

Közösségi rendészet – közösségi oldalak?

Elméleti háttér és a rendészeti digilektus fogalmának bevezetése

URICSKA Erna¹

A közösségi oldalak szerepének, lehetőségeinek, ezek kiaknázásának, jótékony és káros hatásaik vizsgálatának napjainkban kiemelt figyelmet tulajdonítanak. Magyarországon a rendészet még nem aknázza ki ezeknek az oldalaknak az előnyeit teljes mértékben, bár már vannak olyan irányú lépések és próbálkozások, amelyek a lakosság könnyebb, egyszerűbb és közvetlenebb elérését célozzák. Ezeket az oldalakat angol nyelvterületeken a rendészeti egységek napi szinten és tudatosan használják. Annak érdekében, hogy a rendőrség eredményesen lépjen fel a bűnözés ellen, el kell nyernie a lakosság tagjainak bizalmát. Ez pedig csak egy partnerségi viszony kiépítésével lehetséges, amihez viszont a szervezetnek a hajlandóságát és a kommunikációs készségeit is fejlesztenie szükséges. E téren a közösségi média még sok lehetőséget tartogat. A tanulmány a rendészeti kommunikáció elméleti hátterét taglalja, és bevezeti a rendészeti digilektus fogalmát.

Kulcsszavak: rendőrség, kommunikáció, közösségi média, bizalom, rendészeti digilektus

Elméleti háttér és előzmények

A rendészettudomány Magyarországon is azok közé a területek közé tartozik, amelyek az elmúlt pár évben nagymértékű fejlődésen mentek keresztül. Nemcsak egészében a rendészettudomány, de annak minket leginkább érintő részterületei – mint a rendészeti kommunikáció, a szociológia vagy akár a szakmai idegen nyelvi kompetenciák fejlesztése – is előtérbe kerültek.²

Abban, hogy a minket körülvevő világból a biztonsági kockázatokat és deficiteteket érintő eseményekről szóló információk mennyire hitelesen és tényszerűen jutnak el hoz-

¹ URICSKA Erna, mesteroktató, Nemzeti Közszolgálati Egyetem Rendészettudományi Kar Idegennyelvi és Szaknyelvi Lektorátus
Erna URICSKA, master instructor, University of Public Service Faculty of Law Enforcement Foreign and Technical Language Department
<https://orcid.org/0000-0002-5371-0650>, uricska.erna@uni-nke.hu

² Barnucz (2019a)

zánk, vitathatatlan szerepe van a média csatornáinak. A bizalom és a média már-már összeférhetetlen fogalmaknak tűnnek. „Nemzetközi összehasonlításban a közép-európai posztkommunista országok, s különösen Magyarország lakói az erősen bizalmatlanok táborába tartoznak. [...] A bizalmatlanság intergenerációs és társadalmi méretű átörökítése, a bizalom és a megbízható magatartás szoros összefüggései”³ szintén megfigyelhetők.

A biztonsági hírek terén történt bizalomvesztés egyik hírhedt példája a csernobili atomreaktor 1986-ban bekövetkezett robbanása. Habár a Szovjetunió megpróbálta elhallgatni a tragédiát, másnap mégis értesült róla a világ. A robbanást követő időszakban, részben a félretájékoztatás, részben a média által generált félelemkeltés miatt Nyugat-Európában 100–200 ezer terhességmegszakítás történt.⁴

A 2011-es fukushimai robbanásnál a tények hiteles közlése ugyancsak elmaradt. Az egyik tudósító pedig a következő címmel írt cikket: „A szegyetlenjes médiapánik nagyon lassan kezd elcsendesedni.” A cikk végén a szerző, Lewis Page a következő lábjegyzetet írja: „Mint egy olyan személy, aki ezekben a napokban a médiában keresi a kenyerét, csak elnézést szeretnék kérni a hivatásom nevében a félelemkeltés hihetetlen szintjeiért és a félretájékoztatásért, ami a héten napvilágot látott. Soha nem szégyenkeztem még ennyire, hogy újságíróknak hívom magam.”⁵

A fenti példák bemutatását akár elrettentésnek is szánhatnánk, hiszen ezek után nem kérdés, hogy a média hiteles és pontos információközlésének mekkora szerepe van abban, hogy a lakosság mennyire érzi magát biztonságban.

A média hitelességéről – egyébként éppen a rendészeti szervezetek kapcsán – egy rendészeti szakújságíróknak készült jegyzetében Zsolt Péter a következőket írja: „A szakújságírók könnyen tehetnek szert egy fokozottabb bizalomra, hiszen nem csak a nevük mellé írt titulus orientálhat, de maga a nyelvhasználat – melynek azért a fogalmakat kibontóknak kell lennie –, a komplexebb dolgok egyszerű értelmezési képessége, és számtalan más motívum is árulkodó lehet a szakértői mivoltáról. Ha ehhez még valami személyes bizalom is társul a fogyasztó részéről, akkor máris kimondhatjuk, hogy a szakújságíró hatása és befolyása erősebbé válik az egyszerű újságíróéhoz képest, s ezzel együtt természetesen a felelőssége is nagyobb”.⁶ Az idézetben emlegetett szakújságírót esetünkben behelyettesíthetjük azzal a rendészeti szakemberrel, aki a közösségi médiafelületeken a szervezet nevében kommunikál, és a fenti állítások rá is érvényesek lesznek.

Zsolt Péter hivatkozott jegyzete alapján is vitán felül áll, hogy a rendőrségnek mint a legnagyobb magyar hivatásos rendészeti szervezetnek szintén óriási szerepe van a bizalom kialakításában. Az ennek az elvárásnak való megfelelést nehezítette, hogy a szervezet aránytalanul sok bürokratikus tehernek kellett, hogy eleget tegyen.⁷ Ennek

³ Pusztai (2018) 624.

⁴ <https://bit.ly/2v9RgAH> (2019. 11. 16.)

⁵ <https://bit.ly/2WSHHkR> (2019. 02. 16.)

⁶ Zsolt (2018) 29.

⁷ Christián (2010)

szabályozása elkerülhetetlen volt, hiszen nem maradt szabad kapacitás a lakossággal való kapcsolattartásra. Talán az egyik legnagyobb probléma az volt, amit Finszter Géza a 2006-os őszi események tanulságaként fogalmazott meg, hogy a magyar rendőrség végtelenül centralizált államrendőrség, amely katonai szervezési elvek alapján épül fel. Véleménye szerint a „militarizált és centralizált szerkezet akadályozta a rendőrség szakmai fejlődését, az értelmes belső munkamegosztást és annak a professzionalizmusnak a kialakulását, ami a rendészeti feladatok színvonalas teljesítésének egyik fontos biztosítója”.⁸ Tehát felmerült a kérdés: Hogyan alakítható ki mégis a lakossággal egy nyitott, hiteles kommunikáció, egy problémafeltáró és -megoldó együttműködés?

