

SAPIENTIA ERDÉLYI MAGYAR TUDOMÁNYEGYETEM
MAROSVÁSRHELYI KAR
KOMMUNIKÁCIÓ ÉS KÖZKAPCSOLATOK SZAK

DIPLOMADOLGOZAT

Végzős hallgató:
Tankó Tamás

Témavezető:
Dr. Vajda András,
Docens

2023

SAPIENTIA ERDÉLYI MAGYAR TUDOMÁNYEGYETEM
MAROSVÁSRHELYI KAR
KOMMUNIKÁCIÓ ÉS KÖZKAPCSOLATOK SZAK

BeReal, a közösségi média jövője
Önreprezentáció és valóságkérdés a
BeReal közösségi média felületén

Végzős hallgató:

Tankó Tamás

Témavezető:

Dr. Vajda András,

Docens

2023

Kivonat

Dolgozatom témáját a BeReal nevű közösségi oldal, valamint az alkalmazás használatával kapcsolatos gyakorlatok elemzése képezi. Elsősorban azt vizsgálom, hogy mi az az élménytöbblet, amelyet ez az alkalmazás nyújt, amit a korábbi közösségi oldalak nem, és ez miként hat a felhasználók mindennapi rutinjaira, identitására, önmegjelenítésére és valóságfelfogására. Kutatásomhoz elsősorban az interjúkészítést módszerét használtam, de ezen kívül résztvevői megfigyelést és önmegfigyelést is alkalmaztam. A kutatásom interjú alanyai azon 19-23 éves felhasználók voltak, akik aktívan, napi rendszerességgel posztolnak a BeReal fiókjukra. A kutatásom során 10 interjút készítettem el.

Az esettanulmány fókuszában elsősorban a felhasználói módozatok, a valóság reprezentációja és a valóság képének szimulálása áll, valamint az a kérdés, hogy miért is vált hirtelen ilyen népszerűvé ez az alkalmazás, és hogyan változtatja/változtathatja meg a társadalom közösségi médiáról alkotott képét. Dolgozatom során bemutatom az alkalmazást, és annak felhasználási módozatait, valamint a közösségi média emberekre gyakorolt hatásait vizsgálom.

Kutatásom során arra az eredményre jutottam, hogy azért olyan népszerű a BeReal alkalmazás, mert a „hagyományos” közösségi médiával szemben, valami teljesen újat ajánl a felhasználók számára. Ahogy a korábbi alkalmazások, ez is egy sajátos viselkedési mintát alakít ki és egy alternatív valóságot hoz létre.

Kulcsszavak: BeReal, közösségi média, önreprezentáció, valóságábrázolás

Tartalomjegyzék:

Kivonat	3
Tartalomjegyzék:	4
Bevezetés	5
Módszertan	7
Elméleti háttér	10
A közösségi média fogalma.....	10
Hálólét	13
Szimulákrumok.....	15
Önreprezentáció és digitális identitás a közösségi médiában.....	18
A valóság reprezentációja a közösségi médiában	21
Az internet és közösségi média, mint kulturális közeg	23
Elemzés.....	25
A BeReal honlapjának tartalmi elemzése	25
A BeReal alkalmazás elemzése.....	28
A BeReal alkalmazás médiamegjelenései	31
Valóság-e, amit a BeReal-en keresztül közvetítenek a felhasználók?	34
Miben különbözik a BeReal a többi közösségi média felülettől?	36
A BeReal, mint az emlékek tárháza?	40
Eredmények	42
Bibliográfia:	44

Bevezetés

Mára már napjaink szerves részét képezi a közösségi média fogyasztás, társadalmunk el sem tudná képzelni életét ezen alkalmazások és felületek használata nélkül. A közösségi média felületek alapjáraton hasznosak a felhasználók számára, viszont már nem azt képviselik, amiért valamikor ezen alkalmazások létrejöttek. Kutatásom során ezt a kérdéscsoportot szeretném körbejárni, egy új közösségi média felület segítségével, ami a BeReal nevet kapta.

Azért választottam ezt a témát, mivel magam is felhasználója vagyok platformon, és számomra nagyon tetszik az alkalmazás teljes egészében, viszont már a saját bőrömmön tapasztalom azt, hogy az túlzott felkapottsága miatt, a jelenben már nem azt kezdte képviseli az alkalmazás, ami miatt létrejött, a valódiság, igazság képét.

Dolgozatom elméleti háttérét a következő kulcsszavakkal tudnám legjobban összefoglalni: mindennapok, szociális reprezentáció, önreprezentáció, közösségi média, identitás, online identitás.

Mivel a BeReal kommunikációs szempontból sokféleképpen értelmezhető internetes jelenség, ezért kutatásom során is többféle kutatási módszer használta által kaphatok átfogó képet az alkalmazásról, annak felhasználási módozatairól. Kutatásomat a digitális etnográfia és a netnográfia módszereivel végeztem, valamint ezen kívül adatgyűjtés céljából interjúkat készítettem 10 személlyel, akik aktív felhasználói az alkalmazásnak. Ezen módszereken kívül pedig az önmegfigyelést is alkalmaztam, mivel ez segíteni tudott az alkalmazáson belül látott és az interjúk által szerzett információk értelmezésében.

Ezen módszerek segítségével a következő kérdésekre fogom keresni a válaszokat a szakdolgozatírásom során: Valóság-e, amit a BeReal-en keresztül közvetítenek a felhasználók? Milyen felhasználási módozatai vannak a BeReal alkalmazásnak? Miben különbözik a BeReal a többi közösségi média felülettől? Mi az igazság, és ez hogyan jelenik meg az alkalmazáson keresztül? Miben változott meg az alkalmazás a fennállása alatt? A BeReal, mint az emlékek tárháza?

Kutatásom során az alkalmazást és annak honlapját is elemezni fogom, hogy fel tudjam tárni a BeReal üzleti stratégiáját, és azt, hogy az alkalmazás kommunikációja és megjelenése, valamint az alkalmazás által képviselt üzenet összhangban van-e egymással? Ezen kérdések tekintetében elengedhetetlen egy alkalmazás, valamint egy honlapelemzés elkészítése, hogy teljesen át tudjam látni a BeReal kommunikációs tervét és stratégiáját.

Az egyik legérdekesebb dolog az alkalmazással kapcsolatban a memories funkció, mivel ez kvázi egy képesalbumként szerepel az alkalmazáson belül, viszont ez nem a nagy és szép pillanatok, hanem a szürke mindennapokat örökíti meg, és ez is egy izgalmas kérdés a kutatásom szempontjából.

Kutatásom végeztével remélhetőleg választ kapok a fenn említett kérdésekre, és egy átfogóbb tisztább képet kapok az egész BeReal jelenségről és a körülötte zajló felhasználói, valamint médiaörületről.

Módszertan

A BeReal jelenség egy olyan átfogó téma, amelyet csak akkor lehet igazán megérteni, ha azt több szempontból is tüzetesebben meg kell vizsgálnunk, hogy megérthessük a témával kapcsolatosan felmerülő kérdéseket, és azokra kielégítő választ is kapjunk.

Az első és talán legfontosabb módszer, amit kutatásom során használtam, az az interjúkészítés lesz. A legmegfelelőbb alanyok a Sapientia EMTE, jelenlegi hallgatói, valamint a bentlakásos személyek, mivel ezen személyek lefedik azt az életkort, amivel a BeReal átlagfelhasználói is rendelkeznek, emellett ezen személyek napi rendszerességgel használják az alkalmazást. Összességében szeretnék 10-15 interjút készíteni, hogy minél átfogóbb, relevánsabb képet kapjak arról, hogy mit gondolnak a felhasználók az alkalmazásról, hogyan használják a felhasználók az applikációt. Ezen felhasználók segítségével remélhetőleg nem csak az applikáció használati módjaira kapok válaszokat, hanem a mögöttes tartalmakra is. Ezen interjúsorozat által összegyűjtött adatok, és az ezen adatokból levont következtetések, értelmezések létfontosságúak egy digitális etnográfiaival kapcsolatos kutatás sikerességében. Dörnyei és Mitev (2010) szerint nagyon fontos, hogy a kutató a rendelkezésére álló adatokat reprezentatív módon értelmezze.

Az interjúbeszélgetés során olyan kérdéseket tettem fel, amelyek segítenek megérteni, hogy az alkalmazás miért vált ilyen népszerűvé a saját korosztályuk körében, hogy mit gondolnak az alkalmazásról, milyen felhasználási módzatait használják az alkalmazásnak, valamint, hogy amióta felhasználói az alkalmazásnak változott-e az, ahogy az alkalmazáshoz állnak, s ha igen ez miben nyilvánul meg. A posztolási szokásaikról is kérdeztem a BeReal felhasználóit, de nem csak a BeReal-en belül, hanem más közösségi média platformokon is, mivel ez is egy szempont a kutatásom során, hogy mennyiben eltérő a különbözőek közösségi média felületeken a felhasználók posztolási szokásai.

Tartalmi szempontok:

1. Relevánsak-e a honlapon közzétett tartalmak?
2. Mennyire logikus a honlap felépítése?
3. Mennyire okoz nehézséget megtalálni, amit keresünk?
4. Mennyire beszédesek a menüpontok?
5. Mennyire interaktív az oldal?
6. A honlapon található információk mennyire frissek?

Formai szempontok:

1. Mennyire egységes és letisztult a honlap?
2. Könnyen áttekinthető?
3. Mennyire tükrözi a design a weboldal mondanivalóját?
4. Jól olvashatóak-e a szövegek?

Az alkalmazás elemzés szempontjai:

- Rendelkezik-e az applikáció egy egységes dizájnnal
- Időszerű, mindig újuló információk
- Könnyed kezelhetőség, átláthatóság
- Az adatok mennyisége, minősége, egyszerű vagy bonyolult
- Érthetőség
- Lehetőség van-e a visszajelzésre, kapcsolatteremtésre
- Megtalálható-e egy keresőmotor az oldalon
- A menü és menüpontok kezelhetősége
- Nyomon követhető-e az applikáció
- vannak navigációs eszközök, sűgő, ami segít eligazodni az oldalon
- A főoldalon milyen fajta információk jelennek meg
- Van-e lehetőség a nyelv megváltoztatására az applikáción belül
- Van-e lehetőség értékelni az applikációt, vagy a gyártót
- Van-e valamilyen illusztráció a honlapon
- A dizájn és tartalmi elemek legyenek összhangban
- Csak a lényeges dolgok szerepeljenek az oldalon
- A cél, üzenet megjelenik-e az oldalon

Mivel, már egy éve felhasználója vagyok a BeReal alkalmazásnak, állíthatom, hogy teljes mértékben résztvevőként is képes vagyok feltárni az általam felvetett kérdésekre a választ (Junker, 1960). A résztvevői megfigyelésem a saját kultúrájában megfigyelést végző etnográfus módszereihez hasonlít a leginkább. (Fél, 1991) Ez is egy hasznos módszer lesz kutatásom során, mivel én is felhasználója vagyok az applikációnak, és ezáltal könnyebb és talán pontosabb is lesz a másik módszerek által gyűjtött adatok értelmezése és felhasználása. Ezen módszer használata közben választ kaphatok arra, hogy mit gondol egy általános felhasználó az applikációról, mi tetszik, mi nem tetszik az alkalmazással kapcsolatban, hogy egyéni döntése

az applikáció használata, vagy ez is a tömeggé válás egyik lehetséges formája. Az ezáltal a módszer által gyűjtött információk nagy segítséget fognak nyújtani a dolgozat elméleti háttérének, bevezetőjének megírása során, valamint az interjúkérdések megfogalmazása és feltevése során is. Az résztvevői megfigyelés abból a szempontból fontos lesz a kutatásra nézve, hogy feltárjam a BeRealnek memories névre keresztelt funkcióját, ami lehetővé teszi, hogy az összes BeReal posztunkat visszanézzük, amióta felhasználók vagyunk. Ez a lehetőség teljesen áthelyezi a hangsúlyt az applikáción belül, s talán arra enged következtetni, hogy nem is a pillanat megörökítése, hanem annak az elraktározása, átértelmezése és örökké valóvá, visszanézhetővé tétele lényeges az applikáció szempontjából.

Az alkalmazást, ha ebből a szemszögből közelítjük meg, akkor akár egy képes albumnak is tekinthetjük, de mégis kicsit más, mivel a képes albumba is a szép, fontos pillanatok kerülnek bele, de a BeReal akarva akaratlan az életünk napjait mutatja be, ha kissé eltorzított, nem pontos formában is.

