

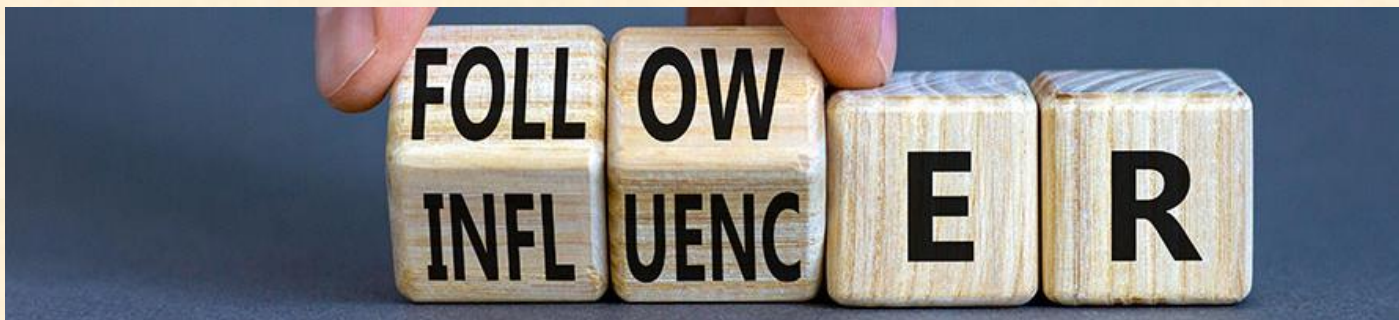
Kik az influenszerek és mi a népszerűségük titka?



Mi jut eszünkbe legelőször arról, ha meghalljuk azt a kifejezést, hogy influenszer? Valakinek negatív megjegyzések, valakinek jövőkép, másoknak semleges érzelmeket kiváltó jelenség. Egy biztos: az influenszerkedés napjainkban önálló szakmává nőtte ki magát, mely a fiatalok körében egyre nagyobb népszerűségnek örvend.

Kik is azok az influenszerek?

A közösségi média térhódítása továbbra is töretlen, sőt egyre több platform áll a rendelkezésünkre, ahol különféle posztokkal, videókkal találkozhatunk. Ma már a blogok és vlogok széles skálájából választhatunk, melyek nemcsak a gyerekek, de a felnőttek körében is igen népszerűek. Ez a térhódítás és népszerűség okot ad arra, hogy ún. mikro hírességek jelenjenek meg a piacon. Ezek a személyek a közösségi média adta lehetőségeket használják ki arra, hogy bemutassák magukat, megosszák gondolataikat, világnézeteiket másokkal, ezáltal úgynevezett én-márkát építsenek. E folyamat eredményeként figyelmet és nagyszámú követőtábort képesek szerezni maguknak, aminek köszönhetően befolyással bírnak mások véleményére. Őket nevezzük ma influenszereknek vagy más néven véleményvezéreknek.



Miért népszerűek az influenszerek?

Napjainkban a fiatalok már sokkal nagyobb mértékben tudnak azonosulni a közösségi médiában megjelenő influenszerekkel, mint azokkal a sztárokkal és híres személyekkel, akikkel csak a filmekben, vagy a képernyőn találkozhatnak.

Ennek viszonylag egyszerű a magyarázata. Az influenszerek a közösségi médiában megközelíthetőnek, hitelesnek és barátságosnak tűnnek, akik egy sajátos identitást alakítanak ki, a saját célközönségükre fókuszálva. Időt és energiát fordítanak arra, hogy megismerjék a követőiket, azok szokásait, és a köreikben népszerű aktuális trendeket. Tehát egyfajta interakció alakul ki a követők és az influenszerek között, ezáltal úgy érezhetjük, mintha jobban ismernénk őket, megbízhatunk bennük.

A folyamatos online jelenlét miatt elérhetőnek és ismerős személyeknek gondoljuk őket, szinte már a barátainkká válnak, akikhez képesek vagyunk kötődni, és fontosabbá válik az, hogy mit gondolnak egy-egy termékről, vagy épp mi a véleményük a társadalmat érintő kérdésekről. Korábban főként a fiatalabb generációk képviseltették magukat a közösségi médiában, és közülük kerültek ki a legnépszerűbb véleményvezérek, míg ma már szinte minden korosztályból tudunk említeni egy ismertebb személyt, aki nagyobb tömegeket ér el tartalmaival.