A rendőrség 2010-től elméletben és gyakorlatban is meghirdette a kultúraváltást. A rendőrség szakmai és strukturális felépítésében érdemi változások történtek, például 2013-tól önálló szolgálati ágként megjelent az ORFK Kommunikációs Szolgálat. A hierarchikus struktúrában szinte kivételes módon a területi szervezetektől független, önálló beosztások (munkakörök) jelentek meg a kommunikációs területen, amelyek az első számú vezetőhöz közvetlenül lettek becsatornázva.⁹ A szervezet kommunikációs tevékenységének szakirányítói feladatait az Országos Rendőr-főkapitányság Kommunikációs Szolgálat végzi, az Országos Rendőr-főkapitányság Szervezeti és Működési Szabályzatában, valamint az Országos Rendőr-főkapitányság Kommunikációs Szolgálatának ügyrendjében meghatározottak alapján. Ez összhangban van a rendvédelmi feladatokat ellátó szervek hivatásos állományának szolgálati jogviszonyáról szóló 2015. évi XLII. törvénnyel és a végrehajtási rendeleteinek előírásaival, a Rendőrségről szóló 1994. évi XXXIV. törvénnyel, a rendőrség szolgálati szabályzatáról szóló 30/2011. (IX. 22.) BM rendelettel, valamint a médiatartalom-szolgáltatók részére adható tájékoztatás rendjéről szóló 10/2013. (III. 14.) ORFK utasítással.¹⁰

Az Országos Rendőr-főkapitányság Kommunikációs Szolgálat gyakorolja a szakmai irányítást a fővárosi, valamint a megyei rendőrségi kommunikációs szervek tevékenysége felett. Emellett a hatáskörébe tartozó ügyekben kommunikálja a rendőrség hivatalos álláspontját; azt szóban és írásban is közli a médiatartalom-szolgáltatókkal.¹¹ A kommunikációs szolgálat a rendőrség honlapján megjelenő hírek és információk, valamint a rendőrségi Facebook, Instagram és Twitter közösségi oldalak legfőbb felelőse és kezelője egyben.

A demokrácia azt is jelenti, hogy a lehető leghatékonyabb rendőrséget kell létrehozni, és ebbe mindenképpen beletartozik a megfelelő kommunikáció is. Számos hazai szakember¹² kifejtette az elmúlt évtizedekben, hogy a lakosság és a rendőrség viszonyát a kommunikáció minősége is meghatározza. Az offline és online felületeken is növekszik az olyan próbálkozásoknak a száma, ahol igazi lehetőség van a két fél közvetlen, kétirányú, nyílt kommunikációjára. Az általam ismertek közül az egyik leginnovatívabb

⁸ Finszter (2011) 13.

⁹ 10/2013. (III. 14.) ORFK utasítás.

¹⁰ Kész-Varga – Pokrócos (2018)

¹¹ Molnár (2018)

¹² Fenyvesi (1994); Garamvölgyi (1998)

a Police Café,¹³ amelynek idén már hatéves a hazai gyakorlata, és a módszer kidolgozójának első kutatási eredményei már bizonyítják annak hatékonyságát.¹⁴

Habár az Egyesült Királyság, az Amerikai Egyesült Államok, sőt Hollandia rendőrségeinél sem beszélhetünk teljesen egységesen decentralizált rendőrségről, meg kell jegyeznünk, hogy ezekben az országokban a rendőrségnek a 21. század legfontosabb vívmányaként számon tartott közösségi médián keresztül kapcsolattartása a lakossággal rendszeres és bevált gyakorlat. Lényegében állíthatjuk, hogy náluk ezeken az új-médiás csatornákon keresztül is érvényesül a „community policing” eszmerrendszere és gyakorlati működése.

Elsődleges cél tehát, hogy Magyarországon is olyanná kell fejleszteni a hiteles tájékoztatást, amely gyorsan eléri a lakosságot, és pontos, tényszerű információkat juttat el hozzájuk. Jelen tanulmány tehát főleg a magyar rendőrség kifelé irányuló kommunikációját, illetve egy létrehozható partneri kapcsolat kialakításának lehetőségét vizsgálja a közösségi hálón zajló kommunikáció által.

A közösségi térben a hivatásos működtetők mellett a magánemberek – férfiak (poszter) és nők (poszterina) – egyaránt szerkesztik a tartalmakat. Ha csak a legalapvetőbb, azaz a nemek közti különbségből indulunk ki, elmondhatjuk, hogy a nők és férfiak nyelvi viselkedése is eltérő,¹⁵ emellett az egyének eltérőek, ebből pedig az következik, hogy a gondolkodásmódjuk is részben vagy teljesen különbözik. Adekvát kérdésként fogalmazódhat meg, hogy vajon ez a nemi eltérés a rendészeti nyelvhasználatban is megfigyelhető-e. Ezzel a kérdéssel kimerítően foglalkozott Tolnainé doktori disszertációjának szociolingvisztikai kutatásokkal foglalkozó fejezetében. A kutató arra az álláspontra jutott, hogy „a kemény fizikai erőt megkívánó tevékenységeket, amelyek a férfirendőrök számára voltak megfelelők, felváltotta egy bűnmegelőző, az állampolgárokkal szorosabb kapcsolatokat kiépítő attitűd, amely pedig a női rendőrök fontosságát növeli meg. Ennek magyarázatát részben jobb kommunikációs készségeikben kell keresni”.¹⁶

A nemek szerint elkülönülő nyelvhasználatot érintő kutatási eredményekből következően valószínű, hogy egy bizonyos információ a két nem képviselőiből is más és más reakciót vált ki, tehát egy-egy eseményt követő bejegyzésre is különbözőképpen reagálnak. Később egy empirikus kutatás során ennek a szempontnak is érdemes lenne figyelmet szentelni.

A másik aspektus, amire fontos kitérni, hogy hasonlóan a való világhoz, a közösségi oldalakon is vannak véleményvezérek (influencer), akik befolyásolhatják a többi felhasználót. Az ő hangjukra figyelni kell, és arra meg kell tanulni megfelelően reagálni. A kutatás arra is kiterjeszthető, hogy a közösségi oldalakon folyó rendészeti kommunikációban vannak-e influencerek, és ha igen, milyen irányba befolyásolják a rendőrségről alkotott képet.

¹³ Gaál–Molnár (2015); Molnár–Uricska (2018)

¹⁴ Molnár (2019a); Molnár (2019b)

¹⁵ Ürmösné (2012)

¹⁶ Tolnainé (2010) 162.

