

# NEMZETBIZTONSÁGI SZEMLE

MMXV.

III. ÉVFOLYAM I. SZÁM

KÜLÖNLENYOMAT



NEMZETI KÖZSZOLGÁLATI EGYETEM  
NEMZETBIZTONSÁGI INTÉZET  
BUDAPEST

## A közösségi hálózatok és a közösségi rendőrség kapcsolata (Mi keresni valója van a rendőrségnek a Facebookon?)

Less Ferenc

### **Absztrakt:**

A világháló elterjedésével párhuzamosan felbukkantak a közösségi hálózatok, melyek célja az emberek közötti virtuális kapcsolatrendszer kialakítása, a köztük lévő kommunikáció, illetve tartalmegosztás lehetővé tétele. Tanulmányomban azt kívánom bemutatni, hogy a közösségi hálózatok és az elektronikus média miként mozdíthatják elő a rendvédelmi tevékenységet, milyen hatást képesek kifejteni a rendőri munkára, illetve ezeket az eszközöket hogyan használják azok az európai rendőri szervezetek.

**Kulcsszavak:** közösségi média, rendvédelem, közösségi rendészet, tömegkezelés

### **Abstract:**

It is a common place that the information society has an enormous impact on our daily life, the Internet penetrates into all aspect of it. Parallel with the growing of the World Wide Web, social networks emerged with the aim to establish virtual systems for maintain relationship and communication among people and sharing contents with each other. In my study, I show how the social networks and the social media can support and improve the public order activity and how some European police organizations has already utilized them for achieving their goals.

**Keywords:** social media, law enforcement, community policing, public order management

## Bevezetés

A rendvédelmi szervezetek, ezeken belül a rendőrség egy olyan intézmény, amelynek a célja a polgárok, azaz a kliensei védelme, és az általa nyújtott „termékek” egyike, de talán legfontosabbika a közbiztonság. A termék előállítása bonyolult és nehéz folyamat, amelyet egyedül a rendőrség nem képes véghez vinni, a siker érdekében magához a társadalomhoz kell fordulnia, azzal együttműködve kell egy olyan szolgáltatást nyújtania, amely megalégedéssel tölti el a polgárokat.

A hatékony együttműködéshez a felek között hatékony kommunikációt kell kialakítani, amely nem csak abból áll, hogy a rendőrség tájékoztatást ad arról, hogy milyen bűncselekmények, balesetek történtek az adott területen vagy az állampolgároknak mit kellene tenniük, hogy elkerülhessék a hasonló helyzeteket, hanem be kell vonni őket a rendőrségi munkába, megosztva az információt egymás között oda-vissza.

A kommunikáció csatornáit kialakítani nem könnyű, hiszen ahhoz, hogy egy időben és a lehető leggyorsabban, sok emberhez juttathassuk el azt, olyan komoly infrastruktúrára van szükség, amit a rendőrség nem képes és nem is szükséges kialakítani és üzemeltetni. A XX. század végéig ezeket a kommunikációs csatornákat kizárólag a mára már hagyományos médiának nevezett fórumok (televízió, rádió, nyomtatott sajtó) jelentették. A XXI. század elején robbanásszerűen elterjedő internetben azonban kihívó félre talált a hagyományos média és felborult az addig jól megszokott rend. Az internet egyszerre jelent kihívást és lehetőséget a társadalmak részére. Kihívás mivel szinte lehetetlen ellenőrizni és ez sok esetben negatív következményekhez is vezet (pénzügyi csalások, gyermekpornográfia terjeszkedése, terrorizmus globalizálódása stb.), de más részről megteremtette azt a típusú nyilvánosságot, amelyre addig még a modern demokratikus demokráciákban sem mertek gondolni. Ma már nehéz kontroll alá helyezni a gondolatot és a véleményt, amely a fénysebességével, határokat nem ismerve terjed a világhálón. Az információ blokkolásához egy adott országban az egész internetet le kell állítani, azonban ez azonnal nyilvánvalóvá teszi az adott kormányzat politikai jellegét, és mint számos példa mutatja, ez sem nyújt százszázalékos megoldást.

Tanulmányomban azt kívánom igazolni, hogy a közösségi hálózatok nem az „ördögtő valóak”, nem pusztán a szabadidő értelmes vagy értelmetlen eltöltésére, jobb esetben tanulásra alkalmasak, hanem komoly szerepet szánhatunk nekik a rendvédelmi munkában is, a „közösségi rendőrség” koncepciójára építve.

## A közösségi média jelentősége

Az internet megjelenése alapjaiban változtatta meg a világunkat, számos területen generált messzire mutató változásokat. A világháló megjelenését követően hamar megszületett az úgynevezett felhasználók által előállított tartalom fogalma, amely olyan, mindenki részére elérhető információt jelent (például fénykép, mozgókép, hang, szöveg), amelyet elsősorban a végfelhasználók hoznak létre és nem az erre szakosodott médiumok. Ahhoz, hogy valamit a felhasználók által előállított tartalomnak tekinthessünk, három alapvető kritériumnak kell megfelelnie. Az első szerint a tartalomnak vagy a közösségi hálózatokon vagy egyéb más olyan weboldalakon kell megjelennie, amely mindenki által elérhető. Másodsor bizonyos szintű kreatív tevékenység által kell, hogy keletkezzen. Harmadszor a tartalom professzionális eljárásokat nélkülözve, azokat szakmai szinten alkalmazó szervezeti struktúrára (kereskedelmi tevékenységen) kívül szülessen meg.<sup>1</sup> Az ilyen tartalmak lehetnek különböző írások (blogok, hozzászólások), képek, audió-videó tartalmak.

Barát Tamás szerint az elektronikus média közszolgálati és kereskedelmi televízióra-rádióra történő felosztását elavulttá tette az internet és közösségi média, amely nem csak pusztán kétirányú kommunikációt tesz lehetővé, hanem interaktív jellege folytán lehetőséget teremt a „hírtékivé formált üzenetek terjesztésére”, valamint az azokra történő reakciók kifejezésére, a visszacsatolásra. Az interakció fajtái széles skálán mozoghatnak, az „üzenet” továbbításán, újra megosztásán kívül lehetőség van annak egyszerű formában történő értékelésére (like), valamint hozzászólásra, véleménynyilvánításra, felhívásra valamilyen cselekvésre, vagy akár egyéb tartalom ajánlására is.<sup>2</sup>

A hálózati kommunikáció résztvevői tehát interaktív résztvevőket igényel, míg a hagyományos média fogyasztója előreszerkesztett, megválogatott hírtartalmakhoz fér hozzá az újságok, a televízió és a rádió stb. által. Az internet világában szabadon kóborolhatunk és a kereső motorok révén (pl. Google, Bing stb.) minden olyan hírhez hozzá férhetünk, ami érdekel minket. Ennek a szabadságnak szinte csak a nyelvtudás szab határokat. A közösségi hálózatokon, ellentétben a hagyományos médiával, nem egyirányú, hanem számos irányba mozog az információ, sokak kommunikálnak sokakkal.<sup>3</sup> Ennek következtében a közösségi média nem pusztán különböző kisebb-nagyobb közösségek megnyilvánulási tere,

---

<sup>1</sup> KAPLAN – HAENLEIN, *i.m.*, 61 p.

<sup>2</sup> BARÁT, *i.m.*, 158 p.

<sup>3</sup> TERESTÉNYI Tamás, *Kommunikáció-elmélet – A testbeszédtől az internetig*, Bp, Akti-Typotex, 2006. 235 p.

fóruma, agorája<sup>4</sup>, hanem az adott társadalom különböző szegmenseinek összessége.

A közösségi média az információs társadalomban fejlődött ki, majd napjainkra átlépte az országok határait és globális tényezővé vált. Az információs társadalmat, amelyet Manuel Castells alapján „az emberi együttélés olyan új módjaként határozhatjuk meg, ahol az információ hálózatba szervezett előállítása, tárolása játssza a legfontosabb szerepet.”<sup>5</sup>

Információs társadalomról a 2003-ban kiadott Magyar Információs Társadalom Stratégia szerint akkor beszélhetünk, ha „*az információs ágazat társadalmi, gazdasági súlya dominánssá válik, az információ beépül az egyének, szervezetek és intézmények mindennapjaiba, és a társadalmi kommunikáció nagy része a digitális csatornákon zajlik. Az információ mind szélesebb körű és könnyű elérése, fokozott termelése és átalakítása elősegíti a társadalom megújulását, mobilizációját, utat nyit az egyéni kezdeményező készségnek, vállalkozó kedvnek, szélesíti a civilizációs termékek, kulturális javak fogyasztását, továbbá globálissá teszi az emberi tudás megszerzését és megosztását, és soha nem látott mértékben sokszorozza meg azt.*”<sup>6</sup>

Az Internet (amelynek „net” szótagja az angol nyelvben hálót, hálózatot jelent) nyújtotta lehetőségek biztosítják a közösségi hálózatok számára azt a keretet, amelyen belül a felhasználók kölcsönös kapcsolat kialakítására képesek. Ezeknek a hálózatoknak, ahhoz hogy közösséginek nevezhessük őket – Boyd és Ellison szerint – lehetőséget kell biztosítaniuk a felhasználóik részére, hogy egy adott rendszeren belül nyilvános vagy félig nyilvános, tematizált lapot hozhassanak létre, továbbá összekötötést kell biztosítaniuk az egymással kapcsolatban álló személyek között, úgy hogy azok beletekinthessenek egymás kapcsolatrendszerébe. A közösségi háló pontjaiban markáns társadalmi-közösségi csoportok, illetve egyének helyezkednek el, közöttük jön létre egyfajta tudatos és szándékos kapcsolat.<sup>7</sup>

