

A közösségi média olyan, mint a levegő: nem tudunk meglegni nélküle



2024.03.05. 20:35

Több közösségimédia-oldal átmenetileg leállt kedd délután, az Index olvasottsága pedig felpörgött. Mégsem örülhetünk felhőtlenül a jelenségnek, mert alapvető társadalmi problémákra mutat rá, amelyekről szakértőket kérdeztünk.

Kedd délután fél 5 körül **átmenetileg leállt a Facebook**, az ahhoz kapcsolódó Messenger-alkalmazás, a Threads és az Instagram, kidobta a felhasználókat a felületéről, és nem is engedett vissza senkit. Délután 4 óra után érkeztek az első bejelentések, majd fél órával később már több mint százezer, végül több mint 460 ezer hibabejelentés érkezett a világ minden tájáról. A cikk, amelyben erről hírt adtunk, rövid időn belül olvasók százezreit csábította kattintásra.

KAPCSOLÓDÓ



Világszerte leállt a Facebook, a Messenger és az Instagram, lassan kezd helyreállni a rendszer

Elon Musk már oda is szűrt Mark Zuckerbergnek.

A közösségimédia-oldalak olyanok, mint a lakásunkban a fűtés vagy a gáz, alapvetőnek vesszük. Amikor pedig eltűnik az életünkéből, akkor kiszolgáltatottnak érezhetjük magunkat

– jelezte az Indexnek Aczél Petra, a MOME kommunikáció- és médiatudomány-professzora. A szakértő szerint már nagymértékben függünk az alkalmazásainktól, erre mutatott rá a mostani átmeneti leállás is, és az arra adott reakciók. „Ha eltűnnek ezek az alkalmazások, akkor azt érezzük, nincs velünk valami, amitől okosabbnak érezzük magunkat. Ez nem olyan, mint amikor nincs joghurt a boltban, sokkal inkább magunkat látjuk inkompetensnek” – világított rá Aczél.

Instant kapcsolatok, gyors válaszok

A szakértő szerint bár valójában nem leszünk okosabbak ezektől az alkalmazásoktól, gyorsabban juthatunk rajtuk keresztül információkhoz, interaktívabban kommunikálhatunk, és csoportokat is elérhetünk. Ez a posztmodern kapcsolatok sajátossága. Azt érezzük, hogy nem vagyunk egyedül.

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA OLYAN, MINT A LEVEGŐ: A MENTÁLIS KÖRNYEZETÜNK RÉSZÉVÉ VÁLT, ÉS NEM TUDUNK MEGLENNI NÉLKÜLE

– mutatott rá a professzor. Megjegyezte, ez a függőség egyre inkább növekedik a következő években, és ha önvizsgálatot tartunk, akkor magunkon is felfedezhetjük ennek a jeleit. Azt, hogy részesei vagyunk a közösségi oldalaknak, többnyire nem mi választjuk, hanem már ott vannak előttünk, amikor feloldjuk az okostelefont.

Válaszokat akarunk, majd belenyugszunk

A szakértő szerint érdekes jelenség, hogy például százezrek hirtelen az Indexről akartak értesülni a leállás háttéréről.

Ha a média világában történik valami, akkor érdekes módon felkeresünk egy másik médiumot. Ugyanonnán szerzünk információt, amelynek mezsgyéjéből a csalódás ért bennünket

– világított rá Aczél Petra, aki szerint az ilyen leállásokat segít feldolgozni, ha nemcsak velünk történik meg, hanem ugyanúgy másokkal is. Részben ezért is lehet, hogy először a közvetlen környezetünkben érdeklődünk, hogy náluk is kipurcant-e az alkalmazás, így volt az Index szerkesztőségében is. Tehát elsőnek kapcsolatokat keresünk, utána pedig a médiában próbálunk utánajárni a miérteknek, ugyanis ilyenkor természetes módon megnő az igény a tájékozódás iránt. Utána pedig jön az aktív megoldások keresésének stádiuma, amikor például hibajelentést küldünk a szolgáltató cégnek. A szakértő szerint ilyen rövid idejű leállásokat még elviselnek a felhasználók, de ha két hétig nem működnének az alkalmazások, akkor érezhető lenne a lemorzsolódás.