A közösségi médiában jelen lévő rendészeti szervezetek kommunikációjának célja részben ugyanaz, stílusa pedig alapvetően más, mint a hagyományos üzeneteiké, amelyeknél elsősorban a lakosság tárgyyszerű tájékoztatására törekszenek. Az online közösségi felületeken másfajta kommunikációról van szó. A közösségi média közösségi tájékoztatást kíván. Ebben az esetben a rendészeti szervezetek hírei nem egy célcsoporthoz szólnak, mint például a kereskedelem és értékesítés területein, hanem üzeneteikkel a lakosság minden egyes tagját el szeretnék érni. Valójában tehát olyan stílust kell találniuk, amely a lehető legszélesebb befogadói réteg számára világos és érthető. A cél elsősorban az, hogy a lakosság tagjaiban, illetve tudatában kialakítson egy szerethető, bizalomgerjesztő és bizalomépítő rendőr- és rendőrségképet.

Persze ehhez az volna a legjobb módszer, ha maga a szervezet is ilyen – azaz a közösségre nyitott, annak problémáira orientált – lenne. Habár bizalomépítésről beszélünk, magának az *építkezés* szónak a jelentéséből adódik, hogy ennek a kivitelezése nem egy-két hónapos folyamat, hanem kifejezetten hosszú távú. Fenntartása még időigényesebb, illetve folyamatos, aktív jelenlétet kíván. Ez egyfajta közösségépítés, amely nemcsak mennyiségi, hanem egyben minőségi folyamat is. Erről ír Kozáry Andrea is: „Az 1960-as évektől, amikor a rendészeti kutatások elkezdődtek, egyre többen ismerték fel, hogy a rendőrség csak akkor képes hatékonyan működni, ha bizalmi kapcsolat áll fenn a közösség valamennyi csoportja és a rendőrök között. A közösségnek el kell fogadnia a rendőröket, a rendőröknek pedig a közösség tagjait, mert csak így tudnak befolyást gyakorolni azokra a dolgokra, amelyek az adott településen történnek. A rendőrség természetesen nem egyedül felelős a biztonságért, az élet minőségéért, ezért az együttműködés a társadalmi szereplők között szükségszerű kell, hogy legyen.”¹⁷

Hogy mindez mit jelent, azt sokan sokféleképpen közelítik meg. A közösségi szemléletet félreértők azt gondolhatják, hogy a közösség irányítja a rendészeti munkát, de valójában ez nem így van. A Molnár–Tamási szerzőpáros a következőképpen magyarázza a különbséget: „Inkább úgy fogalmazhatunk: sokkal könnyebb úgy rendészeti munkát végezni, ha a helyi problémákra helyi választ adnak. Ebben a formában elkerülhetetlen, hogy a rendészet és a civil közösség között közvetlen kapcsolat legyen, ha a közösség a rendészetet a saját hétköznapi élete részeként értelmezi, segíti, támogatja. A rendészet pedig elvégzi azt a feladatot, amelyet a közösség a biztonságteremtés terén azért bíz rá, mert ő ért hozzá. Ennek elengedhetetlen része a megfelelő kommunikáció.”¹⁸

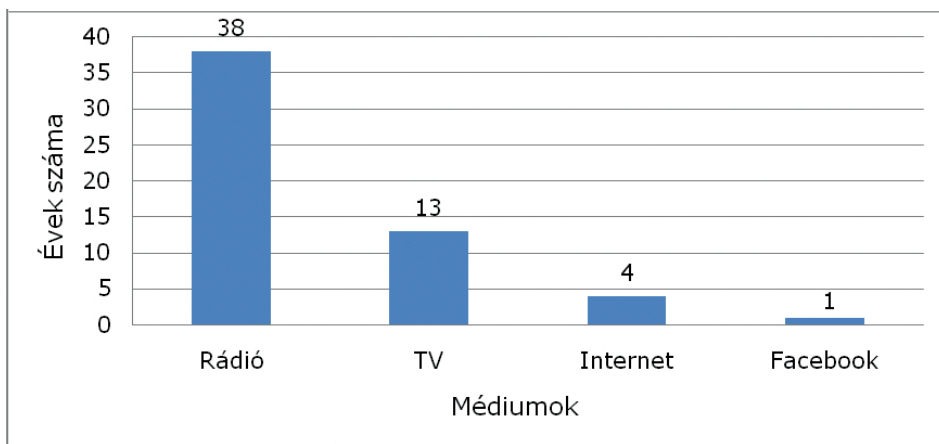
A közösségi oldalak népszerűsége

Tanulmányunk elméleti részében a közösségi rendészet és a rendészeti kommunikáció összefüggéseit, annak szakirodalmi hátterét mutattuk be. A tanulmány további része két rendészeti közösségi oldal tartalmát és annak stílusjegyeit vizsgálja. Mielőtt ezek

¹⁷ Kozáry (2019) 203.

¹⁸ Molnár–Tamási (2019) 44.

sajátosságait bemutatnánk, a közösségi oldalak népszerűségét vizsgáltuk meg, amely elválaszthatatlan attól a ténytől, hogy a gyors népszerűségnek az elérése következtében szükségszerűen hatást gyakorol a társadalomra, megváltoztatva az ott lezajló társadalmi, kulturális folyamatokat, beleértve a kommunikációt is. Az 1. ábra számadatai azt szemléltetik, hogy hány évbe tellett, amíg a különböző médiumok elérték az 50 millió fő felhasználót.

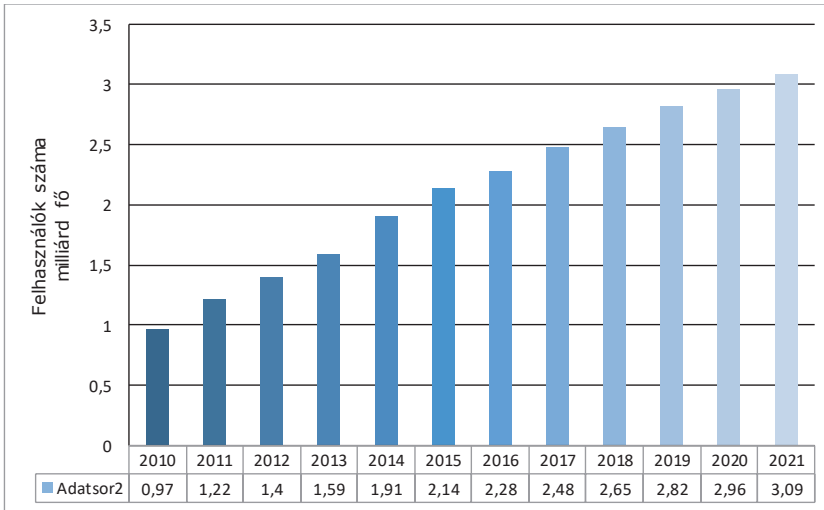


1. ábra: A média ereje. Forrás: a szerző szerkesztése <https://bit.ly/2T38sSs> alapján

Napjainkban a közösségi oldalak népszerűségét felesleges lenne vitatnunk, bár a különböző oldalaké korcsoportok szerint megoszlik, és nagy közöttük az átjárhatóság, hiszen sok felhasználó párhuzamosan több oldal aktív felhasználója is.