Ellentétben a hagyományos médiákkal, ahol az információt különböző „hivatásos” aktorok, a televíziókat, rádiókat, a nyomtatott sajtó orgánumait birtokló

---

<sup>4</sup> BARÁT Tamás, *Média és társadalom – Társadalmi (közösségi) média = Tudományos közlemények, Gazdaság és szociális demokrácia, szerk. In: G. MÁRKUS György, Bp., Általános Vállalkozási Főiskola, 2011, 153 p.*

<sup>5</sup> BÁNYAI Edit – NOVÁK Péter: *Online üzlet és marketing, Bp., Akadémiai Kiadó, 2011, 17 p.*

<sup>6</sup> INFORMATIKAI ÉS HÍRKÖZLÉSI MINISZTERIUM, *Magyar Információs Társadalom Stratégia, , 2003, 4 p.*

<sup>7</sup> Kiss József - SIPOS Erika, *Közösségi hálózatok és hatásuk a társadalomra, Bp., SZVT Kutatási és Fejlesztési Központ, 2011, 8 p.*

cégek állítják elő és szállítják a „fogyasztó” részére, a közösségi médiában az információt maguk a felhasználók hozzák létre és terjesztik el a hálózathoz kapcsolódó személyek irányába. Míg a hagyományos média esetében az információ-áramlás egy irányú folyamat az előállító és a fogyasztó között, addig a közösségi médiában az információ fogyasztója egyben annak előállítójává is válik. Ez a folyamat többek szerint a tudás demokratizálódásához vezet, mivel a közösségi médiában bárki, bármikor megjelenhet és közleményt oszthat meg, amelyre ugyanúgy bárki válaszolhat.<sup>8</sup>

### **Az internet és a közösségi média, mint a közösségi rendőrség és a társadalom kapcsolattartásának eszközei**

A különböző kommunikációs csatornák és médiatípusok eltérő társas jelenléttel (vizuális, fizikai, audió kapcsolat) és közvetlenségi (közvetlen – személyes, közvetett – nem személyes) szinttel bírnak, és egyidejűségük, szinkronitásuk is eltérő (chat versus e-mail). Az aszinkronos és közvetett kapcsolatok során a társas jelenlét szintje alacsonyabb lesz, míg az egyidejű és közvetlen kapcsolat esetén a társakat könnyebb bevonni a közös tevékenységbe. Az utóbbi esetben a partnerek hatni igyekeznek egymásra, illetve kontrollálni és befolyásolni az egymásról kialakított képet.

A vállalatok kihasználják azt a jelenséget, hogy a közösségi médián keresztül szolgáltatásaik és termékeikkel kapcsolatos nagy mennyiségű információ áramlik át, viszont kihívásként jelentkezik a vásárlók, fogyasztók véleményének egyidejű megjelenése.

A közösségi média segítségével a cégek olyan eszközökhöz jutnak melynek segítségével nem csak formálni képesek a fogyasztók véleményét, hanem interaktív módon rávehetik őket arra, hogy segítsenek fejleszteni szolgáltatásaikat, termékeiket valamint ingyen jutnak marketing adatokhoz, visszajelzésekhez. A hagyományos médiától eltérően a közösségi média a párbeszédre koncentrál és gyors reakció- és visszacsatolási időt tesz lehetővé. Markos-Kujbus és Gáti szerint ezen a módon *„a vállalatoknak lehetőségük nyílik arra, hogy belső működésüket fejlesszék, újfajta módon működjenek együtt fogyasztóikkal, vevőikkel, üzleti partnereikkel és szállítóikkal, ennek során pedig értéket teremtsenek. Ebben a folyamatban szereplő fogyasztóik pedig valószínűbb, hogy hűségesek lesznek a céghez.”*<sup>9</sup> Felmerül a kérdés, amennyiben a rendőrségre mint egy közbiz-

---

<sup>8</sup> BARNA, i. m., 162 p.

<sup>9</sup> Markos-Kujbus–Gáti, i.m. pp. 5-6.

tonságot „termelő” állami vállalkozásra tekintünk, kihasználhatóak-e az említett tényezők a rendvédelmi tevékenység során?

## A közösségi rendőrség

A public relation (közönség kapcsolat) – amit hazánkban sokan összekevernek a reklámmal és a propagandával (PR)<sup>10</sup> – lényege a bizalom felkeltése, kialakítása, fenntartása, tehát a kommunikáció tudatos kialakítása, melynek segítségével érhető el a szervezet ismertsége, elismertsége, elfogadottsága és megbecsültsége.”<sup>11</sup>

A bűnüldözés terén nem elég eredményeket elérni, azokat tudatosítani kell a társadalomban. A pozitív eredményeket elérő brit „bizalomépítő rendőrség” (reassurance policing) koncepciója Korinek szerint „nem más mint a szubjektív biztonságot, annak erősítését előtérbe helyező közbiztonsági-védelmi működés.”<sup>12</sup>

A „lakosságbarát” rendőrség igyekszik a közösségek elvárásainak megfelelő biztonságot garantálni, és az erőfeszítéseinek köszönhetően az érintett közösségek tagjai tisztában vannak azzal, hogy a rendvédelmi szervezet az ő érdekükben tevékenykedik, illetve a civil szervezeteik közreműködésével támogatják annak erőfeszítéseit.<sup>13</sup> Kacziba szerint „a modern polgári jogállamban a közbiztonság kollektív társadalmi termék, amely az egyének és a közösségek tevékenységéből, az állami (kormányzati, önkormányzati) szervek hatósági intézkedéseiből, a polgárok önvédelmi képességeinek és a vállalkozói piac nyújtotta szolgáltatásoknak együtteséből alakul ki.”<sup>14</sup> Finszter véleménye szerint a közbiztonság fenntartásához elengedhetetlen a települési önkormányzatok, a civil társadalom és a biztonsági piac rendőrséggel történő együttműködése.<sup>15</sup> Ezen felül a szubjektív

---

<sup>10</sup> A propaganda fogalma a BAKOS Ferenc: *Idegen szavak és kifejezések szótára* szerint (Akadémiai Kiadó, Budapest, 1983, 688.): 1. Ezméknék, tanoknak, nézeteknek, politikai elméleteknek, különféle eszközök, (élőszó, nyomtatás, művészet, technika stb) útján történő módszeres terjesztése. 2. hírverés, népszerűsítés.

<sup>11</sup> BARNA, i.m., 162 p.

<sup>12</sup> KORINEK László, *A rendőrség szerepe, funkciói és típusai = Sodorvonalon*, szerk. HAUTZINGER Zoltán – VERHÓCZKI János, Bp., Magyar Rendészettudományi Társaság Határrendészeti Tagozata, 2012, 149 p.

<sup>13</sup> MALINA Adrienn – TAKÁCS István, *Lakosságbarát brit rendőrség, Rendőr*, 2010/4, 4 p.

<sup>14</sup> DEÁK József, *Közbiztonság és magánbiztonság – Alternatív rendfenntartás, Rendőr*, 2009/3, 7 p.

<sup>15</sup> FINSZTER Géza, *Rendészeti menedzsment, Magyar Rendészet*, 2003/4, 31 p.

biztonságérzet kialakításához fontos a résztvevő felek érzékelhető jelenléte és elérhetősége, megszólíthatósága is.<sup>16</sup>

A „látható rendőrség” koncepciója a Magyarországon is megjelent.<sup>17</sup> A magyar rendőri vezetők azt is felismerték, hogy „széles társadalmi összefogásra van szükség ahhoz, hogy a bűnmegelőzés terén sikereket tudjanak elérni az érdekeltek, olyan társadalmi elfogadottságot kialakítva, amely lehetővé teszi, hogy a cél érdekében létrehozott programokat választási ciklusokon keresztül lehessen folytatni.”<sup>18</sup> Az elfogadottság alapja a polgárok bizalma, mert anélkül a rendőrség nem tudja jó hatásokkal végezni munkáját.<sup>19</sup>

A közösségi rendőrség koncepciója, amely angolszász területről terjedt el és terjed jelenleg is a világon (már az ENSZ által támogatott koncepciók között is szerepel<sup>20</sup>), szoros együttműködést jelent a rendőrség, a közösségek és más szervezetek között, a közbiztonság javítása érdekében. Ennek megfelelően a rendvédelem nem csupán egy rendőrségi ügy, hanem az érdekelt felek közös erőfeszítése. A közösségi rendőrség koncepciója helyi szinten olyan rendőrök fellépését igényli, akik képesek személyes kapcsolatokat kialakítani a polgárokkal, illetve azok csoportjaival.<sup>21</sup> E cél érdekében ki kell használni a kollektív tudást, a represszív fellépés helyett az ügyfélközpontú, szolgáltatás jellegű munkavégzésre kell a rendőrségnek koncentrálnia, továbbá képesnek kell lennie az új eszközök, módszerek adaptálására és tanulásra is.<sup>22</sup>

Egyetértek Forgács Imrével, volt igazságügyi és rendészeti miniszterrel, amikor azt állítja, hogy „a bűnmegelőzés hatékonysága, a bűncselekmények számának csökkenése nem csak rendőri kérdés, hanem oktatási és kommunikációs kérdés is.”<sup>23</sup> Ennek a gondolatnak megfelelően célszerű lenne törekedni az utóbbi években az internet világába és a kommunikáció valamint a tájékoztatás területére üstökösként berobbanó közösségi hálózatok, virtuális „mini társadalmak” rendvédelmi szempontú bevonására, lehetőségeik kiaknázására.

---

<sup>16</sup> Korinek, i.m., 150 p.