Elméleti háttér

A közösségi média fogalma

Az internet és a közösségi média felületek térhódításának hála, a felhasználók minden nap világszintű információáradattal találkoznak, s mindannyian más-más módokon reagálunk erre a tényre, pont ezért is ilyen sokoldalú ez a kutatási terület akkor is, ha a kommunikáció szakterületén vizsgáljuk a témával kapcsolatosan felvetődő, megvitatandó kérdéseket. Az internet-civilizáció korszakában a közösségi média a számítógép vezérelte kommunikáció fő formájává vált ezáltal világunk még soha nem tapasztalt összeköttetésben áll. (Ellison Boyd 2013) mára már a közösségi média felületek nem csak kapcsolattartás szempontjából fontosok, hanem ezen alkalmazások, weboldalak segítségével találkozunk a hírekkel, reklámfelületek is, lehetőségünk van az online vásárlásra, saját magunk kifejezésére, de akár lehetőségünk nyílik mini közösségekbe is bekerülni, ami mind-mind egy kultúra része, és ezáltal a felhasználó is részese lesz ennek a kultúrának.

A kutatók nehézségekbe ütköztek a közösségi média behatárolásával és definiálásával kapcsolatban. A kutatások általában a közösségi médiát egy vagy több jellemzőjével értelmezik, magyarázzák. A leggyakrabban emlegetett jellemzők: a digitalizált, interaktív, virtuális, automatizált, változékony, hálózatható és valós idejű. (Zhong, 2021)

Leppänen, S. és társai tanulmánya (2015) a közösségi média tágabb értelmezését támogatja, és olyan digitális alkalmazásokként határozza meg, amelyek lehetővé teszik a felhasználók által generált tartalmak létrehozását, cseréjét és terjesztését, valamint a felhasználók közötti interakciót. Ide tartoznak a chat- és IRC-alkalmazások (pl. messenger), a közösségi oldalak, a kifejezetten a kölcsönös tartalomcserére építő alkalmazások, valamint az olyan digitális környezetek, amelyekben a fő tartalom egyszemélyes vagy egyszólamú diskurzusból állhat. A közösségi média szocialitása magában foglalja a formális preferenciák, produktív és értelmező konvenciók és normák közös készletét, amelyek szabályozzák, hogy milyen mértékben és milyen módon hozhatják létre és értelmezhetik diskurzusukat.

A közösségi média kialakulásával elkezdődött egy olyan folyamat, ami tömegkommunikációs tartalomelőállítását teljesen a háttérbe szorította, s ma már az emberek túlnyomó többsége nem igazán fogyaszt tömegkommunikációs tartalmakat. (Szűts, 2017) 2007-ig a televízió számított a ház szentélyének, az emberek a nagyvilág információit onnan szerezték, valamint a napi újságokból, ami szintén egy tömegkommunikációs eszköz. Az

internet megjelenésével és a Web 2.0 elterjedésével azonban a TV-ről átkerült a hangsúly a weben megjelenő tartalmakra, és ez hatványozottan megvalósult a közösségi média megjelenésével, az emberek képeket kezdtek posztolni, videókat, és szépen lassan a kommunikációra és kapcsolattartásra kialakított Facebook alkalmazásból, egy az élet minden területére kiterjedő, és azon belül meghatározó adatbázis lett.

Lev Manovich (2011) „A mindennapi (média)élet gyakorlata” című tanulmányában a közösségi médiát a Web 2.0-hoz hasonlítja, mivel a nagyfokú gazdasági, kulturális és társadalmi fejlődés miatt, megváltoztak a felhasználói igények is és elkezdődött a Web 2.0 időszaka. Ugyanezt tapasztalhattuk meg az elmúlt közel 10 évben is, mivel a közösségi média elterjedésével ezen felületek felhasználóit is elkezdte érdekelni a tartalomgyártás, ami annak a gazdasági fejlődésnek tudható be, ami miatt az emberek hozzáfértek olyan minőségi eszközökhöz, mint a HD kamera. A technikai fejlődésnek is köszönhetően mára már a mobiltelefonokat is ellátták használható kamerákkal és ez nagyban megkönnyíti a tartalomgyártást, kvázi bárki számára, világszerte lehetővé teszi a különböző közösségi média tartalmak előállítását. Ennek a folyamatnak köszönhetően a felhasználók elkezdtek az amatőr tartalmakat is fogyasztani, valamint gyártani is, és egy hosszú folyamat során ezen tartalmak átvették a professzionális tartalmak helyét a fogyasztásban. A közösségi médiával kapcsolatos elsődleges aggodalom azonban az a hatalmas mennyiségű információ, amely kevés vagy semmilyen felügyelet mellett keletkezik, (Ismail, S., & Latif, R. A. 2013) és rengeteg veszéllyel jár úgy

Ahogy a web publikációs médiumból kommunikációs médiummá vált, úgy napjainkban is jól megfigyelhető ez a fajta változás a közösségi médiával kapcsolatban, habár a lényege nem változott meg a közösségi médiának, de a felhasználási módok igen. Ma már a közösségi média inkább egy reklámfelületnek minősül, mintsem egy kommunikációs csatornának, mivel a cégek meglátták a potenciált benne. A közösségi média lehetővé teszi a különböző cégek számára, hogy a tradicionális eszközökhöz képest alacsonyabb költséggel és magasabb hatékonysággal vegyenek részt a végfogyasztóikkal való kapcsolattartásban, (Markos-Kujbus, É., & Gáti, M., 2012) tehát a közösségi média egy olyan marketing eszköz, amely közelebb viszi a cégeket az ügyfeleikhez, és már-már megszemélyesíti a céget, emberi tulajdonságokkal látja el azt, hogy közvetlenebb módon tudják eladni az adott terméküket. A BeReal pont ennek az ellenkezőjét valósítja meg, és egy gyökereihez visszanyúló, hagyományos közösségi média felület szeretne lenni, azt a célt képviselve, amit a Facebook, amikor elindult. Ez részben azért is tud megvalósulni, mert még nem elég felkapott ez az

alkalmazás ahhoz, hogy a multinacionális cégek radarjára is felkerüljön, és meglássák a kiaknázásra váró marketingértékét az alkalmazásnak, habár vannak már olyan próbálkozások, ahol a különböző cégek rendelkeznek már BeReal profillal.

Ezzel együtt a facebook és az Instagram hatására már sokkal nagyobb világméretűbb figyelmet kapott a szépségideálok világa, és a köztudatba beleivódott egy-egy slang, viselkedésforma is. A facebook lehetővé tette, a különböző ideológiák, trendek terjedését, és ezáltal a világszintű kultúrák kialakulását is. Mivel az életszínvonal nem egyforma világszerte, így a közösségi média felületek felhasználói elkezdtek ferde, nem teljesen igaz képeket posztolni magukról a közösségi média platformokra, és ez elindított egy olyan folyamatot, ami miatt a közösségi média ott tart ma, hogy nem lehet eldönteni ki és mi igaz és hogy ki nem.

A fogyasztói társadalomban minden a fogyasztás körül forog. A boldogság záloga, a sikeresség mutatója az, hogy az egyén mennyi és milyen minőségű terméket tudhat magáénak, (Dudás, K. 2019), és ez nagy kihatással van az életünk minden területére és mivel már nem lehet elválasztani az online és az offline személyünket, ezért a közösségi médiára is áttért ez a felfogás és értékrendszer. Minden a látszatkeltésről, a saját magunkat jobb fényben feltüntetőségről szól a közösségi médiában, főleg az Instagramon figyelhető meg ez a jelenség.

Hálólét

„Az internet mindenekelőtt gyors és biztonságos adatforgalom lebonyolítására képessé tett, világméretű hálózatba kapcsolt számítógépek rendszere” (Ropoly, 2006) Mára már világunk elengedhetetlen részévé vált, és elképzelhetetlen lenne akár egy napot is kibírni az internet használata nélkül. Az internet, és ezzel együtt a közösségi média és nagyon fontos szerepet tölt be mind a gazdaságban, mind a közigazgatásban, mint a társadalomban. Ez a meghatározás hasonló a Susan Herringtől származóhoz, miszerint a: „a számítógépes kommunikáció emberek között zajlik le, egy számítógép által irányított környezetben” (Zhong, 2021) Ez a világméretű számítógépes rendszer lehetővé teszi, hogy a világ bármely pontjáról gyorsan információhoz jussunk, és ezáltal az egész világ függ egymástól, ebben merül ki a hálólét lényege. Így vált világméretű jelenséggé a BeReal alkalmazás is, mivel a felhasználói trendek világszerte a valódiságot, az „igazság” közvetítését kezdték támogatni, az Instagramon fellelhető képmutatás helyett.

A tudósok megegyeznek arról, hogy az újmédia minden olyan médiaplatformra vonatkoztatható, ami nem hasonló, mint a TV, rádió, magazinok, újságok és könyvek, (Baym et al. 2012), ha ezt figyelembe vesszük, akkor az internet is újmédiának mondható, mivel lehetőséget nyújt a legváltozatosabb kommunikációs csatornák igénybevételére, mint például a szöveges kommunikáció, a hang alapú kommunikációra vagy akár a kép alapú kommunikációra is, ami a közösségi média felületek egyik leggyakoribb módja, ezáltal a BeReal is ezt a fajta kommunikációt támogatja, preferálja. Az interneten „a felek kapcsolata lehet közvetett vagy közvetlen, egyirányú vagy interaktív, személyes vagy személytelen, vezetékhöz kötött vagy mobil, egyidejű vagy osztott idejű” (Ropoly, 2006) és ez jól megfigyelhető a közösségi média platformokon is. Mára már az internet szerepét teljesen átvette a közösségi média, mint a hálólét megteremtéséhez legszükségesebb eszköz. A közösségi médiában nap, mint nap hírekkel, reklámokkal, szórakoztató jellegű tartalmakkal találkozhatunk, a targetált, személyre szabott kezdőlapjaink miatt, így a kommunikációs és kapcsolattartó szerep például a Facebook alkalmazásnál teljesen a háttérbe szorult.

Ropoly szerint az internet által a különféle emberek, akik különféle célokkal, kulturális és személyi identitással rendelkeznek, egy mesterséges közegben, azaz az interneten, szabad értékváltozású közösséggé kapcsolódnak. (Ropoly, 2006) Ez jól megfigyelhető a közösségi médiában, és a BeReal applikáción keresztül is, mert egy-egy felhasználó lehet mindkét

alkalmazás felhasználója is, de még is más-más módon posztol, kommenttel, reagál, úgy, ahogy az adott közösségi média alkalmazás felhasználói köre azt elvárja, és támogatja.

A szimulákrumok megértése céljából Jean Baudrillard (1964) „Simulacre et Simulation” című munkájának első, „The Precession of Simulacra” című fejezetét vettem alapul, amelyet Gángó Gábor fordított magyar nyelvre. Először is meg kell határozni, mit is jelent maga a szimulákrum szó. A szimulákrum latin eredetű, jelentése csalóka, látszólagos, azonban a fogalom leírása Baudrillard nevéhez fűződik, szerinte „a valóság igazi utópiává vált-olyan utópiává, ami már nem kecsegtet a megvalósulás sikerével”. A szimulákrum szó legérthetőbben a szimulálás fogalmával hozható olyan fogalomapparátusba, amely a filozófiában nem jártas, átlagemberek számára is felfoghatóvá teszi a fogalmat, és az azt körülvevő kérdéshalmazt. Baudrillard szerint „a szimuláció megkérdőjelezi az „igaz” és „hamis” „valódi” és „képzeletbeli” közötti különbséget”. A fogalmat továbbá egy ellentéppárral próbálja közelebb hozni az olvasókhoz, „Eltitkolni annyi, mint úgy tenni, mintha nem lenne az, amink van. Szimulálni annyi, mint úgy tenni, mintha lenne az, amink nincs. Az első jelenlétre utal, a második hiányra” Tehát a szimulálás egy olyan jelenség, amikor megpróbáljuk magunkat jobb színben feltüntetni mások előtt, közben olyan tulajdonságokkal, anyagi, erkölcsi és morális javakkal felvértezni magunkat, amikkel igazából nem is, vagy csak részben rendelkezünk. A szimulálásra, a megtévesztés művészete ként is tekinthetünk, ami által elmosódik a realitás, és a fantáziavilág közti, amúgy is vékony határ.

