

1. Jak se na sociálních sítích měří popularita?

Sociální sítě pracují s **číslem** jako hodnotícím prostředkem toho, jak je obrázek, text, video, jež jsme na síti nahráli, oblíbené. S **palcem nahoru** jako ukazatelem popularity vloženého obsahu přišly provozovatelé sociálních sítí.

Lajky se postupně staly nedílnou součástí internetu. Jsou všude, kam se podíváme – na sociálních sítích, videoplatformách, zpravodajských kanálech, webových stránkách a e-shopech. Ukazují nám, jak je příspěvek oblíbený mezi našimi „přáteli“ a sledujícími nebo mezi ostatními uživateli internetu.

2. Jak lajky vznikly? Jaký je jejich smysl? Byl za nimi od počátku komerční záměr?

Lajk byl poprvé představen v roce 2005 na videoplatformě Vimeo, ale do širšího povědomí vstoupil až tehdy, když byl přijat Facebookem v roce 2009. Mark Zuckerberg prý nebyl tímto nápadem ze začátku příliš nadšen, ale jeho týmu se ho podařilo přesvědčit. Cílem lajků mělo původně být zbavit se zbytečných duplicitních komentářů jako „gratuluji“, „dobrá práce“ atd. Mimo to uživatelům tato funkce umožnila velmi rychle pochopit, jak populární nebo relevantní je příspěvek, aniž by museli číst všechny komentáře. **Od tohoto relativně jednoduchého záměru se podobné tlačítko rychle stalo fenoménem celého internetu.** Na Facebooku každý den jeho uživatelé dají celkově v průměru tři miliardy lajků.

3. Jak sociální sítě pracují s tím, co lajkujeme? Má to pak nějaký další dopad?

To, co vypadá jako jednoduchá a základní funkce, je ve skutečnosti jeden z nejuvýkonnějších online nástrojů, jaké kdy byly vytvořeny. V roce 2015 zveřejnili vědci z University of Cambridge a Stanford University studii ilustrující, jak mohou být data podobná těm, která publikujeme na Facebooku, použita k přesnému odhadu osobnostních rysů uživatelů. V roce 2007 tito vědci vytvořili online test osobnosti a zveřejnili jej na Facebooku. Podmínkou vyplnění testu bylo zprostředkování přístupu k osobním údajům na facebookovém profilu.

Test proběhl virálně mezi více než 80 000 lidmi, kteří vědcům dobrovolně poskytli obrovské množství osobních dat. Je důležité si uvědomit, že tato data mohou být kvůli licenčním podmínkám Facebooku (ano, to dlouhé, nudné, co jste nejspíše bez rozmyslu odklikli při registraci) poskytnuta za úplaty třetím stranám.

Pomocí údajů shromážděných z testu osobnosti a údajů z osobního profilu vědci vytvořili počítačový algoritmus, aby pochopili, jak přesně je možné určit osobní profil uživatele pouze na základě lajků na facebooku. **Studie ukázala, že s pozoruhodně malým počtem lajků by algoritmus mohl určit osobnost uživatele do velmi vysoké míry a přinést podobně přesvědčivá data jako psychologické testy.**

Pokud se vám tedy od roku 2009 líbilo více než 300 příspěvků, Facebook vás pravděpodobně zná lépe než mnozí vaši kamarádi. Můžeme si snadno představit, jak by tento druh údajů a poznatků mohl být pro společnosti velmi cenný. Tak třeba: pokud se vám dříve líbila videa a příspěvky související s lyžováním a Facebook ví, kde se geograficky nacházíte, má smysl vám zobrazit příspěvek inzerující nový obchod s lyžařským vybavením, který byl otevřen blízko vaší lokality.

4. Je možné lajky koupit? Je to legální?

Na internetu dnes již existuje mnoho firem, které „prodávají lajky“ – **programují speciální virtuální roboty (boty)**, kteří dokážou uměle pozvednout nějaký produkt nebo značku. Jde o legální byznys, i když většina seriózních firem k tomuto kroku nepřistupuje. Dnes totiž mají sociální sítě automatické mechanismy, které redukuje možnosti virtuálních botů, nebo na takové značky přímo aplikují ban – zákaz zobrazování.

5. Jak ovlivňuje udělování a dostávání lajků děti? Jaké psychologické efekty vyvolává, když získávají hodně lajků?

Nejmladší uživatelé online světa se s lajkami často poprvé setkají prostřednictvím YouTube nebo sítě Tik Tok, kde se používají srdíčka. Čím více lajků, tím více jste vidět díky hodnocení algoritmů. Ve světě sociálních sítí to pak pro mnohé uživatele znamená pocit, že „čím víc lajků máš, tím jsi oblíbenější“. **Nejsilnější psychologický dopad má tento fenomén na dospívající.**