<sup>17</sup> DEÁK József, *Kihelyezett ülés az ORFK-n – Látható rendőrség kell!*, *Rendőr*, 2009/6, 4 p.

<sup>18</sup> FERENTZI Tünde, *Széles összefogás kell*, *Rendőr*, 2013/4-6, 24 p.

<sup>19</sup> DEÁK József, *A Független Rendészeti Panasztestület 5 éve*, *Rendőr*, 2013/4-6, 26 p.

<sup>20</sup> *Core Expertise, UN Police Magazine, 11th Edition, 2013, 10 p.*

<sup>21</sup> DENEFF, Sebastian, KAPTEIN, Nico, BAYERL S., Petra, RAMIREZ Leonardo, *Best Practice in Police Social Media Adaptation, COMPOSITE project, 2011, 22 p.*

<sup>22</sup> FINSZTER, i. m., pp. 25-26.

<sup>23</sup> CS. CSALA Károly – SCHALK Endre, *Elismerésre méltó munkát végez a testület – a közbiztonság nem csak rendőri kérdés*, *Rendőr*, 2010/1, 5 p.



## **A magyar rendőrség internetes honlapjának alkalmazásai, hiányosságai, fejlesztési lehetőségek**

A rendészeti kommunikáció egy speciális területe az általános interperszonális kommunikációnak, mint azt Molnár és Cserép is megállapítja, mivel gondolataik szerint a rendvédelmi tevékenységet végzők különös felelősséggel és komoly hatalommal vannak felruházva, továbbá emberi konfliktusok mentén szigorú hierarchián belül, a nyilvánosság érdeklődése mellett végzik feladataikat. A rendőri kommunikáció jellemzője a hivatalos, jogi és katonai stílus valamint szaknyelv, illetve célja, hogy elfogadtassa a társadalommal a szervezet azon törekvését, hogy a polgárokkal együtt, az ő biztonságuk érdekében végzi tevékenységét, időnként azonban élve erőszak-monopóliumával és szankcionálva a jogsértő magatartást.<sup>24</sup>

A rendőrség internetes honlapját és az intranet-hálózat működtetését, valamint az internet rendőrségi igénybevételét szabályozó norma nem tesz említést a közösségi hálózatokon történő megjelenésről, tevékenységről. A magyar rendőrség egyetlen centralizált honlapon kísérel meg kommunikálni a lakossággal, nem teremtve meg a lehetőséget a polgárok számára a területi és legfontosabbként a helyi szervekkel való közvetlen kapcsolat felvételre.<sup>25</sup> Megvizsgálva szűkebb hazám rendvédelméért felelős Nógrád Megyei Rendőr-főkapitányság Rétság Rendőrkapitányság interneten való megjelenését, megállapítható, hogy a helyi rendőri szerv nem rendelkezik saját honlappal és az azzal kapcsolatos adatokat kizárólag a rendőrség hivatalos és nyilvános weblapja, a [www.police.hu](http://www.police.hu) tartalmaz. Az ott fellelhető adatok azonban roppant szűk körűek, mindössze a kapitányság címét, a postacímét, a nyilvános központi és BM telefonszámát, e-mailcímét, a kapitányságvezető nevét tartalmazzák valamint egy beágyazott Google térképen tüntetik fel a kapitányság földrajzi elhelyezkedését. PDF fileként belinkelésre került a szervezeti felépítés diagramja (90 fokban elfordítva, illetve fejjel lefelé látható-olvasható!), a szervezeti működési szabályzatuk, ügyrendjük, illetve számos közérdekű adat a szervezetről, a kapcsolati lehetőségekről, ügyintézés módjáról stb.

A körzeti megbízotti irodákkal kapcsolatban hasonlóan szegényes adatokat találhatunk.<sup>26</sup> Ezt mint állampolgár magam is kevésnek találom, hiszen közvetle-

---

<sup>24</sup> MOLNÁR Katalin, CSERÉP Attila, *A rendőrség kommunikációs stratégiája és belső kommunikációja*, *Rendészeti Szemle*, 2010/2, 7 p.

<sup>25</sup> *A Rendőrség internetes honlapja és internet-hálózata működtetéséről, valamint az internet rendőrségi igénybevételének szabályairól szóló 3/2006. (II.23.) ORFK utasítás.*

<sup>26</sup> *POLICE.HU honlap, Rétság Rendőrkapitányság elérhetőségei*, 2013.

nül nem áll rendelkezésemre semmiféle napra kész adat egy olyan közpénzekből finanszírozott állami szervezetről, amely tevékenysége, munkája napi szinten érinti a biztonságomat. A központosított rendszernek ezen felül megvannak a maga kapuőrei, akik eldöntik, mi lehet érdekes a honlapot látogatók részére, illetve melyik információ megosztása lehet hasznos a szervezetnek. Azonban ezek a kapuőrök általában nem ott élnek, ahonnan a rendőrségi hírek generálódnak, illetve nem képesek azokkal kommunikálni, akik a bőrükön érzik a szervezet teljesítményét, így a centralizált rendszerrel szemben számos kritikát fogalmazhatunk meg.

Nehéz bizalommal lenni egy olyan szervezet iránt, amelyről semmiféle információ nem áll az érintett közösség rendelkezésére, amelyről nem hall, amellyel nem tud a számára legkedvezőbb módon kapcsolatba lépni. Nem lát bele annak működésébe, nem ismeri eredményeit, nem érzékeli céljait és törekvéseit, így segítséget sem képes nyújtani neki. Ha a rendőrség maga nem biztosít ilyen információkat, akkor megteszik azt helyette mások. A Körzeti Megbízotti Szabályzat<sup>27</sup> a körzeti megbízottnak feladatul szabja közösségi fórumok tartását, de honnan értesülhet róluk az érintett lakosság? Ha nincs megfelelő kommunikációs csatorna, nem várhatunk el párbeszédet sem.

Összehasonlításképpen a londoni Metropolitan Police Service (MPS) honlapján,<sup>28</sup> a szervezet híreinek összegyűjtött formában történő fogadására RSS csatornára iratkozhatunk fel vagy Twitteren követhetjük és oszthatjuk meg azokat, illetve csatlakozhatunk a Facebook csoportjukhoz is, ha interaktív kapcsolatba kívánnánk velük kerülni.

A police.hu üdvözlő képernyőjén, egy kivétellel, nem találunk a közösségi média használatára utaló szimbólumot, linket, viszont az RSS gomb segítségével itt is feliratkozhatunk akár az ORFK Kommunikációs Szolgálatának, akár a megyei rendőrkapitányságok hírcsatornáira, annak érdekében, hogy folyamatosan értesítést kaphassunk a legújabb hivatalos rendőrségi hírekről.

Első ránézésre úgy tűnik, hogy az ORFK nyilvános honlapja a közösségi médiák közül csak a Youtube-ot használja fel, mint tájékoztatási eszközt. Az üdvözlő képernyőn beágyazott link segítségével eljuthatunk a rendőrség hivatalos videó csatornájához, ahol különböző rendőri intézkedésekkel, bűncselekményekkel kapcsolatos, illetve tájékoztató videókat és filmeket tekinthetünk meg. Tapasztalat-

---

<sup>27</sup> *A Magyar Köztársaság Rendőrségének Körzeti Megbízotti Szabályzat kiadásáról szóló 11/1995. (VIII. 30.) ORFK utasítás, 1. pont*

<sup>28</sup> *METROPOLITEN POLICE honlapja, <http://content.met.police.uk/Home>, (letöltve: 2013.08.28.)*

ként elmondható, hogy a közzé tett videó anyagok zöme alacsony, néhány ezres-százás nézettségi számot produkálnak.

Az egyes hírekre kattintva, azok mindegyikének végén beleütközünk a Facebook és a Twitter valamint a Google+ ikonjába, így lehetőségünk van mindhárom közösségi hálózat felé megosztani, a véleményünk szerint mások érdeklődésére is érdemes híradást.

A londoni honlap a teljes körű tájékoztatásra és interaktivitásra törekszik, ezért annak jól látható, kiemelt részén találjuk meg a Report it (Jelentse!) és a How Do I (Hogyan csináljam?) szekciót. Az előbbi arra bátorítja a lakosságot és ad hozzá útmutatót, hogy különböző bűncselekményekkel, közlekedési balesettel, eltűnt személyekkel stb. kapcsolatban tegyen bejelentést. A másik szekció véleménynyilvánításra, panasztételre, köszönetnyilvánításra, bűnügyi statisztikák megtekintésére, engedélyek kérelmezésére biztosít lehetőséget.

A magyar rendőrségi portál üdvözlő lapján az angollal ellentétben inkább a tájékoztató-informáló jelleg dominál, a közösség aktív bevonására mindössze a lap bal alsó sarkában meghúzódó „Nyilvános körözések” opció ad lehetőséget. A közösségi hálózatok ugyan megjelennek a honlapon, azonban az alkalmazásuk módja éppen a bennük rejlő lehetőséget nem aknázza ki. A rendőrség nem rendelkezik Facebook csoporttal, illetve Twitter csatornával, a beágyazott linkek segítségével mindössze megosztani lehet az ORFK híreit, azokhoz hozzászólni, negatív-pozitív tartalmú véleményt nyilvánítani nem. A Youtube csatornán megosztott videók esetében az általam véletlenszerűen megtekintett tartalmaknál a megjegyzéseket letiltották, vélelmezem ez történt minden videó esetében.

Felmerül a kérdés: fél-e a rendőrség a visszajelzéstől, a lakosság vagy a társadalmi szervezetek véleményétől, vagy pusztán nem kíván helyt adni a mocskoló-dó hozzászólásoknak?

