreatívni, dávajú nám nápady, zdieľajú ich obľúbené produkty, aby nám ukázali, čo sa im overilo, čo sa im páči, ak to robia s radosťou a s cieľom niečo nám, ľuďom za obrazovkou povedať. No nie, ak za tým stoja len peniaze, sláva, či veľkosť ich mena. Potom už často zdieľajú čokoľvek len pre ich zisk…

Ďalšia vec je kritika. Ak vidíme, že niekto z ľudí s človekom, ktorému na sociálnych sieťach veríme nesúhlasí, odsúdime ho. Pretože máme hlavu plnú nezmyslov o dokonalosti nášho influencera, že sa ani na neho nedokážeme pozrieť bez zatvorenia očí. Vsunuli sme si totiž predstavu, ktorá ani často nemusí byť správna, ale držíme sa jej. Je to len naša ilúzia, náš svet internetu, ktorý chceme zanechať perfektný, bez chyby. Veríme tomu. Chceme. Omyl.

Často sú nám cez internet a sociálne médiá posunuté nesprávne informácie, nepodložené fakty a potom vynikajú rozpory. Internet som považovala za dobrú vec, ale vlastne už ani nepovažujem. Neviem, či miera plusov a mínusov je vyrovnaná, pretože celému internetu ani nerozumiem, viem len, že nesmieme veriť všetkému a všetkým. Ako som spomínala často sa možno pod úsmevom skrýva bolesť a pod zreteľnou dokonalosťou nevyrovnaný život. Neviem, možno niektorí influenceri práve z toho žijú, z pocitu, že na sociálnych sieťach sú vnímaní tak, ako by chceli byť v ozajstnom živote…

Internetom sme všetci zvádzaní na iné cesty a myšlienky, než na aké, by sme boli bez neho. Nevedome nám mení názory a emócie. Predstavuje lož ako pravdu a naopak. Pretvára nás. Manipuluje nami. Ani si neuvedomujeme a často ani nevieme. Odpútajme sa a začnime vnímať svet taký, aký naozaj je, bez dokonalých ľudí, ale s nedokonalými ľuďmi, ktorí nás, ale majú radi a chcú pre nás len to najlepšie. Skúsme vypnúť sociálne siete a vnímať svet a ľudí okolo. Vytvárať si vlastné názory. Nenechať sa ovplyvňovať. Veriť v seba, pretože niekedy práve kvôli týmto na oko dokonalým ľuďom sa cítime menejcenní. Skúsme to. Ale sme vôbec schopní žiť bez toho, aby sme dennodenne strávili hodiny sledovaním, čo nám chcú klamne povedať a do akej pozície nás chcú dostať? Nech sa každý zamyslí, aké množstvo času obetuje internetu a či ho neovplyvňuje. Možno zistí, že nie je tak úžasný a ideálny a začne vnímať to, čo tu ozaj je - skutočný svet.

Terézia Husovská

Gymnázium sv. Mikuláša, Prešov, sexta B