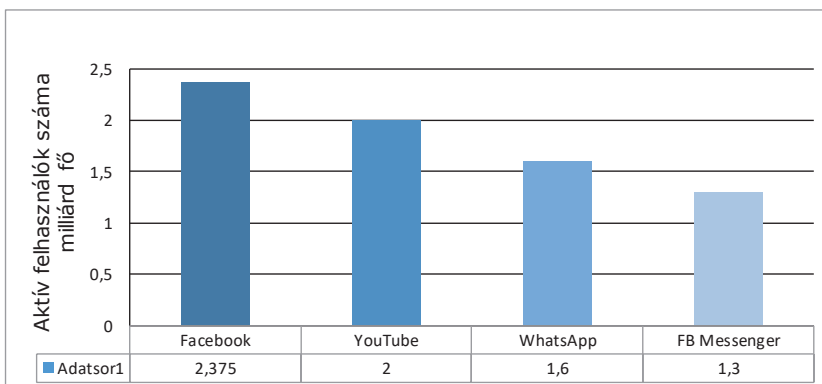
A 2. ábra alapján megállapíthatjuk, hogy a közösségi oldalak csaknem 3 milliárd felhasználóval rendelkeznek, és az elemzők 3,09 milliárd felhasználót prognosztizálnak 2021-re. Ezek korcsoportos és genderjellegű arányainak vizsgálata jelen tanulmánynak nem képezi részét, de a későbbiekben mindenképpen szeretnénk ezzel a kérdéssel részletesebben foglalkozni. A számok alapján elmondható, hogy a közösségi oldalak prognosztizálható adatai nem csökkenő tendenciát, hanem ellenkezőleg, a közösségi oldalak egyre növekvő népszerűségét jósolják. A 2. ábra adatai szerint 2019-ben körülbelül 2 milliárd 820 millió ember felhasználója valamelyik közösségi oldalnak. A 2. ábra alapján feltételezhetjük, hogy 2021-ben az oldalakat már 270 millióval több felhasználó fogja követni.

Ez a számadat olyan létszámú embercsoportot (és természetesen társadalmi erőt) takar, amire soha, semmilyen platformon korábban nem volt példa az emberiség történelmében (lásd: 2. ábra).



2. ábra: Közösségi oldalak felhasználóinak száma a világon 2010-től (várhatóan) 2021-ig.
 Forrás: a szerző szerkesztése <https://bit.ly/2RjaoVF> alapján

A másik vizsgált háttéradat a tanulmány elkészítéséhez a legnépszerűbb közösségi oldalak aktív felhasználóinak számát mutatja be. A 3. ábrán jól látható, hogy 2019-ben világviszonylatban még mindig a Facebook a legnépszerűbb közösségi oldal. Aktív felhasználóinak száma 2,375 milliárd fő, azaz csaknem minden harmadik ember a világon valamilyen rendszerességgel használja ezt a platformot. Nem véletlen tehát, hogy mintaválasztásunk a Facebook két rendészeti közösségi oldalán megtalálható bejegyzéseinek tartalmára, gyakoriságára és a szövegek szerkezeti tulajdonságaira koncentrált.



3. ábra :A legnépszerűbb közösségi oldalak. Forrás: a szerző szerkesztése <https://bit.ly/2QyXVwu> alapján

A kutatás kérdései és hipotézisei

Az alábbi kutatási kérdéseket foglalmaztuk meg:

1. Mennyire szolgálja a közösségi oldalak megjelenése a közösség egyes tagjait?
2. Mennyire szolgálja a közösségi oldalak tartalma a közösség egyes tagjait?
3. Létezik-e a közösségi oldalakon rendészeti digilektus?¹⁹

A kutatási kérdésekhez rendelt hipotéziseink tehát az alábbiak:

A kutatásunk során három hipotézis tesztelésére vállalkoztunk, amelyeket Balázs²⁰ és Veszelszki²¹ kutatásai alapján foglalmaztuk meg.

1. A digitális kultúra páratlan gyorsasággal rendezi át az egyén, a társadalom és a különböző szervezetek viszonyait, kapcsolatrendszerét, beleértve kommunikációs folyamataikat is.
2. A „jelenidejűség”, azaz az azonnali válaszadás lehetőségeit kihasználva a rendészeti szervezetek a lakosság közvetlen elérésére, tájékoztatására, vészhelyzetek megelőzésére és más, a közösség életét érintő, aktuális témák felvetésére tudatosan használják ezeknek az oldalaknak a tartalmát a társadalom egyéneinek minél gyorsabb elérésére.
3. A közösségi oldalakon létezik egy kötetlenebb nyelvhasználati stílusréteg, a rendészeti digilektus, amely stílusjegyeiben a szóbeliséghez áll közelebb, és amelynek jellegzetességei egy idő után önálló nyelvváltozatot alkotnak.

Mintaválasztás – a kutatás bemutatása

Ebben a fejezetben a kutatás módszereit ismertetjük. A vizsgálathoz elsősorban a tartalomelemzést választottuk, hiszen *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata* című könyvben azt olvashatjuk, hogy a „tartalomelemzés nem más, mint a rögzített emberi kommunikációk tanulmányozása”.²² A tartalomelemzésre alkalmas források lehetnek könyvek, folyóiratok, honlapok, dalok, festmények, e-mail-üzenetek, internetes hirdetések, törvények stb. Esetünkben a mintaválasztás első szakaszában egy külföldi és egy hazai rendészeti szervezet, az angol Metropolitan Police Service és a Budapesti Rendőrfőkapitányság Információs Portáljának Facebook oldalait vizsgáltuk. A módszer különösen alkalmasnak bizonyult közlések gyakoriságának és minőségének elemzésére és arra, hogy megvizsgáljuk, hogy „ki mit mond, kinek, miért, hogyan és milyen hatással?”.²³ A kutatás sikeres kivitelezéséhez szükséges volt eldöntenünk, hogy mi a legjobb a meg-

¹⁹ A *rendészeti digilektus* a szerző önálló fogalma, hivatkozva Veszelszki-re, akinek a *digilektus* szó önálló szóalkotása. Veszelszki (2011)

²⁰ Balázs (2007)

²¹ Veszelszki (2011); Veszelszki (2013); Veszelszki (2017)

²² Babbie (2001) 352.