Minél erősebb a kapcsolat, és minél inkább az ismerősség érzését kelti az adott tartalomgyártó, annál fontosabb lesz az álláspontja bizonyos kérdésekben. Az influenszerekkel való azonosulás lényeges részét képezi az emberek online viselkedésének, többek között szerepet játszik a vásárlási szokásaik kialakításában is.

Mivel akár emberek millióit is képesek elérni a közösségi médián keresztül, így rendkívül hatékony hirdetőkné tekinthetők. Nagyon sok fiatal néz meg influenszerek által gyártott termékajánló videókat, reklámokat, olvas el posztokat, vagy egyéni véleményeket, mielőtt megvásárol egy terméket, fontos azonban tisztában lennünk azzal is, hogy az influenszerek a termékeket jellemzően valamilyen ellenszolgáltatásért reklámozzák, nem feltétlenül azért, mert valóban azt szeretik, vagy azt használják.



Motivációk az influenszerek követésére

Ha szülőként az influenszerek népszerűségét próbáljuk megfejteni, érdemes még beszélnünk arról, hogy milyen motivációs tényezők befolyásolják a fiatalokat abban, hogy kövessék ezeket a tartalomgyártókat:

- Információmegosztás
- Menő és új trendek
- Pihentető szórakozás
- Baráti kapcsolatok
- Unalom

A gyerekek körében igen népszerűvé vált ez a szakma, mint jövőkép, szülőként pedig az egyik legnagyobb kihívást jelentő feladat lehet, hogy megértsük a gyerekekkel, hogy az influenszerkedés nem csak termékek reklámozását jelenti, hanem komoly társadalmi felelősségvállalás is egyben.

Fontos, hogy mit és hogyan közvetítenek, mi az az üzenet, ami eljut a követőikhez, és annak milyen hatása van azok mindennapi életére. Csakúgy, mint más foglalkozások esetében itt is vannak jó, és kevésbé jó tartalomgyártók, ezért fontos, hogy segítsük a gyerekeket abban, hogy olyan személyeket kövessenek, akik hitelesek, megbízhatók, és valóban értéket tudnak képviselni az online közösségi életben.

Továbbá érdemes felhívni a figyelmüket arra is, hogy a tartalomgyártás sok esetben nem olyan könnyű munka, mint elsőre tűnik: a tökéletesen beállított képek és videók mögött sokszor több óra utómunka is áll, és a népszerűség megköveteli a folyamatos online jelenlétet is. Aki nem gyárt folyamatosan tartalmakat, az előbb-utóbb eltűnik a köztudatból.

És nem utolsósorban a nagy követőbázissal rendelkező személyeknek nagyon fontos, hogy egészséges énképpel, és önbizalommal rendelkezzenek, mert a közösségi média adta lehetőségeknek köszönhetően a pozitív visszajelzések mellett sokkal több negatív megjegyzéssel találkozhatnak, mint a való életben, és nagyobb eséllyel válnak akár cyberbullying áldozatává.

Íme néhány tipp, hogyan kapcsolódj a gyerekeddel az influenzszer témában

1. Először is légy nyitott, és ismerd meg azokat, akiket követ a gyereked!

Ahhoz, hogy kapcsolódási pontot találj a gyerekeddel, elengedhetetlen, hogy tudd, kiket követ a neten. Ezért gyűjts össze minél több elérhető infót azokról, akiknek a jelenléte fontos számára az online térben.

2. Beszéljess a motivációiról!

Térképezd fel, mi motiválja az adott influenzszer követésére? Használd a korábban felsorolt motivációs listát, hogy könnyebben eligazodj!

3. Tudd meg, mit tud az influenzszerkedésről!

A gyerekek információi az influenzaszerekről sokszor egyoldalúak, és hiányosak, érdemes vele átbeszélni a gyakran hangoztatott pozitívumokat, de rávilágítani annak nehézségeire, és negatív oldalára is.

SZERZŐ: Fóris Alexandra gyermekvédelmi elemző, pszichológus

FORRÁS: [https://gyerekaneten.hu/tema/Kik az influenzaszerek es mi a nepszeruseguk titka](https://gyerekaneten.hu/tema/Kik%20az%20influenzaszer%20es%20mi%20a%20nepszeruseguk%20titka)