

**KÖZÖSSÉGI OLDALAK HATÁSA A TÁRSADALMI KAPCSOLATOKRA, AVAGY
FACEBOOK ÉS TÁRSAI**

**JELIGE:
JEM 946**

Tartalomjegyzék

<u>1.BEVEZETÉS</u>	3
<u>2. ÚJ KORSZAK KEZDŐDIK</u>	5
2.1 Egy kis történelem	5
2.3 Isteni szikra – a film	7
2.4 Fejlesztések.....	8
2.5.Addiktológia	10
<u>3. HA EGYSZER EGY ÜZLET BEINDUL</u>	13
3.1 Facebook kontra közösségi oldalak.....	13
3.2 Az a rengeteg ismerős.....	15
<u>4. A TÜKÖR ELŐTT</u>	18
4.1 „Én” az oldalon.....	18
4.2 Emlék vagy Facebookfotó.....	19
4.3 Oszd meg, és uralkodj!.....	22
4.4 Kövess, lájkolj, híres vagyok!.....	24
<u>5. FACEBOOK MINDENÜTT</u>	27
5.1 1000 Lámpás Éjszakája.....	27
5.2. Botrányok.....	28
<u>6.ÖSSZEGZÉS</u>	31
<u>FELHASZNÁLT IRODALOM</u>	35
<u>MELLÉKLETEK</u>	38

1. BEVEZETÉS

„Lájkolj minket a Facebookon!”, „Keress a Facebookon!”, „Kövess bennünket a Facebookon!”, „Csatlakozz hozzánk a Facebookon!” – sokan belebotlottunk az elmúlt években ezekbe a felszólításokba. A belebotlás szó talán nem is fejezi ki igazán azt, amit itt történt. Létrejött/hozzáférhetővé vált Magyarországon is egy oldal, amelyen való tevékenység úgy tűnik, mintegy fertőzésként terjed.¹ Értetlenül álltam a dolog előtt, ezért egyszer megkérdeztem baráti társaságom tagjait, mi a véleményük az oldalról, és a körülötte zajló felhajtásról. Rögtönzött kutatásom eredményeképpen pedig elgondolkodtam azon, hogy vajon mi készíthet valakit arra, hogy órákat töltsön el a portált böngészve, mások megosztásait lájkolgatva? Ezeken tűnődve, arra a következtetésre jutottam, hogy minél népszerűbb egy közösségi oldal – ez jelen esetben a Facebook –, annál jobban nő a felhasználók aktivitása az oldalon, ez által vélhetően, jelentősebb az oldal társadalmi szerepe. Az egyéni érdeklődésem túl tehát a szakmai érdeklődésem is a téma felé fordult. Saját környezetemben végeztem egy kutatást, melynek eredményeit tartalmazza ez a tanulmány. A tanulmány célja, hogy választ találjak a számomra talán legfontosabb kérdésekre: milyen és mekkora a közösségi portálok társadalomformáló és befolyásoló hatása, illetve hogy mi teszi ezeket az oldalakat ennyire népszerűvé.

A kutatás alapjául azok a kérdések szolgáltak, amelyek az oldalt használó és figyelő emberek között is folyamatosan elő-előkerültek, ugyanakkor egy tudományos kutatáshoz is megfelelő háttérkérdésként szolgálhatnak. Nevezetesen: A felhasználó hány közösségi profillal rendelkezik? Miért és mióta tagjuk? Mennyire határozza meg a napjait az oldal használata? Mi a véleménye az oldal körüli hype-ról? Mindez azért lényeges, mert a XXI.-században az egymással való kapcsolattartás teljesen megváltozott, átalakult. Ezt nagyon sokszor éppen egy adott „divatjelenség” befolyásolja. A médiumok, a televízió, rádió, internet, stb. mindenütt ott vannak, körbevesznek bennünket. *„A különböző médiumok közös vonása, hogy részben észrevétlenül befolyásolnak minket és életmódunkat: azt, hogy kik vagyunk, mit csinálunk, és hogyan gondolkozunk.”* (Gripsrud, 2007, 38.) Ezek a médiumok azt is megváltoztatták, ahogyan más emberekkel kapcsolatba kerülünk, de a velük való kapcsolattartásunkra is folyamatosan hatást gyakorolnak. A közösségi oldalak által próbálunk tájékozódni az ismerőseinkről, ahelyett, hogy személyes kontaktusba kerülnénk velük. Az

¹ vö Lásd: Sperber, 2001

említett portál(ok) a kapcsolattartást hivatottak segíteni, de használatukkal, hajlamosak vagyunk beleesni saját csapdánkba és mellőzzük a hagyományos szociális kapcsolatokat.

A kutatás módszertani eszközei közül az interjúzást választottam, úgy gondolom, ezáltal pontosabb képet kaphatunk a felhasználók szokásairól, valamint arról, mennyire használják tudatosan az oldalt. Amire többek között kíváncsi voltam az az, hogy: Egy ilyen jellegű oldal vajon mennyi idő alatt válik népszerűvé? (A kérdés természetesen maga után vonja a következőt, azaz mennyi idő alatt „cseng le” a felhasználók körében?) Miért gondoljuk fontosnak, hogy jelen legyünk rajtuk? Egyfajta „preztizs kérdés” a jelenlét? Mennyire lehetnek hasznosak? Vagy csupán csak mentség, amikor azt mondjuk? :”Így tartom a kapcsolatot xy-nal.” Hogyan hat szokásainkra? Mi motivál valakit, hogy élete minden egyes történést „posztolja”? (Talán a feltöltött képért cserébe „járó” kommentek és a napjainkban oly divatossá vált „lájkl”/like „elnyerése”? Egyáltalán miért hisszük, hogy érdekesek vagyunk mások számára? Mindezek mellett, arra az érdekel, hogy a médiát jellemző hatás-és befogadás elméletek közül vajon melyik érvényesül? ²

Más felől a Facebook maga is egy összetett médiaszövegnek³ tekinthető, ezért ennek empirikus elemzése is szerepel a dolgozat egyes fejezeteiben, különböző esettanulmányok ismertetésén keresztül.

A kutatás és a tanulmány a mai, gyorsan változó világ egy szeletének alakulását kívánja részletesebben megfigyelni és feltárni. A közösségi oldalak szociális és társadalmi hatásával egyre több írás foglalkozott, foglalkozik ma már. Többek között Ferencz Bettina és Rétfalvi Györgyi 2011-es *Közösségi hálózatok és mediadisztribúció* című írása, mely a Médiakutatón is elérhető valamint, a Kiss József és Sípos Erika által írt 2011-es *Közösségi Hálózatok És Hatásuk A Társadalomra* címet viselő tanulmánya. Ez utóbbi tanulmány a közösségi oldalaknak a politikára és az üzletre gyakorolt hatásával foglalkozik. Az én kutatásom a kapcsolatok felől közelít és a témához. Az általam írt dolgozat egy rövid történeti bevezető után a felhasználók egyéni szokásait, a közösségi oldal felhasználók által népszerűnek talált funkcióit, ezek működési mechanizmusait szeretné feltárni. A közösségi oldalak szociális kapcsolatok kialakításában betöltött szerepét vizsgálom tehát interjúk és esettanulmányok elemzésén keresztül.

² A Facebook jelenség leginkább a használat-kielégülés modellel értelmezhető. Bár meglehet, korántsem vagyunk annyira tudatos „Facebook használók”, mint azt elsőre hinnénk.

³ A média szövegek értelmezési módjairól például Jostein Gripsrud *Médiakultúra, médiatársadalom* című könyve ad átfogó leírást (Gripsrud, 2007).

2. ÚJ KORSZAK KEZDŐDIK

Ezen fejezet célja, hogy bemutassa, hogy a Facebook ötlete honnan származik és hogyan vált rövid időn belül ennyire népszerűvé és világszinten elterjedtté. Ami ennyire nagy hatással van a globális társadalmakra, természetes módon izgatja más médiumok figyelmét is. Ezek közül a bemutatásban felhasználok egy a közösségi oldalról készült filmet (*The Social Network*), illetve egy könyvet, mely alapján maga a film is készült (*Ben Mezrich - Véletlenül milliárdos – hogyan született a Facebook* című könyvét). Kitérek ugyanakkor az oldal hatásának árnyoldalára is, nevezetesen a függőségre, melyet maga után vonhat, és ami sajnos létezik is. Tehát kapunk egy rövid történeti áttekintést, ami a későbbi Facebook által létrejött jelenségek alapja.

2.1. Egy kis történelem

A közösségi oldalak eredetét taglaló fejezetben fel kell tennünk a kérdést: Pontosan mit értünk közösségi háló alatt? Larry Weber szerint: „*A közösségi háló a közös érdeklődésű emberek on-line gyülekező helye, ahol megoszthatják egymással a gondolataikat, a megjegyzéseiket és véleményüket. Idetartoznak az olyan közösségi hálózatok, mint a MySpace, a Gather, a Friendster, a Facebook, a BlackPlanet, az Eons, a LinkeldIn és még több száz másik.*”(Weber, 2007, 16.) De mégis mi a technikai alapja mindennek? A Kommunikációs Nyitott Enciklopédia alapján: „*A web 2.0 (vagy webkettő) kifejezés olyan internetes szolgáltatások gyűjtőneve, amelyek elsősorban a közösségre épülnek, azaz a felhasználók közösen készítik a tartalmat vagy megosztják egymás információit. Ellentétben a korábbi szolgáltatásokkal, amelyeknél a tartalmat a szolgáltatást nyújtó fél biztosította (például a portáloknál), webkettes szolgáltatásoknál a szerver gazdája csak a keretrendszeret biztosítja, a tartalmat maguk a felhasználók töltik fel, hozzák létre, osztják meg vagy véleményezik. [...]*
Web 2.0 és közösség: *A felhasználók a webkettes környezetben jellemzően kommunikálnak egymással, és kapcsolatokat alakítanak ki egymás között. Az interaktivitás és a fogyasztók egymással folytatott kommunikációja miatt mára alig van olyan oldal, amely köré ne szerveződne valamilyen közösség. Az ilyen, online kommunikációs szintéren létrejövő közösségeket nevezik az informatikában virtuális közösségeknek.*”⁴

⁴ Kommunikációs Nyitott Enciklopédia, Web 2.0, Elérhető az interneten:
http://ktnye.communicatio.hu/index.php?title=Web_2.0 Utolsó letöltés: 2012-12-30

Nos, adott egy olyan platform, ahol az általunk és a többi felhasználó által megosztott tartalom életre kel, és a majd későbbi fejezetben⁵ tárgyalt 6 lépés alapján könnyedén folytatja hódító útját. Azonban ennek alapján már nem egy ilyen oldal született (és tűnt is el a homályban). Amikor elkezdtem a témával foglalkozni,⁶ több helyen is egyetlen közösségi oldalt emlegettek, mint lehetséges „Facebook őst”, ez pedig nem más, mint, a Classmates.com. Ahogy az a nevéből kiderül(t), a régi osztálytársakkal, valamint munkatársakkal lehetett rajta keresztül a kapcsolatot tartani, valamikor a 90-es évek közepén. Aztán, az újabbnál újabb technológiáknak köszönhetően a közösségi oldalak – merthogy közben egyre-másra jöttek létre –, lehetőségeiket tekintve kibővültek. Azok az oldalak pedig, melyek nem bírták a versenyt, egyszerűen megszűntek. Időközben a Google is próbált lépést tartani ezekkel a portálokkal, de valamiért nem tudott átütő népszerűséget elérni ezen a téren. Így nem csoda, ha az emlékeink között kutatgatva, nem tudunk a céghez kapcsolható, funkcióját tekintve hasonló oldalt említeni, holott 3 ilyen is volt.

El is érkeztünk a MySpace-hez és a magyar IWIW-hez⁷ is. Előbbi a fiatalok körében volt népszerű, mivel a korosztályhoz közel álló zene, film és televíziós tematikákkal kibővült, könnyedén a felhasználó saját érdeklődésére alakítható portál volt. Aztán a több éven át tartó törtetlen siker itt is a végéhez ért, és a Facebook körüli nagy érdeklődésnek köszönhetően rohamosan hanyatlásnak indult.

Végezetül itt van a Facebook, mely a legnagyobb népszerűségnek örvendő, és a világon a legtöbb felhasználóval büszkélkedhető közösségi oldal. „A *„The Facebook” az után jelent meg, hogy – a korábbi szemeszter során – Zuckerberg létrehozta egy népszerű értékelő honlap, a „HOT or NOT” harvardi változatát. Zuckerberg Facemash-nek nevezett, és arra szánta, hogy a Harvard Egyetem hallgatóit összehasonlítsa a többi hallgatóval az online kollégiumi facebookjuk alapján.*” (Pankász – Nádasdy, 2011, 9)

A közösségi portálok történelmében eddig a Facebook az egyetlen olyan, mely nemcsak hogy meghaladja eredeti célját, hanem emberek millióinak mindennapjait is átítatja, maga mögé utasítva a korábban szárnyaló MySpace-t vagy Friendster-t. Olyan masszívan beépült az életünkbe, hogy szinte elképzelni is nehéz, milyen lenne, ha egyik napról a másikra

⁵ Az a rengeteg ismerős

⁶ A közösségi oldalakról bővebben: <http://www.facebookkampany.org/a-kozossegi-oldalak-tortenete.html> itt olvashat.

⁷ Egészen pontosan Várad Zsoltnak köszönhetjük. Ugyan kezdetekben csak az ismerősök szűk köre regisztrálhatott, de a sokat emlegetett versenyképesség érdekében ez gyorsan megváltozott. Az átalakulás magában hordozta a képfeltöltés lehetőségét, mely hatalmas lökést adott az IWIW- nek. Évekkel később, itt is népszerűség csökkenés következett be, melyen a hirtelenjött, feltűnő Facebook „majmolás”- kiváltva a felhasználók ellenszenvét-, csak rontott.

megszűnne. Egyik titka talán abban rejlik, hogy egyesíti az egyéni igényeket, melyeket aztán a közösség elé tár. Népszerűségének háttérében azonban ennél mégis több minden áll(hat), az eredmény ezáltal összetettebb. A továbbiakban erre keresem a választ.