A szimulákrumok mindenhatók, és ezt a szerző egy példán keresztül próbálja érzékeltetni: a képrombolók a középkorban rájöttek a szimulákrumok hatására, valamint arra, a rendeltetésükre, hogy teljesen kitöröljék az ember tudatából az Istent, azáltal, hogy megkérdőjelezzik a létezését. Baudrillard gondolkodása szerint az ikonrombolók attól féltek, hogy Isten valójában soha nem is létezett, csak a bálvány, ami Őt ábrázolja, sőt Isten igazából mindig is csak saját maga szimulákruma volt, valami olyan rendszer, elgondolás, amit azért hoztak létre, hogy hihessenek benne az emberek. Ezesetben a képek nem is titkolnak semmit, csak egy olyan szimulákrumot hoznak létre, egy olyan alternatív valóságot, amely elegendő egy átlagember számára, és örökké tartó, tökéletességet sugárzó bűvöletet hoz létre. Tehát a képrombolók saját maguk áldozatává váltak, s a megvetés és tagadás által adtak mélyrehatóbb, természetfeletti hatalmat az ikonoknak, míg az átlag képimádók megelégedtek az ikonba zárt Isten képével. „Ekként jelenik meg a szimuláció a bennünket érdeklő korszakban: a reális, a neo-reális és a hiperreális stratégiájaként, mellyel mindenhol együtt jár a lebeszélés stratégiája is.” Azaz a közösségi médiában is jelen van a szimuláció, mint fogalom, és az emberek

hajlamosak hatalommal felruházni képeiket, annak érdekében, hogy többet lássunk bele, többet gondoljunk az adott személyről. Ezért lett ennyire népszerű az önmutogatás a különböző közösségi média platformokon, a gazdagság szimulálása, az állandó bulizás, szórakozás, a nyaralós képek, valamint a különböző szűrők és filterek használata által. Az átlag felhasználó egy olyan képet kíván magáról létrehozni a közösségi médiában, amely nem, vagy csak részben igaz. Ha ezt az elméletet kivetítjük a BeReal alkalmazásra jogosan merülhet fel az a kérdés, hogy ez az alkalmazás is szimulákrum-e, és a válasz valószínűleg igen. Akármennyire próbáljuk a valóságot közvetíteni az alkalmazás által a barátaink számára, az már szimulálás. Valójában szimuláljuk a valódi énünket, mivel olyan környezetbe kerül ki az a kép, ahol elvárás a valódiság. Nem fog senki egy stúdióképet posztolni az alkalmazásra, mert nem elvárás ezen a platformon, hanem mindenki az unalmas hétköznapijait, kajáját, barátait, átlagos életét posztolja ki, ezáltal kerülve bele a szimulációs közegbe, ami által életünket átültetjük egy online környezetbe, hogy valóságként adjuk el, a szimulált valóság útvesztőjében, egy alternatív valóság létrehozása által.

Baudrillard egy példa segítségével magyarázza meg a szimulákrum és a valóság közötti különbséget és hasonlóságot. Szerinte a szimuláció sokkal veszélyesebb, mint a valóság, mivel a szimuláció saját tárgyán túl annak a gyanúját is felveti, hogy maga a törvény és a rendszer is lehet sima szimuláció. A példa pedig a következő: rendezzünk egy bankrablást, üres tölténytárral, beöltözve símaszkba, sétáljunk be egy bankba és játszuk el, hogy ez egy bankrablás emeljük fel a pisztolyunkat, ejtsünk minél biztosabb túszoikat, követeljünk váltságdíjat, tegyünk meg mindent, hogy az akció a lehető legnagyobb médiafelhajrással járjon. Bár mi szimuláltunk, az eredmények azonban valósak lesznek Baudrillard szerint: valaki ugyanúgy el fog ájulni a fegyverek láttán, és szívrohamban meghalni, a pénzkötegeket ugyanúgy kiadják nekünk, és a rendőr is az első adandó alkalommal le fog lőni minket, annak ellenére, hogy mi szimulálunk. A törvény, csak a realitás talaján működőképes, ahogyan azt a szerző is megfogalmazta: „A szimulációs folyamatok elkülönítésének lehetetlenségében a rend sűrűsége mutatkozik meg, amely csak a valóságot látja és fogja fel, mivel más közegben nem működhet.”

A valóság kérdése a BeReal alkalmazással kapcsolatban is hasonló lesz: ha azt a látszatot akarjuk kelteni, az elvárásoknak megfelelően, hogy igazik, valódik vagyunk, előbb utóbb bele esünk abba az állapotba, amikor a valós életünket is szimulákrumként éljük meg, mivel az alkalmazás által megteremtett világban ez az elvárás. Mondhatni, az a két perces intervallum, amikor posztolni kell a BeRealünket megszakítja az offline életünket és

viselkedésmintánkat, és abba esünk bele, hogy leszimuláljuk az általunk valóságnak tettetett életünket a kép erejéig. Ez az időintervallum kiszakít minket a való világ kontextusából, és áthelyez az online világ, a közösségi média kontextusába, hogy ott egy megszokott posztolási mintának eleget téve való életünket posztoljuk, a hipotetikus valóság módján.

Péter, B. L. (2017) „A médiahatás kifejezést a szó legszűkebb értelmében használom: eszerint akkor beszélünk hatásról, ha a média üzenetei nyomán előre megjósolható irányban és mértékben változik meg az emberek véleménye vagy viselkedése.” A média hatalma megkérdőjelezhetetlen az egyének életére, minden téren befolyásolja az emberek életét, gondolkodásmódját, és mindennapjait, ahogyan azt a saját életünkön is meg tapasztalhatjuk nap, mint nap. Persze ez az önreprezentációnkat, énképünk kialakítását is befolyásolja az online környezetben, és ezt a hálóléttel is kontextusba kell helyeznünk. Az emberek nap, mint nap látják a közösségi média felületeiken a fényűző életet élő sztárok képeit, story-át, és arra vágnak, hogy hasonlóak legyenek, vagy legalább ezt a látszatot keltsék. Az emberek hajlamosak a közösségi média felületeiken jobb színben feltüntetni magukat, a körülöttük lévő elvárások és nyomás miatt

Jacques Ellul szintén egyetértett azzal, hogy a technológia az ember lényegébe behatolva nemcsak az ember környezetét változtatja meg, hanem magát az embert is. Az ember megkapja azt a szabadságot, hogy közösségi média platformjaira bármikor, bármit posztolhasson. Ez a szabadság ugyanakkor csak látszólagos, a lehetőségek kihasználásával az ember a technológia foglyává válik: nemcsak alkalmazkodik a technológiához, hanem engedelmessé is neki – például életét az órához igazítja, (Kepe, 2019) de nem csak a technológiához, hanem az online kultúrához is alkalmazkodik, hiszen jól megfigyelhető, hogy az Instagramra és a Facebookra feltöltött képek között releváns különbségek vannak, mivel ezek a platformok más-más önreprezentációs mintával, és viselkedésformával rendelkeznek. A BeRealnek is ez lehet a buktatója, hogy a megalkotott világ, amit az alkalmazás hoz létre, igazából az is csak egy másik börtön a felhasználók számára, ami a felhasználókat, az „igazság börtönébe” zárja be.

Mivel a közösségi médiában, mindenki a legjobb, legszebb formáját szeretné mutatni, az ide kikerülő fényképek rengeteg előkészítési folyamaton, és utómunkán mennek keresztül. A fényképek előkészítése a közösségi média platformokon kétféle módon valósulhat meg: belső fényképészeti eszközökkel: szűrők, programok, képminőség, valamint külső eszközökkel: smink, helyszínválasztás, világítás. Chua és Chang (2016) által elvégzett kutatásból kiderült, hogy a nők szívesebben megtervezik képeiket, minden előkészületet beleértve, minthogy véletlenszerűen több képet készítve reménykedjenek abban, hogy készült egy olyan kép is, amely megfelel a közösségi média által felállított elvárásrendszernek. Az idő is kulcsszerepet

játszott ezen válaszok megszületésében a két kutató szerint, mivel az interjúalanyok véleménye szerint, több időt felvesz a képek kiválasztása, mint előkészítése.

Ezen előkészületeket kívánja kizárni a BeReal alkalmazás a spontaneitása segítségével, amely lehetővé teszi, a lehető legvalóságosabb önreprezentációt a közösségi médiában. (González-Nuevo, C., Cuesta, M., & Muñiz, J.2021)

Csepeli (2016) szerint „Az én a virtuális térbe kerülve gátlástalan és korlátozatlan lesz, ami létrehozza a selfie kultúrát. A másik testi valójában eltűnik.” Tehát az önreprezentáció a közösségi médiában olyan módon valósul meg, hogy egy alternatív karaktert hozunk létre, amely minket szimbolizál, és nyomokban megegyezik saját személyünkkel, de mégis teljesen más, új személyiség és viselkedésminta alakul ki. „A mi a virtuális térben elveszti kontúrjait, bármilyen szempont alapján lehetséges lesz közösségek létrejötte, de amilyen könnyen és gyorsan létrejönnek a közösségek, olyan gyorsan el is tűnnek.” (Csepeli, 2016) A közösségi média világában a trendek uralkodnak, ezért is igaz ez az állítás. A hálólétnek köszönhetően, a felhasználók mindig a legfrissebb adatokhoz jutnak hozzá, és ez nagyban befolyásolja, azt, hogy hogyan reprezentálják személyüket az online térben, sőt identitásukra is nagy hatással vannak ezek a trendek, itt akár a „Black Lives Matter” mozgalomra is gondolhatunk. Idővel ezek a trendek elavulnak, és valami más, relevánsabb, naprakészebb információ veszi át a felhasználói identitás formáló szerepet a közösségi médiában.

A közösségi média megjelenésével lehetővé vált, hogy a híreket több forrásból beszerezze, azonosítsa a felhasználó, ezáltal kiválasztva azokat az információkat, amelyek személyre szólóbbak, és az egyén szempontjából társadalmilag releváns tartalmak. Ismail és Latif (2013) kutatása megerősíti azt a felvetést, hogy a médiatartalmakat a tudás minőségéhez és a szerző hitelességéhez képest nyíltabban mutatják be és ábrázolják a közösségi média oldalakon. A közösségi média oldalakat a felhasználók elsősorban a gondolataik, és tudásuk megosztására használják (Ismail és Latif, 2013). Az önreprezentáció itt csúcsosodik ki a legjobban az egész internet-történelem során, mivel a közösségi média oldalak egy olyan valóságot hoznak létre, ahol a megjelenés, a feltöltött képeink, az általunk kedvelt posztok, követett oldalak és a kommentjeink határozzák meg, milyen emberek vagyunk valójában.

Jin (2018) az Instagramon végzett kutatása során arra a következtetésre jutott, hogy azon emberek, akik hajlamosabbak társadalmi összehasonlítást végezni, azt a fénykép milyenségétől függetlenül teszik, számukra nem volt releváns, hogy az adott kép szelfi, csoportos szelfi vagy mások által készített fotó. Ez a fajta összehasonlítás sokkal gyakoribb volt társaik, barátaik

körében. Tehát az emberek megfigyelik barátaik posztjait, és akarva akaratlan hasonlítják azokat akár sajátjaikhoz, akár az Instagram modellek, és sztárok posztjaihoz.

„A digitális identitás, mely egyre meghatározóbb szerepet tölt be az ettől egyre összetettebbé váló identitásunkban. Emellett a hagyományosan állandónak számító identitásunk a digitális kommunikációs környezetnek köszönhetően képes módosulni, változni.” (Bódi 2020) Tehát a digitális identitásunk nem mondható egy állandó dolognak, minden platformon, minden alkalmazásban más-más, pont úgy, ahogy élethelyzettől, környezetünktől függően az is változó, hogy hogyan viselkedünk adott emberek körében, adott közönség előtt, ami csak megerősíti azt a feltételezésemet, hogy a BeReal felhasználók is csak egy szerepet vesznek fel az applikáció használata közben, az „igazi arc szerepét”, de ennek ellenére sem változik meg a többi közösségi média felülettel kapcsolatos hozzáállásuk, tehát ez is csak egy olyan állarc, egy olyan identitás, amit az applikáció által létrejött alternatív világ, és az abba való beilleszkedési-, megfelelési kényszer hoz ki a felhasználókból. a digitális identitás alapvető különbsége a valós identitástól, hogy „az identifikált személynek vagy dolognak nem belső, lényegi tulajdonsága, hanem interakciókból kibontakozó szociális karakterisztikuma” (Falman, 2019) A személyiségünket el lehet különíteni az online és offline módon, ez a két személyiségünk eltérő lehet, mivel mindkettőre más-más impulzusok hatnak. Az online térben a személyiségünk interakcióink által bontakozik ki, valamint azon adatok által, amelyeket közlünk magunkról a különböző közösségi média oldalainkon.