²³ Babbie (2001) 352.

felelő mintavétel megtervezése szempontjából. A rendészeti közösségi oldalak esetében a minta megtervezéséhez az alapsokaságot is meghatároztuk, azaz az általunk megjelölt országok (Magyarország és Egyesült Királyság) fővárosainak egy rendészeti közösségi oldalának vizsgálata során mintát vettünk egy közel két hónapos időszakban (N = 116 bejegyzés). Ez idő alatt a két rendészeti közösségi oldal aktivitását, hirdetéseit és kapcsolattartási hajlandóságát vizsgáltuk meg több mint száz bejegyzés által. Ennek tükrében az elemzési egységek az alábbiak: a bejegyzések gyakorisága, a bejegyzések tartalma és a hozzájuk kapcsolódó interaktivitás. Az említett egységek vizsgálatához szisztematikus mintavételt alkalmaztunk. A tartalomelemzésnek két lehetséges útja van: amikor a közlések (1) manifeszt (látszó, felszíni tartalom) vagy (2) látens tartalmát, „mögöttes jelentését kódoljuk”.²⁴ Kutatásunkhoz mindkét módszert alkalmaztuk, a látszó tartalomelemzés mellett látens tartalomelemzést is bemutatunk, amelyben megragadhatóbbá válnak a közlések mögöttes jelentései. A mintaválasztás hátránya a megbízhatóság és a pontos meghatározottság elvesztése lehet.

A közösségi oldalak adta lehetőségeket kihasználva a rendészeti szervezetek jelentek ezeken a platformokon, és képviselve szervezeteiket keresik a társadalom tagjaival a közvetlenebb kapcsolatot. A kutatás során a BRFK és a Metropolitan Police Service (a továbbiakban: MET) Facebook oldalait 2018. december 20. és 2019. február 20. között vizsgáltuk.

A magyar rendőrség jelenléte a közösségi médiában

A BRFK Bűnmegelőzés nevű oldalán 2012. január 20-a óta nem történt bejegyzés.²⁵ A BRFK Információs Portálja²⁶ aktívabbnak mondható (1. táblázat). Az oldalt 2014-ben hozták létre, a szervezetet körülbelül 53 ezer fő követi a főoldalon található információ szerint. Elérhetőségként egy központi, vezetékes telefonszám van megadva, az országos segélyhívószám itt nincs feltüntetve. A szervezet eredeti létrehozásának időpontjáról, vezetőjéről ugyancsak nem találhatunk információt. A mintavétel időszakában 46 bejegyzést hoztak létre. Ez a platform sem tartalmában, sem aktivitásában nem bír a közösségi oldalak jellegzetességeivel. A bejegyzések sok esetben egy-egy fényképből állnak vagy egy rövid sor található mellettük, például „Álláshirdetés”. Több mint 20 esetben semmilyen cím és leírás nem található a megosztott képek mellett. A legtöbb bejegyzés a Mikulásvárásról szól (17 db). Itt található meg a Bűnmegelőzési Osztály által szervezett Mikulásváró délelőtről szóló, szöveges leírás nélküli fényképsorozat, amelyhez így kommentek sem érkeztek.²⁷ A bejegyzések között 6 db olyan van, amelyekben a lakosság segítségét kéri vagy megköszönik a lakosság tagjainak eredményes közreműködését. Ugyancsak 6 db álláshirdetés-bejegyzés jelent meg a mintavétel időszakában a BRFK közösségi olda-

²⁴ Babbie (2001)

²⁵ <https://bit.ly/2QvRudF> (2019. 12. 25.)

²⁶ <https://bit.ly/2tAwOs2> (2019. 12. 25.)

²⁷ A hatásos bejegyzések legfőbb ismérveit a szerző egy következő tanulmányban ismerteti.

lán. Mindössze 2 db bejegyzés szólt a karácsonyról, míg magánéleti tartalmú bejegyzést a BRFK nem közölt. Az egyik karácsonyi bejegyzésben²⁸ megfigyelhető, hogy a baráti hangvételű köszöntést kezdetben hasonló hangvételű jókívánságok sora követte a kommentek között. Ezt követi egy lakossági hálálkodó poszt, amely bármilyen különös is, de elindítója lett egy negatív irányvonalnak, azaz a hozzászólások átfordultak egy politikai, hatalomellenes propagandába. A kommentelők megjegyzései elsősorban nem a szolgálatot végrehajtó állománnyal szemben fejezték ki a rosszállásukat, hanem a magasabb körökben lévő vezetők ellen irányultak. A poszt a „Szégyeljétek magatokat! [Sic!] A hatalom csicskái vagytok!” helyesírási hibát is tartalmazó kommenttel zárult a vizsgálat időpontjában. Azóta a bejegyzés fent maradt, ám a felhasználó a kommenteket egy pozitív hangvételű komment kivételével törölte. A felhasználóval egyetértve valljuk, hogy döntése helyes volt, hiszen ilyen esetekben az anonim „megmondó emberek” véleményét, hozzászólásait olvasva egy másik felhasználó vagy esetleg a hír szerkesztője is elveszítheti a türelmét. Pontosan ilyenkor van szükség higgadtságra, a helyzet tényszerű átlátására. Különösen olyan esetekben lényeges ez, ha nem pozitív vagy legalább elgondolkodtató véleményt fogalmaz meg a kommentet író felhasználó. Ha egy negatív, romboló kritikára nem megfelelően reagál a működtető szervezet, az alááshatja, negatív attitűddel párosíthatja a szervezet imázsát, legyen az bármilyen hivatalos vagy civil szervezet.

Mindenképpen kulturális sajátosságnak nevezhető a 112-es hívószám megjelenése a bejegyzésekben. A MET oldalán hasonló bejegyzést nem találtunk, és csak a magyar rendőrség közösségi oldalán találtunk december 6-án tartott Mikulás ünnepségről szóló posztot. Bár ez inkább kulturális, mintsem rendészeti vonulata a mintavétel időszakának. Mégis fontos megjegyezni, hogy még egy rendészeti közösségi oldal vizsgálatánál is feltűnőek az eltérő kulturális ünnepeink, szokásaink.

A mintavételi időszak alapján elmondható, hogy a magyar rendőrség Facebook oldalain nagyon alacsony volt az aktivitás, kevés a frissítés, a felhasználók között nem alakult ki interaktivitás. A szervezet már felismerte, hogy jelen kell lennie és jelen is van a közösségi médiában, de még nem sikerült megterveznie és megvalósítania egy jól működő stratégiát.