2.2. Isteni szikra – a film

Amikor regisztrálunk egy közösségi oldalra, talán közülünk keveseknek jut eszébe a kérdés: Mi ihlette az oldal létrehozóit? Természetesen a kérdés nemcsak a közösségi oldal használóit izgatja. Egyfajta választ kaphatunk a kérdésünkre a *Social Network* című filmből.⁸

Ha hinni lehet a közösségi oldalról szóló történeteknek maga az oldal „feltalálása” nem volt nagy kunszt. Egy a közösségi hálózatokról szóló könyv így mutatja be a kezdetet: *„A hálózat neve a Harvard egyik régóta, már az internetkorszak beköszönte előtt szokásba jött gyakorlatból ered: az egyetem Facebook címmel minden évben kiadott és hallgatói között terjesztett egy albumot, amely tartalmazta az adott évben beiratkozott valamennyi diáknak a képét, feltüntetve azt is, hogy ki hol található meg a kampuszon. Ez egyfajta fényképes telefonkönyvként szolgált, és a diákok egyre nagyobb mértékben támaszkodtak rá társadalmi kapcsolataik kialakításakor. Az egyik évben, amikor az arcképes évkönyv kiadása technikai okok miatt késedelmet szenvedett, négy diák a Harvard egyik kollégiumában tiltakozásul éhségsztrájkba kezdett[...] 25 évvel később a Harvard egyik másodéves hallgatója, Mark Zuckerberg feltette a Facebookot az internetre, és az olyan népszerűvé vált, hogy hamarosan más egyetemek hallgatói is csatlakozni kívántak hozzá”* (Christakis – Fowler, 2009, 300)

A folytatást mindannyian jól ismerjük. A kezdeményezés annyira jól sikerült, hogy az addig háttérben megbúvó fiúból milliárdos médiamogult csinált. 2010-ben aztán egy könyv született a történetről, a közösségi portál ötletéről a kivitelezésen át, a létrehozás háttérben megbúvó motivációkról, egészen a site sikerét némiképp beárnyékoló bírósági perekig tárgyalta a közösségi oldalt. Ben Mezrich interjúk és bírósági jegyzőkönyvek alapján írta meg a *Véletlenül Milliárdos – Hogyan született a Facebook* című könyvét. A siker itt sem maradt el, a könyvet még abban az évben megfilmesítették, mely a *The Social Network – A közösségi háló* címen került a mozikba. Azonban, arról hogy *valójában* honnan is jött az isteni szikra, már eltérőek a vélemények, a közönséget pedig az igazság érdekli, vagyis az egykor informatikát és pszichológiát hallgató fiú valami forradalmi akart alkotni, vagy pusztán csak

⁸ A film, Ben Mezrich *Véletlenül milliárdos – Hogyan született a Facebook* című könyve alapján készült és az oldal létrejöttét boncolgatja némi „háttér információt” szolgálva az alkotók a világhoz és egymáshoz fűzőtt viszonyával.

a „csajozás” érdekelte. Egy interjúban magát a Facebook atyát is megkérdezték arról, hogy a film vajon mennyire fedi a valóságot: *„Mark Zuckerberg eleinte azt állította, hogy nem fogja megnézni a Social Network-öt, aztán mégis megnézte, és a stanfordi diákoknak el is mondta a véleményét róla. Szerinte az a legnagyobb marhaság a filmben, hogy az alkotók úgy állítják be, mintha a csajozás és az elit harvardi klubokba való bejutás lett volna a motivációja a Facebook létrehozására, miközben ő már a Facebook alapítása előtt összejött azzal a lánnyal, aki azóta is a barátnője. Kifogásolja, hogy a filmesek nem képesek megérteni, hogy vannak olyanok, akik egyszerűen azért hoznak létre dolgokat, mert szeretnek dolgokat létrehozni (Zuckerberg pedig azt nem érti, hogy néhány lelkesen programozó geek önmagában nem túl jó filmalapanyag).”*⁹

A Facebook egyértelmű sikerét az is bizonyítja, hogy a világot olyannyira érdekli magának a létrehozónak a személye, és az hogy mi volt valójában az alapkonceptió, hogy a különböző elméletek gyártása a filmeseket is megihlette. Ennek ellenére, vagy éppen ezért, egy dokumentumfilm keretein belül, interjút készítettek Zuckerberggel, ráadásul tanáraitól, mentoraitól is többet megtudhatunk. Valamint jó néhány Facebook felhasználó is kötélnek állt, amikor az oldalhoz való viszonyáról faggatták őket. A *Facebook belülről* című dokumentumfilmből elképesztő kulisszatitkokat tudhatunk meg a kezdetektől egészen napjainkig.

2.3. Fejlesztések

Ahogy azt *A Facebook belülről* című dokumentumfilmben is bemutatja, Mark Zuckerberg és csapata állandóan a különböző fejlesztéseken dolgozik, garantálva az oldal folyamatos megújuló képességét, a felhasználók érdeklődésének állandóságát. A különböző játékok mellett, melyek értelemszerűen a folyamatos felhasználást és akár a függőséget is garantálják, még induló vállalkozásunk népszerűsítése is lehetséges. Az oldal többek között ennek köszönheti jelenlegi népszerűségét, mivel a vállalati kommunikációt egy új szintre emelte. *„A Facebook elképesztő ütemben nő, emberek százezrei csatlakoznak hozzá nap, mint nap, kritikusai minden pillanatban árgus szemekkel figyelik. Egy közösségi hálózat bármilyen kis lépése láncszerű reakciót indít el a beszélgetésekben, blogbejegyzésekben és nyomot hagy a médiatörténetben. Egy kis idő elteltével a közösség lenyugszik, megszokja az új környezetet, és csak a következő esemény kirobbanását várja. Mivel a Facebook a legnagyobb a közösségi*

⁹ Origo, 2010, A Facebook-film és ön mostantól ismerősök, Elérhető az Interneten: <http://www.origo.hu/filmklub/blog/osszeallitas/20101113-erdekessegek-david-fischer-social-network-cimu-facebook-filmjerol-mark-zuckerberg.html> , Utolsó letöltés: 2012-12-30

hálózatok közül, nem meglepő, hogy komoly kutatásokat és fejlesztéseket folytat.” (Pankász – Nádasdy, 2011, 147)

Ahogy azt a már az említett *Facebook belülről*¹⁰ című dokumentumfilmből megtudhattuk, Zuckerberg nem érte be évekkal ezelőtti sikerekkel, állandó kontroll alatt tartja cégét. Teszi ezt úgy, hogy közben a dolgozók között végzi munkáját (ezzel is jelezve, hogy a nagy siker ellenére is két lábbal a földön áll), egy-egy újabb alkalmazásra koncentrálva. Persze nem elégszik meg a laza felügyelő szerepével, a csapatával elért eredményeit a lehetséges befektetőknek egy éves konferencia keretein belül vázolja, ezzel is növelve a szoftverfejlesztők és üzletemberek érdeklődését, ugyanakkor biztosítva a teljes körű belátást az általuk szponzorált vállalatba (legalábbis ezt érezhetik az egyes meetingek alkalmával).

A siker e receptje pedig úgy tűnik, működik, mivel napjainkban már 1 millió fejlesztő készít újabbnál-újabb fejlesztéseket a Facebookra. Ráadásul a visszajelzések is elérhetőek, így mindig adott egy biztos irány, amely felé érdemes haladni.¹¹ Mi ez, ha nem elismerés? Az egyenletes növekedés valamint a reklámozott termékek utáni vágy felkeltése szintén nagy húzás. Hiszen itt nem néhány hirdetésről beszélünk! Aki érez magában annyi affinitást, hogy üzletét vagy termékét online hirdesse, az a leghatékonyabban a Facebookon teheti meg!

„Az új marketingben a legjobb weboldalak ötvözni fogják a hivatalos és a felhasználók – a meglevő és a potenciális vevők – által létrehozott tartalmat. Ezt olyan környezet kialakításával ösztönözhetjük, amelyben az embereknek nem esik nehezükre a termékeinkről vagy a szolgáltatásainkról beszélni. Még ha készítünk vagy pénzért készítetünk is hivatalos tartalmat, akkor is szükség van a felhasználókra, hogy felvegyék a beszélgetés fonalát.” - szól a jövődőlés (Weber, 2007, 54). Nos, minden jel arra mutat, hogy Larry Weber egykori jóslata megvalósulni látszik és a Facebook bizony azon oldalak közé tartozik – hacsak nem mondhatjuk, hogy jelenleg az *egyetlen* ilyen a piacon –, mely mindezeket tudja, ráadásul a szórakozással is ötvözi. *„...a Facebook-on bármelyik cég egyszerűen, költségmentesen tud rajongói oldalakat, vagy éppen csoportokat készíteni magának vagy a termékeinek, ráadásul ezeken a csoportokon, rajongói oldalakon keresztül egyszerűen és ötletesen lehet kommunikálni.”*(Lévai, 2010)¹² Zuckerbergnek megéri folyamatosan új

¹⁰ Zuckerberg munkájáról, ez elért sikerekről, valamint a különböző termékek Facebookon történő reklámozásáról a *Facebook belülről* című dokumentumfilmből hallhatnak bővebben.

⁹ Valószínűleg ez az elképesztő tudatosság, és a maga után vont siker, készíthette elcsábulásra a Google egyik vezetőjét is.

¹² Lévai Richárd (2010): Közösségi oldalak látogatottsága. 2010. január 29. <http://itmegoldasok.hu/blog/arhivum/206-Koezoessegi-oldalak-latogatottsaga.html> (utolsó letöltés: Utolsó letöltés: 2012-12-27)

fejlesztéseken dolgozni, hiszen a munkálatokba fektetett energia és idő többszörösen megtérül. A felhasználók teljes joggal úgy érezhetik, a Facebook megszolgálja a beléje fektetett bizalmukat – és persze adataikat –, ráadásul az egyes fejlesztések azonnali tesztelése, valamint az újdonság ereje sem mellékes, nem is beszélve a sokszor hangoztatott egyéni projektek közösségi oldalon való beindítására, mely gyümölcsöző kapcsolatot jelenthet mind a Facebooknak, de legfőképpen a felhasználónak.

2.4. Addiktológia

Az élet szinte minden területén találkozunk valamilyen függőséggel, ami lehet akár társas-, viselkedésbeli-, játék-, vagy valamilyen kemikália által kiváltott. Komoly problémáról azonban csak akkor beszélhetünk, ha a dependencia negatív irányba mozdul. Talán függőségünk nem is tudatosul bennünk először, hanem környezetünk veszi észre a változást. Van azonban, hogy tudatában vagyunk szenvedélybetegségünknek, azonban nem akarunk változtatni. A szenvedélybetegségek nagyobb csoportjába tartozik a túlzásba vitt internetezés is. De vajon létezik –e „közösségi oldalfüggőség”? Sajnos, a gyakorlat azt mutatja, hogy igen! Naponta ugyanis több órát képesek vagyunk egy ilyen oldalon – ami jelen esetben a Facebook – eltölteni.¹³

A függőséggel kapcsolatos kérdésre kapott válaszok közül néhány jellegzetest választ mutatok be, amely jól illusztrálja a függőséggel kapcsolatos véleményeket. Nem nevezte az interjúalany függőségnek ezt a típusú megnyilvánulást, de a megfogalmazás, ahogy körülírta ezt, szerinte is valami rendellenességre utal: *„Szerintem az, aki felpakolja az életének minden egyes mozzanatát az üzenőfalra vagy tanóra közben is telefonról bejelentkezik, na annál gondok vannak!”* Egy másik interjúalany már bátrabban nyilvánított véleményét: *„Vannak Facebook 'függő' barátaim, legalábbis, akiket én annak gondolok. Én nem tartom magamat annak, mert a személyes baráti kapcsolatokat mindenképpen előtérbe helyezem a virtuálisoknál. De vannak olyan ismerőseim, akik, amikor belépek, szinte állandóan fent vannak az oldalon. Egyszer mesélték az ismerőseik, hogy a Facebook elé ülnek és este, lefekvés előtt is órákig a gép előtt töltik az idejüket.”* A függőségre, mint problémára utal egy másik idézet is: *„Természetesen, látom az üzenő falon, hogy korán reggel fent van, és már megosztja a reggelije képét, azt, hogy mit csinál munkában, haza érve, esetleg az időjárását,*

¹³ Az internetes tartalmak iránti függőségről Patricia Wallace ír bővebben *Az internet pszichológiája* című könyvében.

és még a jóéjszakát kívánságát. Nem értem, ezt a folytonos magamutogatást. Mintha sztárok lennének, akiknek mindent meg kell osztaniuk a rajongóikkal.”

Nem kell messzire mennünk és találunk olyan embereket, akik szinte a megszállottjai a közösségi oldalon való folyamatos „interaktivitásnak”, ezzel elmenve egy rossz irányba. Arról azonban, hogy mi számít valódi interaktivitásnak, mi az, ami még ide sorolható, és mi kerül a „kórósnek” nevezhető kategóriába, már eltérő a vélekedés. Ahogy azt a fenti példából is láthattuk, van, aki tévesen értelmezi a fogalmat. Ugyanakkor egyes, valóban kirívónak mondható példánál, már megjelenik az ismerősök rosszallása, akik emellett – jó esetben –, látják a problémát is. Mindezekből jól látszik, hogy a „közösségi függőségnek” több összetevője is van. Ami még érdekesebb, hogy a felhasználók többnyire tisztában vannak azzal, ha napi több órát lógnak a Facebookon, netalán megszállottan olvasgatják mások posztjait, kommentjeit, „nézegetik” az illető életét (ami nem feltétlenül áll kapcsolatban a valósággal), vagy egyfajta megmagyarázhatatlan késztetést éreznek a bejelentkezésre akkor függők! Ami még érdekesebb, hogy ez nem nagyon érdekli őket! Miért kell hát ez a „második élet”?

Kijelenthetjük, hogy általában a függőségek hátterében valamilyen hiány áll, még rosszabb esetben valakinek a hiánya áll. Napjainkban egyre többször hallani olyan esetekről, amikor valaki azért adja át magát a depressziónak és merül alá a kétségbeesésbe, mert nincs mögötte biztos szülői, baráti vagy párkapcsolati háttér, esetleg ezek közül valamelyiket elvesztette. Ami közös az ilyen esetekben, az ezen kapcsolatok felbomlásának mikéntje. Mivel egy hirtelen, drasztikus változás, a kapcsolat megromlása az általános jellemző. A gyors és kéznél lévő, (sőt mi több ingyenes) megoldása a tátongó lyuk befoltozására, pedig csakis egy a portálon demonstrálandó tökéletes élet lehet! Ez az a pont, ahol a felhasználó átbillen a másik oldalra és életét a közösségi portálon csüngve tölti. De hiába annyi új „barát”, ha egyszerűen nem találjuk a helyünket, az értéket ezekben a kapcsolatokban. Ez a szükséglet pedig a (még meglévő) valódi kapcsolatok rovására megy. Manapság sajnos elmondható, hogy a Facebook felhasználók többsége sokkal több időt tölt el online *barátaival*, mint az igaziakkal. Mit tehetünk hát ebben az esetben? Beérhetjük egy majdnem ugyanolyannal, egy valamivel rosszabbal? Hiszen kommunikálunk és ez jó, nem? Persze, csak nem mindegy, hogy a visszajelzéseknek van-e igazságtartalmuk vagy bírnak-e valamilyen ázsióval! Kiss Anita és Pikó Bettina az elidegenedett én és a modern fogyasztói társadalom viszonyát a kommunikáció szempontjából így ragadja meg: *„Kétségtelen, hogy ez az új típusú kommunikáció igencsak egyoldalú viszonyrendszer, ha figyelembe vesszük, hogy legtöbbször ugyanazok a sémák találhatók meg az információ kommunikációs eszközeiben. A személyes*

kapcsolatokkal szemben óriási a hátrányuk, ugyanis bármennyire úgy tetszik is, hogy sokat tudhatunk meg az új „partnerek”-től, az információ valójában „készen kapott”, s ennek következtében nem fejleszti önünket és személyiségünket.” (Kiss-Pikó, én.)

3.HA EGYSZER EGY ÜZLET BEINDUL...

Ez a fejezet arra próbál választ találni, miért pont a Facebook, és miért nem a többi közösségi oldal egyike az, amelyik a többi fölé emelkedik. Talán, ha az Internet kezdeti dinamikája megengedi, egy másik oldal lenne most a csúcstartó? Vagy nem is a technológiában rejlik a titok, hanem „a” Facebookon létrejövő kapcsolatok száma egyszerűen magasabb értékkel bír, mint például a MyVipen lévő ismerősinké? Miért van az, hogy nem is gondolkodunk, mielőtt egy ismeretlent visszaigazolnánk, csak egyszerűen visszajelöljük, mert Ő is Facebook tag? A következőkben ezekre a kérdésekre próbálok választ találni.

3.1. Facebook kontra közösségi oldalak

Az előző fejezetben röviden bemutatam a Facebook múltját, a sikerhez vezető út kezdetét. A korábbi történeti áttekintés után ebben a fejezetben arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen okai voltak és vannak annak, hogy a Facebook képes volt maga mögé utasítani a versenytársakat és hosszú ideje tartja is az első helyét. A sikeresesség mércéjét az oldalak esetében mérvadónak számító szempontok alapján vizsgálom. Ezek a szempontok a következők: az elérhetőség, valamint szorosan mögötte a jelenlét, hiszen minél több eszközön és felületen keresztül elérhető az oldal, a felhasználás annál hatékonyabb lesz. Valamint nem lehet elmenni az újabban egyre nagyobb teret hódító marketing¹⁴ mellett sem. De a legfontosabb jellemző, ami igazán elnyeri a felhasználók tetszését, azok az alkalmazások.

Az első és talán a felhasználás szempontjából legfontosabb kritérium az *elérhetőség*. Amit a Facebook csapatánál igyekeznek is minél jobban előtérbe helyezni és kiaknázni. A többi említést érdemlő oldal mellett, itt nemcsak egy internetkapcsolattal bíró home computerről lehet bejelentkezni, hanem a céggel kapcsolatban álló telefontársaságok legújabb készülékeiken (okostelefon, Androidos készülékek, iPhone) már egy speciális applikáció segítségével akár bárhol elérhetőek leszünk. Azaz megvalósul a máshol csak áhított folytonos kapcsolat. Ez a lehetőség pedig azok számára igazán vonzó, akik egyszerűen nem bírják ki anélkül, hogy 1-2 óránként rá ne pillantsanak ismerőseik falára.