Látva az interneten eluralkodó vulgáris, alpári, sok esetben sértő társalgási stílust, jogosan riad vissza a rendőrség attól, hogy hasonló megjegyzéseknek adjon teret az általa megosztott tartalmak alatt. A külföldi tapasztalatok viszont azt mutatják, hogy a rendőrség által megosztott tartalmakat általában alacsony számú nyomdafestéket nem tűrő, a szervezet tekintélyét sértő hozzászólás kíséri,<sup>29</sup> illetve technikai megoldásokkal is elejét lehet venni az ilyen jellegű megjegyzéseknek.

A Youtube lehetőséget biztosít a megjegyzések megjelenésének előzetes engedélyezésére és azok általános letiltására (ez utóbbival és a magyar rendőrség is). Az előzetes engedélyezés során a rendszer e-mailben értesítést küld a tartal-

---

<sup>29</sup> DENEFF, KAPTEIN, BAYERL S., RAMIREZ, i.m., 20 p.

mat feltöltő részére arról, ha valaki ahhoz megjegyzést fűzött. Az e-mailben található link segítségével mód nyílik a megjegyzés megjelenésének jóváhagyására vagy eltávolítására.<sup>30</sup> A Twitter esetében lehetőség van a „követők” blokkolására, amennyiben védett tweet-et indítunk,<sup>31</sup> ezáltal kiszűrhetőek a rosszindulatú hozzászólók. A Facebook csoportok beállításai lehetővé teszik, hogy oda csak az adminisztrátor jogosultságú tagok tölthessenek fel tartalmakat, továbbá lehetőség van a „nem kívánatos” felhasználók eltávolítására is.<sup>32</sup>

A londoni rendőrség honlapja feltűnteti a közösségi hálózatok használatával kapcsolatos ismereteket is (szerzői jogok, reklámtevékenység, bűncselekmények bejelentése stb.), illetve azokat a szabályokat (policy), amelyek betartását elvárja a felhasználóktól és kiemeli, hogy törlésre kerülnek mindazok a bejegyzések (posztok), amelyek megsértik a „házi szabályokat” (House Rules).<sup>33</sup>

A magyar rendőrség honlapja komoly lehetőséget biztosít a lakosság, és a hírre éhes média tájékoztatására, azonban véleményem szerint közel sem használ ki minden olyan lehetőséget, amely rendelkezésére áll, hiszen nem teremti meg a visszacsatolás és az érintett felek rendvédelmi tevékenységbe történő bevonásának lehetőségét. A közösségi média bevetése egy újabb lépés lehetne a fejlesztés területén, mivel a tartalmak megosztásán kívül interaktív kommunikációt is biztosít a felek részére. A rendvédelmi szervezeteknek, mint a társadalom részének, ugyancsak szükségük van a munkájukkal kapcsolatos visszajelzésekre és információgyűjtésre. Ehhez viszont az infokommunikációs infrastruktúrán kívül olyan rendőrök is kellenek, akik a szervezeten belüli pozíciójuk és személyi adottságaik révén alkalmasak a közvetlen kommunikációra a polgárokkal, velük való személyes kapcsolat kiépítésére.

## **Közösségi média, mint a közönség-kapcsolatok új eszköze**

A hagyományos rendőrségi honlapok és az azokba beágyazott közösségi média alkalmazások tartalommal történő ellátására rendszerint elegendő a központi vagy a helyi szinten működő kommunikációs szakemberekből álló speciális szervezeti elemek működtetése. Ahhoz azonban, hogy a lakosság részére saját lakóhelyükkel kapcsolatos, naprakész, szinte személyre szóló információkat szolgál-tassunk, a központosított és egyirányú, kvázi csak tájékoztatásra szolgáló infor-

---

<sup>30</sup> YOUTUBE honlapja, *Megjegyzések és videóválaszok ellenőrzése, 2013.*

<sup>31</sup> TWITTER honlapja, *Blocking people on Twitter, 2013.*

<sup>32</sup> FACEBOOK honlapja, *Group Admin Basics, 2013.*

<sup>33</sup> METROPOLITEN POLICE honlapja, *Social Media, 2013.*

matikai rendszerek nem bizonyulnak elégségesnek. A polgárokkal való kapcsolat-tartás olyan, a korszerű kommunikációs csatornákat használni képes személye- ket, rendőröket igényel, akik maguk is a célközönséggel együtt élnek.

A magyar rendőrség és a helyi közösségek között alapvető kapcsolatot a kör- zeti megbízotti (KMB) szolgálati forma biztosítja, amelynek a jelenlegi rendőri vezetés is komoly jelentőséget tulajdonít. Papp Károly r. altábornagy, országos rendőr-főkapitány szerint „a körzeti megbízott az egyik fő kapcsolattartó a polgá- rok és a rendőrök között”, ezért a körzeti megbízotti hálózat kiépítése és a státu- szok feltöltése, reményei szerint az állampolgárok szubjektív biztonságérzetének javulásához vezet.<sup>34</sup>

Körzeti megbízotti szolgálati forma alapvető célja, a Körzeti Megbízotti Sza- bályzat megfogalmazása szerint, „a rendőrség állandó, közvetlen kapcsolatának kialakítása és fenntartása az állampolgárokkal, a települési önkormányzatokkal, a helyi lakossági-, társadalmi,- és gazdálkodó szervezetekkel” valamint a „körzeti megbízotti szolgálat területén található településeken a rendőri jelenlét biztosí- tása.”<sup>35</sup> Ezekén felül bűnmegelőzési, bűnüldözési, igazgatási és rendészeti fel- adatokat is meghatároz a norma, továbbá a körzeti megbízottnak minden törvé- nyes eszközzel segítenie kell a lakosság ügyeinek intézését, meg kell ismernie a lakosság szokásait, hagyományait, viselkedését.

A norma meghatározza, hogy a körzeti megbízottnak „*tervszerűen, rendszere- sen tájékoztató- és propagandatevékenységet*” (sic!) kell folytatnia”, mely során a helyi közösség fórumain köteles ismertetni például az új, korszerű, vagyon- és személyvédelmi eszközöket, azok alkalmazási lehetőségeit, a gyakori szabálysér- téseket és következményeiket, gyermekek és fiatalok védelmének feladatai- t. Részt kell vennie ezen felül a bűnmegelőzést szolgáló információk terjesztésé- ben, a fiatalokkal való megismertetésében, valamint tájékoztatást kell nyújtani az „államigazgatási” ügyek intézésének helyéről és módjáról is.

A norma 4. pontja fogalmazza meg mindazon követelményeket, amelyeket a körzeti megbízotti szolgálatra jelentkező rendőrnek teljesítenie kell ahhoz, hogy ebbe a beosztásba kinevezhető legyen. A tanulmányokkal, szakmai gyakorlattal, stb. kapcsolatos elvárások teljesítése mellett a jelöltnél vizsgálni kell azt is, hogy a „*korábbi munkája, rátermettsége, kapcsolatteremtő és tárgyalókészsége alap- ján alkalmas e feladat ellátására. Emberi magatartása példamutató, magánélete*

---

<sup>34</sup> CS. CSALA Károly – SCHALK Endre, *Javuló biztonság – Továbbra is az ember a legfonto- sabb, Rendőr, 2013/1-3, 4 p.*

<sup>35</sup> *A Magyar Köztársaság Rendőrségének Körzeti Megbízotti Szabályzat kiadásáról szóló 11/1995. (VIII. 30.) ORFK utasítás, 1. pont.*

rendezett, képes az állampolgároknak a rendőrség iránti bizalmat felkelteni, illetőleg azt megőrizni.” A rendelkezést vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a témánk szempontjából lényeges kapcsolatteremtő és tárgyalókészség szerepet kap a jelöltek kiválasztásánál. Az utóbbi két személyiségjegyre alapoz a körzeti megbízotti szaktanfolyam is, melynek feladata egyebek mellett, hogy megismertesse a résztvevővel, többek között „a civil szférával, a társszervekkel való együttműködés kialakítását és fenntartását szolgáló módszerek alkalmazását”, illetve elsajátíttassa „a „látható rendőrség” és a „közösségi rendőrség” filozófiájával kapcsolatos ismereteket”, annak érdekében, hogy a rendőr azokat képes legyen a napi tevékenysége során alkalmazni.<sup>36</sup>

A körzeti megbízottal szemben támasztott követelmények vizsgálatánál érdemes az előbbi kritériumokat összevetni az „Év Körzeti Megbízottja” cím adományozásának szabályaival,<sup>37</sup> melyek ezen elismerés odaítélésének feltételeiről rendelkeznek. A díj odaítélésének feltételei között ugyanis nem szerepel a kapcsolattartás hatékonyságára, a kommunikációs készségre, illetve az együttműködés színvonalára vonatkozó elvárás, pedig ezek kritériumok véleményem szerint, sarokkövei ennek a szolgálati formának.

A 30/2010. (OT. 16) ORFK utasítás a turisztikai idény rendőri feladatainak végrehajtására is megköveteli az érintett rendőri szervektől, hogy fokozott tájékoztató tevékenységet fejtsenek ki a média nyújtotta lehetőségek széleskörű igénybevitelével,<sup>38</sup> azonban a feladatok meghatározásán kívül a fenti normák semmilyen útmutatást nem adnak a rendőröknek, arról hogy hogyan, milyen információs csatornákon keresztül lépjenek érintkezésbe az érintett publikummal. Bár az ORFK utasítás tágan értelmezhetően, általánosságban jelöli meg a médiát, mint kommunikációs eszközt, így akár a közösségi média is szóba jöhetne. Már pedig, ha nincs kommunikációs csatorna, vagy az csak időszakosan nyílik meg (például lakossági fórum), akkor maga a kommunikáció is csak időszakos, hatékonysága alacsony színvonalú, és/vagy akadozó lehet. A gyors, hatékony és kölcsönös rendőr-állampolgár kommunikációhoz és információcseréhez meg kell teremteni a szükséges feltételeket, ki kell építeni a szükséges infrastruktúrát. Ez nem is

---

<sup>36</sup> ADYLIGETI RENDÉSZETI SZAKKÖZÉPISKOLA HONLAPJA, A körzeti megbízotti szaktanfolyam programja, 2013.