Feltétlenül meg kell említenünk, hogy a 2019. október 11-én elindított „Legyél Te is Rendőr” nevű Facebook oldalnak köszönhetően a magyar rendőrség egyre inkább törekszik a folyamatos online jelenlétre és a lakossággal való közvetlenebb kapcsolat megteremtésére és annak fenntartására a Facebook közösségi oldalon. Emellett a police.hu 2019. július 3-án indult Instagram oldala is több mint 43 ezer követővel rendelkezik, de ezen oldalak bemutatása, tartalmának, nyelvi regiszterének elemzése egy következő tanulmány témáját képezik.

²⁸ <https://bit.ly/308m2W3> (2019. 02. 19.)

A londoni Metropolitan Police Service jelenléte a közösségi médiában

A másik vizsgált oldal a londoni Metropolitan Police Service Facebook-profilja²⁹ volt. A szervezet főoldalán található az egység legfontosabb adatai, mint például 1829-es megalapítása, elérhetőségei, úgymint a 101-es hívószáma és a vészhelyzetekben használatos 999-es hívószám. Az oldalt 2011-ben hozták létre, követőinek száma körülbelül 230 ezer fő. A mintavétel időszakában megnézve a MET közösségi oldalát azt tapasztaltuk, hogy a vizsgált két hónapos időszakban 70 db bejegyzés született (1. táblázat). A bejegyzések témái közül a leggyakoribbak a karácsony (12 db) és a szolgálati viszony elismerése volt (10 db), amelyekben a MET tagjait ünneplik, elismerve a rendőrségi szolgálatban eltöltött több évtizedes munkájukat. A közösségi hálózatok által egyre inkább elmosódnak a határok a magánszféra és a szakmai élet között. Ez adhat magyarázatot arra, hogy találhatunk bejegyzést lánykérésről és Valentin-napról egyaránt.

Emellett jól nyomon követhető a londoni rendőrség társadalmi felelősségvállalása: a mintavétel időszakában kampányokat indított a rákos betegek, beteg gyermekek és hajléktalanok megsegítésére. Karácsonyi köszöntésében a londoni rendőrség beszámol a karácsonyi jótékonyági akciójuk eredményeiről.³⁰ Ebben a bejegyzésükben tájékoztatták a lakosság tagjait arról is, hogy ennek eredményeképpen 19 ezer db ajándékot és 29 ezer fontot gyűjtöttek össze. Ezeket eljuttatták rászoruló, illetve olyan gyermekek számára, akik bűncselekmény áldozataivá váltak.³¹

Rendészeti közösségi oldal lévén a bűnmegelőzéssel kapcsolatos bejegyzések száma magasabb volt, de bűnüldözéssel kapcsolatos hírek is szerepeltek. Ezeket egyszerűen, tényszerűen és hétköznapi stílusban, de a rendészeti terminológiát nem mellőzve közzölték a lakosság tagjaival. A szóhasználat is korunk aktuális problémáit tükrözi, mert olvashatunk a drónok okozta biztonságra háruló veszélyekről és a terrorizmus elleni figyelemfelhívásról is. Találtunk olyan terminus technicust is, amit a mi kultúránkban nem használunk, mert nem igazán ismerjük. Ilyen például a *female genital mutilation*, rövidítve *FGM*, azaz a női nemi csonkolás kifejezés. Ennek már nemcsak eltérő kulturális, de interkulturális magyarázata is lehet. A bejegyzés a látható tartalom mellett látens utalást rejt a bűnelkövető nemzetiségére. Feltételezhetjük, hogy London lakosságának tagjai között vannak olyan személyek, akik eredeti kultúrájukból hozták ezeket a sajátosságaikat, mivel a *boszorkányság*, *szögekkel átütött marhanyelv* ugyanabban a bejegyzésben szerepeltek. A bejegyzések között található olyanok, amelyekben a lakosság segítségét kéri körözött személyek felkutatásában, és olyanok is, amelyekben megköszönik a lakosság eredményes közreműködését. Az oldal mind tartalmában, mind pedig stílusában láthatóan aktív, élő, közösségi és partneri.

²⁹ <https://bit.ly/30201be%20> (2019. 02. 20.)

³⁰ Meg kell jegyeznünk, hogy a vizsgált periódusban még nem, de a kézirat készítésének (2020. január) időszakát megelőző karácsonyi időszakban már a magyar rendőrség közösségi oldalain zajló kommunikációjában is jelentős részt tettek ki az adományok gyűjtéséről és a rászorulóknak való eljuttatásáról szóló kampányhírek.

Lásd: <https://bit.ly/2se9m3j> és <https://bit.ly/2NcZ9v9> (2020. 01. 11.). Ezek elemzését egy következő kutatás során végezzük el.

³¹ <https://bit.ly/37N44uQ> (2019. 02. 16.)

Domján szerint a közösségi médiában a túl sok tartalommegosztás zavaró és veszélyes is lehet. A túl sok információ egyszerűen feldolgozhatatlan és megterhelő lehet egy állampolgár számára. Másrészt, figyelembe véve a rendőrség bűnüldözési tevékenységét, a kriminális hírek fölösleges veszélyérzetet kelthetnek az emberekben. Arra a kérdésre, hogy a felhasználó heti szinten hány – a közösségre vonatkozó – bejegyzést tart optimálisnak a szervezet közösségi oldalán, a kérdőíves felmérés eredményei azt mutatták, hogy hetente 3–5 aktualitást érdemes közzétenni.³² Az oldalak bejegyzéseinek gyakoriságát vizsgálva elmondható, hogy a BRFK bizonyult e tekintetben tudatosabb felhasználónak, hiszen heti átlagban 4–5, míg a MET heti 8 bejegyzést tett közzé. Meg kell említeni, hogy a figyelem és ennek elnyerése lett az online tér egyik kulcsfontosságú eleme.³³ Ha a közösség életében nem beszélhetünk aktuális hírről, akkor olyan témát érdemes felvetni, amely beleillik az adott célcsoport érdeklődési körébe.

1. táblázat: A két rendészeti közösségi oldal mintavétele (db.) Forrás: saját szerkesztés, N = 116

Elemzési egységek	Metropolitan Police Service (MET)	Budapesti Rendőr-főkapitányság (BRFK)
mintavétel időtartama	2018. nov. 20. – 2019. febr. 20.	2019. okt. 20. – 2019. dec. 20.
összes bejegyzések száma (N)	70	46
Rendészeti tartalmak (n)		
bűnmegelőzés	5	4
baleset	2	0
bűnüldözés	2	0
Ünnepek (n)		
Mikulás	-	17
Karácsony	12	2
leánykérés	1	-
Valentin-nap	1	-
Összesen	14 (10 szöveg nélkül)	
Egyéb (n)		
szervezet története	2	-
szolgálati viszony elismerése	10	-
civil lakossággal való kapcsolattartás segítség elismerése	3	6 (szöveg nélkül)
jótékonyági esemény (pl. rák elleni küzdelem, beteg gyermek)	3	
álláshirdetés	0	6
112-es hívószám		3
Összesen:	15	15 (6 szöveg nélkül)

³² Domján (2010)

³³ Elhangzott Dr. Török Bernát előadásában *Az online platformok felelősségéről* című konferencián. Konferencia helyszíne, időpontja: NKE Ludovika Főépület, Budapest, 2019. 11. 21.