¹⁴ Lásd még: Rézműves László és Szy György (2011) *Facebook dióhéjban* című könyve, mely az oldal használatáról ad kimerítő leírást. A *Facebook műhelytitkok – marketing a közösségi hálón* (Pankász – Nádasdy, 2011) című könyv, szintén egy az oldal teljes körű kiaknázásáról szóló könyv. Azonban a fent említett művel ellentétben ez, - ahogy a címében is áll -, inkább a marketingre helyezi a hangsúlyt. Vagyis megtudhatjuk, hogyan adjuk el önmagunkat és esetleges kezdő vállalkozásunkat, termékeinket.

A második ilyen kritérium a *jelenlét*. Nem, nem a miénk, hanem az oldalé. Nem kell messzire mennünk, webes oldalak, televíziós műsorok és reklámok, több ezer termék (a mindennapi használati cikkektől, a könyvekig), szinte mindenütt elhangzanak vagy, olvashatóak azok a mondatok, amelyeket már kívülről tudunk: „Keress a Facebookon!”, „Kövess minket a Facebookon!” , „Lájkolj a Facebookon!”. Ugyan fontos a megerősítés és a bevésődés, ha magunkat vagy termékeinket népszerűsíteni akarjuk, de itt inkább egy szimbiózis roppant ötletes kihasználásával találkozunk. Manapság nem csak egy újabb divathóbortról beszélünk a közösségi site-ok történetében. Nem, Facebook tagnak lenni egyenesen *menő*, sőt, ha nem vagyunk rajta azzal csak értetlenkedő pillantásokat zsebelhetünk be, az pedig nem jó! Kijelenthetjük: tagnak lenni annyit tesz, mint presztízzsel bírni! Az pedig nem akármilyen! Aki „fontos” (legyen az a média része vagy civil) az márpedig felhasználó és pont!

Szorosan a második ponthoz kapcsolódik az oldalon folytatható *marketing*. Mi is ennek a marketingnek a lényege? Weber így ír erről: „A közösségi hálón folytatott márkaépítés úgy zajlik, hogy párbeszédet folytatunk a vevővel. Minél élénkebb ez a párbeszéd, annál erősebb a márka, minél lanyhább a párbeszéd, annál gyengébb a márka. Nem nehéz példát találni olyan nagyszerű márkákra, amelyek elveszítették ezt a fajta kapcsolatot a vevőikkel: a Sony, a Disney, a Coca-Cola és a McDonald's. Még ennél is rosszabbul sült el a Wal-Mart félresikerült kísérlete a blogvilág megnyerésére.”(Weber, 2007, 29)

A következő ilyen nagy csomópont, az *alkalmazások*, melyeknek se szeri, se száma. Szinte minden felhasználó igényeit kielégíti, mivel ezeknek csűrésére-csavarására végtelen lehetőség kínálkozik. Azonban alkalmazás és fejlesztés között nagyon vékony a határ.¹⁵ Az alkalmazások közé – a teljesség igénye nélkül –, olyan kategóriák sorolhatóak, mint a zene, fényképek és videók, szórakozás, vagy a játékok. De a saját ízlésünk mellett, többnyire olyan alkalmazásokat is használunk, melyek a közösség szemében szintén népszerűek lehetnek.

Ezen elemek összevegyítéséből egy olyan kombinációt kapunk, mely egyszerűen ellenállhatatlanná teszi szemünkben a site-ot! Erőssége, hogy olyan hiányt tölt be, amelyet más közösségi portálok nem tudtak még kiaknázni. Hogy mi is ez? Ötvözi a kikapcsolódást az informálódással, valamint lehetőséget teremt egy saját üzlet pályára állítására is, mindezt a folyamatos kommunikáció és hozzáférhetőség lehetőségével.

¹⁵ Utóbbi részletesen, a *Fejlesztések* című fejezetben tárgyalom.

3.2. Az a rengeteg ismerős

A Facebook sikere mellett, hogy szinte mindenütt megjelenik és elérhető, a felhasználók számában rejlik, akik nélkül ez a technológia nem működne. Világszerte annyira népszerű, hogy minden nyolcadik ember rendelkezik facebookos profillal, valamint elérte az 1 milliárd felhasználót is, ami annak idején Zuckerberg célja volt. Ez a hatalmas létszám pedig egyre csak nő, így a fent lévő ismerősök megtalálása is pofonegyszerű. *„...Kapcsolati hálókra azért van szükségünk, mert segítségükkel el tudjuk érni azt, amire egyedül nem lennénk képesek.”* (Christakis – Fowler, 2009, 47) Valószínűleg ez lehet az oka annak, hogy a lehető legtöbb ismerőst meg szeretnénk találni ezeken az oldalakon, azonban ahogy azt a későbbiekben látni is fogjuk, van, hogy túlzásba esünk és ismeretségi kapacitásunkat jócskán túllépjük.

De kik az ismerősink, barátaink? Először is tisztáznunk kell magunkban a kérdést, valamint, hogy kiket melyik kategóriába sorolunk. A fogalom-meghatározáshoz ismét a Kommunikációtudományi Enciklopédiát hívtam segítségül: *„Az egyén által önként választott azonos vagy ellentétes nemű személy, akivel mély, érzelmi alapokon nyugvó, a sexualitást legtöbbször nélkülöző, általában hosszú ideig tartó, érdekektől mentesen szerveződő, az őszinteségen és a feltétel nélküli szereteten alapuló kapcsolat alakul ki.”* Írja Jankovich Krisztina a Kommunikációs Nyitott Enciklopédián, de azért kapunk egy definíciót a magyar Értelmező Kéziszótár alapján is: *„barát: fn 1. Az a személy, kül. férfi (gyermek, ifjú), akit (kölcsonös) bizalom, ragaszkodás és szeretet köt hozzánk. 2. Vki(k) iránt jóakarató, segítő szándékú személy v. közösség.”*¹⁶

Ha mindez megvan, akkor szembesülhetünk azzal, hogy talán nem is mindenkit ismerünk, valójában nem is mindenki a barátunk, akiket annak tartunk, és akiket mégis, ezen szekció alatt a Facebook profilunk számon tart. Ezért megdöbbenő az számomra, amikor azt látom, hogy valaki például 546 ismerőssel büszkélkedhet. Amikor ezt felvettem a hasonlóan sok ismerőssel büszkélkedő unokahúgomnak, ő nem tartotta különösnek. Azt mondta, az alapján jelöl be valakit ismerősnek, ha valóban ismeri, ismeretlenül senkit sem jelöl be, és nem tudja, mi számít soknak. Noha a burkolt kérdés szemmel láthatóan zavarba hozta.

Egyáltalán lehetséges ennyi embert valójában megismerni, emlékeket vagy egy beszélgetést kötni hozzájuk? Vagy mindez csupán illúzió? Kutatásokkal támasztották alá, hogy képtelenek vagyunk több száz embert ismerni, számon tartani: *„...az emberek néha azt állítják, hogy online kapcsolati hálókban több száz barátjuk van. Bár az emberi agy úgy van*

¹⁶ Elérhető az Interneten: <http://ktnye.communicatio.hu/index.php?title=Bar%C3%A1t>, Utolsó Letöltés: 2012-12-30

felépítve, hogy képes legyen nagy társas hálózatok kezelésére, barátkozási kapacitásunk valójában nem korlátlan. A „társadalmi agy” hipotézisének egyik kimagasló képviselője, Robin Dunbar azt állítja..., hogy a társas csoportok várható mérete az emberek körében – tekintetbe véve nagyobb agyunkat – 150 fő körül adódik (Christakis – Fowler, 2009, 273-274). Ez azonban láthatólag nem zavarja a felhasználókat (vagy esetleg nincsenek is ezen információ tudatában. Nem egy felhasználónál fordul elő ugyanis, hogy az ismerősök száma több százra duzzadt a közösségi oldalán, maga a Facebook pedig 5000 helyet kínál fel.

A téma kapcsán ismét egy újabb problémával találkozunk: mi is az a közösség? Egyáltalán mekkora egy közösség? Vagy egy csoport meddig közösség? Ki tartozik a közösségbe? Minden bejelölt személy beletartozik? Ez egy komplex probléma, hiszen egy közösség okkal jön létre, ahogy az pedig a nevében is benne van, tagjait közös cél vezérli. „A közösség egyfajta egybetartozást jelent. Többféleképpen is meghatározhatjuk a közösség fogalmát, attól függően, hogy mi az, ami ezt az egybetartozást biztosítja. Egy közösség szerveződhet területi meghatározottság, természeti adottságok és bizonyos tulajdonságok alapján, de különböző társadalmi szokások és érdekek, illetőleg kulturális jegyek alapján is. Természetesen ezek a közösségképző erők nem zárják ki egymást, hanem egymást erősítve vagy éppen gátolva működnek közre a közösségek kialakításában.” (Pete, 2010) Ezen állítást szem előtt tartva, levonhatjuk azt a következtetést, hogy napjainkban, még ha közvetetten, virtuálisan, de akár több közösségnek a tagja lehetünk, annak ellenére, hogy igazán egyiknek sem vagyunk tagjai. Gondoljunk csak a fent említett 546 ismerősre.

A másik nagyon problémás eset az, amikor egy ismeretlen ismerősének jelöl, vagy mi jelölünk be egy addig ismeretlent annak. Csak keveseknek fordul meg a fejében az, hogy esetleg az illető profilja kitalált. Ezt a feltevést tesztelte Gayer Zoltán is, amikor szakdolgozójával Balog Barabás Tiborral a közösségi médiumok felhasználóinak adattudatosságát vizsgálta. Kutatásuk alapjaként létrehoztak 4 különböző Facebook profilt, 4 teljesen eltérő személyiséggel. „Zsolt” profilja egy átlagos képből és átlagos tulajdonságokból állt. „Nóra” egy szőke szépség, „Csaba” egy nyereséjyátékot ígérő fiú, míg „Ákos” egy fénykép és információ nélküli átlagembert hivatott demonstrálni. A kutatás során megvizsgálták, azt, hogy a felhasználók mi alapján teszik láthatóvá adataikat. Milyen szoros kötelék és háttér információ kell, vagy éppen nem kell egy be/visszajelöléshez, hogy egy ismeretlen elhalássza adatainkat. Valamint egy-egy profil alapján hogyan lehet következtetni személyiségünkre. Az eredmények megdöbbentőek lettek. Ugyanis a felhasználók még mindig naivan állnak hozzá a közösségi oldalakhoz. Többségük az ismerősök számának növelése érdekében, vagy egy megnyerő fényképpel ellátott profil láttán is – legyen az akár

kitalált –, képes volt kapcsolatba lépni valakivel, adataik biztonsága csak másodlagos kérdés marad (Gayer – Barabás, 2011).

Valamint a fentiekben leírtak alapján érthetetlen (legalábbis szociológiai értelemben véve), amikor úgy gyarapodik ismerőseink száma, hogy a „legújabbat” egy röpké találkozás után jelöljük be. Tény, hogy ha valakit igazán meg akarunk találni, akkor azt már 6 lépésen keresztül elérhetjük (barátunk, az ő barátja – ami már két személy és így tovább). De mi lehet ennek hátterében? Vajon egyfajta „büszkeséggel” tölt el bennünket a tudat, hogy az ismerősök száma szekció egy újabb taggal bővült, amikor ismerőseink közé egy általunk kevésbé, vagy egyáltalán nem ismert embert sorolhatunk? A válasz – úgy tűnik –, egyértelmű igen!

4. A TÜKÖR ELŐTT

Ahogy korábban már írtam, a média nagy hatással van mindennapjainkra. Ezt a kijelentést korábban a kapcsolattartás – kapcsolatok szempontjából használtam, de a téma szempontjából érdekes megnézni a média-és az én kapcsolatát is. Ehhez Jostein Gripsrud *Identitás: A média és önmagunk megértése* című szövegét hívtam segítségül. A szerző a szocializáció és az identitás fogalmán keresztül mutatja be azt, hogy a társadalmat behálózó technológiának köszönhetően az egyes kultúrákban a kapcsolat teremtés e két alappillére miként változott, hogyan hatottak rájuk a médiából érkező – többnyire téves - elvárások. Míg vannak egyes családok, ahol előbbi sajnos a televízió előtt történik, utóbbi pedig szintén sajnálatos módon a virtuális világban a számítógép előtt a Facebookon folytatódik. Gripsrud azt mondja, identitásunk, mely több alkotóelemből tevődik össze, manapság legnagyobb részt a média terméke. Ugyan ez a helyzet akkor is, amikor egy közösségi profilt hozunk létre. Saját adataink megadása mellett feltüntetjük hobbijainkat, megadjuk kedvenc együttesünk nevét, filmjeink címét vagy népszerűsítjük, megosztjuk azt a blogot, és tv műsort, amit szeretünk. Mindezek, melyek azért valljuk be egyfajta népszerűséggel és a környezet általi elismeréssel kell, hogy bírjanak ahhoz, hogy kedvenceinkként reprezentáljuk őket. Vagyis elérhetjük velük azt, hogy mások – akár ismeretlenek -, szemében a mi „ázsiónk” is növekedjen, amolyan facebookos sztársághoz juttatva bennünket.¹⁷

4.1. „Én” az oldalon

Amikor regisztrálunk egy közösségi oldalra, természetesnek vesszük, hogy a kötelező személyes adatok megadása mellett, a lehető legjobban saját képünkre formáljuk profilunkat. Ugyan eltérő, hogy ki és mit oszt meg önmagáról, vagy, hogy milyen aktív, az azonban többnyire megegyezik, hogy mindenki, a lehető legjobb képet szeretné kialakítani magáról. Az emberekkel előfordul ilyenkor, hogy hajlamosak túlzásokba esni nagy hangsúlyt fektetve virtuális énjükre. Patricia Wallace az *Internet pszichológiája* című könyvében David Elkind fejlődépszichológus munkásságát hozza fel példának. Elkind a serdülőkori énközpontúság vizsgálata során a következőket figyelte meg: „A fiatalok gyakran elmerülnek énképük vizsgálatában, s tévesen azt feltételezik, hogy mások is velük tartanak ebben. Elkind szerint az egocentrizmus egyik jellegzetessége, hogy túlzottan figyel képzeletbeli közönségére. Ebben az életszakaszban sokan hajlamosak túlbecsülni azt, hogy mások mennyire figyelik és értékelik

¹⁷ Jostein Gripsrud (2007) Médiakultúra, médiatársadalom című könyvében, a média és önmagunk megértéséről ír részletesebben, taglalva a szocializáció és identitás kapcsolatát.

őket, s így túlzott jelentőséget tulajdonítanak annak, milyen benyomást keltenek.”(Wallace, 1999, 54-55) Maga Wallace pedig azt írja: *„Az online személyiség azonban egyre nagyobb szerepet játszik az első benyomás kialakulásában, mivel sokan e-maileket, webhelyeket, vitaforumokat használnak a kapcsolat felvételére, s a telefon, a levelek, a személyes találkozók kevésbé számítanak.”*(Wallace, 1999, 29) Nincs ez másként a közösségi oldalaknál sem, kis túlzással kijelenthető: a társas kapcsolatok egyes formái ezekre az oldalakra korlátozódnak. Érdekes azonban, hogy ha már pedig perifériára szűkültek, akkor is úgy érezzük, kell ezen kapcsolatoktól a visszajelzés. Az éppen aktuális kép, vagy valamilyen „magvas” idézet megosztása egyszerűen kommentekért kiált! Na de mi van, ha a kutyát sem érdekli, a kedvenc zenénk, esetleg egy általunk lájkolt (aznap a legtöbbet megosztott) hír? Mi lesz, ha bármit teszünk, a portálon, mintha egyetlen ismerősünket, barátunkat, osztálytársunkat sem hatná meg örült igyekezetünk a nem titkolt népszerűség/kedveltség felé? *„Mindannyiunknak van önmagunkról kialakult képünk, s megpróbálunk környezetünkben olyan visszajelzéseket keresni, amelyekkel énképünket tovább erősíthetjük. A mai kor emberének identitása azonban törékeny, az önértékelésbe számos hiba csúszhat.[...]Az információtömeghez forduló elszigetelődő ének magyarázatot keresnek az őket körülvevő világra és önmagukra is, hiszen az individuumok fontos célja, hogy megvalósítsák önmagukat.”* (Kiss-Pikó, im) A médiumok fejlődésével párhuzamosan identitásunk megítélése és az énképünk is megváltozott. A média nyújtotta reprezentációknak köszönhetően, melyek korántsem bírnak a teljes reprezentáció lehetőségével, önértékelésünk eltorzult. Olyan ideálokat próbálunk követni, melyek nem birtokolják a média által felépített kép teljes részét vagy a valóságban nem is léteznek. Legbelül persze tudjuk, hogy nincs olyan, aki minden téren tökéletes lenne, de a fejlett technológiáknak és közösségi oldal támasztotta lehetőségeknek köszönhetően ezekhez a bálványokhoz hasonlóan a legtöbben mégis olyanok akarunk lenni, akik kifelé az eszmény megtestesítői.¹⁸

4.2. Emlék vagy „Facebookfotó”

Manapság nagy divatnak örvend mindenféle képet kitenni magunkról, a velünk történt eseményekről, nagy(nak gondolt) dolgokról. Az, már más kérdés hogy ismerőseinket érdekli-e a mi „eseménydús” életünk, vagy a képeinkkel elárasztott üzenő fallal tele a hócipőjük.