<sup>37</sup> Az „Év Körzeti Megbízottja” elismerés adományozásáról szóló 11/2009. (OT 7.) ORFK utasítás, 5. pont .

<sup>38</sup> 30/2010. (OT. 16) ORFK utasítás a turisztikai idény rendőri feladatainak végrehajtására.

olyan bonyolult és költséges, mint azt elsőre gondolhatnánk, hiszen éppen itt sietnek segítségünkre a közösségi hálózatok.

## A közösségi média alkalmazása Nagy-Britanniában

Minden európai ország rendőrsége találkozott már valamilyen módon a közösségi médiákkal. Míg közülük számos szervezet már aktívan használja ezt az új lehetőséget, addig mások még csak azt vizsgálják, hogy hogyan is viszonyuljanak hozzá.<sup>39</sup> A közösségi hálózatokat a polgárokkal való kapcsolattartásra különösképpen akkor kezdték el alkalmazni a nyugat-európai rendőrségek, amikor a költségvetési megszorítások miatt csökkeni kezdett a közterületi szolgálatra vezényelt rendőrök száma, valamint amikor bebizonyosodott, hogy azok képesek kiváltani a költségesebb nyomtatott ismeretterjesztő anyagokat illetve a hagyományos médiákban lebonyolított kampányokat.<sup>40</sup>

Nagy-Britanniában a londoni terrortámadások körülményeinek vizsgálata során felmerült az igény a lakossággal, és a közösségekkel való szorosabb és bizalmasabb kapcsolat kialakítására.<sup>41</sup> A brit rendőrség nagy figyelmet fordít az internet lehetőségeinek kiaknázására, a lakossággal történő interaktív kommunikációra, amely mint stratégiai tényező számos rendőrségi dokumentumukban is megjelenik és szorosan kapcsolódik a közösségi rendőrség koncepciójához. A brit rendőrség talán az európai országok között először ismerte fel a digitális kommunikáció azon hatását, amely a rendőrség folyamatos és alapos „gőrcső alá vételét” jelenti, mind a kormányzat, mind a média, mind a lakosság által. Erre a jelenségre válaszul fejlesztették ki saját kommunikációs stratégiájukat, célul jelölve meg azt, hogy megújítsák eljárásaikat és még leleményesebben használják fel az új technológiák adta lehetőségeket, így jutva el a kevésbé elérhető és esetenként ellenálló társadalmi csoportokhoz is.<sup>42</sup>

A stratégiájukat követve kidolgozták azokat a szabályokat, melyek irányt mutatnak a rendvédelmi feladatok, műveletek irányítóinak és végrehajtóinak egyaránt. A belső szabályzók, a szolgálati tevékenységük végrehajtásának támogatására médiatervek kidolgozását követelik meg a rendőri vezetőktől. A médiák bevonásának célja, hogy fenntartsák és támogassák a közbiztonságot, informáci-

---

<sup>39</sup> DENEFF, KAPTEIN, BAYERL S., RAMIREZ, i.m., 6 p.

<sup>40</sup> Uo., 28 p.

<sup>41</sup> COMPOSITE Project, *ICT Trends in European Policing, 2011*, 35 p.

<sup>42</sup> HER MAJESTY'S CHIEF INSPECTOR OF CONSTABULARY, *Adapting to Protest – Nurturing The British Police of Policing, Merseyside, 2008*, 73 p.

ót szolgáltatassanak a lakosság részére, információt gyűjtsenek a lakosságtól, elmélyítsék a rendőrségbe vetett közbizalmat és csökkentsék a bűncselekményektől való félelmet.<sup>43</sup>

A közösségi rendőrség modellje, mint láttuk, a különböző társadalmi szereplőkkel –legyenek azok akár magánszemélyek vagy vállalkozások, vallási csoportok stb. – való szoros együttműködést jelent, ahol helyi szinten, maguknak a rendőröknek kell kialakítaniuk és fenntartaniuk a szükséges kapcsolatrendszert. Nagy-Britanniában a közösségi rendészetet kiterjesztették a közösségi hálózatokra is.<sup>44</sup> A brit felfogás szerint az aktív részvétel a rendvédelem szíve. A közösségi média pedig éppen azt teszi lehetővé, hogy az emberek ott és akkor kapcsolódjanak be tevékenységükkel, amikor nekik az a legjobban megfelel, csak ki kell aknázni a különböző közösségi hálózatok lehetőségeit. A brit rendőrök a Facebook, a Twitter és a Youtube, Flickr és a blogok adta szolgáltatásokat fordítják a maguk hasznárára.<sup>45</sup>

A *Facebookot* egy fajta testületi azonosság megjelenítésére használják országos, területi és helyi szinten egyaránt, a különböző szintű rendőri szervek bizonyos mértékű függetlenséggel felruházva jelennek meg a világhálón. Facebook csoportjaik segítségével a megyei, városi szintű rendőr-főkapitányok és rendőrkapitányok tartanak rendszeresen „lakossági fórumot” a bejelentkezett felhasználókkal közösen, ahol kérdéseket lehet feléjük feltenni és ahol ők is közvetlenül oszthatják meg a publikummal gondolataikat. A *Twitter* különösen fontos a nagyobb jelentőséggel bíró hírek vagy rendszeresen kiadott közlemények azonnali, még a hagyományos médiában történő megjelentetése előtti megosztására. A *Youtube-ot* közlekedés- és közbiztonsággal kapcsolatos videók terjesztésére használják. A *blogokat* ritkábban alkalmazzák, de számos rendőrségi honlap tartalmaz, a rendőrök által rendvédelmi témában vezetett webnaplót.<sup>46</sup>

A személykörözések esetében is nagyobb hatékonyságot mutatnak a közösségi hálózatokon megosztott tartalmak, mint egy weblap sarkában elhelyezett felhívás, hiszen megosztásokat mások is megosztják, így juttatva el a fotókat olyan személyekhez is, akik egyébként sosem látogatják a rendőrség weblapjait.<sup>47</sup>

---

<sup>43</sup> NATIONAL POLICING IMPROVEMENT AGENCY, *Keeping the Peace*, London, 2010, 81.

<sup>44</sup> DENEFF, KAPTEIN, BAYERL S., RAMIREZ, i.m., 22 p.

<sup>45</sup> *Engage: Digital and Social Media Engagement for the Police Service*, Association of Chief Police Officers – National Policing Improvement Agency, 2010, 4 p.

<sup>46</sup> Uo., 4 p.

<sup>47</sup> DENEFF, KAPTEIN, BAYERL S., RAMIREZ, i.m., 18 p.



## Twitter a közösségi rendőrség szolgálatában

A Twitter közösségi hálózata Európa nyugati felén jóval nagyobb népszerűségnek örvend, mint hazánkban, de mint már azt láttuk, Magyarországon is növekszik a twitterezők tábora. Az angol rendőrség előszeretettel alkalmazza ezt a kommunikációs csatornát, amelyet céljaik érdekében mind szervezeti szinten, mind pedig az egyes közösségi rendőr (gyakorlatilag a magyar körzeti megbízott angol megfelelője) szintjén bevetnek.

A közösségi rendőrök a Twitter segítségével tartanak kapcsolatot az illetékeségi területükön élőkkel, azon keresztül tájékoztatják őket a napi tevékenységükről, hollétükről, annak érdekében, hogy a lakosság tisztában legyen azzal, hogy a rendőrük azokon az ügyeken dolgozik, amelyek számukra fontosak, illetve hogy a közelükben tartózkodik, ha szükségük lenne rá. Ez megnyugtatja a lakosokat, illetve elrettenti a bűncselekményt elkövetni szándékozókat. Ez a megoldás gyakorlatilag anélkül növeli meg a rendőrök „láthatóságát”, hogy fizikai valóságukban jelen lennének az adott területen.

A rendőrök rövid üzenetek segítségével egyszerre százakat képesek tájékoztatni arról, amit szükségesnek vélnék megosztani. Ugyanezt a csatornát használva a közösség tagjainak is módjában áll, a rendőrök részére egyszerű és olcsó formában üzeneteket küldeni, kockázatmentesen információt adni arról, amit éppen észlelnek, tapasztalnak. Ez egy valós idejű folyamat, mely rendkívüli mértékben felgyorsítja a rendőrök és a lakosság közötti az információ-áramlást.<sup>48</sup>

A MPS a honlapján, az alábbiak szerint jelöli meg a Twitter alkalmazás által nyújtott információk kategóriáit:

- Napra kész, műveleti szintű tájékoztatás a rendezvények rendőri kezeléséről,
- hírek az MPS London területén végzett rendészeti, rendvédelmi tevékenységéről, a főbb bűnügyi nyomozásokról,
- információ nyújtása a közösségek részére, támogatás kérése a lakosságtól,
- bűnmegelőzési tanácsadás, helyi közösségi információk biztosítása a különböző rendezvények résztvevői részére,
- hogyan védjük meg magunkat a bűncselekményektől? – esetenkénti tanácsadás,
- hírek az MPS online szolgáltatásairól és más rendőrségi témájú források közzététele,

---

<sup>48</sup> Engage: Digital and Social Media Engagement for the Police Service, i.m., 12 p.