Az is lehetséges, hogy ez az applikáció annyira valóságghű, hogy az emberek nem tudják elvonatkoztatni a hétköznapi, emberi identitásukat, attól, amit a BeReal alkalmazás alkot identitás szinten a felhasználók számára, de ez valószínűen ki fog derülni a kutatás során elvégzett interjúkból is.

A valóság reprezentációja a közösségi médiában

Számos kutatás készült a közösségi média hatásairól, A témával foglalkozó kutatói kör abban egységes álláspontot képvisel, hogy a fiatalok technológiai tudása és az internettel kapcsolatos ismeretei messze túlszárnyalják szüleik és nagyszülőik ilyen irányú felkészültségét, ami egyben azt is jelenti, hogy ez különböző konfliktusokhoz vezethet a generációk között (Zsolnai Anikó, 2017). Zsolnai Anikó szerint a fiatal korosztály sokkal jobban boldogul az internet és a közösségi média világában, ezért lehet az, hogy az új közösségi oldalak a fiatal korosztályt célozzák meg a marketingkampányaikkal. Ezt az állítást az a tény is bizonyítja, hogy a BeReal alkalmazás átlagfelhasználóinak 43.2 százaléka a 16-25 év közötti korosztályból kerül ki.

A változásteória elismeri, hogy a társadalmi változások és az ezeknek való ellenállás elkerülhetetlenül összefonódnak, ami egy normális reakció a társadalmi fejlődés során. A közösségi médiával szembeni ellenkezés most is megfigyelhető néhány egyénnél, de már közel sem olyan erős, mint a 2000-es évek elején (Zhong, 2021), bár most inkább az a jellemző, hogy az emberek egyre jobban belefáradnak abba, ahogy a közösségi média befolyásolja a mentális egészségüket, a folyamatos és irreális elvárásokkal, és a tökéletesség látszatával. Ha azt állítjuk, hogy a közösségi média befolyásolja a világunkat, ez nyilvánvalóan igaz, sőt, talán ez még alábecsülésnek is számít. (Zhong, 2021) Mára már a közösségi média egy olyan szuperhatalommá nőtte ki magát, amely képes háborúkat indítani és megszüntetni, kormányokat bebuktatni, emberek millióinak véleményét befolyásolni és még sorolhatnám a végtelenségig. Sőt az emberek valóságtudatát is befolyásolja, Jean Baudrillard (1964) elméletét kivetítve a közösségi médiára, egy olyan szimulákrumot kapunk, amely tökéletesen imitálja a valóságot és ezáltal nehéz elválasztani azt, ami valóban létezik és alkotó eleme a közösségi médiának, annak a világnak, ami ezáltal keletkezik, és azon folyamatokat, amelyek csak ezen valóságszimulálásnak az eszközei.

Tóth Benedek szerint „a média nem leképezi, hanem megteremti az általa elérhetővé tett valóságot”, és a BeReal-lel kapcsolatban is így van, mivel ez egy különálló médium, és az, amit az oldal képvisel, az teljesen eltérő attól, amit már megszokhattunk a közösségi médiafelületeken. Ezáltal a BeReal alkalmazás egy saját világot hoz létre a felhasználók számára, ahol önmaguk lehetnek, és ezt nyilvánosan is felvállalhatják, mivel ez a platform lehetőséget nyújt arra, hogy az igazi arcodat mutasd meg félelmek és megfélemlési kényszer nélkül. (Tóth, 2011)

Az emberek tudatosan építenek fel magukról olyan képet a közösségi média oldalaikon, amelyeknek kevés, vagy egyáltalán semmi köze nincs ahhoz, amit a valóságban megél az adott felhasználó. A közösségi média világszintű elterjedésével lehetővé vált, hogy villámgyorsan a világ bármely pontjáról információhoz jussunk, ezzel együtt rólunk is már pár kattintással rengeteg információt meg tud szerezni kvázi akárki a világ bármely pontjáról. Ezen tények tekintetében nem meglepő, hogy a világunkban ma már nagy jelentőséggel bír az, hogy milyenek a közösségi média fiókjaink, komolyabb munkahelyeken ezt ellenőrzik is, ez persze nem azt jelenti, hogy pontos képet kapunk az illetőről.

A BeReal ezzel szemben azt a képét, azt az oldalát mutatja meg a felhasználóknak, amellyel nem szívesen hencegnek a közösségi médiában, s talán ez is a BeReal titka, hogy társadalom egy része rájött, hogy az a személy, aki az Instagram oldalán megjelenik, nem az a személy, aki az általános mindennapokban, a való életben létezik.

„Az internet megjelenése óta rengeteget fejlődött az információs technológia. A fejlődés mellett az a tény sem elhanyagolható, hogy a közösségi média 2000-es évek eleji megjelenése óta nagy mértékben hatással volt az emberek felfogására, viselkedésére is. Maga a közösségi média platformok is változásokon mentek át, tovább formálva az emberek igényeit, átalakítva szokásaikat, preferenciáikat. (Pásztor, 2020) A közösségi média mára már teljesen kihat az emberek életére, és mindennapjaink elképzelhetetlenek lennének ezen felületek nélkül. A mindennapi használat pedig az emberek személyiségére is rányomta a bélyegét, már-már teljesen kihalóban van az egyediség, és mindent a sablonosság, a megfeleléskényszer vesz át. Ezen folyamatok által a közösségi média egy olyan kulturális közeget hoz létre, amelybe mindenkinek tartoznia kell, akarva akaratlan, ha nem akar kimaradni az információs áradatból.

Bányász (2017) a tanulmánya során megfogalmazza, hogy milyen nagy hatással van a közösségi média az emberek életére és a társadalmi életre egyaránt. 2017 óta, már az életünk megkerülhetetlen részévé vált a közösségi média, és a napjaink, jövőnk túlnyomó többségében döntő jelentőséggel bír, mint például a politikai életre, amikor Donald Trump, az amerikai egyesült államok volt elnökének a közösségi média kampánya hatására választották meg. A kutatás legfőképpen a közösségi média ősatyjának tekinthető Facebook alkalmazásról szól. A kutatásban szó esik arról, hogy a Facebook, hogyan manipulálja azokat az információkat, amelyek megjelennek az alkalmazás kezdőlapján, a felhasználói igények szerint, az algoritmus által. Bányász (2017) szerint a telefonos alkalmazások is közösségi média felületek, mivel ezek által lehetősége nyílik a felhasználóknak arra, hogy hagyományos felhasználókból, tartalomgyártókká avanszáljanak. Ezen adatok tekintetében jól kimutatható a BeReal különbsége a többi közösségi média felületekkel szemben, hiszen itt nincs olyan algoritmus, ami kiválasztja, kvázi megcenzúrázza az alkalmazásra feltöltött tartalmakat, és nem lehet olyan képet kialakítani magunkról, ami teljes egészében eltér a valóságban ismert felhasználtól. A közösségi média által felállított elvárások, már-már személyiségzavarba kergetik a felhasználókat, hiszen az, ami a közösségi médiában megjelenik rólunk, és amik valójában vagyunk merőn eltérnek egymástól. A BeReal erre a problémára próbál választ adni, azzal, hogy a mindennapi, szürke pillanatokat kívánja közzé tenni a felhasználókkal, filterek és elvárások nélkül, úgy, hogy közben megőrzi a felhasználók privát szféráját is.

Ezen információk figyelembe vétele által rájöhethetünk arra a tényre, hogy az interneten is kultúrák és szubkultúrák jönnek létre, minden alkalmazásnak, weboldalnak, megvan a saját

társadalma, kulturális elvárása, így a Schafer (2012) által megfogalmazott állítás, miszerint „azon folyamatok, amely során jelentős változások mennek végbe az egyének életében, valamint a társadalom által képviselt kultúrában is, a normákat és az értékrendszert is beleértve, társadalmi változásoknak nevezzük.” az internettársadalom szempontjából is megállja a helyét. A BeReal alkalmazásban is megfigyelhető, hogy eltérő az az értékrend, a többi közösségi média felületekhez képest. Vegyük például az Instagramot, ahol mára már a tökéletesség, a gazdagság, a szórakozás látszatának a megteremtésén van a hangsúly, s ez tartalmi szempontból is meglátszik az alkalmazáson. Az Instagramra mára már elképzelhetetlen olyan képet feltölteni, amely nincs szerkesztve, szűrőt használni is kötelező. A BeReal ehhez képest a szürke hétköznapiakat kívánja bemutatni, s jól megfigyelhetően, azon személyek, akik mindkét alkalmazás felhasználói más-más módokon posztolnak mindkét alkalmazásban. A társadalmi változásokat a szociológusok három módon kategorizálják: evolúciós, funkcionista és konfliktuselméleti módon. (Zhong, 2021) Ez a három folyamat az internet-kultúrában is jól megfigyelhető, érzékelhető.

A saját webes tartalmak megjelenésével különböző szubkultúrák jöttek létre. Ebben a legnagyobb szerepet a Youtube játszotta, mivel először itt jelentek meg jól elhatárolható módon a különböző szubkultúrák, például a videójáték kedvelők, ezen videók hatására a felhasználók csoportosulni kezdtek, és a cégek számára is kézenfekvőbbé vált az ilyen tartalomgyártók bevonása az elárúsításba, „mivel felhasználók által készített tartalmak például egyfajta belső autentikusságot nyernek abból, hogy a tömegmédia céges háttére nélkül készülő alkotásokkal kapcsolatban a nézők kevésbé feltételezik a profitszerzés szándékát”. (Mátyus, 2012)

Talán a BeReal is csak egy hasonló szubkultúra ként funkcionál az emberek életében, és nem is maga a közösségi média ellen való fellázadás a felhasználók és maga az alkalmazás mozgató rugója, hanem a másság érzete az, ami a felhasználókat motiválja az alkalmazás fogyasztásában. A valóság talán az, hogy az emberek nem is a valóságot posztolják ki nap, mint nap, hanem a valóság szimulációját, annak érdekében, hogy megfeleljenek a BeReal kulturális elvárásának, miszerint, az igazságot kell posztolnod. Ezen posztolási szokás által a BeReal társadalom szerves tagjává válnak a felhasználók, de ez nem segíti a többi közösségi média kulturális „fejlődését”.

Elemzés

A BeReal honlapjának tartalmi elemzése

Az internetes honlapok elengedhetlenné váltak a mai cégek számára, ahogy azt a Covid-19 járvány idején is tapasztalhattuk az online jelenlét a profitszerzés céljából mára már elengedhetetlen eszközzé vált, és ez alul a BeReal sem kivétel. Mint sok más közösségi média felület, a BeReal is rendelkezik honlappal, és a következőkben ezt a honlapot fogom elemezni a módszertanban megadott szempontrendszer szerint.

Ahogy megnyitjuk az oldalt rögtön lényegre törő fontos információkba ütközünk, a kezdőlapon az alkalmazás neve „BeReal”, valamint a mottója: „Your friends for real” azaz „A barátaid igazából” ezen kívül a főoldalon találhatunk egy rövid leírást az alkalmazás működéséről, miszerint: „minden nap mindenki egyszerre kap egy értesítést, hogy készítsen és megosszon egy fotót két perc alatt. Egy új és egyedi módszer, hogy kiderítsd milyenek is a barátaid a mindennapi életükben.” Emellett a kezdőlapon megjelenik egy videó is, amely az alkalmazást mutatja be képek és rövid leírások által. Ezen kívül a kezdőlapon megjelenik az oldal Facebook, Twitter és Instagram elérhetősége is, valamint lehetőségünk van az oldal nyelvét is kiválasztani, bár csak két nyelvből tudunk választani, angol vagy francia.

Összességében az oldalon releváns, egyszerűen, lényegre törően megfogalmazott információk jelennek meg, bár az oldalon elavult információk is megjelennek, például még a 2021-es BeReal videót reklámozzák rajta, de már a 2022-es is kijött. A honlap felépítése is logikus, minden fontos információ megjelenik rajta, és minden menüpontból valamilyen módon eljutunk az alkalmazásig, ami nagyon fontos az ilyen fajta honlapok szempontjából, mert az a cél, hogy eladja a terméket, azaz, hogy letöltsük az alkalmazást. Annyit javítanék az oldalon, hogy a menüpontokat nem az oldal aljára, hanem a tetejére helyezném, mivel ott sokkal szembetűnő minden menüpont, és könnyebben észreveszik a felhasználók.