¹⁸ A már-már isteni fényben tetszelgő, a semmiből előtűnő, ám hatalmas népszerűségnek örvendő sztárokról, valamint a napjainkban olyannyira jellemző celebkultusról ír bővebben Povedák István is. (vö: Povedák, 2011)

Amikor erről megkérdeztem az egyik ismerősömet, ő azt mondta, azért viszi mindenhová magával a fényképezőgépét, hogy ha történik valami, akkor azt megörökíthesse, és mint emléket megőrizhesse. „A fotó feltöltési funkció leginkább a középiskolai és főiskolai tanulók körében terjedt el igazán, akik mindenhova fényképezőgéppel, illetve kamerás telefonokkal járnak.” (Pankász – Nádasdy, 2011, 30) Végül megemlítettem neki, hogy ez a már – már precíz dokumentáció a külső megfigyelő, szemlélő számára magamutogatásnak, dicsekvésnek, hovatovább ostobaságnak hathat, ő mégis azt mondta, nem érdekli ki, mit gondol, a már említett „emlék” a lényeg. De miért jó, ha életünk minden egyes pillanatát rögzítjük?

Nos, a vélemények mindenképpen megoszlanak, arról hogy az egyes képek mire hivatottak, ám amikor az utóéletük kerül képbe/szóba, csak kínos csend és vállrángatás a válasz. Pedig az úgynevezett közösségi – pózolás fotók – igen nagy számban kötnek ki különböző kétes hírű vagy humorosnak szánt oldalon, ahol aztán a kedves modellen elverik a port, vagy ami még rosszabb, visszaélnék a felhasználó által megosztott fényképpel. Az utóbbi időben pedig a sajtó sokszor visszhangzott a visszaélésektől, kalózképektől.

Sajnos az ilyen sorsra jutott képek gazdái van, hogy drasztikus döntésre szánják el magukat. Nem egy végzetes esemény történt már a közösségi oldalak történelmében, melyeknek háttérében a feltöltött fotók által kiváltott indulatok drasztikus válasza találtak. Ugyanis az oldalra szánt képek nem mindig aratnak osztatlan sikereket. Kiragadván pedig az adott kontextusból, teljesen más fényben tüntethetnek fel bennünket! Az ismerőseik, osztálytársaik által gúny tárgyává vált tinédzserek pedig nem mindig képesek kezelni társaik gonoszkodását. Egyre többször hallani olyan fiatalokról, akik önkezűleg vetettek véget életüknek, mert a kezdeti szurkálódásokból, zaklatás lett, helyzetüket pedig kilátástalannak érezték.

Talán ez efféle történetek közül is a legújabb Amanda Todd kálváriája. A 15 éves lánnyal a fent említett „forgatókönyv” szinte minden eleme megtörtént. Az ő esetében azonban annyi a különbség, hogy a korabeli lányokkal ellentétben nem egy saját maga által készített, és a közösségi oldalra szánt/posztolt kép váltott ki gyűlölködő reakciókat ismerőseiből, hanem egy korábbi chatelés során készült kép került idegen kezekbe. A lány az eset során teljesen egyedül maradt, állítólagos barátai is elmaradoztak mellőle. Ekkor készített egy segélykérő videót, melyet a Youtube-ra töltött fel, hasztalan. Majd pár nap múlva öngyilkosságot követett el.¹⁹ Azonban nem Amandáé az egyetlen ilyen eset. Olivia Penpraze

¹⁹ Strarity, 2012, Olivia Penpraze és Amanda Todd csak két áldozat a sok közül. Elérhető az Interneten: <http://starity.hu/magazin/32431-olivia-penpraze-es-amanda-todd-csak-ket-aldozat-a-sok-kozul/#ixzz2FbnNxntG>

esete eltérő, mivel fiatal kora óta depresszióval küzdött. Problémáját és ezen, hosszú időszak alatt készült képeit, melyek dokumentálták betegségét azonban blog formájában osztotta meg. Mely a következmények alapján hatalmas hibának bizonyult! Ezután kezdődtek a zaklatások, az eredmény pedig már ismert. A két lánya tragédiája azonban nem egyedi.

A példákból jól látszik, hogy a közösségi oldalak kapcsolattartási funkciója mellett, akár az életben, úgy itt is megjelenik a kirekesztés, és a végtelen, naiv tinédzserek mások céltáblájává válhatnak. Érdekes, hogy a sokat hangoztatott kikapcsolódás, általunk ismert, olykor ismeretlen emberek profiljának bújása közben, feltűnik a valóságban is annyiszor megjelenő kíváncsiság, pletykálkodás. Vannak, akik úgy érzik, joguk van ahhoz, hogy betekintsenek mások életébe közben kritizálva azt, valójában pedig nem is sejtik, mi rejlik a történetek háttérben.

Itt kell megemlítenem a közösségre posztolt fotók azon csoportját, melyek később a hírekben landolnak, mintegy a riportok illusztrációjaként. Ezekre a képekre általában a következők a jellemzők: a műveken látható személy(ek) egy ismert nemzetközi jellel fejezik ki a világhoz, és a benne élőkhez való viszonyukat; esetleg fegyvert, vagy valamilyen a torok nedvesen tartásához szükséges italt szorongatnak; a háttér pedig sokszor teljesen értelmezhetetlen. Hogy a fent említett illusztráció mellett, miért ajánlott a híradók szerkesztőinek e képek igénybe vétele? Nos, ha a narrációk során kialakult képünk nem lenne elég, akkor támasztékkul hívhatjuk ezeket a (nem akarnék tipizálni) gengszter fotókat, melyeknek köszönhetően, már semmi kétségünk nem marad az egyes hírek igazságtartalma és a büntetendőség felől.

Aztán ott van az a kemény mag is, ahol a Facebookra feltöltött képek, nemcsak hogy kínosnak bizonyultak, hanem a későbbi munkavállalást is befolyásolták, esetleg az illető elbúcsúzatott jól fizető állásától, bónuszként pedig örök közröhej tárgyává vált. Ugyanis az évekkel korábban készült képek - melyek idő közben teljesen elfelejtődtek -, könnyedén fellelhetőek a neten. Gondoljunk csak bele, üssük be a Google keresőbe nevünket, ha pedig rendelkezünk facebookos profillal, az első találat bizony a (jó esetben) saját adatainkkal ellátott profil lesz.

Ilyenkor az ember önkéntelenül is eltűnődik azon, hogy az általunk szép emlékek tartott, az oldalon posztolt képek vajon milyen értelmezést váltanak ki az ismerősökből, barátokból és, hogy vajon van – e, olyan megrögzött felhasználó, aki a fent említett eseményekről értesülve, sem érez semmit? Egyáltalán érdemes az „emlékeinket” megosztani

a nagyérdeművel? Mikor tudatosul bennünk, hogy amit megosztunk, azt nem csak egy bizony zárt kör láthatja. Egy biztos, ha regisztrálunk egy közösségi oldalra, tisztában kell azzal lennünk, hogy kiszolgáltatjuk adatainkat, érzéseinket olyan embereknek is, akik nem feltétlenül a barátaink.

4.3.Oszd meg és uralkodj!

A szakirodalom a közösségi oldalak egyik fontos tulajdonságának, mozgatóerejének tartja az úgynevezett megosztásokat. Hiszen az oldalakon lehetőségünk van arra, hogy életünk szinte minden egyes síkját megosszuk a nagyérdeművel, ezzel elérve, hogy ismerőseink, barátaink és az ismeretlenek is egy igazán árnyalt képet kapjanak rólunk (vö Pankász-Nádasdy im). Talán az állhat mindennek a háttérben, hogy ezek a felhasználók igenis várnak valamilyen visszacsatolásra és van olyan is, akit még a negatív kritikák sem rettentenek el a kínosan pontos dokumentációtól. Azonban az is könnyedén lehet, hogy van, aki csak teljesen ki akarja használni a közösségi oldalak nyújtotta lehetőségeket, de a tendenciák azt mutatják, hogy ez az eshetőség a ritkább.

Ami az oldalon megosztott információkat illeti, a Facebookkal rendelkező interjúalanyaim hasonlóan vélekedtek. **Szerinted milyen egy jó Facebook profil? Mit tartasz túlzásnak? Te estél már túlzásba?** A profillal kapcsolatban az alábbi vélemények érkeztek: „Szerintem a jó Facebook profilra az ember minden lényeges információt kiír, de csak a lényegeseket, a túlzottan személyes és magáninformációkat nem. A jó profilon szerintem legyen kint, hogy az illető mivel foglalkozik, hol dolgozik vagy tanul. És ha párkapcsolatban él, azt is kiteheti, de szerintem az már egyénfüggő, de ha az ember szereti a párját, szívesen kiteszi, hogy vele van kapcsolatban. Ha a családtagjai is fent vannak, őket is kiteheti, mint rokonokat az adatlapjára. De túlzásnak tartom, amikor valaki, azért mert a barátnője nagyon jó barátnője, kiírják az adatlapjukra, hogy testvérek. És azt is, amikor valaki már szinte unalomból meg felvágásból naponta cseréli a profilképét, amin a tükör előtt fényképezkedik állandó jelleggel. Nem tudom, hogy estem-e már túlzásba, de az utóbbi időben elég sok buliképet tettem fel a barátnőmmel. Ha esetleg egy munkaadó ezt megnézi vagy egy tanár, esetleg komolytalannak is gondolhat vagy iszákosnak”. Egy másik vélemény rövidebben, de a valósággal való kapcsolatát firtatva összegez: „Egy jó profil viszonylag a valóságot mutatja. De nem mutasson mindent! Ne legyen trágár. Gondolok itt például a bemutatkozásra. Ami a

túlzásokat illeti volt olyan, hogy este pont buli előtt voltunk és webkamerás képekből feltöltöttem 4-et vagy 5-öt feleslegesen. Néha van bennem olyan, hogy végig gondolom és törölöm, az épp hogy felrakott képeket.” Egy másik interjúalany az ízlés felől határozza meg a profil lényegét: „Szerintem egy jó Facebook profil legyen ízléses. Nem kell 2000 fényképet feltölteni minden oda nem illő dologról és nem is kell megosztani minden oda nem illőt. Én ezt már túlzásnak tartom. Azért mindenkinek legyen egy egészséges önkritikája és ne posztoljon oda nem illő dolgokat. Szerintem nem estem túlzásba, legalábbis a saját kereteimet betartom. Tehát nincs sok kép, csak olyan van, ami nekem tesz, és mondhatni büszke vagyok rá. Csak akkor írok ki bármit, ha tényleg fontos.” De van, aki bizonytalan: „Mivel nem tartom fontosnak, ezért nem tudom, milyen a jó profil. Talán az, amit a Facebook társadalom nagy része jónak tart. Túlzás szerintem már az, ha valakinek több száz fényképe van, minden héten más a háttér képe van.”

Az interjúalanyaim véleménye is nagyon jól tükrözi azt az általános, a közösségi oldalak megosztó funkciójával kapcsolatos vélekedést, hogy nagyon sokan nem tudják, hogy hogyan is kell ezeket az oldalakat használni. Nem tudják, hogy később esetleg milyen problémáik lehetnek ebből. A kérdezettek közül voltak, akik egybehangzóan azt mondták, megesett már, hogy túlzásba estek a képeket illetően, ám úgy gondolják, megosztásaik között még sincs annyira negatívan kiemelkedő elem. Mégis, ha ennyire tisztában vagyunk egy-egy a közösségi oldallal kapcsolatos döntésünkkel, miért van az, hogy nem tudunk ellenállni a „kísértésnek” és bizalmas információkat, nem éppen a nagy nyilvánosságnak szánt képeinket megosztjuk?²⁰ Emlékeznek még, arra, amikor a bevezetőben azt mondtam, hogy a közösségi oldalak esetében már tudatosabb a médiában rejlő lehetőségek kiaknázása? Nos, ezen a ponton állításom megdőlni látszik, mindezek ellenére, nem mehetünk el a tény mellett, hogy nem egy kezdő vállalkozó a Facebookot használja fel üzlete beindítására, a köztudatba emelésre.²¹

Tehát jelen van egy kettősség, azonban hogy kit darál be teljesen a médium és válik kiszolgáltatottá, vagy ki az, aki megtart egy egészségesnek mondható határt és tudatos felhasználó marad, az természetesen mindig egyén függő! Egy biztos, valamilyen érzelmet, véleményt akarunk kiváltani és látni szeretnénk, hogy ezek az érzések vannak annyira erősek, hogy ismerőseinkben nyomot hagyjanak és kifejezésre juttassák facebookos

²⁰ A következő fejezetben - *Emlék vagy Facebook fotó?*-, részletesebben körül kívánom járni a képek készítése mögött rejlő szándékot, valamint a már posztolt képek utóéletéről szólok néhány szót.

²¹ Erről szól bővebben a *Fejlesztések* című fejezet.

tevékenységeinkkel kapcsolatos érzéseiket. Vajon meddig lehet ellenállni és mikor ragadnak el az érzelmek és a tetszeni vágyás?

De térjünk vissza egy pillanatra a motivációkra: mégis van olyan eset, hogy a magamutogatást és a vélemények kicsikarását legyőzi egy a közösség érdekét szolgáló ügy melletti felszólalás. „Új örület söpör végig a Facebookon. A mellrák elleni küzdelem újabb eszközeként több ezer nő osztotta meg státuszát a Facebookon olyan tételekkel, mint például a melltartója színe. Az új melltartó-mánia mozgalmat egy detroiti nő indította el, mellyel felhívja a figyelmet a betegségre.” (Benedek é.n) Ebben az esetben elmondhatjuk, hogy a háttérben nem öncélú pózolás állt, hanem egy figyelmeztetés, mely kihasználta a kor adta technikai lehetőségeket – sikerrel. A poszt a figyelem irányát valóban a problémára kívánta ráirányítani.

Interjúalanyaimat természetesen a saját profil részletességének előnyei és hátrányai mellett a konkrét megosztásokról is megkérdeztem. A válaszok itt is szinte teljességgel egybehangzóak voltak, a Facebook profillal rendelkezők azt mondták, hogy csakis akkor osztanak meg valamit, ha az érdekes, vicces, netán elgondolkodtató, de a válaszokból az tűnt ki, hogy ha valami igazán fontos, akkor azt személyesen tudatják ismerőseikkel (lásd részletesen: Mellékletek). Elmondható, hogy a megosztások mögötti háttérben más- más okok állnak. Láthattunk jó néhány példát arra, amikor a felhasználók csak központban akarnak maradni, de a kivitelezés mégis dugába dől, mert vagy nagyon extrém, vagy szánni való, esetleg kétségbeesett. Azonban virtualitás ellenére (és az ismeretlenek iránt feltételezett közömbösség ellenére) itt is megjelent a másokon való segítség szándéka. Akkor most mi is a helyzet? Nos, megosztani tudni kell!

4.4. Kövess, lájkolj, híres vagyok!

Igaz az, hogy az ember legjobban saját magáról szeret beszélni? Vajon mindezt megteheti egy olyan oldalon, ami a közösségről szól? Vagy ez csak egy olcsó fogás, önmagunk áltatására és nem a kapcsolattartás, hanem egy imázs kitalálása és annak felépítése áll a háttérben? Nos, amikor elhatároztam, hogy megírom ezt a fejezetet, kérdések tucatjai ötlöttek fel bennem. Hogy ezekre választ találjak, egy kis visszatekintéssel kell, hogy éljek.