- az MPS-t érintő média híradások rendőrségi kommentárjai,
- más szükséghelyzeti és beavatkozó partnerszervezetek által, a londoni lakosság és a városba látogatók biztonságával és egészségével, jó közérzetével (well being) kapcsolatos információk megosztása (retweet).<sup>49</sup>

A kutatás érdekében „követője” lettem Ed Rogerson őrmesternek, a North Yorkshire Police, „kmb-ésének”<sup>50</sup>, illetve a Greater Manchester Police-hoz (GMP) tartozó Prestwich város rendőrkapitányságának. A bejegyzéseiket vizsgálva megállapítható, hogy Rogerson őrmester rendszeresen oszt meg információt követői felé. Ezek az információk sokrétűek, például közlemények arról, hogy a rendőr éppen megkezdte szolgálatát, milyen feladatokat hajt jelenleg végre (pl. eltűnt személy megtalálására irányuló kutatás, jelentések elkészítése, bűncselekmény elkövetőjének elfogása, felkészülés meghallgatásra stb.), mikor és milyen képzéseken vesz részt. Ezekon felül tájékoztatást ad a közlekedési helyzetről, figyelmet az útviszonyokkal kapcsolatban, információkat nyújt az illetékességi területén lebonyolításra kerülő politikai demonstrációkról. Rendszeresen közöl, illetve retweet-tel bűnmegelőzési információkat, beszámol a területén elkövetett bűncselekményekről, megjelölve azok okait is (például lakásbetörés – nyitva hagyott hátsó ablak). Biztonsági kamerák bűncselekményekről készült videóit, a feltételezett elkövetők fényképeit osztja meg, felkérve a lakosságot, hogy nyújtson segítséget az elkövetők azonosításában. A szakmai témákon túl beszámol arról, hogy mikor és mennyit futott aznap, vagy csak egyszerűen jó reggelt kíván stb. Ez utóbbiakat értékelve megállapítható, hogy igyekezik a közösség részévé válni és bebizonyítani, hogy ő is csak egy egyszerű ember a lakosság tagjai közül, akit egy különleges feladattal, a közösség szolgálatával bíztak meg.

A prestwich-i rendőrkapitányság tweet-jei<sup>51</sup> már hivatalosabbak és elsősorban az illetékességi területén lezajlott eseményekről számolnak be. Itt kaphatunk információt az elkövetett bűncselekményekről, közterületen éppen zajló rendőri intézkedésekről, hol, kit, miért fogtak el és állítottak elő a rendőrök, hány és milyen bűncselekmény történt egy adott időszakban, hol helyeztek el átmeneti időszakra mobil rendőrőrsöket. Jeles napjaikon külön, saját nyelvükön köszöntik a különböző etnikai kisebbségeket. Természetesen itt is olvashatunk baleset és bűnmegelőzési tanácsokat valamint felhívásokat a bűncselekmények, gyanús körülmények jelentésére. A twitter csatornát azonban az utóbbi szempontból nem kísérik figyelemmel, ezért a weblapjukon felhívják a figyelmet, hogy első-

---

<sup>49</sup> METROPOLITAN POLICE honlapja, Twitter, 2013.

<sup>50</sup> Eg Rogerson bejegyzései ezen a hashtagon érhető el: @hotelalpha9

<sup>51</sup> Prestwich rendőrkapitányság ezen a hashtagon érhető el: @GMPPrestwich

sorban a segélyhívó telefonszámra várják a bűncselekményekkel kapcsolatos jelentkezéseket.<sup>52</sup>

Érdeemes megemlíteni, hogy a csatornán megjelennek a korábban elkövetett és felderített bűncselekmények elkövetőinek bírósági ítéletei is. Mi jelezheti jobban a közösség felé egy rendvédelmi szerv hatékonyságát, mint az, hogy a lakosság látja az elért eredményeket, az elkövetett bűncselekményekért kiszabott büntetéseket? Ezek a tájékoztatások a generális prevenció oldaláról megközelítve sem elhanyagolhatóak.

Ed Rogarson esetében megállapítható, hogy hetente többször is jelentkezik a közösségi hálózaton és olyan napokat is találunk, amikor több bejegyzést is írt. Prestwich rendőrkapitányság nyilvánvalóan az események bősége miatt naponta 10-20 bejegyzést jelentett meg.

Az angolok a Twittert nem csak az általános rendvédelmi feladatok támogatására használják, hanem bevetik azt olyan rendkívüli események kezelése során is, mint amilyen például a 2011 nyarán Anglia több nagyvárosa utcáin végigsöprő erőszak hullám is volt. A zavargások 2011. augusztus elején az észak-londoni Tottenham városrészből indultak ki, egy békésnek induló demonstráción történt esemény miatt. A résztvevők egy rendőri intézkedés ellen tiltakoztak, mely során néhány nappal korábban a rendőrök agyonlőtték egy fekete bőrű gyanúsítottat. A demonstrációt az egyik biztosításban résztvevő rendőr és egy résztvevő között kialakult incidens fordította át több napig tartó fosztogatásokkal, pusztítással járó zavargás sorozatba, mely egyaránt jelentős károkat okozott az angol közjavakban és a magántulajdonban.<sup>53</sup>

A nagy dinamikájú és gyors lefolyású veszélyes események rendőri kezelésének támogatására a Twittert két nagy, jelentős számú lakosság rendvédelméért felelős rendőri szervezet vetette be. A MPS és a GMP jelentős sikereket elérve, de számos problémával szembesülve kísérelte meg újszerű módon használni ezt a közösségi hálózatot. A lakosság érdeklődéssel fordult az új megoldás felé, a zavargások kezdetétől annak végéig a MPS 4000-ről több mint 42.000-re, a GMP pedig 23.000-ről több mint 100.000-re növelte követői taborát. Ezzel a számmal a GMP, az Egyesült Államok-beli FBI (Federal Bureau of Investigation) után a világ második legnagyobb követői számával büszkélkedő rendőri szervezetévé vált.

---

<sup>52</sup> GREATER MANCHESTER POLICE Prestwich csatonája, 2013, (figyelemmel kísérve 2013. június-szeptember hónapban).

<sup>53</sup> MORREL, Gareth, SCOTT, Sara, MCNEISH, Di, WEBSTER, Stephan, *The August riots in England: Understanding the involvement of young people*, London, Natcen, 2011, 4 p.

A zavargások során a Twitter segítségével igyekeztek az események rendkívül gyors változására reagálni. A közösségi csatorna alkalmazásának főbb célja a megbízható rendőrség hangjának kialakítása, az információgyűjtés illetve a tájékoztatás volt.

Jelentős energiát fordítottak az álhírek szétosztatására, a lakosság megnyugtatására, amelynek másodlagos hozadékaként a lakosság tagjaiban az a meggyőződés alakulhatott ki, hogy a rendőrség figyelemmel kíséri a történéseket, ura a helyzetnek. Az információgyűjtés támogatására, a feltételezett elkövetők azonosításának megkönnyítése érdekében kérésekkel fordultak a lakosság felé, olyan közlemények kibocsátásával, amelyeket összekapcsoltak egy másik közösségi médiával, a Flickr-rel, melynek segítségével képeket osztottak meg az eseményekről, illetve a bűncselekmények feltételezett elkövetőiről. A megosztott képek segítségével igazolható volt a foganatosított rendőri intézkedések szükségessége, jogszerűsége valamint arányossága, az elkövetők azonosításához pedig a lakosság járult hozzá jelentős mértékben. A Flickr-en megosztott képeket már órákon belül 4,3 milliószor tekintették meg.

A csatornán a forrásokra mutató linkeket tartalmazó tájékoztatásokat küldtek szét például a tömegközlekedés helyzetéről, események károsultjaival kapcsolatos kormányzati intézkedések stb.

Az elfogott és a gyorsított eljárásokban elítélt személyekről, azonosításra alkalmas adatok közlésével, bocsájtottak ki közleményeket, ezzel próbálva meg másokat elriasztani a további bűncselekmények elkövetésétől. Ez volt az ún. „nevezd meg és szégyenítsd meg” (naming and shaming) gyakorlat, amelyet, bár egy bírósági döntésre hivatkozva jogilag megvédett, később, a lakosság negatív véleménye következményeként, még is feladott a GMP.<sup>54</sup>

A magyar viszonyokat és a körzeti megbízotti rendszert figyelembe véve, véleményem szerint könnyen adaptálható és hasznosítható lehetne az előbbieken vázolt modell, így feloldva a magyar rendőrségi kommunikációnak korábban említett problémáját, melynek következtében a lakosságnak nincs módja egyszerű formában, különösebb költségek nélkül, a rendelkezésükre álló lehetőségek felhasználásával tájékozódni a lakóhelyük szerint illetékes rendőrkapitányságok munkájáról. A közösségi hálózatok e problémán segíthetnének és a lakossághoz közelebb (szinte a lakásukba) vihetnének szervezetünket, amennyiben a britekhez hasonló közösségi média stratégiát és eljárásokat dolgozna ki a magyar rendőrség is.

---

<sup>54</sup> DENEFF – BAYERL – KAPTEIN, i.m., pp. 4-7.