Az oldalon nem nehéz megtalálni azt, amit keresünk, annak ellenére sem, hogy maga a honlap nem rendelkezik keresőmotorral, de mivel a design és a honlap koncepciója is az egyszerűsége törekedett, így minden menüpont alatt azt találjuk, amit eredetileg kerestünk. Az oldalon összesen hat menüpontot találunk: Contact us, azaz lépj kapcsolatba velünk, itt lehetőségünk van e-mailt írni a BeReal csapatának, a Help, itt az alkalmazással kapcsolatos, leggyakrabban felmerülő kérdésekre kapunk választ, a Terms, itt a felhasználói feltételeket olvashatjuk el, a Privacy Policy, ezen menüpont alatt az adatvédelmi irányelveket találjuk.

Ezen menüpontokon kívül az oldal rendelkezik egy Jobs menüponttal, ahol az cég hirdet meg állásokat, amelyekre bárki szabadon jelentkezhet. Ezen menüpont alatt részletes betekintést kapunk abba, hogy a BeReal csapata hogyan tartja az állásinterjúit, valamint, hogy milyen feltételeknek kell teljesülnie ahhoz, hogy megkapjuk a munkát, továbbá a különböző projektekbe is betekintést nyerünk, és megtudhatjuk milyen új dolgokat tanulhatunk meg, ha itt szeretnénk dolgozni, mivel a BeReal fontosnak tartja a fejlődését is a munkatársainak. A Press fül alatt a BeReal megismerhetjük a BeReal üzenetét, célját, amit úgy fogalmaztak meg, hogy a legjobb terméket szeretnék előállítani a felhasználók számára. „A mi termékünk az, amivé a felhasználóink szeretnék alakítani” ekképpen fogalmazza meg a BeReal csapata az alkalmazás lényegét, utalva itt arra, hogy a felhasználási módozattól függ, hogy mennyire igazi egy alkalmazás.

Az oldal interaktivitása a menüpontokban jelenik meg, mivel lehetőségünk van az alkalmazás mögött álló csapattal kapcsolatba lépni, javaslatokat, megjegyzéseket adni számukra, sőt munkakeresési lehetőség is megjelenik a honlapon, amely interjúk végén vagy felvesznek, vagy visszajelzést és értékelést kapunk a nyújtott teljesítményünkről, ez szerintem egy jó ötlet, mivel, ha nem is kapjuk meg az állást, de legalább kapunk egy visszajelzést, hogy miben kell fejlődünk. A honlapon megjelenő információk szerintem relevánsak, bár nem azért, mert naprakész lenne az oldal, hanem inkább azért, mert ezek örökérvényű információk mind az alkalmazás, mind a honlap szempontjából, de persze vannak elavult információk is, mint ahogy említettem, a 20021-es összefoglaló videót, ami eléggé zavaró, és hanyagságot sugall, hogy ez még mindig megtalálható a honlapon.

A BeReal honlapjának formai elemzése

A BeReal honlapja a színhasználattal és designnal is az kívánja tükrözni, ami az alkalmazás üzenete is a felhasználók számára: az egyszerűség, valódiság közvetítése az online világ felé is. Ennek tekintetében a BeReal honlapja egyszerű, az alkalmazáshoz igazodó dizájnnal rendelkezik. Az oldal a fekete és fehér színeket használja csak, egy átlagosnak mondható betűtípussal dolgozik, semmi kihívó, szembetűnő dolog, talán ez is az, ami megfogja az embereket az oldalban. Már-már feltűnően egyszerű és letisztult. A főoldal két részre van osztva középen egyik oldal fehér, a másik fekete, a fehér oldalon található az alkalmazás neve és egy rövid leírása, használati útmutatója. Az oldal fekete felén egy képekből összevágott videó, ami bemutatja az alkalmazás felhasználási módozatait, valamint azt, hogy hogyan is néz ki az alkalmazás maga, teljes egészében.

A honlap könnyen áttekinthető, minden információt megtalálunk rajta menüpontokba sorolva, így nem okoz fejtörést megtalálni éppen azt, amit keresünk. A menüpontok a honlap alján találhatóak meg, ami szerintem nem túl előnyös, de jól kivehető, hogy melyik fül mit tud.

Ahogy fent is említettem, a dizájn jól tükrözi az alkalmazás által képviselt értékeket, és a legfőbb jellemzője, ami a dizájnnon keresztül is jól kivehető, az az egyszerűség, letisztultság. A BeReal nem akar többnek látszani, mint ami valójában, ahogy azt vetélytársaitól megszokhattuk az évek során. Semmi csillogó-villogó reklám, sőt még fizetett hirdetés sem jelenik meg sem az oldalon, sem az alkalmazáson belül. Mind a színhasználat, mint a betűtípus, az információk elhelyezése a honlapon belül arra ösztönzi a felhasználókat, hogy az igazi arcukat mutassák és ne akarjanak megfelelni az által, hogy hamis képet teremtenek magukról a közösségi média felületeiken.

A szövegek jól olvashatóak, egyszerűek, jól megvannak fogalmazva, olyan módon, hogy csak a lényeges információkat közvetítsék a böngészők számára, ami fontos egy jó honlap szempontjából, mivel az olvasók nagyon kevés időt töltenek egy-egy oldalon, és ha nem sikerül ezen idő alatt megfogni őket, vagy esetleg fontos információkkal ellátni, akkor valószínűleg soha nem fognak visszatérni az adott oldalra.

A BeReal egy 2020-ban megjelent social media alkalmazás, amelyet két francia informatikus Alexis Barreyat és Kevin Perreau fejlesztett ki és 2022 elején lett felkapott legfőképpen a Z generáció körében. Ez az alkalmazás nagyban eltér az elődjeitől, és valami teljesen eltérőt kínál az eddig használt, közösségi média alkalmazásokhoz képest. A BeReal a nap valamelyik véletlenszerű pillanatában küld egy értesítést a felhasználóknak, akiknek az értesítés pillanatától számítva két percük van, hogy elkészítsenek egy képet. Az alkalmazás az első, és hátsó kamerát egyszerre használja, és így készít egy úgynevezett BeReal posztot, ami egy kisebb és egy nagyobb képből áll. A kisebb kép a nagyobb kép balfelső sarkában látható, ezeket fel is lehet cserélni. Ha a felhasználó nem készíti el a BeRealt az adott időintervallumban, akkor az alkalmazás jelzi, hogy elkésett, és hogy mennyi időt késett. A késések kijelzése a felhasználókat arra ösztönzi, hogy az adott időintervallumban készítsék el a képet, hogy a többi felhasználó számára ne jelezze azt, hogy mennyit is késett az illető.

Ezen kívül az alkalmazásban megjelennek a Realmoji-k, amelyek a facebookon megtalálható reakciókhoz hasonlóak, azzal az eltéréssel, hogy az emojiakat képek helyettesítik, a felhasználó a saját arcával fejezheti ki reakcióját, egy-egy képet készíthet a különböző emojiokhoz hasonlóan, valamint lehetősége nyílik arra is, hogy gyorsreakciót küldjön, ami egy akkor rögtön elkészítendő képet foglal magába, amelyet egyszer lehet felhasználni emojiként. Az alkalmazáson belül összesen öt különböző emoji lehet használni, a megszokott like emoji, a mosolygós emoji, a hűha reakciót, a szív/szeretet emoji, valamint a nevetős emoji, és ezekhez még hozzá jön a fenn említett, egyszer használatos gyorsreakció is.

A BeReal-nek, mint alkalmazásnak jól kell kinéznie, és funkcióját jól el kell tudja látni, mivel a BeReal mögött is egy szervezet, cég áll, így az alkalmazás kinézete rendkívül fontos az online kommunikáció szempontjából is. Joel Järvinen szerint egy-egy cég jól megtervezett, helyesen használt honlapja nagyban megkönnyíti, mint az eladó, mint a vásárló dolgát, egy értékesítési csatornának felel meg a honlap. (Joel Järvinen, 2015.) Talán ez az alkalmazásokkal kapcsolatban hatványozottan igaz, mivel maga az alkalmazás képezi az adott cég termékét, tehát, ha nem funkcionál jól, nem látja el azokat a szerepeket, amikre megtervezték az adott alkalmazást, valószínűleg csődbe fog menni. Ez, ami számomra a BeReal-lel kapcsolatban ellentétes érzelmeket vált ki, mivel nagyon rosszul működik az applikáció, folyamatosan lefagy, helytelen adatokat mutat ki, rosszul és lassan működik, amikor posztolni kell a napi BeReal-t, de mégis az emberek számára ez nem annyira eltaszító, hogy letöröljék az alkalmazást.

A színhasználat is figyelemre méltó az applikáción belül, és a logón is. A logó egy egyszerű felirat, ami az applikáció nevét foglalja magába. A fekete alapon a fehér „BeReal.” felirat már-már unalmasnak, monotonnak mondható, de ha megfigyeljük a mögöttes mondanivalót, az applikáció üzenetét úgy teljesen más jelentéssel bírnak az alkalmazás arculati elemei is.

A BeReal applikáció a fekete-fehér igazságot kívánja közvetíteni a felhasználók számára, kisebb-nagyobb sikerekkel. Mint a logón, úgy az alkalmazáson belül is csak a fekete-fehér színek jelennek meg, ezzel az applikáció az sugallja, hogy a felhasználók is az egyszerűsége törekedjenek és mutassák meg az igazi arcukat.

Ahogy megnyitjuk az alkalmazást szembetűnő, hogy a közösségi média felületeken megszokott fehér háttér helyett, egyből fekete háttér fogad, ami más alkalmazásokon is beállítható, az úgynevezett „dark mode” segítségével, viszont ez a BeReal-en alapértelmezett, és megváltoztatni sem lehet. Az alkalmazás megnyitása után egyből a feed-ünket látjuk, legfelül az alkalmazás logóját, balról előhívhatjuk az ismerőslistánkat, jobbról pedig saját profilunkat tekinthetjük meg. Középen a napi BeReal posztunkat látjuk, és az arra kapott Realmojikat.

Az ismerősök funkció alatt három almenüpontra találkozunk, az ajánlásokban a telefonkönyvünk felhasználóiból jelölhetünk be embereket, továbbá kapunk még egy másik fajta ajánlást is, az „emberek, akiket ismerhetsz” címszó alatt, ezt az alkalmazás a közös ismerőseink száma szerint határozza meg az illető felhasználóval, továbbá lehetőségünk van megosztani egyéb közösségi média alkalmazásainkon is a BeReal profilunkat. A Barátok fül alatt megnézhetjük, hogy kik az ismerőseink az alkalmazáson belül, ami érdekesség, hogy az alkalmazás nem ír pontosan csak 50-ig, onnan már csak annyit jelez, hogy 50+. A kérések menüpont alatt megtekinthetjük a saját ismerősjelöléseinket, és lehetőségünk van azt vagy elfogadni, vagy kitörölni.

A profilunkra kattintva megtekinthetjük a saját profilképünket, a nevünket, a felhasználónevünket az alkalmazáson belül, a leírást, amit megadtunk a profilunkhoz csatolva, valamint a BeReal emlékeinket is, amelyet később mutat be. Ezen kívül a képernyőnk jobb felső sarkában találunk három pontot, amely lehetőséget nyújt a profilképünk, felhasználónevünk, teljes nevünk és leírásunk megváltoztatására. Ezen kívül kitörölhetjük a memories funkciót a fiókunkról, valamint egyéb módon szerkeszthetjük kedvünkre a saját alkalmazásunkat. A Beállítások fül alatt ki-be kapcsolhatjuk az értesítéseket, időzónát választhatunk, és az egyéb fül alatt lehetőségünk van a gyors kamera módra, valamint a

gyorsítótárunk kitakarítására és a profilunk törlésére is. A rólunk fül alatt megoszthatjuk a BeReal profilunkat, pontozhatjuk az alkalmazást, és segítség fül is található, valamint egy rólunk fül is.

Ha a feedünket megnyitjuk szembetűnő lehet, hogy kétféle feed van, egyik a saját barátaim nevet kapta, ami nem meglepő módon az alkalmazáson belőli ismerőseinket takarja, valamint egy felfedezés fül, ami már érdekesebb funkció. Itt azon személyek posztjait láthatjuk szerte a nagyvilágból, akik profiljukat nyilvánosra állították. Ezen személyek posztjai a legkülönbébbek, a világ minden pontjáról érkezik ide bejegyzés, és a felhasználó név alatt az is kiderül honnan került ki a poszt, de hozzászólásra nincs lehetőség, csak a realemójik használatára.