Érdekes, hogy a közösségi portálok a kezdetekben a köré szerveződtek, hogy felleljük régen nem látott, más városba vagy országba költözött osztálytársainkat, barátainkat. Kicsit talán olyan érzetet keltve a felhasználókban, mint egy osztálytalálkozó, ahol elcsodálkozhatunk azon, hogy felnőve ki milyen szakmát választott, van e családja, azaz

„bejött” e neki az élet. Manapság már teljesen más elemek dominálnak, megváltozott az oldalak mögött álló motiváció, a kapcsolatok dinamikája. Nem kell egy bizonyos felső korhatárt betöltenünk ahhoz, hogy regisztráljuk, sőt a sokat emlegetett barátokkal is folyamatos kontaktban lehetünk. De mindezt már tudjuk.

Ami a sok változás mellett egy újabb hozadéka ezeknek az oldalaknak az a kötelezőnek érzett imázs megteremtése! Természetes, hogy van bennünk egy olyan vágy, mely arról szól, hogy egyfajta csodálattal, figyelemmel forduljanak felénk és elvárjuk, hogy szeretteink érdeklődése folyamatos legyen. Ezzel nincsen semmi gond, de mi van akkor, ha online, kevésbé ismert emberektől várjuk el ugyanazt, hogy pusztán egy profil alapján érdekesnek találjanak bennünket? Vannak, azonban akik mégis így gondolják. Nevezetesen, hogy „sztárokká” válhatnak, ha nap, mint nap, ha csak virtuálisan is, de megújulhatnak az által, ha egy érdekesnek vélt eseményt megosztanak, vagy éppen harmadjára változtatják meg profilképüket. És egyre többen lesznek...

Mit árul el ez rólunk? Ezek a motivációk mindig is bennünk voltak, csak nem tudtak igazán a felszínre törni a technikai eszközök hiánya miatt? Nos, a válasz határozott igen! A jelenség dokumentált, többek között Dan Sperber antropológus írt le hasonló tapasztalatokat, nevezetesen, amikor az emberi gondolatok víruszerű terjedését írta le. *„... minden olyan információ, amit az emberek közös környezetükbe beiktatnak, verseng a nyilvános és magán időért és térért – vagyis a figyelemért, a belső emlékezetért, az átadásért és a külső tárolásért. Számos tényező befolyásolja azt, hogy bizonyos információk sikeresek, széles körben elterjednek, és tartós elterjedtség jellemzi őket, stabilizálódnak a kultúrában. E tényezők egy része kulturális, más része ökológiai. A legtöbbjük viszonylag lokális, mások általánosak. Az információ megosztását befolyásoló legáltalánosabb pszichológiai tényező, hogy az információ összeegyeztethető-e és jól illeszkedik-e az emberi kognitív szerveződéssel.”* (Sperber, 2001, 193-194) Vagyis teljesen természetes a figyelem megszerzésének akarata. Esetünkben akkor van probléma, ha ez az akarat görcsös, megmagyarázhatatlan késztetéssé válik, a lánjak és a „rajongók” gyűjtése egyfajta skalpvadászatba csap át.

Igen, ez a helyzet az *átlagemberek* esetében. Azonban azt elismerhetjük, hogy a *világszerte* ismert embereknél egy kicsit már más a történet. Egyrészt, ők nem pusztán a saját jó hírük miatt kénytelenek többször átgondolni mit írnak le magukról, milyen képeket, videókat osszanak meg. Nem. Esetükben ugyanis, ha netán kompromittálják magukat, az nemcsak hogy az értük „rajongó”, őket követő emberek beléjük vetett bizalmát és hitét rengeti meg alapjaiban, hanem az értük rajongókat is kellemetlen helyzetbe hozhatja – esetleg nevetség tárgyává teheti -, saját ismerőseik előtt.

Mit tehet hát a közösség felé példával szolgáló *ikon*? Saját Facebook oldala gondozását profikra bízhatja, esetleg saját maga tartja karban profilját (ami azért még szimpatikusabb is, mintha mindezt mással intéztetné), vagy a rajongókat bevonva, tanácsaikat szemelőt tartva, mintegy interaktívan újulhat meg, lehet naprakész.²² Elmondhatjuk tehát, hogy igazán egy dolgot kell szem előtt tartanunk, ha Facebook oldalunkról van szó. Adataink megfelelő kezelése mellett a mértékletesség a fontos! Nevezetesen, ha már profi naprakész oldalt akarunk magunknak, ne essünk át a ló túloldalára. A Facebookon való „szemeteléssel” ugyanis „rajongókkal” bíró szimpatikus felhasználók helyett, csak önmagukat ismételő bohócok lehetünk.

²² Az érdeklődők a *hírességek* módszereiről bővebben a Pankász – Nádasdy féle Facebook műhelytitkok - marketing a közösségi hálón: „Akiknek a legjobban sikerült” című fejezetéből tudhatnak meg többet a Facebook oldal profi, ámde eltérő up to date karbantartásáról (Obamától a Túró Rudin keresztül).

5.FACEBOOK MINDENÜTT

Ebben a fejezetben azt szeretném érzékeltetni, hogy a Facebook tényleg mindenütt ott van. Azonban itt most nem a technikai lehetőségek szerint vizsgálódom. Két különböző jelenségen keresztül akarom bemutatni azt, hogy valóban, hathatósan átszövi mindennapjainkat. Először az eltűnt személyek a Facebook segítségével történő keresését mutatom be, aztán a felhasználók óvatlanságából kifolyó botrányokra térek ki. Utóbbi nagy egységben megjelenik, a már illegális kezekbe került fényképek sorsa, de a hangsúly, itt nem a fényképeken, hanem a felhasználók gondatlanságán van.

5.1., „1000 Lámpás Éjszakája”

A sok alkalmazás mellett, egyre népszerűbbek a különböző idézetek, vicces sketchek, video klippek, képek és még sorolhatnánk, hogy mi minden megosztása. Az egyik újabb és legfelkapottabb a share-k között is az eltűnt személyek fényképének közzététele. Maga az ötlet nem új keletű. Amikor meglátunk egy ilyen, – általában fiatalról – készült fotót, melyen a név, életkor áll, akaratlanul is Incze Zsuzsanna *Csellengők* című műsora jut(hat) eszünkbe. A műsor célja az otthonról elszökött vagy egyik napról a másikra eltűnt, esetleg az addigi életét hátrahagyni akaró emberekről szólt. A riportokból megtudhattunk némi információt a keresett ember személyiségéről, valamint az is kiderült, hogy szerető szülők, testvérek, valamint kétségbeesett szerelmesek várják vissza az otthonát rejtélyes körülmények között elhagyó csellengőket. Egy-egy ilyen személyről pedig a későbbi műsorok folyamán az is kiderült, hogy szabad akaratából vagy mások által kényszerítve kellett feladnia addigi életét.

Azonban ha a fiatalabb korosztálynak ez a műsor nem, de az „1000 Lámpás Éjszakája” – ra elkeresztelt mozgalom már ismerős(ebb) lehet. A kampány ötlete külföldről származik, ahol a tejes dobozokon eltűnt személyek képét és adatait tüntetik fel. „Az *„Ezer Lámpás Éjszakája” kampány és rendezvény egy társadalmi célú ügy. Olyan intézmények, hatóságok, cégek és magánszemélyek támogatták a program létrejöttét, akik fontosnak érezték, hogy felhívják a figyelmet az aggasztó jelenségre.*”²³ A módszer, hatásosnak bizonyult, hiszen az eltűnt gyerekek közül többen is épségben előkerültek, így az akció tovább folytatódik. Hogy mindez miért érdekes? Nos, a hogy azt már említettem, egy új (ha lehet így nevezni) kategória született a megosztások között, ami az eltűnt személyek felkutatását

²³ Ezerlampasejszakaja.hu 2011, Elérhető az Interneten: <http://www.ezerlampasejszakaja.hu/esemenyrol>. Utolsó letöltés: 2012-12-31

hivatott segíteni. A fent említett két példából kiindulva, egyre többen posztolnak eltűnt ismeretlenekről képeket, melyeket aztán a felhasználók ismerősei megoszthatnak, így növelve a megtalálás lehetőségét. Magyarországon a közösségi oldalak keretein belül, leginkább a Facebookon söpört végig ez a hullám, a később holtan talált pécsi pszichológusnő, Bándy Kata eltűnésének kapcsán. Mint az már ismert – hogy megtalálják az eltűnt nőt –, egy a keresést elősegítendő külön Facebook oldalt hoztak létre, ahová bárki írhatott, ha új értesülésekkel rendelkezett. Azonban, a hatalmas erőfeszítések ellenére a lány már csak holtan került elő. A keresést támogató Facebook oldal pedig megtelt a pszichológusnő családját együttérzésükről biztosító felhasználók üzeneteivel.²⁴ Mindez azért figyelemfelkeltő, mert az ilyen oldalakkal kapcsolatban azt feltételezzük, hogy csupán a szórakozás és az információszerzés szempontjából működik. Azonban a fenti esetekben az empátia és a segíteni akarás győzedelmeskedik a megosztások száma felett, az öncélú népszerűség növelés a háttérbe szorul és a tényleges kapcsolatok, emberi érzelmek, a kötődés kerül a középpontba.²⁵

5.2. Botrányok

Szinte törvényszerűnek tűnik, hogy ha egy vállalkozás beindul, és terjeszkedni kezd, a kezdeti ismeretlenségből pedig a reflektorfénybe lép elő, úgy sokasodnak körülötte a botrányok. Azonban egy idő után aztán újabb és újabb csontvázak kerülnek elő a szekrényből. Ha igazán szaftos storyt kellene a Facebookról mondani, mindenkinek kapásból az oldal alapötletének ellopásáról szóló „monda” jutna eszébe. Mint az ismeretes, a Winklewoss testvérek azzal vádolták meg Zuckerberget, hogy ahelyett, hogy segített volna nekik az általuk HarvardConnection.com névre elkeresztelt oldal fejlesztésében, egyszerűen fogta és sajátjaként tüntette fel az ötletet, melynek eredménye a Facebook. Az eset és a közösségi oldal sikere megihlette a filmeseket is. (Lásd: *Isteni szikra – a film* fejezet) Ez pedig csak szó szerint a kezdet volt, hiszen az oldal létrejötte után néhány nappal már kitört a botrány, majd per pert követett.

A Facebook körül mindig történik valami. Ha éppen nem plágiumért perelik Zuckerberget, akkor az oldal adathalászok elleni megbízhatósága van porondon. A

²⁴ Origo 2012, A Facebookon siratták Bándy Katát Elérhető az interneten: <http://www.origo.hu/itthon/20120711-a-facebookon-siratjak-az-elhunyt-pszichologust.html> Utolsó letöltés: 2012-12-22

²⁵ A problémával kapcsolatban lásd még: Barry Wellman – Milena Gulia A netszörfözők nem utaznak egyedül: virtuális közösségek, mint valódi közösségek című tanulmányát, ahol a szerzők azt a kérdést járják körül, hogy milyen segítséget nyújthat egy virtuális közösség (Wellman-Gulia, 1999).

hackereknek nem okoz gondot egy profil feltörése és az így megszerzett adatokkal való visszaélés. Talán mindenki tud példát hozni erre a környezetéből, esetleg a szerencsétlenebbekkel már történt is ilyesmi. Itt akár újra megemlíthetnénk a feltöltött, ámde újabban önálló életet élő fényképeket is és nem egy olyan eset van, mely a meghurcolások miatt tragédiába torkollott. De ugyanúgy megkérdőjelezhető az is, hogy egészen fiatal gyermekek is rendelkezhetnek saját Facebook profillal. Valamint, amellet sem lehet szó nélkül elmenni, hogy olykor a valamivel idősebbek is hajlamosak saját magukat kompromittálni egy-egy nem éppen a nagyérdeműre tartozó adattal, kijelentéssel vagy kommenttel. Mindez a különböző visszaélések mellett azért is hátrány, mert nem egyszer hallani, hogy egy állásinterjú után az állást felkínáló cég gyakorlatilag teljesen átvilágítja a munkára jelentkezőket, ez pedig nem jelent nehézséget, és amint azt láthatjuk, némi plusz információért sem kell a szomszédba menni.

A *Facebookos buktatók* című dokumentumfilm pontosan az ilyen eseteket gyűjti egy csokorba. A filmet nézve csak egyetlen dologra tudtam gondolni, nevezetesen arra, hogy: Hová tűnt az emberek veszélyérzete? Érdekes, hogy a hétköznapiak során az idegenekkel való ismerkedés szakaszaiban megtartunk egy egészséges távolságot. Hová tűnik mindez a site-on? Mi a helyzet azzal a német tinivel, aki csak a születésnapi bulijára akarta meghívni ismerőseit, ehelyett egy félrekattintással elérte azt, hogy boldog-boldogtalan hivatalos legyen az említett eseményre, mely aztán tömegoszlatásba torkollott. Mi van akkor, ha gondolatainkat osztjuk meg, ezzel elérve, hogy egy nagy ívű karrier menjen füstbe? Így történt ez azzal a fiatal katonával, aki Katalin és Vilmos herceg 2011-es esküvőjén részt vehetett volna a királyi konvoj védelmezésében, ezzel hatalmas kezdőlökést adva katonai pályájának. Történt ugyanis, hogy főhősünk Katalinról való véleményét – mely enyhén vitriolos volt, megosztotta a Facebook falán. A „felfuvalkodott libának” titulált menyasszonyt így már nem is kellett kísérnie az esküvői menet során. Azonban nemcsak a meggondolatlanul posztoló felhasználók járnak pórul.²⁶

Elmondható, hogy a felhasználók közül nem egy ember használja az oldalt párkeresésre. Mi a helyzet akkor, ha egy nagyapánk korabeli úr keres magának szexpartnert? Nos, az eredmény hatszoros kitiltás, több száz alakalmi partner, valamint egy „praktikus” tanácsokról szóló könyv a már említett úr elbeszélése alapján.²⁷ Vagy megemlíthetnénk azt a fiatal képviselőt is, aki intim testrészéről osztott meg egy fényképet. Nos, nem kellett tovább a politikai előmeneteléről szóló álmokat dédelgetnie – lemondott. „A Facebook veszélyes –

²⁶ A fent kiemelt példák mellett, még többet láthatnak *A Facebook belülről* című dokumentumfilmben.

²⁷ Clive Worth – A serial shagger's guide to internet dating – My 1001 lovers

mondta Barack Obama merikai elnök, és bizony igaza van. A Facebook tényleg veszélyes, és erről legkevésbé az üzemeltetői tehetnek. A hatalmas közösségi oldal, mely már 300 milliónál is több tagot számlál, olyan hatással van való életünkre, melyet pár éve senki sem feltételezett.” (Radics, 2009) Azt hiszem nem túlzás azt állítani, hogy nem tudunk még egy olyan közösségi oldalt említeni, amely ennyi bajba sodorta alapítóit vagy a felhasználóit.²⁸ Miután mindenütt ott van, így többször is meg kell gondolnunk azokat a lépéseket, melyek között akár egy profilfrissítés vagy egy ismerősünk által megosztott esemény kommentálása szerepel. Hogy miért? Talán mert a sok meggondolatlan kitárulkozás ahhoz vezet, hogy valaki visszaél adatainkkal, a nevünkben követ el bűncselekményt, vagy csak mert „szimplán” elveszíthetjük a mindaddig oly biztosnak tűnő, stabil pontokat életünkben.

²⁸ További kínos melléfogásokról szóló történetek a HVG oldalán. („Híres esetek: így tesz tönkre embereket a Facebook” Elérhető az Interneten: http://hvg.hu/Tudomany/20110425_facebook_hires_politika_botrany. Utolsó letöltés:2012-12-31)

6.ÖSSZEGZÉS

A tanulmány célkitűzése az volt, hogy bebizonyítsa, a Facebook a legnépszerűbb közösségi oldal, de mind e mellett választ is keresett ennek a népszerűségnek a lehetséges okaira. Bebizonyosodott többek között az is, hogy népszerűsége csak növeli társadalomformáló szerepét, és hogy olykor ez a szerep- magánéleti vagy munkahelyi problémákhoz, sőt megdöbbentő tragédiákhoz vezet. Ugyanakkor arra is rávilágított, hogy az oldalon a magukat mindenáron reprezentálni akaró felhasználók paradox módon ugyan, de csak egy kifordított, hamis képet tudnak magukról mutatni. Az oldalhoz való túlzott ragaszkodás, függőség mellett azonban megjelent több pozitívum is, melyekre példákat is láthattunk. Ide tartozik az eltűnt személyek keresésének segítése, és a jelenség által létrejött kollektív empátia, érzékenység mások eltűnése iránt.

