

Expert: Jak a proč nás sledují sociální sítě

- CZ24 News | 7. července 2020

SVĚT: Každý úkon uživatele na internetu se dá označit algoritmy, které může následně využít reklama. Jak to konkrétně funguje, vysvětlila odbornice na sociální média Jevgenija Kulišovová.

Zdalo se vám někdy, že jakmile jen zvažujete nákup nějaké věci, objeví se na ni hned reklama? Nebo pokud jste poslali například fotografii červených šatů kamarádce, hned na ně vidíte na Instagramu reklamu?

Nezdálo se vám to. Reklama na **sociálních sítích** funguje právě tímto způsobem, i když o tom nikdo nahlas nemluví, míní zakladatelka společenství moskevských bloggerů, odbornice na sociální média Jevgenija Kulišovová.

„Nahlas o tom nikdo nemluví, i když si toho mnozí všimli a dokonce si ověřili, avšak žádná oficiální prohlášení nenásledovala, všemožně se to popírá. Pokusy však svědčí o tom, že když jste viděli nějaké (instagramové, pozn. red.) stories o té nebo jiné kosmetice, pak bude zřejmě v příštím reklamním oznámení stejná kosmetika, anebo kosmetika konkurující firmy. Bloggerka Kaťa Konosovová podnikla nedávno jeden pokus. Na několika stories psala o jisté kosmetice a požádala své sledující, aby nic neříkali nahlas a poslali jí na Telegram screenshoty reklamy, kterou dostanou. A tak získala obrovské množství screenshotů reklamy buď stejné kosmetiky, anebo konkurující,“ sdělila Jevgenija Kulišovová.

Poznamenala, že se tomu nevěnují samotní bloggeři nebo majitelé obchodu, jehož reklama se objevila. Jde o společný algoritmus. Ten, kdo chce prosadit svoji reklamu, může ostatně poskytnout dost podrobné pokyny o tom, kdo ji má dostávat. Závisí to především na penězích.

„Existují dost podrobné pokyny pro používání obchodní reklamy. Na Instagramu je dávají přes Facebook, dále se hodnotí v závislosti na rozpočtu: čím víc peněz dáte za reklamu, tím přesnější pokyny můžete dát. Existuje dokonce možnost posílat jisté reklamy zamilovaným mužům, kteří se momentálně nacházejí daleko od své milé. Je to náramně výhodné pro květinářství, které napíše: Je vaše dívka daleko? Pošlete jí kytku. Anebo jiná varianta: ukazovat reklamu dívkám, které se zajímají o kosmetiku. Pokud žena pořád sleduje stories o kosmetice, bude tato reklama zacílena právě na ni. Každý váš úkon na kterékoli sociální síti a všude na internetu je tak nebo jinak popsán algoritmy zacílenými na určitou reklamu,“ vysvětlila Kulišovová.

Podle jejích slov se jedná o univerzální algoritmus pro šíření reklamy na všech sociálních sítích a všech fórech.

„Reklama funguje kdekoliv podle stejné zásady. Existuje obrovské množství všelijakých případů o tom, jak Alice, Siri a další hlasoví asistenti poslouchají, co uživatelé říkají. Mně se jednou stalo, že jsem mluvila s manželem na WhatsAppu o tom, že si chci koupit selfie tyčku na GoPro, ale nikdy jsem ji nevyhledávala. A hned se na mne sesypaly všemožné reklamy nejrozumnějších doplňků pro GoPro,“ sdělila Jevgenija Kulišovová.