## Hogyan használjuk a közösségi médiát rendőrségi célra

### Alapvető szempontok a közösségi média professzionális használatához

Sok rendőri szerv tart a digitális média alkalmazásától, és különösen attól, hogy alacsony beosztásban lévő rendőreit önállóan hagyja (másképpen pedig nem működik a rendszer) ezen a területen tevékenykedni. A közösségi hálózatok rendvédelmi célú alkalmazásával kapcsolatos, gyakran felmerülő aggodalmakat – az Egyesült Királyság rendőrsége tanácsait figyelembe véve – az alábbi érvek mentén lehet eloszlatni:

- *A rendőrök olyat mondhatnak, amely sértheti a szervezet tekintélyét.* Ez bizonyos esetekben igaz lehet, de ilyen számos más fórumon és helyen is megtörténhet. Megfelelő támogatás és iránymutatás mellett csökkenthető ennek kockázata.
- *A rendőrök másokkal csettelve fogják tölteni a munkaidőt.* Ez is igaz lehet, hiszen a felmérések szerint a közösségi média hálózatok használata meglehetősen időigényes tevékenység és a felhasználók interneten töltött idejének mintegy 25% emésztik fel,<sup>55</sup> azonban megfelelő vezetői és informatikai ellenőrzés mellett kivédhető ez a jelenség.
- *Sértheti a számítógépes hálózatok biztonságát.* A brit kormányfő, Barack Obama az Egyesült Államok elnöke, a brit fegyveres erők, és a CIA is aktívan használja a rendelkezésre álló hálózatokat. A Norvég Terrorelhárító Szolgálat saját Twitter oldallal rendelkezik.
- *Bárki hátrányos, sértő megjegyzést tehet rólunk.* Ezt másképpen és máshol is megtehetik, de itt legalább lehetőség nyílik a reagálásra, tájékoztatásra, a félreértések tisztázására.
- *Túl drága és nem rendelkezünk a szükséges szakértelemmel.* Gyakorlatilag alacsony költségek mellett használhatóak a mindenki számára rendelkezésre álló ingyenes közösségi hálózatok, és a dolgozók többsége napi szinten használja azokat magánéletében.
- *A közösségi médiát a barátoknak és a családoknak találták ki és nem a rendőrségi munkára.* Napjainkban az Egyesült Királyság legtöbb, hanem az összes rendőri szerve használja a Facebook-ot, Twittert, és a Youtube-ot, mint az általuk szolgált közösségekkel való kapcsolattartás egyik elemét.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> BULLAS, Jeff, 10 érdekes közösségi média statisztikai adat, 2010.

<sup>56</sup> Engage: Digital and Social Media Engagement for the Police Service, i.m., pp. 9-10.

Mint láthattuk a problémák elkerülése végett, a közösségi médiákat használó rendőrök számára olyan iránymutatást kell adni, olyan szabályokat kell kidolgozni, amelyek betartása mellett elkerülhetőek a negatív hatások.

A brit rendőrség hét alapszabályban rögzíti a digitális média közösségi rendészetben való sikeres használatát:

- *„Légy hiteles!”* A közösségek szeretnek olyan rendőrökkel és szervezetekkel együttműködni, amelyek a „munka frontján” teljesítenek szolgálatot. A kapcsolat felépítése és fenntartása érdekében a kommunikáció során nyitottnak, pontosnak, őszintének és tisztességesnek kell lenni.
- *„Légy következetes!”* Bátorítani kell a konstruktív visszacsatolást és párbeszédet. Professzionális, őszinte, barátságos, de nem bizalmas viszonyt kell kialakítani a résztvevő felekkel.
- *„Légy reagáló!”* Minden posztolt tartalomra válaszolni kell, tekintet nélkül annak pozitív vagy negatív tartalmára. Ez az egyedüli módja a valóságos helyzet visszatükrözésének. A közösségek értékelik az őszinte visszajelzést.
- *„Viselkedj úgy mint egy nagykövet!”* Nem szabad elfeledkezni arról, hogy a kommunikáló személy magát a rendőrséget képviseli, így elvárható tőle a helyes értékítélet és a „józan ész”.
- *„Ne felejts ki senkit!”* A közösségi hálózatok használatakor nem szabad figyelmen kívül hagyni azt, hogy akár objektív akár szubjektív okoknál fogva, de nem mindenki fér hozzájuk, használja azokat. A leglényegesebb információk, üzenetek tekintetében párhuzamosan folytatni kell a hagyományos kommunikációs eljárásokat is.
- *„Légy etikus!”* A közösségi hálózatokon kommunikáló rendőrnek tilos megosztani védett, vagy más bizalmas információt, illetve diszkriminatív állásfoglalást tenni. Nem ejtethet becsületsértő, rágalmozó megjegyzést, nem sérthet szerzői jogokat.
- *„Virtuális megjelenésed is legyen megfelelő!”* A rendőröknek biztosítaniuk kell, hogy az internetes megjelenésük, weblapjaik olyanok legyenek, hogy azok felkeltsék az érdeklődést és együttműködésre serkentsék látogatóikat.<sup>57</sup>

Kaplan és Haenlein további tényezőket<sup>58</sup> tart fontosnak, amelyeket figyelembe kell venni a sikeres érdekében:

---

<sup>57</sup> *Engage: Digital and Social Media Engagement for the Police Service, i.m., 5-8.*

<sup>58</sup> *KAPLAN – HAENLEIN, i.m., 65 p.*

- *Körültekintően válasszunk!* Számos közösségi alkalmazás létezik a virtuális világban és naponta újabbak és újabbak jelennek meg a látóhatáron. Ne vesszünk el a hálózatok és az alkalmazások között, felaprózva erőnket!
- *Biztosítani kell a tevékenység összehangoltságát.* Több hálózat párhuzamos használata esetén – melynek célja, hogy minél több személyt vonjunk be a tevékenységünkbe – ügyelnünk kell azok egymással összehangolt üzemeltetésére.
- *A közösségi hálózatok alkalmazásának média tervekbe és stratégiákba történő integrációja.* Ki kell alakítani a hagyományos és a digitális média integrációját, egymással való kapcsolatát.
- *Légy aktív!* Ha kapcsolatot kívánunk kialakítani valakivel, tanácsos átvenni az irányítást és aktívnak lenni. A közösségi média lényege a tartalommegosztás és az interaktivitás, ezért mindig friss anyagokkal kell ellátni a partnereket, és lehetőleg minél több diskurzust kell velük folytatni.
- *Légy érdekes!* Senki sem szeret unalmas partnerekkel kapcsolatot tartani, ezért ha azt kívánjuk, hogy a partnereink foglalkozzanak velünk, akkor erre megfelelő okot is kell szolgáltatnunk.
- *Légy szerény és alázatos!* A közösségi hálózatokon történő megjelenés során tudatában kell lennünk annak, hogy ott olyan személyek jelennek meg, akik rengeteg időt töltenek-töltöttek a számítógép előtt, így nagy gyakorlattal rendelkeznek a Facebook, a Twitter stb. használatában.
- *Ne légy túlzottan szakmai!* El kell kerülni a túlon túl szakmai, „bikkfanyelven” írott tartalmakat, a célközönség számára egyértelmű és érthető információt kell továbbítani.

A tanácsokat megismerve megfogalmazhatjuk milyen rendőrré is van szükségünk a közösségi hálózatokon való sikeres tevékenység érdekében? A közösségi médiákban jelenlévő, azok technikáit munkájában magas szinten művelni képes rendőrré véleményem szerint tökéletesen illik Korinek László közösségi rendőrrel kapcsolatos megállapítása, mely szerint ez a fajta személy „*autonóm lény, aki viseli saját tevékenységéért a felelősséget, jól tud kommunikálni, túri a stresszt, és vállalja a konfliktusokat, nyitott az együttműködésre, döntésképes, járatos az új technikák alkalmazásban, meg tud újulni, nagy munkabírási jellemzi, és idegen nyelve(ken) is meg tudja értetni magát.*”<sup>59</sup> Kiegészíteném még egy fontos elemmel: akiben megbíznak vezetőik.

---

<sup>59</sup> KORINEK, i.m., 148 p.

## Összegzés:

Megállapítható, hogy a magyar rendőrségnek nincs a közösségi média alkalmazásával kapcsolatos stratégiája, annak lehetőségeit közel sem használja ki, így elesik teljesítményének lakosság általi mérésétől, az ahhoz kötődő visszacsatolás lehetőségétől, továbbá egy olyan csatornától, ahol a lakosság gyors és egyszerű formában információt tudna adni az ügyekről, azokhoz hozzászólva. Véleményem szerint a magyar modell nem használja ki a közösségkapcsolatban (és nem a propagandában!) rejlő lehetőségeket illetve céljai elérése érdekében elégtelen mértékben vonja be a lakosságot saját tevékenységében. A szakmai eredményességre az ilyen aprónak tűnő tényezők is nagy befolyással bírhatnak. A közösségi rendőrségnek a közösségi médiákon is jelen kell lennie!

A lakosság egyre növekvő számban használ olyan mobil kommunikációs eszközöket (okostelefon, tablet stb.), amely mindenkor és mindenhol lehetővé teszi az internethez kapcsolódást. Az állampolgárok egyre nagyobb igényeket támasztanak a rendőrség irányába és egyre kritikusabbak annak tevékenységével kapcsolatban. A közösségi média a mobil eszközök segítségével lehetővé teszi a vélemények gyors kialakulását, cseréjét és futótűszerű terjedését. Ez egyrészt hasznos a rendőrség számára, hiszen a megosztott tartalmakat figyelemmel kísérve hasznos információhoz juthat, más részről veszélyes is lehet rá nézve, hiszen a rendőrséggel kapcsolatos negatív hírek (például egy rendőr elítélhető magatartása) is gyorsan szárnyra kapnak és rövid idő alatt végigfutnak a közösségi hálózatokon, rombolva a rendvédelmi szervezet hírnevét. Ez a jelenség további nyomást gyakorol a rendőrség társadalomban elfoglalt szerepére és legitimációjára egyaránt. Az állampolgárok elvárják, hogy a rendőrség mindig kéznél legyen, és azonnal megoldja problémáikat illetve választ adjon a kérdéseikre. Teszik ezt azért, mert maguk jól ismerik és használják a korszerű eszközöket és lehetőségeket, és joggal várják el ezt másoktól, így a rendőrségtől is. Az emberek egyre inkább kritikusak a rendőrséggel szemben, hiszen azt várják el a rendőröktől, hogy derítsenek fel és oldjanak meg minden bűnügyet, illetve intézkedjenek minden a biztonságukkal kapcsolatos témában, 100%-os biztonságot garantálva számukra.

