



NEBEZPEČNÍ INFLUENCEŘI

První skutečné influencers a youtubery spojuje podobný příběh. Většina se vlivným influencerem či youtuberem stala, protože propagovala téma, které bylo zároveň jejím koníčkem. Často se jednalo o hudbu, módu, vaření, hraní počítačových her, cestování a mnoho dalších podobných témat. Většině prvních youtuberů se ani nesnilo o tom, že by jejich videa mohla mít milióny sledujících a že by se tvorbou digitálního obsahu mohli živit. Dnes tomu tak ovšem není.

Primární motivace současných začínajících influencerů a youtuberů je vydělek peněz na úkor skutečné orientace v propagovaném tématu. Někteří jsou schopni za úplatu odpro-movat cokoli, aniž by k dané věci měli osobní vztah. Nebezpečné je to zejména v případech různých diet a zázračných potravin a výživových doplňků podporujících zdravý životní styl. Není neobvyklé, že influencer či youtuber jeden den přesvědčuje své sledující, že skvělé a sexy postavy docílí jedině prostřednictvím keto-diety, aby druhý den své sledující přesvědčoval, že skvělé a sexy postavy dosáhnou jenom a pouze prostřednictvím paleodiety a přirozeně s podporou k tomu určených a současně promovaných zázračných doplňků stravy. Není divu, že se začínají zvy-

šovat počty zejména mladých dívek končících v péči lékařů s totálně vyčerpaným organismem, který byl zatížen nesmyslnými a nevhodnými dietami a podpůrnými přípravky, které velmi často měly různý vliv na organismus.

Podobný problém přinášejí v současnosti oblíbené několikaměsíční výzvy, ve kterých influencer či youtuber propaguje populární otužování, meditaci a jiná podobná cvičení. Problém spočívá v tom, že se ke sledujícím z několik měsíců trvající výzvy dostane pouze několikaminutové video, které ukazuje konkrétně třeba zmíněné otužování jako něco, co je cool a pro každého a s čím se dá začít v podstatě ihned.

Někteří sledující tak získají dojem, že není potřeba žádná příprava či

INFLUENCER JE OZNAČENÍ PRO OSOBNOST ZNÁMOU NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH NEBO JINÝCH SOCIÁLNÍCH MÉDIÍCH, KTERÁ PROSTŘEDNICTVÍM NAHRANÉHO OBSAHU (TYPICKY AUTORSKÁ VIDEO) OVLIVŇUJE NÁZORY NEBO CHOVÁNÍ VÝZNAMNÉHO MNOŽSTVÍ LIDÍ.

konzultace s jejich lékařem a od svého monitoru běží přímo ke kádři se studenou vodou, do které si ještě přispou ledové kostky, aby odtud mohli rovnou zabalení v termofólii odecestovat sanitním vozem do nejbližšího špitálu.

Dalším fenoménem, který je nutné zmínit, jsou investiční rady. Objevují se influencers a youtubery, kteří nabádají internetové publikum k live nebo kurzovému sázení a k investování do kryptoměn, zejména do coinů, a podobně. Takovým internetovým šmejdům nahrává fakt, že velká část mládeže má již vlastní bankovní účty a je schopna realizovat internetové platby. Šmejdům nahrává rovněž nízká digitální a finanční gramotnost mládeže, ale také zcela přirozený fakt, že například nákup alternativních kryptoměn či investování do online projektů je u dnešní mládeže velmi populární a cool. Toto si bohužel rovněž uvědomují i někteří influencers a vybudovali tak na tom svou činnost na sociálních sítích, přičemž doufají, že svou aktivitou a vlivem nalákají na scesti co nejvíce uživatelů internetu, a to nejen těch mladých.

MGR. TOMÁŠ HAMBURGER