A hipotézisek igazolása

Az adatelemzés végéhez érve a kutatás elején megfogalmazott hipotéziseinkre válaszolva elmondható, hogy az első hipotézisünk bizonyítást nyert, miszerint a digitális kultúra átrendezi az egyén, a társadalom és a különböző szervezetek viszonyait, kapcsolatrendszerét, és kommunikációs folyamatait is.³⁴ Megállapíthatjuk, hogy a MET közösségi oldalának tudatos használatával a lakosság tagjainak párbeszéd iránti igényét a rendészeti szervezetekkel a londoni rendőrök egyértelműen felismerték és magas színvonalon ki is elégítik. A BRFK tekintetében még nem alakult ki meghatározott stratégia, a kétoldalú, partneri kommunikáció még nem valósult meg teljes mértékben a mintavétel időszakában.

Továbbá azt feltételeztük, hogy az azonnali válaszadás lehetőségeit kihasználva a rendészeti szervezetek a lakosság közvetlen elérésére, tájékoztatására, vészhelyzetek megelőzésére használják ezeket a közösségi oldalakat. A vizsgált időszak az advent idejére esett, a bejegyzések tartalmai főleg az ünnepek köré csoportosultak, így kijelenthető, hogy az oldalak tartalma a közösség egyes tagjait nagymértékben szolgálja. A hipotézis első részének bizonyítása azonban további vizsgálatot igényel egy következő, hétköznapiabb időszakban, ami hasonló időtartamú megfigyelést igényel. Ezáltal megállapíthatjuk, hogy a második hipotézisünk csak részben nyert igazolást.

A harmadik feltételezésünk szerint a közösségi oldalakon létezik egy kötetlenebb nyelvhasználati stílusréteg, amely a bejegyzések hangvételeből, szóhasználatából bizonyítást is nyert, mert az új kommunikációs technológia folyamatos fejlődése befolyásolja egyrészt a szóbeliséget, másrészt az írásbeliséget is.³⁵ Ennek a nyelvi stílusrétegnek többfajta elnevezése létezik, mint például *másodlagos írásbeliség*³⁶ vagy *digilektus*,³⁷ így az online térben, a rendészeti közösségi oldalakon használt nyelvváltozat elnevezésére bevezethetjük a *rendészeti digilektus* fogalmat.

Összegzés

Az eredményesség mérésénél főként azt kutatják, hogy a szervezet hány főhöz tudott közvetlenül szólni, illetve hogy milyen a párbeszéd intenzitása.

Természetesen nem várhatunk el a Facebookon naponta több bejegyzést a rendészeti szervezetek részéről. Kutatásunk célja az volt, hogy érzékeltessük a kapcsolatteremtésre és e kapcsolat fenntartására vonatkozó és egyre inkább növekvő igényt. A londoni rendőrség a közösségi rendészet filozófiájának szellemében, a társadalmi felelősségvállalás jegyében a lehetőségeihez mérten maximálisan él a közösségi oldalak adta lehetőségekkel. Azt nem állítjuk, hogy csak ennek köszönhető a civilek körében máig meglévő elfogadott-

³⁴ Balázs (2007)

³⁵ Veszelszki (2013)

³⁶ Balázs (2007)

³⁷ Veszelszki (2011)

sága, de azt igen, hogy annak megőrzéséhez a 21. században elengedhetetlenül fontos online jelenlétük is nagymértékben hozzájárul. A magyar rendőrségnek e téren még sok tennivalója van, de az eddig áttekintett kezdetek jó alapot adnak a bizakodásra.

Ezzel párhuzamosan a digitális társadalomban és kultúrában az online platformokon mozgó állampolgároknak, szervezeteknek meg kell tanulniuk alkalmazni, felhasználni ezeknek a platformoknak a stratégiai lehetőségeit.³⁸ Így e képességek és készségek fejlesztésének egyre inkább meg kell jelennie mind a közoktatásban, mind a felsőoktatásban³⁹ a képzés tartalmában, így az idegen nyelvek oktatásában is.⁴⁰

IRODALOMJEGYZÉK

- Babbie, Earl (2001): *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Budapest, Balassa Kiadó.
- Balázs Géza (2007): Az informatika hatása a nyelvre. In Bárdosi Vilmos szerk.: *Quo vadis philologia temporum nostrorum?* Budapest, Tinta Könyvkiadó. 23–42.
- Barnucz Nóra (2019a): IKT-eszközök szerepe az angol nyelv oktatásában. *Educatio*, 28. évf. 2. sz. 403–414. DOI: <https://doi.org/10.1556/2063.28.2019.2.14>
- Barnucz Nóra (2019b): Digitális egyenlőtlenségek a szociológiai elemzések tükrében. In Karlovitz J. T. szerk.: *Tanulmányok a kompetenciákra építő, fenntartható kulturális és technológiai fejlődés köréből*. Komárno, International Research Institute. 205–212.
- Barnucz Nóra (2019c): IKT-eszközökkel támogatott (rendészeti) nyelvoktatás. *Magyar Rendészet*, 19. évf. 4. sz. 15–31. DOI: <https://doi.org/10.32577/mr.2019.4.1>
- Christián László (2010): *Alternatív rendészet*. Doktori értekezés. Budapest, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Kar.
- Domján Zsófia (2010): *A közösségi média térnyerése az online marketingkommunikációban*. Szakdolgozat. Budapest, Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Fenyvesi Csaba (1994): *Rendőrség és marketing*. Doktori értekezés. Pécs, Pécsi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar.
- Finszter Géza (2011): Az alkotmányozás és a rendészeti jog sarkalatos törvényei. In *Pécsi Határőr Tudományos Közlemények. XII. Tanulmányok a „Rendészeti kutatások – a rendvédelem fejlesztése” című tudományos konferenciáról*. 7–27.
- Gaál Gyula – Molnár Katalin (2015): A World Café rendészeti alkalmazásának kezdeti tapasztalatai. *Magyar Rendészet*, 15. évf. 5. sz. 11–19.
- Garamvölgyi László (1998): Média és bűnüldözés. *Belügyi Szemle*, 46. évf. 6. sz. 61–66.
- Kész-Varga Mónika – Pokrócos György (2018): Az imázs, az arculat és kommunikáció szerepe a rendőrségnél. *Belügyi Szemle*, 18. évf. 3. sz. 139–154.
- Kozáry Andrea (2019): Töprengések a biztonságról és a rendőrségbe vetett bizalomról. In Gaál Gyula – Hautzinger Zoltán szerk.: *Gondolatok a rendészettudományról. Írások a Magyar Rendészettudományi Társaság megalapításának tizenötödik évfordulója alkalmából*. Budapest, Magyar Rendészettudományi Társaság. 203–208.
- Molnár, Katalin – Uricska, Erna (2018): The Police Café – An Efficient method for improving the dialogues between the Police and the community. *European Law Enforcement Research Bulletin*, Special Conference Edition 4. 221–226.