„Az a tény, hogy össze vagyunk kötve, alapvetően megváltoztatja az ember létről alkotott felfogásunkat. Kapcsolati hálókra azért van szükségünk, mert segítségükkel el tudjuk érni azt, amire egyedül nem lennénk képesek.” (Christakis – Fowler, 2009, 47) Általában, ha egy médiumról beszélünk, mindig szóba kerül, a kapcsolatteremtés. Hiszen a technikai újdonságok beavatkoznak a mindennapjainkba, világunk rendjébe. A közösségi oldalaknál is felvetül a kérdés, összehoz vagy eltaszít bennünket a barátoktól, ismerősöktől? A médiumok eredendő célja, hogy az egymástól, akár földrészek által elválasztott embereket, informálja, szórakoztassa. Gondoljunk, csak egy postán feladott levélre vagy a helyi rádióra. *„Ám az új technológiák is [...] csupán a más emberekhez való kapcsolódás iránti ősi vágyunkat valósítják meg, bár nem a levegőben terjedő hanghullámok, hanem a kibertérben áramló elektronok közvetítésével.”*(Christakis – Fowler, 2009, 284) Itt sincs ez másként.

Azonban amíg felvesszük a kapcsolatot – jelen esetben bejelölnek minket, mi visszajelölünk és fordítva –, úgy el is határolódunk. Hiszen megszűnik a *közvetlen* kapcsolat, sőt mi több, nem is jön létre. Úgy érezzük, egyszerűbb egy üzenetet írni az oldalra, mint találkozni valakivel vagy felhívni az illetőt. Beszélgetni is „felesleges” – gondoljuk –, úgy is látjuk, nyomon követhetjük mások életét, elég csak az üzenőfalukat segítségül hívni. Az esetleg nem is jut eszünkbe, hogy nem csak szép és jó történik az (való) életben. Felvetül hát a kérdés: mennyire adhatunk az üzenőfalra kitett információkra? Egyáltalán hihetünk-e, egy rég nem látott osztálytárs vagy barát profilképének? Vagy mindez csak egy szépen berendezett kirakat? (Érdekes módon ezekre csak akkor tudhatjuk meg a választ, ha az általunk oly szívesen követett barátot nem csak a Facebookra redukáljuk.)²⁹

²⁹ Ezekről bővebben az „Én” az oldalon című fejezetben volt szó.

Mindenesetre, ami még szintén közös ezekben a platformokban – csakúgy, mint az újdonságok esetében –, az az, hogy a kezdeti ellenállást itt is felváltja az alkalmazás, a felhasználás. Sutba dobjuk addigi kétségeinket, mondván miért ne, hiszen más is így csinálja, ettől még nem távolodunk el egymástól. Egy biztos: az emberek közötti kommunikáció alapjaiban változik meg. A felhasználók is érzik ezt. Az említett filmben szereplő „interjúalanyok” szájából olyan kijelentések hangzanak el, mint a „könnyebb vele a kommunikáció, de felületesebb”. Erre a problémára hívja fel, a figyelmet Jan van Dijk: *A hálózati társadalom – Az új média társadalmi vonatkozásai* című tanulmányában: „*Annak, hogy egy bizonyos fajta kommunikációs infrastruktúra mellett döntünk és beépítjük ezt a társadalom és saját magunk életébe, sokkal súlyosabb – bár talán kevésbé látványos – következményei lehetnek. A változások nemcsak a természeti ökológiát érintik – azáltal, hogy az információ és a kommunikáció szállítása részben felváltja az emberek és javak szállítását –, hanem a társadalom „ökológiáját” is. Ez utóbbi alapján egyesek a magánéletükbe behatoló új média társadalmi „környezetszennyezéséről” beszélnek. Az ilyen megközelítések szerint az új média csökkenti, színteleníti vagy egyenesen elpusztítja a szemtől szembe folyó kommunikáció meglevő értékeit, és formálisabbá teszi az ezek háttéréül szolgáló személyes kapcsolatokat.*”(Dijk, 2007, 30-31)

Érdekes, hogy mind a „hétköznapi” emberek, mind a kutatók érzik ezt az ambivalenciát, sőt több helyen meg is fogalmazódik a probléma, miszerint kapcsolataink elsekélyesednek, mégis összességében mintha egyfajta belenyugvással vennénk tudomásul. Engedjék meg, hogy egy a közösségi oldalakra egy olyannyira jellemző jelenséget hozzak fel példának. Kicsit olyan ez, mint amikor egy számunkra (valamiért) kellemetlen ember jelöl be minket: tudomásul vesszük az eseményt, de teljesen hidegen hagy bennünket.

Mi lehet akkor hát a kézenfekvő megoldás? Íme, egy javaslat: „*A modernizáció a társadalmi-kulturális fejlődés fontos állomása. Az individualizmushoz hasonlóan a modernitás is az éntfejlődés nélkülözhetetlen lépcsőfoka. A személyiség egyik fontos jellemzője az énreguláció, vagyis az éntfejlődésre való képesség, az adaptáció. A kulturális alkalmazkodásban talán még nem jutottunk el odáig, hogy a modern kor pozitív fejlődésbeli távlatait helyezzük előtérbe, ne pedig negatív következményeit vegyük magunkra. Ha az emberek nem felejtik el, hogy társadalomba születtek bele, s a közösség, a társadalom lététől függ saját létezésük és boldogulásuk, akkor újra rátalálnak az egymás közötti szolidaritásra. Ugyanis csak a társadalmi tőke segítheti elő nemcsak a közösségek fejlődését, hanem az egyéni éntfejlődést is. Egyensúlyra kell tehát törekednünk az önfelfogadás és a mások felé*

*fordulás között. Visszatalálni önmagunkhoz embertársainkon át — mostanra ez létfontosságúvá vált.*³⁰ (Kiss-Pikó im)

Azonban magában a társadalomban úgynevezett gyenge kapcsolatokat is találunk. Ha belegondolunk, egyes laza összefüggések vezetnek el az olyannyira áhított erős kötelékekhez. Itt szeretném megemlíteni Csermely Péter könyvét, mely *A rejtett hálózatok ereje* címre hallgat. Hogy ez miért fontos? Nos, maga a cím is beszédes, sőt választ találhatunk arra, hogy milyen energiák lakoznak az egyes laza koherenciákban, és ezeket a hálókat mozgatva, hogyan használhatjuk ki (tudattalanul) az erőforrásokat. Csermely azt mondja, ezek az „erőtartalékok” nemhogy gyengítik, ellenkezőleg stabilizáló hatással vannak, az általunk olyannyira féltett társadalomra. *„A szeretet, a jóakarat, a diverzitás, a másság tolerálása ugyanakkor mind-mind informális, gyenge kapcsolatokat építenek. Gyenge kapcsolatok szükségesek ahhoz, hogy a társadalomban összetartás, szolidaritás és bizalom legyen. A gyenga kapcsolatok stabilizálják a társadalmat, a társadalom túlélőképességének igen fontos elemei, és részei a társadalmi tőkének. Végezetül: a globalizáció miatt egyetlen társadalom stabilitása sem a társadalom belügye. A földi társadalmak bármelyikének instabilitása közös ügyünk.”* (Csermely, 2005, 200)

Most akkor mi is a helyzet? Miért említettem Csermely elméletét? A válasz a következő: a hétköznapi, ha úgy tetszik, *valós* társadalmakban is találunk példát a széthúzásra, ám ez nem biztos, hogy minden esetben negatívumokkal párosul. De hát mi a közösségi oldalakkal foglalkozunk, nem? Valóban, ám ezek az oldalak – ahogy korábban már bemutattam, függőséghez vezethetnek és itt most nem az egymástól való függőségre gondolok, hanem az egymás mellőzése által kiváltottakra. Hiába teremthetünk velük kapcsolatot, ha az a kapcsolat az igazi kötelékeket is destabilizálja. Mindemellett mégis találunk pozitív példákat a széthúzásra, amelyek aztán összetartáshoz és együttérzéshez vezetnek.

Tanulmányom első fejezetében röviden áttekintettem, hogy hogyan alakult ki és lett nagyon rövid idő alatt hihetetlenül népszerű és sikeres az oldal. A média jelenségeinek tanulmányozása rámutat arra, hogy milyen gyorsan és alapjaiban változnak a médiumok, a különböző médiumokhoz kapcsolódó tartalmak. Valamint azt is, hogy milyen gyorsan alkalmazkodunk egy új médium létrejöttékor, hogyan alakítjuk hozzá a mindennapjainkat. Érdekes, hogy a korábbi médiumok és műfajok hasonlóan hatottak ránk egykor, mint

³⁰ Kiss Anita – Pikó Bettina: Az elidegenedett én a modern, fogyasztói társadalomban Elérhető az Interneten: <http://www.valosagonline.hu/index.php?oldal=cikk&cazon=157&lap=0> Utolsó letöltés:2012-12-18

manapság a közösségi oldalak.³¹ A médiumok folyamatosan változnak, jól megfigyelhető módon magukon viselik a technikai és társadalmi változásokat és fejlődést. Ugyanez figyelhető meg a közösségi oldalak, de legfőképpen a Facebookkal kapcsolatban is. Pontosan ezért nehéz bármit is megjósolni az oldal jövőjével és a felhasználók beléje vetett hitével kapcsolatban.

Ki tudja, talán a jelenlegi siker elegendő lesz arra, hogy a portál akár évekig megéljen belőle? De talán a valamikor jobb sorsra érdemes társait követve, eltűnik, átadva helyét egy valamivel többet magában hordozó fejlesztésnek. Utóbbi kijelentése egyszerűen elképzelhetetlennek tűnik, a jelenlegi népszerűség tükrében. Ha esetleg be is következne egy visszafordíthatatlan népszerűség csökkenés, az csak is nagyon lassan történne, tekintve a napi 24 órában való, a világ szinte minden egyes pontján hozzáférhető felhasználást. Esetleg egy Zuckerberg életében történő gyökeres változás vagy egy hatalmas botrány és ennek következményei válhatnak ki azonnali csődöt. Bár amint azt láttuk, a Facebook botrányokban jócskán bővelkedik, melyek a „születésétől” kezdve, egészen mostanáig elkísérték.

³¹ Itt a média társadalmi hatását elemző írások közül Antalóczy Tímea – Szomszédok közt – szappanoperák az ezredforduló Magyarországon című művére utalok csak. Kutatásában és elemzésében ugyanis egy fontos megállapítást tesz, miszerint az egyes médiumok – esetében a televízió, és közben létrejött médiaműfajok képesek rendszert adni a mindennapoknak, elérve hogy körülöttük az emberek közös élményként éljék meg a látottakat, ez által különböző rétegeket, csoportokat hozva össze. Valamint, már itt megjelenik a felhasználóból kiváltott reflexió (vö Antalóczy, 2006)

FELHASZNÁLT IRODALOM

Antalóczy Tímea – Füstös László 2006 *Szomszédok közt – szappanoperák az ezredforduló Magyarországon*, Antenna Könyvek, Budapest

Christakis, Nicholas A – Fowler, James H 2009 *Kapcsolatok hálójában: Mire képesek a közösségi hálózatok, és hogyan alakítják sorsunkat?* Typotex Kiadó, Budapest

Csermely Péter 2005 *A rejtett hálózatok ereje – Mi segíti a világ stabilitását?* Vince Kiadó, Budapest

Dijk, Jan van 2007 A hálózati társadalom – Az új média társadalmi vonatkozásai In Halácsy Péter, Vályi Gábor, Wellman, Barry (szerk.) *Hatalom a mobiltömegek kezében*, Typotex Kiadó, Budapest

Gayer Zoltán – Balog Barabás Tibor 2011 Adatbiztonság, adattudatosság a közösségi hálózatokban. MédiaKutató 2011 ősz. (hálózati közlés).
http://www.mediakutato.hu/cikk/2011_03_03/01_adatbiztonsag_adattudatossag/01.html
utolsó letöltés: 2012-11-17.

Gripsrud, Jostein 2007 *Médiakultúra, médiatársadalom*. Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest,

Kiss Anita – Pikó Bettina é.n. *Az elidegenedett én a modern, fogyasztói társadalomban*. Hálózati közlés: <http://www.valosagonline.hu/index.php?oldal=cikk&cazon=157&lap=0>
(Utolsó letöltés: 2012-12-18)

Mezrich, Ben 2010 *Véletlenül milliárdos – Hogyan született a Facebook*. Athenaeum Könyvkiadó

Pankász Balázs – Nádasdy Krisztina 2011 *Facebook műhelytitkok marketing a közösségi hálón*. Pécsi Tudományegyetem Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Kar.

Povedák István 2011 *Álhősök, hamis istenek?* Szeged: Gerhardus Kiadó

Radics Boglárka é.n. *Facebook: áldás, vagy átok?* Hálózati közlés:
(http://www.technet.hu/hir/20091016/facebook_aldas_vagy_atok) utolsó letöltés: 2012-12-27.

Rézműves László és Szy György 2011 *Facebook dióhéjban*. Kiskapu Kft, Budapest

Sperber, Dan 2001 *A kultúra magyarázata*. Osiris Kiadó, Budapest

Vályi Gábor 2007 *Közösségek hálózati kommunikációja* In Halácsy Péter, Vályi Gábor, Wellman, Barry (szerk.) *Hatalom a mobiltömegek kezében*, Typotex Kiadó, Budapest

Wallace, Patricia 1999 *Az internet pszichológiája*. Osiris Kiadó, Budapest,

Weber, Larry 2007 *Marketing a hálón Vállalati és közösségi honlapok, blogok*. HVG Kiadó Zrt., Budapest

Wellman, Barry - Gulia, Milena 1999A netszörfözők nem utaznak egyedül: virtuális közösségek, mint valódi közösségek „Milyen segítséget nyújthat egy virtuális közösség?” In Halácsy Péter, Vályi Gábor, Wellman, Barry (szerk.) *Hatalom a mobiltömegek kezében*, Typotex Kiadó, Budapest

FORRÁSOK

Kommunikációtudományi Enciklopédia

Bokor Tamás (2010) *Web 2.0* Elérhető az interneten:

http://ktnye.communicatio.hu/index.php?title=Web_2.0 Utolsó letöltés: 2012-12-30

Jankovich Krisztina (2010) *Barát* Elérhető az Interneten:

<http://ktnye.communicatio.hu/index.php?title=Bar%C3%A1t>, Utolsó Letöltés: 2012-12-30

Pete Krisztián (2010) *Közösség* Elérhető az interneten.

<http://ktnye.communicatio.hu/index.php?title=K%C3%B6z%C3%B6ss%C3%A9g>, (Utolsó letöltés: 2012-11-17)

Egyéb Internetes források

Benedek Janka é.n. *Hová fejlődik a facebookosodott társadalom?*

(<http://krono.inaplo.hu/index.php/inter/8-networkstudies/861-hova-fejldik-a-facebookosodott-tarsadalom>) hálózati közlés, utolsó letöltés: 2012-12-27

Ezerlampasejszakaja.hu 2011, Elérhető az Interneten:

<http://www.ezerlampasejszakaja.hu/esemenyrol>. Utolsó letöltés: 2012-12-31

Facebook kampány (2011) *Facebook kampányok közösségi marketing. 2.rész* Elérhető az interneten: <http://www.facebookkampany.org/a-kozossegi-oldalak-tortenete.html> (Utolsó letöltés: 2012-12-13)

HVG.hu (2011) *Híres esetek: így tesz tönkre embereket a Facebook* Elérhető az Interneten:

http://hvg.hu/Tudomany/20110425_facebook_hires_politika_botrany. Utolsó letöltés:2012-12-31)

Lévai Richárd (2010): *Közösségi oldalak látogatottsága*. 2010. január 29.