Podle teorie psychologického vývoje Erika Eriksona je ústředním tématem adolescence utváření osobní identity, které úzce souvisí s vývojem „ega“. Než se objeví zralé „ego“, musí člověk získat přiměřený pocit identity. Úspěšné zakotvení ve světě s jasným sebepojetím jedinci umožňuje vytváření jednoznačných a smysluplných vztahů k vlastní osobě i k druhým. V tomto období je pro každého jedince nanejvýš důležité ztotožnit se s určitým životním ideálem, skupinou, která mu je sympatická, a charakterem, který mu stojí za to rozvíjet. Na jedné straně stojí silná potřeba být originální, na druhé straně podobně silná potřeba zapadnout do nějaké skupiny, být zkrátka oblíbený. **Lajky se pak stávají zkratkovitým nástrojem, jak si ověřit, jak moc je moje osobnost zajímavá a jak ji přijímá skupina, o kterou stojím a jejíž součástí bych se chtěl stát.**

Sociální média se stala jádrem mezilidských vztahů. Avšak „hodnota“ vztahu se na sociálních sítích kvůli lajkům měří **naprosto jiným způsobem než v reálném světě.** Lajky jsou nástrojem jak hodnocení produktů a obsahů, tak i nástrojem hodnocení autora příspěvku.

V dnešní společnosti velká část mladých lidí (a nejen oni) upřímně věří, že jejich popularita, krása a vlastní hodnota pramení z množství lajků, které dostávají za svá selfie. To může být velice toxické a hluboce poškozovat sebevědomí – všechna ta dokonale vyretušovaná těla, tváře a životní příběhy, které na internetu vidí, mohou v uživateli vzbuzovat pocit, že jejich vlastní realita je přinejmenším nudná. Těchto vysokých standardů je téměř nemožné dosáhnout. **Mnoho dospívajících si pak v online světě vytváří své falešné, ale dokonalé já.** Zde získávají mnoho virtuální odměny v podobě lajků a povzbuzujících komentářů, nakonec se ale mohou cítit znechuceni a v depresi, když si v každodenním životě uvědomují propast mezi svou falešnou virtuální identitou a tím, kým skutečně jsou.

6. Mohou být děti na lajkách závislé? Mohou mít z nedostatku lajků psychické potíže?

Každý nový lajk u příspěvku znamená příliv velice příjemných hormonů (zejména dopaminu) a pocitů, které má lidský mozek v oblibě, a tak je často vyhledává. Mnozí uživatelé tak po publikování fotografie či jiného příspěvku neustále kontrolují sociální síť, aby zjistili, kolik nových lajků jim přibylo. Z takového jednání se stává jakási obsese.

Nedávná studie akademiků z University of California, ve které testovali mozkovou odezvu na vnímání lajků u adolescentů, potvrdila, že při konzumaci čokolády nebo výhře na výherních automatech se zapojují stejné mozkové obvody, jako když vidíme přibývající množství lajků. Studie také ukázala, že když vidíme lajky u cizího příspěvku, máme větší tendenci příspěvek chápat jako pozitivní a ztotožňovat se s ním.

Závislost na sociálních médiích není oficiálně klasifikována jako závislost, ale něco podobného existuje. Jde o nutkavou potřebu používat sociální média – a to i v nebezpečných situacích, jako je řízení auta. Pokud člověk s nutkavou potřebou užívat sociální sítě k nim ztratí přístup, tedy například pokud je rodiče dítěti zakážou používat, je pravděpodobné, že se u takových uživatelů projeví úzkost nebo výkyvy nálad.

Nadměrné používání sociálních sítí je mnohem problematictější u dětí a mladých dospělých, protože jejich mozek a sociální dovednosti se stále rozvíjejí. Odhaduje se, že 27 % dětí, které tráví tři a více hodin denně na sociálních sítích, vykazuje

příznaky špatného duševního zdraví – výzkum ukázal, že adolescenti, kteří často používají sociální média, mají omezené sociální dovednosti jako například schopnost empatie. Patrně mají rovněž vyšší skóre sociální úzkosti, vyšší míru deprese nebo negativně vnímají obraz vlastního těla.

7. Plánují velké sociální sítě nějaké změny v systému lajkování? Proč?

V červenci roku 2019 Instagram oznámil, že odstraní viditelné lajky v šesti zemích světa. Uživatelé zde mohou vidět počty přidělených lajků u svých příspěvků, ale ostatní tyto počty nevidí.

Podobný krok plánuje i Facebook. Tvrdí, že chce vytvořit „méně natlakované prostředí“ a snížit negativní aspekty, jako jsou právě deprese a úzkosti (spojené s používáním lajků).

Odpovědi vypracovala:

Michaela Slussareff, Studia nových médií, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy; zakladatelka Slow Tech Institute

Doporučené zdroje:

O2 Chytrá škola

<https://www.o2chytraskola.cz/clanek/15/typy-medii/3056>

Digitální závislost

<http://slowtechinstitute.org/digitalni-zavislost-a-jak-z-ni-ven/>

Článek o likes

<https://www.forbes.cz/cemu-date-lajk-to-prozradi-vase-niterne-pocity-a-treba-i-rozvod-rodicu/>

Poslední aktualizace: 2/2021