A folyamatban lévő technológiai fejlődés szervezeti és kulturális változásokat követel meg a rendőrségi szervezetektől. Ezek a változások nem csak a rendőri munka területét érintik, hanem az állampolgárokkal és közösségekkel való kapcsolatot is, továbbá arra kényszerítik a rendőri szerveket, hogy újra értékeljék a társadalomban betöltött szerepüket.



## Felhasznált Irodalom

- 30/2010. (OT. 16) ORFK utasítás a turisztikai idény rendőri feladatainak végrehajtására.
- A Magyar Köztársaság Rendőrségének Körzeti Megbízotti Szabályzat kiadásáról szóló 11/1995. (VIII. 30.) ORFK utasítás.
- A Rendőrség internetes honlapja és internet-hálózata működtetéséről, valamint az internet rendőrségi igénybevételének szabályairól szóló 3/2006. (II 23.) ORFK utasítás
- Adyligeti Rendészeti Szakközépiskola honlapja, A körzeti megbízotti szaktanfolyam programja, 2013, [http://arszki.hu/dir\\_downloads/kmb\\_szaktanfolyam.pdf](http://arszki.hu/dir_downloads/kmb_szaktanfolyam.pdf). (letöltve 2013.09.09.)
- Az „Év Körzeti Megbízottja” elismerés adományozásáról szóló 11/2009. (OT 7.) ORFK utasítás.
- Bakos Ferenc: Idegen szavak és kifejezések szótára, Bp., Akadémiai Kiadó, 1983.
- Bányai Edit – Novák Péter, Online üzlet és marketing, Bp., Akadémiai Kiadó, 2011.
- Barát Tamás, Média és társadalom – Társadalmi (közösségi) média = Tudományos közlemények, Gazdaság és szociális demokrácia, szerk. G. MÁRKUS György, Bp., Általános Vállalkozási Főiskola, 2011.
- COMPOSITE Project: ICT Trends in European Policing, 2011. [www.compositeproject.eu/tl\\_files/fM\\_k0005/download/COMPOSITE%20ICT%20Trends.pdf](http://www.compositeproject.eu/tl_files/fM_k0005/download/COMPOSITE%20ICT%20Trends.pdf), (letöltve: 2013.05.04.)
- Core Expertise, UN Police Magazine, 11th Edition, 2013.
- Cs. Csala Károly – Schalk Endre, Elismerésre méltó munkát végez a testület – a közbiztonság nem csak rendőri kérdés, Rendőr, 2010/1.
- Cs. Csala Károly – Schalk Endre, Javuló biztonság – Továbbra is az ember a legfontosabb, Rendőr, 2013/1-3.
- Deák József, A Független Rendészeti Panasztestület 5 éve, Rendőr, 2013/4-6, 26.
- Deák József, Kihelyezett ülés az ORFK-n – Látható rendőrség kell!, Rendőr, 2009/6.
- Deneff, Sebastian, Kaptein, Nico, Bayerl S., Petra, Ramirez Leonardo, Best Practice in Police Social Media Adaptation, COMPOSITE project, 2011, [www.fit.fraunhofer.de/content/dam/fit/de/documents/COMPOSITE-social-media-best-practice.pdf](http://www.fit.fraunhofer.de/content/dam/fit/de/documents/COMPOSITE-social-media-best-practice.pdf), (letöltve: 2013.09.09.)
- Engage: Digital and Social Media Engagement for the Police Service, Association of Chief Police Officers – National Policing Improvement Agency, 2010. [www.acpo.police.uk/documents/LPpartnerships/2010/20110518%20LPBA%20dm\\_engage\\_v61.pdf](http://www.acpo.police.uk/documents/LPpartnerships/2010/20110518%20LPBA%20dm_engage_v61.pdf) (letöltve: 2012.11.01.)

- Ferentzi Tünde, Széles összefogás kell, Rendőr, 2013/4-6.
- Finszter Géza, Rendészeti menedzsment, Magyar Rendészet, 2003/4.
- Her Majesty's Chief Inspector of Constabulary, Adapting to Protest – Nurturing The British Police of Policing, Merseyside, 2008, <http://www.hmic.gov.uk/media/adapting-to-protest-nurturing-the-british-model-of-policing-20091125.pdf> (letöltve: 2013.09.09.)
- Informatikai és Hírközlési Minisztérium, Magyar Információs Társadalom Stratégia, 2003, [http://eletpalya-folyoirat.munka.hu/c/document\\_library/get\\_file?uuid=838e120d-30bd-4812-8e52fc68cdb99f12&groupId=10418](http://eletpalya-folyoirat.munka.hu/c/document_library/get_file?uuid=838e120d-30bd-4812-8e52fc68cdb99f12&groupId=10418) (letöltve: 2013.08.18.)
- Kaplan, M. Andreas, Haenlein Michael, Users of the World, unite! The challenges and opportunities of Social Media, Business Horizons, Vol. 53, 2010.
- Keeping the Peace –National Policing Improvement Agency, London, 2010. [www.npia.police.uk/en/17120.htm](http://www.npia.police.uk/en/17120.htm) (letöltve: 2012.11.01.)
- Kiss József - Sipos Erika, Közösségi hálózatok és hatásuk a társadalomra, Bp., SZVT Kutatási és Fejlesztési Központ, 2011.
- [www.szvt.hu/userfiles/file/szaknyelvi%20szakosztaly/k%c3%96z%c3%96ss%c3%89g%c3%81l%c3%93zatok%20%c3%89s%20hat%c3%81suk%20a%20t%c3%81rsadalomra.pdf](http://www.szvt.hu/userfiles/file/szaknyelvi%20szakosztaly/k%c3%96z%c3%96ss%c3%89g%c3%81l%c3%93zatok%20%c3%89s%20hat%c3%81suk%20a%20t%c3%81rsadalomra.pdf) (letöltve: 2013. 08.07.)
- Korinek László, A rendőrség szerepe, funkciói és típusai = Sodorvonalon, szerk. Hautzinger Zoltán – Verhóczki János, Bp., Magyar Rendészettudományi Társaság Határrendészeti Tagozata, 2012.
- Malina Adrienn – Takács István, Lakosságbarát brit rendőrség, Rendőr, 2010/4.
- Markos-Kujbus Éva – Gáti Mirkó, A közösségi média, mint online stratégiai eszköz = "Coopetition" Verseny és együttműködés a marketingben, Bp., Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 18. Országos Konferencia, 2012, [http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/886/1/MKE\\_GM\\_mok2012.pdf](http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/886/1/MKE_GM_mok2012.pdf), (letöltve: 2013.08.07.)
- Molnár Katalin, Cserép Attila, A rendőrség kommunikációs stratégiája és belső kommunikációja, Rendészeti Szemle, 2010/2.
- Morrel, Gareth, Scott, Sara, Mcneish, Di, Webster, Stephan, The August riots in England: Understanding the involvement of young people, London, Natcen, 2011.
- Terestényi Tamás, Kommunikáció-elmélet – A test beszédétől az internetig, Bp., Akti-Tyopotex, 2006.

### **Internetes források**

- Bullas Jeff, 10 érdekes közösségi média statisztikai adat, 2010. [www.abfox.eu/10-erdekes-kozossegi-media-statisztikai-adat.html](http://www.abfox.eu/10-erdekes-kozossegi-media-statisztikai-adat.html), (letöltve: 2013.08.11)
- Facebook honlapja, Group Admin Basics, [www.facebook.com/help/418065968237061/](http://www.facebook.com/help/418065968237061/) (letöltve: 2015.02.14.)
- Greater Manchester Police Prestwich csatornája, <https://twitter.com/GMPPrestwich>, 2013. (folyamatosan figyelemmel kísérve 2013. június-szeptember hónapban)
- Metropolitan Police honlapja, 2013. <http://content.met.police.uk/Home>
- Metropolitan Police honlapja, Social Media, 2014. <http://content.met.police.uk/Site/socialmedia> (letöltve: 2015.02.14.)
- Metropolitan Police honlapja, Twitter, 2014. <http://content.met.police.uk/Article/Twitter/1400016480769/socialmedia> (2015.02.14.)
- Police.hu honlap, Rétság Rendőrkapitányság elérhetőségei, 2013. [www.police.hu/ugyintezes/szerv/orszagos-rendor-fokapitanysag/nograd-megyei-rendor-fokapitanysag/retsag](http://www.police.hu/ugyintezes/szerv/orszagos-rendor-fokapitanysag/nograd-megyei-rendor-fokapitanysag/retsag) (letöltve 2013.08. 28.).
- Police.hu honlap, 2013, [www.police.hu](http://www.police.hu) (letöltve: 2013.08.28.)
- Twitter honlapja, Blocking people on Twitter, 2013. <https://support.twitter.com> (letöltve: 2013.08.07.)
- Youtube honlapja, Megjegyzések moderálása, 2015. <https://support.google.com/youtube/answer/111870?hl=hu> (letöltve: 2013.08.19.)