³⁸ Barnucz (2019b, 2019c)

³⁹ Molnár–Uricska (2019)

⁴⁰ Barnucz (2019a)

- Molnár Katalin (2018): Rendészeti kommunikáció – a média tükrében. Kézikönyv és szemelvénygyűjtemény a rendészeti szakújságíró szakirányú továbbképzési szak hallgatóinak. Budapest, Dialóg Campus Kiadó.
- Molnár Katalin (2019a): A Police Café hatása a rendőrség és a közösségek kapcsolatára. In Hegedűs Judit szerk.: *Magatartástudományi kutatások a rendészeti képzés megújítása érdekében*. Budapest, Nemzeti Közszolgálati Egyetem. 89–104.
- Molnár Katalin (2019b): *A Police Café hatása a rendőrség és a közösségek kapcsolatára 2. rész Interjúelemzés*. (megjelenés alatt). DOI: <https://doi.org/10.32577/mr.2019.2-3.9>
- Molnár Katalin – Tamási Zsolt (2019): A rendőrség közösséggel való kapcsolatának javítási lehetőségei. *Belügyi Szemle*, 67. évf. 4. sz. 35–56. DOI: <https://doi.org/10.38146/BSZ.2019.4.3>
- Molnár Katalin – Uricska Erna (2019): A Café módszer alkalmazásának tapasztalatai a rendészeti felsőoktatásban. *Magyar Rendészet*, 19. évf. 4. sz. 69–80. DOI: <https://doi.org/10.32577/mr.2019.4.5>
- Pusztai Gabriella (2018): Ha elvész a bizalom. *Educatio*, 27. évf. 4. sz. 623–639. DOI: <https://doi.org/10.1556/2063.27.2018.4.6>
- Tolnainé Kabók Zsuzsa (2009): *A rendészeti szakterület beszélőközsége specifikus nyelvhasználatának aspektusai*. Doktori értekezés. Pécs, Pécsi Tudományegyetem.
- Ürmösné Simon Gabriella (2012): Egynyelvűek kommunikációja a nemek tükrében. *Tavaszi Szél 2012 / Spring wind konferenciakötet*. Budapest, Doktoranduszok Országos Szövetsége. 687–694.
- Veszelszki Ágnes (2011): *Az infokommunikációs technológia hatása a nyelvre*. Doktori értekezés. Budapest, Eötvös Loránd Tudományegyetem.
- Veszelszki Ágnes (2013): A digilektus hatása a szóbeli és írásbeli kommunikációra egy kérdőíves vizsgálat alapján. *Magyar Nyelvőr*, 137. évf. 3. sz. 248–274.
- Veszelszki Ágnes (2017): *Netnyelvészet – Bevezetés az Internet nyelvhasználatába*. Budapest, L'Harmattan Kiadó.
- Zsolt Péter (2018): *A befolyásolás etikus eszközei a médiában*. Kézikönyv a Rendészeti szakújságíró szakirányú továbbképzési szak hallgatóinak. Budapest, Dialóg Campus Kiadó.

Jogi források

1994. évi XXXIV. törvény a Rendőrségről
 30/2011. (IX. 22.) BM rendelet a rendőrség szolgálati szabályzatáról
 10/2013. (III.14.) ORFK utasítás a médiatartalom-szolgáltatók részére adható tájékoztatás rendjéről
 2015. évi XLII. törvény a rendvédelmi feladatokat ellátó szervek hivatásos állományának szolgálati jogviszonyáról

Internetes források

- BRFK III. kerületi Rendőrkapitányság ajándékozása. Forrás: <https://bit.ly/2se9m3j> (2020. 01. 11.)
- BRFK Bünt megelőzés Facebook oldala. Forrás: <https://bit.ly/2QvRudF> (2019. 12. 25.)
- Instagram – police.hu. Forrás: <https://bit.ly/2NcZ9v9> (2020. 01. 11.)
- BRFK Információs Portál. Forrás: <https://bit.ly/2tAwOs2> (2019. 12. 25.)
- Fukushima one week on: Situation 'stable', says IAEA. Forrás: <https://bit.ly/2WSSHkR> (2019. 02. 16.)
- Karácsonyi bejegyzés. Forrás: <https://bit.ly/308m2W3> (2019. 02. 19.)
- Forrás: <https://bit.ly/37N44uQ> (2019. 02. 16.)
- Lessons of Chernobyl: SNM Members Try to Decontaminate World Threatened by Fallout. Forrás: <https://bit.ly/2v9RgAH> (2019. 11. 16.)
- Metropolitan Police Service. Forrás: <https://bit.ly/30201be%20> (2019. 02. 20.)
- Most Popular Social Media Platforms in 2019. Forrás: <https://bit.ly/2QyXVwu> (2019. 02. 16.)

Number of social network users worldwide from 2010 to 2023. Forrás: <https://bit.ly/2RjaoVF> (2019. 02. 16.)

Socialonomics. Forrás: <https://bit.ly/2T38sSs> (2019. 02. 16.)

Veszelszki Ágnes (2013): *Digilektus és netszótár.* Forrás: <https://bit.ly/2TeuiT4> (2019. 12. 25.)

ABSTRACT

Community Policing - Community Sites?

Theoretical Background and Introduction of the Concept of Law Enforcement Digilect
Erna URICSKA

The examination of the roles, the possibilities, the advantageous and harmful effects of social media sites receives much attention nowadays. These community websites are applied by law enforcement agencies daily and consciously in English speaking areas. Although the Hungarian Police have not fully exploited the real values of social websites yet, there are some steps and attempts to reach the members of the communities in an easier, more simple and direct channel. In order to carry out a successful fight against criminals, law enforcement organisations have to gain the confidence of residents. It would only be possible if partnership was built between the Police and the locals, but to that end, police units must develop their communication skills and improve their willingness, for which social media offers great potentials. The study deals with the theoretical background of law enforcement communication and introduces the concept of law enforcement digilect.

Keywords: police, communication, social media, confidence, law enforcement digilect