<http://itmegoldasok.hu/blog/arhivum/206-Koezoessegi-oldalak-latogatottsaga.html> (utolsó letöltés: Utolsó letöltés

Origo (2010) *A Facebook-film és ön mostantól ismerősök* Elérhető az interneten: <http://www.origo.hu/filmklub/blog/osszeallitas/20101113-erdekesssegek-david-fischer-social-network-cimu-facebook-filmjerol-mark-zuckerberg.html> (Utolsó letöltés: 2012-10-24)

Origo 2012, *A Facebookon siratták Bándy Katát* Elérhető az interneten: <http://www.origo.hu/itthon/20120711-a-facebookon-siratjak-az-elhunyt-pszichologust.html> Utolsó letöltés: 2012-12-22

Strarity, 2012, Olivia Penpraze és Amanda Todd — csak két áldozat a sok közül. Elérhető az Interneten: <http://starity.hu/magazin/32431-olivia-penpraze-es-amanda-todd-csak-ket-aldozat-a-sok-kozul/#ixzz2FbnNxntG> (Utolsó letöltés: 2012-12-20)

Velvet, 2012, Youtube-on kért segítséget, majd öngyilkos lett. Elérhető az Interneten: http://velvet.hu/sztori/2012/10/12/youtube-on_kert_segitseget_majd_ongyilkos_lett/ (Utolsó letöltés: 2012-12-20)

FILMEK

Facebookos buktatók (2011) - dokumentumfilm

Zuckerberg, Mark: A Facebook belülről, (2011) – dokumentumfilm

MELLÉKLETEK - Interjúk

A következő interjút a 19 éves, szekszárdi lakosú M. A. - val készítettem. Elsőként őt kértem fel, hogy válaszoljon a következő kérdésekre.

Fent vagy –e valamelyik közösségi oldalon? Miért?

„Igen, fent vagyok Facebookon, mert az ismerősökkel, rég nem látott barátokkal tartom így a kapcsolatot. És talán azért is, mert egy közösségi oldal tagjának lenni divat. De leginkább azért, mert jó látni, hogy ki mit csinál, hol van most, mi lett vele, mióta nem találkoztunk.”

Van –e Facebook profilod? Milyen gyakran alakítod? Ez vagy Te?

„Van Facebook profilom, többször töltök fel képeket, mert nem tartom őket „kompromittálónak”, de az úgynevezett „napi bölcsességektől”, idézetektől rosszul vagyok. Egy időben idézeteket és ehhez hasonlókat én is posztoltam, de változik az ember. Például bemutatkozást sem írtam ki, hiszen ha valaki meg akar ismerni, az a valóságban tegye, az oldalon úgy is mindenki a jópofa oldalát mutatja, ezért sem vagyok ennek a híve, de a képeim olyanok, mint amilyen a valóságban vagyok.”

Mióta vagy fent? Honnan jött az ötlet, hogy regisztrálj?

„2010-óta. Ismerősök ajánlották, gondoltam kipróbálom, megnézem miben más, mint az eddigiek.

Tagja vagy egyéb közösségi oldálnak is?

„Igen, az IWIW-nek. Ugyan nem is használom, de valahogy mindig elmaradt, hogy letöröljem magam. Ott inkább az idősebb korosztály van fent. MyVip-ről pedig már réges-rég töröltem magam. Több közösségi oldalt pedig nem is használlok.”

Miért tartod fontosnak, hogy az oldala tagja legyél? Mi lenne, ha nem lennél tag?

„Igazából nem tartom fontosnak, nem egyáltalán nem létfontosság. Erre ugyanazt tudom mondani, hogy jó látni, hogy lett a rég nem látott ismerőseimmel. Például, hogy 2 év alatt elköltözött –e Pestre vagy van –e barátja/barátnője, és sorolhatnám. De, hogy mi lenne, ha nem lennék tag? Az eddigiek után furcsa lenne, ha nem lenne meg a napi információ adagom. Meg aztán szinte minden itt zajlik, gondolok itt a sulira, a különböző csoportokra, egyszerűen a mindennapokba már teljesen beleépült.”

Milyen gyakorisággal lépsz fel az oldalra naponta? Miért? Talán készletet érzel rá? Egyáltalán mit csinálsz közben?

„Hmm, talán kíváncsiság miatt. És, hogy milyen gyakran? – nevet – Körülbelül, amikor az időm engedi. Mielőtt elkezdünk beszélgetni kb. négyszer. De semmiképp sem veszi el az időt a barátaimtól, a tanulástól. Viszont volt, hogy készletet éreztem arra, hogy fellépjek, például, ha volt olyan, hogy 3 napig nem voltam fent. De nyáron, amikor a Balatonon voltam, eszembe sem jutott.”

Ha össze kéne számolnod, naponta átlagosan mennyi időt töltesz Facebookozással?

„2-3 órát. De ha egy nap végén vissza kéne gondolnom arra, hogy hányszor léptem fel aznap, nem tudnám megmondani. Az igazság az, hogy ezen még soha nem gondolkodtam.”

Vannak Facebook „függő” barátaid? Te annak tartod magad? Minek kell ahhoz történnie, hogy egyből fent légy és megoszd másokkal?

„Nem tartom magam függőnek – nevet – relatív, hogy mit tartunk annak. De nem, a barátaimat sem tartom függőnek. Na, az viszont, ha valaki naponta huszonötször cserél profilképet idegesít! Van egy –két ilyen ismerősöm.”

Van olyan ismerősöd, aki nem tag?

„Édesanyám! Mert nem tartja fontosnak. A csoporttársaim közül 1 valaki van, aki nincs fenn, de igazából nem tudom az okát, hogy miért.”

Mi alapján jelölsz valakit ismerősnek? Sok ismerősöd van?

„Hogy ha valóban ismerem. Nem csinállok olyat, hogy valakit ismeretlenül bejelölök. Amúgy nem tudom, mi számít soknak...”

Szerinted milyen egy jó Facebook profil? Mit tartasz túlzásnak? Te estél már túlzásba?

„Egy jó profil viszonylag a valóságot mutatja. De nem mutasson mindent! Ne legyen trágár. Gondolok itt például a bemutatkozásra. Ami a túlzásokat illeti volt olyan, hogy este pont buli előtt voltunk és webkamerás képekből feltöltöttem 4-et vagy 5-öt feleslegesen. Néha van bennem olyan, hogy végig gondolom és törölöm az épp hogy felrakott képeket.”

Gyakran osztasz meg általad érdekesnek, viccesnek vagy fontosnak tartott dolgokat? Csak akkor osztod meg, ha tudod, hogy másnak is biztosan tetszik majd?

„Zenéket szoktam általában megosztani, de azon kívül semmit. És nem, ami nekem tetszik, azt kirakom, nem érdekel más véleménye. Nos, biztos volt negatív kritika a képeimet illetően, de nem érdekel.”

Ismerőseid körében mennyire népszerű az oldal? Mire használják?

„Elég népszerű, mondhatni, hogy az. Ugyanarra használják, mint én – kapcsolattartásra. De vannak olyanok, akik magamutogatásra vagy mások kritizálására. Ezt undorítósnak tartom!”

Végezetül. Szerinted az oldal még sokáig népszerű marad? Ha azt mondaná valaki, van egy új, sokkal jobb oldal, átnyargalnál?

„Szerintem, még sokáig népszerű marad, hiszen ahogy korábban mondtam, mindent behálóz. De, ha lenne egy új, jobb oldal, nem feltétlenül hagynám ott a Facebookot. Talán kíváncsiságból megnézném...”

A következő interjúalanyom a 21 éves, szintén szekszárdi lakosú B.E.

Fent vagy –e valamelyik közösségi oldalon?

„Nem, most nem, de régebben a MyVipet használtam, és az IwIwen is ott voltam.”

Most hogyan nem vagy fent ilyen oldalon? Miért nem?

„Az előzőekről azért töröltem magam, mert idegesített, hogy „random” emberek írogatnak. Nos, ugyanezért nem vagyok fent most egyetlen ilyen közösségi oldalon. Egyáltalán nem akarok tag lenni.”

Mi lenne, ha Facebook tag lennél?

„Az talán azért lenne jó, mert így egy csomó ismerőssel könnyebben tarthatnám a kapcsolatot.”

Erősködött már valaki, hogy tag legyél?

„Persze!”

És? Elgondolkodtál rajta, hogy regisztrálsz?

„Igen, pont azért, amit az előbb is mondtam. A kapcsolattartás miatt. Meg ott vannak például olyan magazinok, amelyeket követhetnék... Szóval elgondolkodtam rajta, de még nem tudom.”

Mi a helyzet az ismerőseiddel? Mennyire népszerű az oldal közöttük?

„Hát, nagyjából mindenki tag.”

Mi a helyzet az ismerőseiddel? Van közöttük „oldalfüggő”?

„Nem, nincsen.”

Te mit tartasz túlzásnak?

„Szerintem az, aki felpakolja az életének minden egyes mozzanatát az üzenőfalra vagy tanóra közben is telefonról bejelentkezik, na annál gondok vannak!”

Próbáltál már valakit lebeszélni az oldalról?

„Nem, mindenki maga dönti el, hogy fent akar –e lenni és mennyi személyes információt oszt meg.”

Érezted –e már hátrányát, annak, hogy nem vagy fent?

„Néha, iskolai ügyeknél, de ilyenkor e-mailben megírják, hogy mi történt. Ezzel szemben, ha fent lennék, nyilván azonnal megtudnám.”

Estél már kísértésbe? Arra gondolok, hogy egy regisztrált ismerősön keresztül megnéztél –e már valaki más vagy több ember adatlapját?

„Igen, az egyik barátnőm adatlapját néztem meg, mert nyaralni voltak és mondta, hogy nézzem majd meg a Facebookra felrakott képeit.”

Ha netán indulna egy újabb közösségi oldal, ami valamiben más, regisztrálnál?

„Nem! Ugyanis amit én szeretnék – vagyis, hogy személyes adatokat ne kelljen megadni -, az elkerülhetetlen. Pont ez a lényeg, hogy teljesen „lecsekkolható” légy, számomra ez egy kicsit félelmetes.”

Na és ha változtathatnál valamin a Facebookon, kedvedre alakíthatnád az oldalt és holnaptól ez érvénybe lépne, mi lenne az?

„Amit már korábban is mondtam, szinte megszűnne a profil alapja, és nem is lehetne ennyi adatot megadni, legfeljebb egy nevet és hozzá a képet, de a teljes kitárulkozás megszűnne. De azt hiszem, az én félelmeim miatt az oldal ezzel alapjaiban dőlné össze – nevet.”

Ezt az interjút a 23 éves, szekszárdi lakosú V. G. K. -val készítettem.

Fent vagy –e valamelyik közösségi oldalon? Miért?

„Igen, fent vagyok a Facebookon, az IWIW-en. Régebben fent voltam a MyVipen is, de azt már nem használom, az IWIW-et se igazán. A Facebookot napi szinten használom kapcsolattartásra. Itt szoktam beszélgetni néhány ismerőssémmel, itt tudok nekik üzenetet írni, amire általában gyorsan is válaszolnak. És a legjobb, hogy ezért nem kell fizetni. Az üzenőfalat is figyelemmel kísérem.⁷

Meg szoktam nézni az ismerőseim kiírásait, szoktam nekik a születésnapjuk alkalmából írni, mivel azt is kiírja a Facebook.”

Van –e Facebook profilod? Milyen gyakran alakítod? Ez vagy Te?

„Igen van. Időnként frissítem, szoktam néha kirakni fényképeket, amin éppen a barátaimmal vagy a barátommal vagyok. Csak magamról nagyon ritkán teszek fel képet, mert nem vagyok híve annak, hogy minden nap változtassam a profilképemet. A lényeges és fontos információkat kiírom az adatlapomra. Azt gondolom, hogy az ember csak azt írja ki az adatlapjára és az üzenőfalára, amit vállalni is tud. Mert ezekkel az információkkal vissza is élhetnek, ezért ritkán írok ki az üzenőfalra személyes információkat.”

Mióta vagy fent? Honnan jött az ötlet, hogy regisztrálj?

„Körülbelül 5 éve vagyok fent a Facebookon. Az egyik legjobb barátnőm nővére kint él Angliában és ő mondta még régebben, amikor a Facebook még nem volt itthon annyira elterjedt, hogy regisztráljak be. Beregisztráltam, igaz hónapokig csak 2 ismerőszám volt, nem is használtam. Hónapokra rá jött be ez a Facebook örület, hogy mindenki beregisztrált.”

Tagja vagy egyéb közösségi oldalnak is?

„Igen, az IWIW-nek, a MyVipnek - bár oda nem szoktam belépni, de fent vagyok a Linkedinen, ez egy munkavállalói és munkáltatói közösségi oldal, régebben beregisztráltam a Netlogba, a Myspace-be és a Networkbe is, de ott már a kezdetek kezdetén elfelejtettem a jelszavam.”

Miért tartod fontosnak, hogy az oldala tagja legyél? Mi lenne, ha nem lennél tag?

„Fontosnak tartom, mert így tudok az egyik legjobban kapcsolatot tartani az ismerőseimmel, és ez pénzbe se kerül. Nagyon sok minden felkerül a Facebookra, így az ember sok dolgot megtudhat az oldalról. Például az ismerőseim meg tudnak itt hívni az egyetemi buliba is vagy akár hirdetni is tudok, játszani is, de a szakomnak van a Facebookon csoportja, az aktuális információkat is néha ide írják a csoporttársaim, szóval csak előnyös, hogy tag vagyok. Azt is el tudnám viselni, ha nem lennék fent, de az biztos, hogy sokkal unalmasabb lenne, és kevesebb információhoz jutnék hozzá, mint így.”

Milyen gyakorisággal lépsz fel az oldalra naponta? Miért? Talán készletet érzel rá? Egyáltalán mit csinálsz közben?

„Naponta 2-3-szor szoktam belépni, amikor az időm engedi, de túl sokat nem szoktam fent lenni, csak ha beszélgetek éppen valamelyik ismerőssel, órákat nem szoktam a gép előtt tölteni. Hétvégén, vagy amikor családi vagy más program van, fel se lépek. Meg szoktam nézni, hogy van-e üzenetem és az üzenőfalat is meg szoktam nézegetni, hogy mi történt az ismerőseimmel. Ha napokig nem lépnek be, akkor már késztetést éreznék, hogy mi van az ismerőseimmel. Általában beszélgetni szoktam, ha van fent jó ismerősöm, vagy megnézni az üzenőfalat.”

Ha össze kéne számolnod, naponta átlagosan mennyi időt töltesz Facebookozással?

„Körülbelül 1 órát, mert a barátommal is sokszor itt szoktam beszélgetni.”

Vannak Facebook „függő” barátaid? Te annak tartod magad? Minek kell ahhoz történnie, hogy egyből fent légy és megoszd másokkal?

„Vannak Facebook "függő" barátaim, legalábbis, akiket én annak gondolok. Én nem tartom magamat annak, mert a személyes baráti kapcsolatokat mindenképpen előtérbe helyezem a virtuálisoknál. De vannak olyan ismerőseim, akik, amikor belépek, szinte állandóan fent vannak az oldalon. Egyszer mesélték az ismerőseik, hogy a Facebook elé ülnek és este, lefekvés előtt is órákig a gép előtt töltik az idejüket. Azt konkrétan nem tudom megmondani, hogy esetemben milyen információnak kell történnie, hogy megosszam, de csak is valamilyen fontos információ, amit az ember szívesen megoszt a barátaival és akár idegenekkel is. Például bizalmas, személyes információkat nem írnék ki sem az adatlapomra, sem az üzenőfalra. De ha az ember sikert ér el vagy szép helyen kirándul, kellemes élményben volt rész, azt szívesen megosztja szerintem másokkal is.”

Van olyan ismerősöd, aki nem tag? Tudod az okát?

„Igen, van. Szerintem többen nem regisztrálnak be azért, hiába ilyen népszerű. Az is lehet az oka, mert nem szeretné az illető, hogy mindenki bejelölje, olyan személyek is, akiket esetleg csak látásból ismer. Van olyan ismerősöm, aki nem tag, pedig fiatal, de a barátnője fent van a Facebookon. A fiút pedig telefonon vagy személyesen, MSN-en, Skype-on elérik a barátai.”

Mi alapján jelölsz valakit ismerősnek? Sok ismerősöd van?