A BeReal alkalmazás médiamegjelenései

Mivel a BeReal egy valóban releváns témává, közösségi média felületé avanzsált a 2022-es év második felétől, így számos médiamegjelenést kapott, a legtöbb neves lap lehozott egy-két cikket az alkalmazásról, a körülötte lévő realitás-kérdésről, és a felhasználói élményekről. A továbbiakban ezen cikkek, médiamegjelenések lesznek felsorolva és kontextusba helyezve. A New York Times magazinban is megjelent egy cikk a BeReal alkalmazásról, amit nem kell taglalni, elég nagy szó, hiszen ez a lap globális szinten az egyik legrelevánsabb információforrás. Nagyon jó dolgokat írtak a magazinban a BeReal alkalmazásról, habár itt ne a valóságot reprezentáló alkalmazásként hivatkoznak az alkalmazásra, hanem inkább a valóság megszakítója ként, amelyet az újságíró egy pár példával is érzékeltet, felsorol olyan eseteket, amikor koncerten van, vagy esetleg softballozik, és a valóságot, a jelen pillanat élményét meg kell szakítania a BeReal kedvéért. „Ezek alkalmatlan pillanatok, amikor digitális fényképezéssel szakítom meg a valós életet, de ez a természete annak, hogy az életedből bányásszuk ki a tartalmat.” fogalmazta meg az újságíró. A cikk az öntudatosságot is taglalja, és úgy fogalmazza meg, hogy az, amit a BeRealre posztolunk, ahogy eszünk, alszunk, buszozunk, ahogy a mindennapi unalmas életünket tartalommal formáljuk/torzítjuk, „az sem kevésbé öntudatos vagy őszintébb, mint amit bárhol máshol látsz az interneten.”

Viszont ami a BeReal alkalmazás mellett szól, az az a folyamat, amely kicsit felidézi, újra trendivé alakítja, romantizálja a 2000-es évek eleji nagy facebook vlog, blog és facebook-státusz hangulatát. Ezen posztok az apróságokra, a semmiségekre fókuszáltak és ugyanez a folyamat szépen kirajzolódik a BeReal alkalmazáson is, az a folyamat, amikor életünk kevésbé érdekes részeit izgalmasabban, viccesebben, szórakoztatóbban tüntessük fel barátaink számára, ahogyan NY Times cikke is megfogalmazza, egy alternatív énről szóló, állandó felvétel készítését jelenti a BeReal. Egy katasztrófa esetén is, valószínűleg „hogy a BeReal a kontextustól függetlenül valószínűleg ugyanúgy nézne ki, mint mindig: emberek ülnek az íróasztaluknál, miközben máshol katasztrófa történik.” A cikk végén az újságíró felhívja a figyelmet, hogy a BeReal káros is lehet, amikor rádöbbenünk, hogy szerte a világban csodálatos, vagány dolgok történnek, és a mi unalmas életünk csak pörög tovább, minden nap buszozunk, dolgozunk, eszünk, alszunk, és szép lassan lepörög az életünk, de az is vonzó lehet, hogy ebben a pillanatban megéljük kicsit befelé a személyes, apró dolgainkat, és hálások leszünk.

A „The Guardian” napilapban egy interjúkkal tarkított cikk jelent meg a BeReal alkalmazásról, ahol inkább a felhasználási módzatokra kérdezett rá az újságíró, valamint arról az élményről, életérzésről kérdezte a felhasználókat, amit az alkalmazás a felhasználóknak nyújt. A felhasználók egyöntetűen két szempontot emeltek ki a BeReal-lel kapcsolatban, ami megkülönbözteti az alkalmazást a többi konkurens alkalmazástól, ami által olyan egyedi felhasználói élményt tud nyújtani a valóságra vágyó emberek számára, ami megoldja „A TikTok-on és az Instagramon egyre növekvő teljesítménykényszer, a követők számának növelése és az influencerré válás.” problémáját. Ahogy az alkalmazás weboldalán is megfogalmazódott „A BeReal nem tesz híressé, nem leszel influencerszer ezen a platformon.”

A második, amit kiemeltek a megkérdezett felhasználók, az a barátokkal való kapcsolattartás lehetősége, mivel itt minden nap posztolni kell, és éppen azt, amit csinálsz, így egy olyan képet kaphatunk barátainkról, amit minden nap látunk, érzékelünk, ha egy helyen tartózkodunk a valóságban is. Így amikor nyári szünet, vagy valami egyéb okok miatt huzamosabb ideig nem találkozunk barátainkkal, az nem zárja ki, hogy ne lássuk ugyanazt a megszokott, mindennapi átlagos arcát, amit a mindennapok során megszokhattunk már. A BeReal posztok nem feltétlenül valósak, de az összes közösségi média felület közül ez áll legközelebb a valósághoz.

Az Euronews Culture újságírójának, adott interjút egy 21 éves lány, aki az amerikai Purdue Egyetem cserediákja. Ebben az interjúban elhangzik, hogy a BeReal-t a legtöbbször használnak hasonlóan ez a lány is a barátaival való kapcsolattartásra használja, amely által, egy sokkal személyesebb képet kapunk arról, hogy éppen a barátaink mit is csinálnak, mint egy egyszerű messenger beszélgetésben, a képek többet mondanak száz szónál is, valamint az eddigiekben még meg nem említett Memories funkcióját is kiemeli az interjúalany, úgy fogalmaz, hogy ezáltal nyomon tudja követni, hogy éppen mit és mikor csinál, mivel egy becsületes cserediákhoz hasonlóan ő is minden szabadidejét az új környezet megismerésével tölti.

A Rolling Stone kultúra rovatában is megjelent egy BeReal-t taglaló cikk, amely következő címszó alatt futott: „Figyelem! A Be-Real kihívást jelent a kreativitásod számára. A BeReal az élet, a valódi élet, és ez az élet szűrők nélkül való.” A cikk a BeRealról szuperlatívuszokban beszél, kiemeli azt a különözöséget, amit tapasztalhatunk az alkalmazással kapcsolatban konkurens alkalmazásokhoz képest, és még egy plusz élményt is nyújt azáltal, hogy próbára teszi a felhasználó kreativitását, hogy az unalmas mindennapokból, valami mások számára is szórakoztatót hozzon létre a felhasználó, akár a képek segítségével,

akár egy humoros leírás hozzáadásával, bár ez sokakban felvetheti a kérdést, valóban a reális az, amit látok?

Végül a Time holnapján találtam egy érdekes írást az alkalmazásról, ahol Niklas Myhrt kérdezték, aki a Chapman Egyetem „közösségi média professzora”. Az ő elmondása szerint a BeReal enyhíti a tökéletes online megjelenéssel járó nyomást a felhasználói körében. A marketingprofesszor azonban kiemeli, hogy bár a BeReal alapfeltevése, a hitelesebb közösségi médiaélmény megmarad, az alkalmazás jelenlegi módszerének, amellyel ezt az elképzelést megvalósítani kívánja, fejlődnie kell. Ennek ellenére a professzor úgy fogalmaz, hogy a „stilizált, megrendezett, manikűrözött, perfekcionista, nagy influencerek posztjaival való szembe szegülés előfeltevése fenntartható”, azaz a BeReal jó úton halad a megfeleléskényszerből való kitörés útján, de véleménye szerint, az ötlet, hogy egy véletlenszerű két perces időintervallumban készítsünk képet, hamar elavulhat, megöregedhet.

Amint láthatjuk, a BeReal alkalmazásnak hatalmas médiavisszhangja volt, és általában a neves lapok pozitívan vélekedtek az új alkalmazásról berobbanása idején, de ebből nem kell messzemenő következtetéseket levonnunk.

Valóság-e, amit a BeReal-en keresztül közvetítenek a felhasználók?

Az általam kérdezett emberek szerint a BeReal által valóban a saját, valós arcunkat tudjuk megmutatni a nagyvilágnak, ismerőseinknek. Ezen az alkalmazáson nincsenek filterek, nincsen utómunka, az elkészített kép általában úgy kerül ki, ahogy azt elkészítette a felhasználó, ahogyan az sikerült. A felhasználók pozitívan nyilatkoztak az igazi arc kérdéséről a BeReal alkalmazásban, s ha bár nem teljesen az igazi, hétköznapi arcunkat is posztoljuk az alkalmazásra, de sokkal igazibbat, mint például az Instagram-ra. Ezt külön ki is emelte egyik alanyom, aki szerint a BeReal pontot tesz az ideák végére, és azon elvárásokra, amelyek ennyire megváltoztatták az emberek egymásról, és emberekről alkotott képét. Egyik alanyom külön kiemelte, hogy a BeReal alkalmazás segített számára egészségesebb önképet kialakítani, és ezáltal egyre kevesebbet használja az alkalmazás Retake funkcióját is. Sokkal jobban, könnyebben felvállalja a hétköznapi arcát, amit minden ember lát, nap, mint nap. Bátrabban fel tudja vállalni a mindennapi, offline arcát az online térben is, amely elég nagy szó, ha figyelembe vesszük, hogy mit tett az Instagram tökéletesség ideálja az emberek önértékelésével.

Kutatásom kezdetén én is biztos voltam benne, hogy valóban az igazi arcomat tudom mutatni az alkalmazás használata közben, de ahogy egyre jobban beleástam magam a témába, és több információt gyűjtöttem össze, szkeptikussá váltam az alkalmazással kapcsolatban. Most, ahogy kutatásom végéhez közeledek, egyre jobban kikristályosodik számomra, hogy bár a BeReal-en is valamilyen szerepet veszünk fel, a többi közösségi média felülethez hasonlóan, azonban ez még sem olyan káros, mint az Instagram például. Sokkal egészségesebb képek kerülnek ki, ebbe az elvárások nélküli, „valóságű” online kultúrába. Viszont az egyik kérdeztem válasza elgondolkodtatott: szerinte a retake funkció nagyban rombolja a valóság reprezentációját az alkalmazáson belül, amivel valóban egyetértek. Az ő elmondása szerint egyszer, amikor görgette az alkalmazást egy olyan BeReal posztba botlott, amelyet negyven alkalommal retakeltek két perc alatt. Ez számomra is elgondolkodtató volt, hogy valóban az alkalmazás a nem real, vagy csak a felhasználók teszik azzá, azáltal, hogy nem helyesen, annak célja szerint használják fel.

Ez az állítás remek lehetőség, hogy áttérjünk a következő valósággal kapcsolatos kérdésre, melyben azt kérdeztem, hogy a retake funkció rombolja-e a valóságképet az alkalmazáson belül. Ez a kérdés is megosztó volt a kérdezettek között, volt, aki határozottan kiemelte, hogy a retake funkció rombolja a valóságképet, mivel pont az az alkalmazás lényege, hogy az értesítés pillanatában, az első reakciónkat örökítsük meg az alkalmazás posztjában. A

kérdeztem véleményei szerint sok mindentől függ, hogy romboló hatású-e a retake funkció vagy sem, ha ugyanaz szerepel a képen, ami az eredeti poszton, akkor a kérdezők szerint, ez nem rombolja a valóságot, mindenki másképp ítéli meg magát, ha elmosódik a kép, ha nem látszik rendesen, akkor gyakorlatilag semmit sem közvetít az a kép, így ilyenkor véleményem szerint is jogos a retake, viszont az kissé elveszi az alkalmazás lényegét, ha húsz, harminc, vagy akár a fenn említett negyven retake készül, ezek a BeReal posztok már inkább Instagram posztokra hasonlítanak.

Ez egy bonyolult és összetett kérdés, miért is van retake funkció egy olyan alkalmazáson, amelyen a valóság, a pillanat reprezentációján van a hangsúly? Szerintem erre a választ az alkotóknál kell keresni. Ők is tisztában voltak azzal, hogy egy ilyen funkciót muszáj beépíteni egy ilyen alkalmazásban, mert ez nagyban befolyásolja az alkalmazás letöltőinek számát. A mai generációk számára elképzelhetetlen lenne, egy olyan alkalmazás, ahol egy esélyed van egy jó képet készíteni és posztolni, és valószínűleg nem is lett volna ennyire népszerű a felhasználók körében az alkalmazás ezen funkció nélkül. A másik dolog, amely miatt szükség volt a retake funkcióra, az a jogi kérdés. Sokkal több kihágás és feljelentés érkezne be a BeReal posztok miatt, ezen funkció nélkül, mert olykor-olykor akarva-akaratlan becsúszik egy-két olyan dolog a képbe, amely a BeReal felhasználási szerződésébe nem fér bele, ez is érdekes kérdés, ha valami illegálisat csinálunk, van vagy valami nem közösségi médiába illőt, akkor azt posztoljuk? Hogyan maradjunk ilyen esetekben igazak?