A rossz randipartnereket inkább kerüljük

Papp-Váry Árpád, a Magyar Marketing Szövetség alelnöke szerint is elbír pár ilyen leállást egy közösségi oldal, azonban nem lehet a végtelenségig feszegetni a húrokat. Olyan ez, mint amikor van egy randipartnerünk, aki korábban mindig pontos volt, de egyszer elkésik, aztán pedig újra és újra, így egy idő után már nem bízunk úgy benne, mint régen – magyarázta a szakértő.

GYORSAN KELL ORVOSOLNI A PROBLÉMÁT, MERT HA TÖBB ILYEN TÖRTÉNIK, AKKOR BEKERÜL A FEJEKBE, ÉS PILLANATOK ALATT TERJEDNEK AZ ERRŐL SZÓLÓ POSZTOK ÉS MÉMEK

QP | Quality Placement™

– világított rá a szakértő. Ez történt most is, a leállás után kicsivel elárasztották a netet a különféle mémek, ebből **gyűjtést is készítettünk**.

A szakértő szerint fontos tisztázni, hogy kinek a hibájából történt az üzemzavar, de nem ez a legfontosabb teendő. Az első lépés, hogy közölni kell, a cég észlelte a hibát, és bejelenteni, hogy dolgoznak a mielőbbi megoldáson. Ezt a Meta meg is tette. Ezek a lépések már meg tudják nyugtatni a felhasználókat. Különösen, mert Magyarországon is sokan arra gondoltak, hogy feltörték a fiókjukat, és amiatt nem tudnak belépni az oldalra.

Később érdemes megmagyarázni, miért történt a leállás. Persze az emberek addig is tudni szeretnék az okokat. A szakértő rámutatott, hogy nem ez volt az első ilyen, hiszen idén is már volt hasonló és **2021-ben** is előfordult, hogy leállt a Facebook és a hozzá tartozó Instagram.

Ugyanakkor jelentős problémát nem okozott egyik leállás sem, egyelőre. A szakértő szerint

FONTOS, HOGY A HIBA KIJAVÍTÁSA MELLETT ELNÉZÉST KELL KÉRNI A FELHASZNÁLÓKTÓL ÉS MEGKÖSZÖNNI A TÜRELMÜKET.

„Klasszikus eset, amikor a KFC kifogyott a csirkéből Nagy-Britanniában, és a vevők komoly palávert csaptak. Ezt a cég úgy kommunikálta, hogy elismerte, hogy hibázott, és maga a cég csinált a KFC logójából FCK logót a hirdetéseire, az FCK-val utalva arra, hogy ezt most nagyon elrontották. Egyben megköszönték a munkatársaknak a rend helyreállítását, a fogyasztóknak pedig a türelmét és a bizalmát” – világított rá a szakértő, hogyan lehet jól kommunikálni az ilyen eseteket.

Papp-Váry Árpád hozzáfűzte, hogy a Meta felhasználói nemcsak magánszemélyek, hanem cégek is, akik komoly hirdetési pénzeket költenek el. Olyannyira, hogy a hazai médiatörtén belül több mint 50 százalékot kitevő digitális költségek kétharmada nem magyar, hanem nagy nemzetközi platformokhoz kerül, elsősorban a Meta és a Google részesedik belőle. Sok kisebb cégnek e két platform a fő csatornája a meglévő és potenciális vevők elérésére. Egy-egy ilyen leálláskor derül ki, hogy mennyire fontos, hogy egy cég ne csak a közösségi médiára, hanem saját csatornákra is támaszkodjon, mint egy jó weboldal, kampányok landing oldalai, vagy éppen e-mailes adatbázis a vevőkről. Emellett az se baj, ha telefonos elérhetőség vagy éppen postai elérhetőség is rendelkezésre áll, hogy ha szükséges, a vevőkkel offline is kommunikálni lehessen.

Andy Stone, a Meta szóvivője még kedden reagált a történetekre az **X-oldalán**.

Technikai problémák miatt sokak számára nehezen elérhetővé váltak a szolgáltatásaink korábban. Amilyen hamar csak tudtuk, megoldottuk a problémát minden érintett számára. Elnézést kérünk a kellemetlenségekért!

„Bármilyen üzemzavar okozhat ilyen eseményt, nem feltétlenül kell hekkelésre gondolni. Könnyen lehet, hogy üzemzavar volt” – erre már **Tóth István**, az Indexnek nyilatkozó szakértő mutatott rá, aki szerint természetesen akár támadás is állhat a háttérben, ugyanakkor ilyen nagy rendszernél – bármilyen hihetetlen – könnyű olyat hibát elkövetni, hogy annak ilyen következményei lehetnek.