„Azt hiszem, hogy relatíve több ismerősöm van, kb. 750. De vannak ismerőseim, akiknek 1000-1500 ismerőse is van. De a barátságot nem a barátaim száma alapján mérem, hanem, hogy kikre számíthatok. Még be tudnék jelölni körülbelül 100-200 embert, akit ismerek vagy látásból ismerem, de azokat jelölöm be, akikre kíváncsi is vagyok vagy kedvesek voltak velem. Csak azért mert valakivel egyszer beszéltem vagy látásból ismerem, még nem jelölném be a Facebookon, csak azért, hogy több ismerősöm legyen.”

Szerinted milyen egy jó Facebook profil? Mit tartasz túlzásnak? Te estél már túlzásba?

„Szerintem a jó Facebook profilra az ember minden lényeges információt kiír, de csak a lényegeseket, a túlzottan személyes és magáninformációkat nem. A jó profilon szerintem legyen kint, hogy az illető mivel foglalkozik, hol dolgozik vagy tanul. És ha párkapcsolatban él, azt is kiteheti, de szerintem az már egyénfüggő, de ha az ember szereti a párját, szívesen kiteszi, hogy vele van kapcsolatban. Ha a családtagjai is fent vannak, őket is kiteheti, mint rokonokat az adatlapjára. De túlzásnak tartom, amikor valaki, azért

mert a barátnői nagyon jó barátnői, kiírják az adatlapjukra, hogy testvérek. És azt is, amikor valaki már szinte unalomból meg felvágásból naponta cseréli a profilképét, amin a tükör előtt fényképezkedik állandó jelleggel. Nem tudom, hogy estem-e már túlzásba, de az utóbbi időben elég sok buliképet tettem fel a barátnőmmel. Ha esetleg egy munkaadó ezt megnézi vagy egy tanár, esetleg komolytalannak is gondolhat vagy iszákosnak.”

Gyakran osztasz meg általad érdekesnek, viccesnek vagy fontosnak tartott dolgokat? Csak akkor osztod meg, ha tudod, hogy másnak is biztosan tetszik majd?

„Néha megosztok ilyen dolgokat. Főleg érdekes vagy vicces dolgokat. De akár politikai jellegű vagy elgondolkodtató, tanulságos történeteket is. Úgy érzem, hogy azokat osztom meg, amik nekem tetszenek. Ha esetleg ezeket más nem lájkolja, az miatt nem vagyok szomorú.”

Ismerőseid körében mennyire népszerű az oldal? Mire használják?

„Azt gondolom, hogy elég népszerű a Facebook. Szerintem a fiatalok használják a leginkább, főleg a 14-25 éves korosztály szerintem a leggyakrabban. Az ismerőseim is itt szoktak beszélgetni az ismerőseikkel, megnézik az üzenőfalat, innen értesülnek a legjobban, hogy éppen mi történt a barátaikkal. Van olyan ismerősöm, aki játékokra is használja, sokszor küld játékfelkéréseket, de én nem szoktam játszani. Van olyan ismerősöm is, aki itt hirdeti a használt tankönyveit vagy ruháit is.”

Végezetül. Szerinted az oldal még sokáig népszerű marad? Ha azt mondaná valaki, van egy új, sokkal jobb oldal, átnyargalnál?

„Szerintem még sokáig népszerű lesz. De semmi sem kizárt. Az IWIW példáján is láthattuk, hogy 2004 körül még mennyire nagyon népszerű volt. Amikor eljött a Facebook korszak, próbálták leutánozni a Facebookot, de nem jártak túl nagy sikerrel. Ha lenne egy hasonló közösségi oldal és az ismerőseim azt mondanák, hogy jó, megéri regisztrálni, biztosan beregisztrálnék én is, hogy információkat, tapasztalatot szerezzek.”

A következő interjút a 22 éves, dunaújvárosi P.D –vel készítettem.

Fent vagy –e valamelyik közösségi oldalon? Miért?

„Igen, a Facebookon! Nagyon régen csatlakoztam, még mikor nem volt annyira közismert Magyarországon. A kedvenc együttesem legújabb klipjét akartam megnézni és csak úgy tudtam, hogy regisztrálok. Ezért tartozom én is a Facebook világához. De ha akkor nem is tettem volna meg, ma már rá kényszerültem volna. Nagyon nehéz megkerülni.”

Van –e Facebook profilod? Milyen gyakran alakítod? Ez vagy Te?

„Igen. Eleinte nem érdekelt, hogy hogyan néz ki az oldalam, hiszen nem is használtam. Pár évre rá azért személyre szabtam, hogy tudják, tényleg az a név az, hozzám tartozik, én vagyok. Nem szokásom variálni a profilképet vagy az oldalam kinézetét. Két évig volt ugyanaz a képem, nem rég cseréltem le, mivel már kicsit máshogy nézek ki. Főként az ismerőseim töltöttek fel rólam ábrázoló képet és jelölnek meg rajta, ami látszik a profilomon.”

Mióta vagy fent? Honnan jött az ötlet, hogy regisztrálj?

„2010 óta. Ahogy azt már említettem véletlenül keveredtem oda”

Tagja vagy egyéb közösségi oldalnak is?

„Nem, nem vagyok.”

Miért tartod fontosnak, hogy az oldala tagja legyél? Mi lenne, ha nem lennél tag?

„Az információ a kulcs. Sokáig nem használtam és annak meg lett az eredménye. Nagyon sok dolgról lemaradtam, ami az egyetem történt. Itt nem a programokra gondolok, hanem iskolai feladatokra. Mivel én nem jártam fel rá így nem tudtam, mi a házi feladat, elmarad az óra és hasonló. Ezért rá kényszerültem, hogy nap, mint nap akár többször is felnézzek a Facebookra. Nem várhatom el másoktól, hogy még rá is külön odafigyeljenek és értesítsenek mobilon vagy e - mailen. Az oktatók, a csoporttársak, a barátok, mind fenn vannak, és könnyen elérjük és tudjuk informálni egymást, ha nem vagy fenn lemaradsz.”

Milyen gyakorisággal lépsz fel az oldalra naponta? Miért? Talán készletet érzel rá? Egyáltalán mit csinálsz közben?

„Naponta kétszer- háromszor. Vizsgák, zh-k idején akár többször is. Be kell valljam, hogy néha rám is hatással lesz, amikor nincs információ ami számomra fontos, akkor neki állok nézelődni az üzenő falon és nézem, hogy ki mit szeret vagy oszt meg. Nem tudom, hogy miért. Lehet, hogy rendszerré vált nálam, hogy ennyi időt és abban az időben nekem fent kell lennem rajta.”

Ha össze kéne számolnod, naponta átlagosan mennyi időt töltesz Facebookozással?

„Durván egy órát. És ez rengeteg, ha belegondolok, hogy mi mindent csinálok egy nap. Hogy tudok még ennyi időt ráfordítani, úgy hogy észre sem veszem.”

Vannak Facebook „függő” barátaid? Te annak tartod magad? Minek kell ahhoz történnie, hogy egyből fent légy és megoszd másokkal?

„Természetesen, látom az üzenő falon, hogy korán reggel fent van, és már megosztja a reggelije képét, azt, hogy mit csinál munkában, haza érve, esetleg az időjárást, és még a jóéjszakát kívánságát. Nem értem, ezt a folytonos magamutogatást. Mintha sztárok lennének, akiknek mindent meg kell osztaniuk a rajongóikkal. Talán, ha valami nagy siker történne az életemben, azt szívesen megosztanám, vagy ha sztár lennék. Ha olyan dolgot tennék le az asztalra, amit szívesen megosztanék az ismerőseimmel. De ennek ellenére, meg szoktam osztani olyan árva kutyusok vagy cicák képeit, akik gazdira várnak, hátha tudok segíteni rajtuk. Lehet, hogy pont az én ismerőseim közül valaki beleszeret és magához veszi az állatot. Ilyet szoktam megosztani.”

Van olyan ismerősöd, aki nem tag?

„Igen, például a párom és egy csoport társam. De azt vettem észre, hogy aki nem akar, fent lenni annak a párja készíti neki, hogy ő is fent legyen. Pedig nem is használja. Lássák, hogy mind a ketten közösségi életet élnek.”

Mi alapján jelölsz valakit ismerősnek? Sok ismerősöd van?

„233 ismerősöm van, nem tudom, hogy ez sok vagy nem. Én, ha jelölök, akkor azért, mert tényleg nap, mint nap találkozunk, vagy rokonok vagyunk, csoport társak vagyunk. Általában engem jelölnek az ismerősök, sokat visszautasítok, mert nem ismerem. Nem tartom fontosnak, hogy minél több ember legyen az ismerőseim között. Nem használom másra, csak az információk miatt, így nem tartom szükségesnek, hogy fölösleges dolgok legyen az orrom előtt, bár néhány ismerősöm így is megteszi.”

Szerinted milyen egy jó Facebook profil? Mit tartasz túlzásnak? Te estél már túlzásba?

„Mivel nem tartom fontosnak, ezért nem tudom, milyen a jó profil. Talán az amit a Facebook társadalom nagy része jónak tart. Túlzás szerintem már az, ha valakinek több száz fényképe van, minden, héten más a háttér képe van.”

Gyakran osztasz meg általad érdekesnek, viccesnek vagy fontosnak tartott dolgokat? Csak akkor osztod meg, ha tudod, hogy másnak is biztosan tetszik majd?

„Nem, ha valami vicceset látok, azt személyesen mutatom meg, vagy mondom el. Szeretem látni az emberi reakciókat. Nekem a like az kevés. Nem fejezi ki igazán azt, hogy mi a jó ebben vagy abban. Tudom, hogy kommentezhetik is, de az még mindig nem olyan szeretem személyesen meg beszélni. Ha én látok olyat, amire nyomom a like-ot akkor utána, ha személyen találkozunk biztos, hogy meg említem, felhozom témában és megbeszélem.”

Ismerőseid körében mennyire népszerű az oldal? Mire használják?

„A nagy többségnél igen. Teljes széltében hosszában kihasználják az oldalt. Folyamatosan megosztanak, like –nak. Az életük legapró - cseprőbb dolgairól is. Játsszanak a különféle alkalmazásokon, felposztolják a számukra érdekes képeket, cikkeket. Megosztják hangulatuk. Szó szerint a Facebookkal élnek, mintha a testük része lenne.”

Végezetül. Szerinted az oldal még sokáig népszerű marad? Ha azt mondaná valaki, van egy új, sokkal jobb oldal, átnyargalnál?

„Nem tudom, hogy az maradna vagy nem. Bár az biztos, hogy nehéz lenne az átállás egy újra. Láttunk már ilyet, hiszen voltak Magyarországon más közösségi oldalak, amiket leváltott a Facebook, de arra is idő kellett. Sokáig a divat az IWTW volt, aztán mivel követni akartuk nyugatot és fejlődni akartunk és ebben sokat segített a média át álltak az emberek. Hiszen mindenütt jelen volt. Azt se lehet kihagyni, hogy az újdonság ereje nagy. Szerintem megint csak akkor váltanék, ha rá kényszerülök. Addig, amíg nem maradok le semmiről, nem hiszem, hogy egy újba belevágnék.”

Ezt az interjút a 22 éves, alsónyéki SZ. K. Zs-vel készítettem.

Fent vagy –e valamelyik közösségi oldalon? Miért?

„Igen, a Facebookon vagyok fent. Azért regisztráltam az oldalra, mert nagyon sok ismerőszám tagja és így könnyen tudom velük tartani a kapcsolatot. Bár, én még az elején regisztráltam, kb. 4 éve, (amikor marketinget tanultam) akkor még kevesen használták az oldalt, így mi, mármint a csoport a kapcsolattartásra használta.”

Van –e Facebook profilod? Milyen gyakran alakítod? Ez vagy Te?

„Igen, mint már mondtam, van Facebook profilom. Most alakítottam, karácsonyi hangulatot kapott az oldalam a karácsonyi képek hatására, amiket Bécsben készítettem. Általában akkor frissítem, ha valami fontos esemény történt. Például születnapom után teszek fel képeket, amiket csak az ismerőseim láthatják, ezt egy külön mappába teszem, amit törlek egy idő után, általában 2 hónap. Aztán vannak a profil képeim, amit akkor változtatok, ha jobbat sikerült készíteni, mármint olyan képet, ami jobban tesz, mint ami van. Valamint van egy mapp, amit szintén mindenki lát és oda is akkor teszek fel képeket, ha nekem nagyon tetszik és szeretném megosztani valamiért az ismerőseimmel. Tehát összességében havonta, kéthavonta alakítom alkalom függően. Igen, szeretném, ha a profilom olyan lenne, mint én magam, a rám jellemző képekkel, színekkel, szövegekkel.”

Mióta vagy fent? Honnan jött az ötlet, hogy regisztrálj?

„Olyan 4 éve lehetek fent. Az ötlet marketing tanulmányaim során jött, amikor sokat ültünk a gép előtt és valami újdonságra vágytunk. „

Tagja vagy egyéb közösségi oldalnak is?

„Régen tagja voltam elég sok közösségi oldalnak: MyVip, IWTW, Baráti kör, Myspace, meg még volt egy, aminek nem emlékszem a nevére – nevet. De jelenleg csak a Facebook közösségi oldalnak vagyok a tagja.”

Miért tartod fontosnak, hogy az oldala tagja legyél? Mi lenne, ha nem lennél tag?

„Azért hogy tudjam tartani a kapcsolatot az ismerőseimmel, családommal, barátaimmal. Ha nem lennék tag, sok mindenről kimaradnék, én úgy érzem.”

Milyen gyakorisággal lépsz fel az oldalra naponta? Miért? Talán készítenél rá? Egyáltalán mit csinálsz közben?

„Van, hogy naponta többször felnézek az oldalra, de minden nap megnézem. Megnézem, hogy ki mit posztolt, kinek van születnapja stb. Nem érzek rá készítenél, van, aki az újságot olvassa, én facebookozok.”

Ha össze kéne számolnod, naponta átlagosan mennyi időt töltesz Facebookozással?

„Nem tudom, naponta változó, de átlag 2 óra. Amikor fent vagyok, de nem minden esetben nézegetem, csak úgy fent vagyok, hátha rám írnak - nevet.,,

Vannak Facebook „függő” barátaid? Te annak tartod magad? Minek kell ahhoz történnie, hogy egyből fent légy és megoszd másokkal?

„Nem hiszem, hogy lennének függő barátaim, mármint Facebook függők. Én nem tartom magam annak, ha egy nap nem nézem meg az oldalt, akkor nem esek kétségbe. Ha valami nagyon fontos történik, akár megosztanám nyomban. Például, ha elmarad egy kurzus.”

Van olyan ismerősöd, aki nem tag?

„Igen.”

Mi alapján jelölöd valakit ismerősnek? Sok ismerősöd van?

„Nem szoktam ismerősöket jelölni, ők találják meg engem. Nagyon ritkán szoktam én jelölgetni. Van sok ismerősöm.”

Szerinted milyen egy jó Facebook profil? Mit tartasz túlzásnak? Te estél már túlzásba?

„Szerintem egy jó Facebook profil legyen ízléses. Nem kell 2000 fényképet feltölteni minden oda nem illő dologról és nem is kell megosztani minden oda nem illőt. Én ezt már túlzásnak tartom. Azért mindenkinek legyen egy egészséges önkritikája és ne posztoljon oda nem illő dolgokat. Szerintem nem estem túlzásba, legalábbis a saját kereteimet betartom. Tehát nincs sok kép, csak olyan van, ami nekem tesz, és mondhatni büszke vagyok rá. Csak akkor írok ki bármit, ha tényleg fontos.”

Gyakran osztasz meg általad érdekesnek, viccesnek vagy fontosnak tartott dolgokat? Csak akkor osztod meg, ha tudod, hogy másnak is biztosan tetszik majd?

„Mostanában szoktam megosztani dolgokat. És igen, olyat, ami szerintem jó és érdekes.”

Ismerőseid körében mennyire népszerű az oldal? Mire használják?

„Ismerőseim is fent vannak az oldalon és szerintem ők is, kapcsolattartásra használják.”

Végezetül. Szerinted az oldal még sokáig népszerű marad? Ha azt mondaná valaki, van egy új, sokkal jobb oldal, átnyargalnál?

„Szerintem a Facebook folyamatosan igazodik az elvárásokhoz. Most is van mellette sok közösségi oldal, mégis ez a legnépszerűbb. Nem tudom ezt így előre megmondani, hogy átváltanék-e.”