Abban a kérdésben, hogy többnek akar-e tűnni a BeReal alkalmazáson a többiek szemében egyértelműen mindenki nemmel válaszolt, ami számomra meglepő volt. A legtöbben ebben határozták meg a BeReal mivoltját, hogy igaziak legyünk, hogy ezen a platformon nincs kinek, minek megjátszani magunkat, mivel ez egy olyan privát tér, ahol végre önmagunk lehetünk az online térben is. A BeReal egy olyan közeget teremt meg a felhasználók számára, amelyet már a régebbi közösségi média felületek nem tudnak megadni a felhasználók számára.

Összességében, bár a BeReal nem tudja átadni a valóságot tökéletesen az online világnak, de sokkal jobb ezen folyamatokban, mint vetélytársai, mivel eléri a felhasználók körében, hogy nyugodtan posztolják filterek és szűrők nélkül, éppen azt, amit csinálnak a valóság jeléül, protestálás képen a közösségi média által létrehozott mérgező, mű környezettel szemben.

Miben különbözik a BeReal a többi közösségi média felülettől?

Az interjúsorozat során rengetegszer szóba került a közösségi média romboló hatásai, így akarva-akaratlan ezen beszélgetések során szóba jöttek a BeReal alkalmazás hatásai a felhasználókkal kapcsolatosan, így relevánsnak találtam összehasonlítani a BeReal alkalmazást a hozzá hasonló közösségi média felületekkel, legfőképpen gondolok itt az Instagramra, Facebookra.

A kérdezettek véleménye megoszlott azzal a kérdéssel kapcsolatban, hogy jobb-e a BeReal a hasonló közösségi média felületekkel szemben, így a megadott válaszok szerint szeretném kiemelni a BeReal erősségeit és gyengeségeit felhasználói szempontból, a megadott válaszok és saját tapasztalatok szerint. Első sorban a gyengeségeket emelném ki, amely az alkalmazás technológiájában merül ki, mivel elég sokszor előfordul, hogy az alkalmazás nem úgy működik, ahogy kellene, sokszor később kapják meg a felhasználók az értesítést, valamint nem egy időben, az adott időzóna szerint, vagy az is előfordult, hogy egyáltalán nem kaptam meg az értesítést. A feltöltés után is sokszor nem látni mások posztját, mert az alkalmazás a túlzott egyidejű használat miatt egyszerűen leáll, nem működik, valószínűleg a szerverek gyengesége miatt. A kérdezettek közül volt, aki nem tudott különbséget tenni a BeReal, és a többi közösségi média felületek között, ami számomra meglepő tény volt, mivel a BeReal elég hevesen kommunikálja a felhasználói számára, a másságát, igazságát, egyediségét a többi közösségi média felülettel szemben. Egyik alanyom úgy fogalmazott, hogy az alkalmazás varázsa keveset tart, és megkapott értesítés után egy-két órával már teljesen megszűnik az alkalmazás lényege.

A hiányosságok közé tartozik a BeRealnál, hogy nincs lehetősége a felhasználóknak privát beszélgetést kezdeményezni ismerőseivel, amely elég nagy gyengeség, mivel kiderült, hogy a BeReal felhasználók túlnyomó többsége kiszűri az idegeneket az ismerősei közül, és csak azokat jelöli vissza, akikhez valóban kapcsolódnak, vagy legalább egyszer találkoztak, beszélgettek az offline térben is. Szerintem is jó lenne egy privát beszélgetés funkció az alkalmazásban, bár ez nagyban megnövelné a médiafüggőség lehetőségét ezen a közösségi média felületen is. Bár a BeReal-en nem töltünk sok időt, de minden felhasználó napi egyszer legalább megnyitja az alkalmazást, amikor jön az értesítés, és ez is addikciónak, rutinkialakulásnak számít, bár ezt nem gondolom annyira károsnak, mint a hasonló felületek által kialakított függőséget, mivel a BeReal valóban kevesebb időt vesz el nap, mint nap az emberi életekből.

Az interjúk során kiderült, hogy rengeteg pozitívummal is rendelkezik az alkalmazás és az is az erősségei közé tartozik a BeRealnek, hogy a felhasználók sokkal kevesebb időt töltenek ezen a felületen, az interjúk során megszerzett információkból kiderült, hogy átlagosan a felhasználók 15-30 percet töltenek az alkalmazáson, amely magába foglalja a saját poszt közzétételét, a mások posztjára való reagálást, és a később posztolók BeRealjeinek megtekintését is. Az alkalmazás teljesen elvette a közösségi média addiktív hatását, és létrehozta a közösségi média olyan alternatív felhasználási módját, amely még egészséges keretek közé szorítja az önreprezentációt, és az énképet ezen a felületen, mindezt egy privát közegbe átvéve, ezáltal is csökkentve azt a kockázatot, hogy magunkat a több követővel rendelkező celebekhez hasonlígtassuk. A BeReal egy olyan közeg, ahol magunk lehetünk, vagy eljátszhatjuk, hogy magunk vagyunk, posztolhatunk rossz minőségű, kevésbé előnyös képeket, mert ez ezen a felületen elfogadott, sőt megkövetelt. Annak tekintetében, posztolunk ide, hogy amúgy is csak a barátaink látnak, olyan személyek, akikkel nagy valószínűséggel heti szinten találkozunk, tehát előlük úgy sincs amiért elrejtünk hibáinkat, hiányosságainkat, vagy esetleg azt, hogy rossz napunk volt, és egész nap feküdtünk. Persze teljességgel lehetetlen a valós képet mutatni egy kép által, mivel az már szimulálás attól a pillanattól, hogy beállunk a képre, arckifejezéseket váltunk, mosolygunk, jobb színben tüntetjük fel magunkat.

A BeReal egy szelet igazság szimulálásba csomagolva, s bár nem a legtokélatebb alkalmazás, de segítségével sokkal nagyobb eséllyel kerülhetünk ki abból az önreprezentációs és identitásválságból, amelyet a közösségi média elvárásai róttak rá az elmúlt 20 év generációjára. Ez persze a többi közösségi média felületnek is intő jel lehet, és fejlődésre ösztönözheti őket, ezt egy interjú alanyom is alátámasztotta. Jót fog tenni a közösségi média fejlődésének ez az innovatív ötlet, mint technológiai, mint az adott közösségi média kulturális fejlődése szempontjából, és ahogy az már megszokottá vált társadalmunkban, az ötletet átvitték más közösségi média alkalmazásokba is, gondolok itt a Tiktok Now nevű alkalmazásra. Ez az alkalmazás gyakorlatilag egy az egyben átveszi a BeReal koncepcióját ötletét, teljesen ugyanaz a két alkalmazás, amely arra enged következtetni, a közösségi média átalakulóban van, és talán ez lehet a jövője az egész jelenségnek. Ez persze aggodalomra is ad okot, mivel, ha minden alkalmazás fog rendelkezni, egy ilyen funkcióval, akkor, hogyan marad meg igaznak, egyediének a BeReal alkalmazás? Számomra kissé ellentmondásos a Tiktok próbálkozása is, hiszen abban a közegben elfogadott, már-már kötelező a különböző filterek, szűrők használata, és ez az alkalmazás is nagyban hozzájárult, az Instagram mellett, hogy a

közösségi média azzá a közegé, kultúrává nője ki magát, amit ma ismerünk aktív felhasználók ként.

Az interjúalanyok a következő képen fogalmazták meg a BeReal lényegét: a BeRealról általánosságban elmondható a begyűjtött információk szerint, hogy egy olyan felület, ahol a reális, valódi énünket oszthatjuk meg barátainkkal, hogy éppen mit csinálunk, a szürke hétköznapiak egy olyan pillanatát, ami esetlegesen fel sem tűnne, hogy milyen jó, milyen értékelhető, mégis az alkalmazás segítségével lehetőségünk nyílik az apró örömek, pillanatok felismerésére, megörökítésére, és értékessé tételére. Az alkalmazás segít megállni egy kicsit a mindennapokban, fellelegezni, és megörökíteni egy szeletet abból, amik vagyunk, amit csinálunk, amely nem egyszer vicces, kedves, hihetetlen pillanatokot örökít meg. Az alkalmazás segítségével rájöhetünk, hogy mennyire is különbözünk egymástól, és mégis milyen egyformák vagyunk valójában. Lényegében a BeReal egy világméretű jelenség, amely által bepillantást nyerünk egyidejűleg, különböző helyekről, hogy mit csinál éppen a 21.-ik század embere abban a pillanatban.

A felhasználók számára mégis az tetszett meg a legjobban az alkalmazásban, hogy valami teljesen újat, életszerűt ajánl, amit eddig a közösségi médiában nem kaptak meg, olyan ez az alkalmazás, mint a facebook a kezdeti formájában, akkoriban valóban a kapcsolattartás, a kommunikáció volt az elsősorú célja az alkalmazásnak, ez mára teljesen átalakult, és mivel ez a generáció nem, vagy csak nagyon kis mértékben tapasztalta meg azt a fajta facebook alkalmazást, így teljesen új, innovatív találmány volt a BeReal koncepciója. A Facebook-on akkoriban teljesen elfogadott volt, hogy kiposztolunk egy csésze kávé, hogy éppen semmit nem csinálunk, egy olyan új önreprezentációs eszköz volt, amely által a valódi arcunkat mutathattuk, és ez teljességgel elfogadott volt akkoriban. Ez kimaradt a Z generáció életéből, ezért is örvend ekkora népszerűségnek a BeReal alkalmazás a jelenlegi fiatal társadalom körében, mondhatni pont jókor volt jó helyen.

Az alkalmazás koncepciója esetenként segít az önértékelés javításában is, hiszen azáltal, hogy mások előtt is felvállaljuk a személyünket, a mindennapjainkat erősödik öntudatunk, és a magunkról alkotott kép is. Az interjúkba szóba kerültek a különböző platformokra való posztolási szokások is, amiből kiderült, hogy a Facebookra a BeReal felhasználók egyre kevesebbet, vagy egyáltalán nem posztolnak. Az elmondottak szerint évente, félévente kerül ki egy-egy kép a facebookra, ami annak tudható be, hogy hatalmas a generációs szakadék van a Facebook generáció, és az Instagram generáció között is, nem beszélve a BeRealról. Az Instagramra is ritkábban posztolnak a fiatal generáció tagjai, de

amikor azt megteszik, akkor általában előre beállított, mesterséges kép kerül ki a felhasználók oldalára, amelyet filterekkel, utómunkával, gondos odafigyeléssel készítenek elő, hogy az Instagram felhasználók társadalmában elfogadható arcot mutassanak.

A felhasználók elmondása szerint a BeRealre azonban spontán, véletlenszerű képek kerülnek ki, amely ellent mond az Instagramra posztolt képeknek. Ezen képek sokkal valóságosabbak, mint a konkurens platformokra kikerülő képek, ennek is köszönhetően, a felhasználók jobban kedvelik, és életközeliabbnak tartják a BeReal által megszabott posztolási protokolt. Gyakorlatilag bármi kikerülhet a BeRealre, ami nem megy szembe az alkalmazás felhasználási szabályzatával, amely soha nem látott szabadkezet nyújt a felhasználók számára az önreprezentáció és önkifejezés formájában. Ami még kiemelendő a BeRealel kapcsolatban, hogy itt kötelező a minden napos posztolás, ellentétben a többi közösségi média felülettel szemben, ami egyfajta rendszerességet, szokást alakít ki a felhasználókban, ezzel is erősítve bennük az alkalmazás körül kialakult valóságérzést és a saját magunk felvállalását.

Összességében kijelenthető, hogy a BeReal alkalmazás merőben eltér a megszokott közösségi média felületektől, és azoktól, amit eddig tapasztaltak az internetfelhasználók, úgy a posztolási szokásokban, mint a felhasználási módozatokban és az önreprezentációban. Talán ez az újdonság az, ami lehetővé tette az alkalmazás számára, hogy ilyen népszerűvé váljon a felhasználók körében világszerte, és ilyen változási folyamatokat indítson el az eddigi közösségi médiában, valamint, hogy kétségbe tudja vonni, azt, amit a közösségi médiáról gondoltunk eddig. Bátran kijelenthető, hogy az elmúlt időszak legjobb közösségi média felülete volt a BeReal, így jogosan ítélte neki az Apple az Év alkalmazása díjat is, 2022-ben.

A BeReal, mint az emlékek tárháza?

Mint már említettem, a BeRealt ellátták egy „Memories” funkcióval is, amelynek hála lehetőségünk van az első BeRealünkől visszaneézni, az összes posztunkat. Emellett az alkalmazás készített a felhasználók számára egy évi összegző statisztikát is, amelyben olyan adatok jelentek meg, hogy az illető felhasználó hányszor posztolt időben, hány napon sikerült egymás után BeRealt posztolni, azaz mekkora „streak-ben” volt az illető, melyik volt a kedvenc, legtöbbet használt emoji-ja. Ezen kívül egy „recap” videó is készült, amelyben a felhasználó megtekinthette az egy év alatt kipoztolt BeRealjeit egy közel két perces videó keretein belül. Ezen próbálkozásokból is észrevehető, hogy a fejlesztők próbálnak nagyobb hangsúlyt fektetni a BeReal emlékgyártó funkciójára és feladatára, de miképp vélekedhetnek erről az alkalmazás felhasználói? Ebben a fejezetben erről lesz szó.

Az interjúk elkészítése során, minden alany nál szóba jött a Memories funkció a BeReal alkalmazáson belül. Erre a kérdésemre vegyes válaszokat kaptam, általánosságban kijelenthető, hogy a Memories funkciót minden általam megkérdezett felhasználó megnyitotta legalább egyszer, viszont ennek felhasználási módjai merőben különböznek egyedenként. Volt, aki csak kíváncsiságból nyitotta meg ezt a funkciót, a legtöbben azonban kiemelték a benne rejlő nosztalgia élményt, és hogy lehetővé teszi a visszatekintést az elmúlt napokra, hónapokra. Volt, aki bevallása szerint minden hónap végén megtekintette a Memories funkció által az abban a hónapban kipoztolt BeRealjeit, és egyik kérdeztem külön kiemelte, hogy milyen ötletes volt az évvégi összegző számára. Ezen kívül az emlékező BeRealeket is vissza szokták nézni a felhasználók, amelyekhez különböző élmények fűzők, akár csak egy képes album úgy funkcionál az alkalmazás.

Az én tapasztalataim szerint a felhasználók gyakran nyúlnak a Memories funkcióhoz, sokszor volt, hogy egy baráti társaságban előkerült az alkalmazás, és a Memories funkció, amely által felidézhattuk a régi, közös emlékeket, jót nevetgettünk. Ilyenkor hajlamosabbak a felhasználók megtekinteni a saját emlékeiket is az alkalmazáson belül. Én, mint felhasználó gyakran megnézem a BeReal posztjaim emlékét, legalább már 7-8-szor végig néztem az összeset, valamiért számomra ez az egyik legmegfogóbb funkciója az alkalmazásnak. Csak görgeted az emlékeket, és valahogy mindig eszedbe jut, hogy így telnek igazából a mindennapjaid, unalmasan, egyhangúan, de még is örömmel tölt el, hogy ezen pillanatokat is meg tudad fogni, elraktározni és visszaneézni. A BeReal a Memories funkciója által tudja a legjobban közvetíteni üzenetét, hiszen azok a posztok valóban egy-egy igazságszeletet tartalmaznak a

mindennapjainkból, nem a jól beállított, filterezett képeket, hanem azokat a pillanatokat, amelyek során valóban embernek érezzük magunkat.

A második kérdés, amelyet a BeReal emlékképző mivoltával kapcsolatban tettem fel, az egy személyes élményre fókuszált. A kérdezettek közül ketten mondták azt, hogy nincs semmilyen BeReal posztjuk, amelyhez különösebb emlékek kötnék őket, a többi felhasználó azonban ezekre a kérdésekre is pozitív módon felelt, és kiemeltek egy-egy történetet, amely az adott BeReal/BeReal-ek elkészítéséhez kapcsolódik ezáltal emlékeket létrehozva, amelyeket majd szívesen visszanéz a felhasználó, sőt egyik általam kérdezett személy azt mondta, hogy „minden BeReal egy emlék” számára. Ahogy mindenki másnak, nekem is vannak olyan BeReal posztjaim, amelyekhez kötődök, és szívesen tekintek vissza rájuk, akár hetente többször is. Ezen kötődések vagy a kép miatt, vagy a helyszín miatt, vagy a képen lévő emberek miatt alakulnak ki.

Ha ezen adatokat figyelembe vesszük, bátran kijelenthetjük, hogy a BeReal valóban alkalmas az emlékek tárolására és gyártására akkor is, ha az alkalmazás egy közösségi média felület. Az alkalmazás ezen funkcióját gyakran használják a felhasználók is, akár csak egy képes albumot, jó ezeket a képeket visszanézni, nosztalgiázni kicsit, visszatekinteni a mindennapi szürke hétköznapiakra, és élvezni a megörökített pillanatokat.

Eredmények

Kutatásom során a következő eredményekre jutottam: A BeRealről a felhasználók valóban úgy gondolják, hogy egy új közösségi média felület, amely befolyásolhatja a jövőben az eddig létező, és az új alkalmazások fejlődését, és nagyban meghatározhatja azt az irányzatot, amely a közeljövőben jellemző lesz a hasonló közösség média felületekre.

Ezen az alkalmazáson teljesen más a felhasználók valóságképe, sokkal bátrabban posztolnak, és sokkal rendszeresebben a más közösségi média felületekhez képest, annak köszönhetően, hogy a Snapchathez hasonló mechanizmus érvényesül az alkalmazáson belül, azaz minden nap legalább egyszer kell posztolni. Az önreprezentáció és az énkép sokkal egészségesebb a BeReal alkalmazáson, mint a hasonló alkalmazásokon, gondolok itt az Instagramra például. A BeReal egy olyan közeget hoz létre a felhasználók számára, amely nem teljesen a valóságot mutatja be, azonban sokkal jobban sikerül megvalósítania azt, mint a hasonló közösségi média felületek. Bár a BeReal retake opciója rombolja a valóságképet az alkalmazás használata közben, de még ezzel együtt is, sokkal valóságosabb, életszerűbb képet tudunk posztolni a közösségi média felületeinkre, és az alkalmazás nem elmélyíti a szakadékot, az offline és online életünk és személyünk között, hanem sokkal inkább közelebb vonja a két alteregót egymáshoz.

A BeReal egy innovatív alkalmazás, amelyhez hasonlóval még nem találkozott a közösségi média ez idáig, és olyan problémákat vet fel, amelyre minél hamarabb megoldást kell találnia úgy a felhasználói közösségeknek, mint a közösségi média felületeknek, hogy ezen alkalmazások visszatérjenek arra az útra, ami elhivatottságuk, és amiért létre jöttek.

Az alkalmazás ezen kívül remek lehetőség az emlékek rögzítésére és elraktározására is, amint az kiderült kutatásom során, a felhasználók gyakran visszatekintenek, a Memories funkció által az addigi posztjaikra, és bátran kijelenthető, hogy pozitív hatással van ez a funkció a felhasználók gondolkodásmódjára, mivel ezen BeReal posztok által meglátják azt, hogy az emberi élet minden pillanata egyedi, és értékes a maga módján, és bár csak a szobánkban ülünk, dolgozunk, tanulunk, eszünk és a hétköznapi életünket éljük, de élünk, és ez valóban mindennél többet ér, és többet jelent.

Minden közösségi média felületnek meg van a saját felhasználási módozata, így a BeReal, mint alkalmazás nem csak saját magától függ, nem csak saját magát tudja fenntartani. Ugyanúgy nekünk, felhasználóknak is felelősségünk, hogy megtartsuk az alkalmazás által felállított célokat, és azok mentén váljunk felelősségteljes felhasználókká. A BeReal egy teljesen új

felhasználási módját nyitotta meg a közösségi médiának az emberek számára, csak azt nem szabad elfelednünk bármely ilyen alkalmazás használata közben, hogy nem a közösségi média határoz meg minket, hanem mi határozzuk meg a közösségi médiát.

Bibliográfia:

1. Bányász Péter (2017), A közösségi média, mint az információs hadszíntér speciális tartománya, *XII. Évfolyam „KÖFOP” szám*, 109-121.
https://www.researchgate.net/publication/330715759_A_kozossegi_media_mint_az_informacios_hadszinter_specialis_tartomanya
2. Baudrillard, Jean: (1994), *Simulacra and simulation*. University of Michigan press.
3. Baym Nancy K., and Danah Boyd. 2012 "Socially mediated publicness: An introduction." *Journal of broadcasting & electronic media* 56.3: 320-329.
4. Bódi Zoltán. (2020) „Digitális identitás – nyelvi identitás – digitális kommunikációs környezet”. *Információs Társadalom* XX, 3. szám: 7–26.
<https://infars.infonia.hu/pub/infars.XX.2020.3.1.pdf>
5. Chua Trudy Hui Hui, & Chang, Leanne: (2016), Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls’ engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55(Part A), 190–197
6. Csepeli György. (2016) A Z nemzedék lehetséges életpályái. *Educatio*, IV 509–515
7. Dörnyei Krisztina, Mitev Ariel (2010), Netnográfia, avagy on-line karosszék-etnográfia a marketingkutatásban, *Vezetéstudomány*, 41(4), 55-68
8. Dudás Katalin. (2019), „Fenntarthatatlan növekedés, fenntarthatatlan fogyasztás. Fenntarthatatlan marketing?”, *Marketing & Menedzsment*, 47(4), 24–35.
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/655/538>
9. Ellison Nicole; Boyd Danah, (2013), Sociality through social network sites. In: DUTTON, William (ed.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press, 151-172
10. Falmann Tímea: (2019) „A Z generáció digitális identitása a közösségi médiában”, *Marketing & Menedzsment*, 49(1), 18–29.
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1015>
11. Fél E. 56 1991, A saját kultúrájában kutató etnológus, *Ethnographia* 102. 1–2. 1–8
12. González-Nuevo, Covadonga, Cuesta, Marcelino, & Muñoz, José (2021), Concern about appearance on Instagram and Facebook: Measurement and links with eating disorders. *Cyberpsychology, Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(2), Article 9
13. Ismail Shahrinaz, & Latif Roslina Abdul (2013), Authenticity issues of social media: credibility, quality and reality. *WASET* 260-261
14. Jin, Seunga Venus, Ryu, Ehri, & Muqaddam Aziz (2018), Dieting 2.0!: Moderating effects of Instagrammers' body image and Instafame on other Instagrammers’ dieting intention. *Computers in Human Behavior*, 87, 224–237.

15. Junker Buford Helmholtz (1960), *Field Work. An Introduction to Social Sciences*. University of Chicago Press, Chicago
16. Kepe Nóra (2020), A közösségi média önimádó embere Technológiai emberkép a 21. században, *Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar Politikaelméleti Doktori Iskola*
17. Manovich, Lev (2011), "A mindennapi (média) élet gyakorlata." *Apertúra*
18. Markos-Kujbus Éva, Gáti Mirkó (2012), A közösségi média, mint online stratégiai eszköz.
19. Mátyus Imre (2012). Szubkulturális identitásperformansz – Online önmediatizáció, a Comicbookgilr19 YouTube-csatorna példája. Médiumok, történetek, használatok – Ünnepi tanulmánykötet a 60 éves Szajbély Mihály tiszteletére Szeged: Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció és Médiatudományi Tanszék. 385-394 <http://www.media.u-szeged.hu/szajbely60/pdf/matyus.pdf>
20. Orsolya, Galántai (2015): "Profilkép: többet mond minden szónál." *Médiakutató* 16.3, 67-79.
21. Pásztor Judit, Gerda Bak: (2020): Z generáció online - Közösségi média használat, FoMO és társas kapcsolatok közötti összefüggések, *XXII. Tavaszi Szél Konferencia*, o. 1.
22. Péter, Bajomi-Lázár (2017), Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 18(4), 61-79. https://www.mediakutato.hu/cikk/2017_04_tel/04_manipulale_a_media.pdf
23. Ramsey Fred and Schafer Daniel (2012) *The statistical sleuth: a course in methods of data analysis*. Cengage Learning
24. Ropolyi, László (2006), Internethasználat és hálólét-konstrukció. *Információs Társadalom* (4), 39-46.
25. Szűts Zoltán: (2018), *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Wolters Kluwer, Budapest. https://saldokiado.hu/custom/saldowebshop/image/data/betekinto/regiek_vegyes/online-az-int-komm-es-media-tortenete-elmelete.pdf
26. Tóth Benedek: (2011), A média valósága: a valóság médiuma Az értelemképzés és a valóságkonstrukció mediatizációja, *SZTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék*, 102.
27. Zhong, Bu, (2021), *Social media communication: Trends and theories*. John Wiley & Son