



A közösségi média keretezésének ereje a mediatisált társadalmakban

The Power of Social Media Framing in Mediatized Societies

Molnár Gábor

rendőrfőkapitány, rendőr dandártábornok, rendőrségi főtanácsos, doktorandusz
Somogy Vármegyei Rendőr-főkapitányság,
Pázmány Péter Katolikus Egyetem
molnarga@somogy.police.hu



Absztrakt

Cél: A tanulmány célja annak bemutatása, hogy a hírek milyen módon hatnak a lakosság biztonságérzetére. A közbiztonságról szóló narratívák közvetítői, érdekeik mentén, hogyan keretezhetik azokat, befolyásolva a lakosság percepcióját. A rendőrség az új kommunikációs kihívásokra milyen válaszokat adhat, hogyan képes ellensúlyozni a „félelemnarratívát”.

Módszertan: Az elemzés két svéd kvalitatív kutatás eredményén keresztül kívánja bemutatni a nemzetközi tapasztalatokat, összehasonlítani azokat a hazaiakkal, az esettanulmány módszertanára építve.

Megállapítások: A tanulmány elsődleges megállapítása, hogy a közösségi média megjelenésével, széles körű elterjedésével megváltoztak a hírek keretezési irányai. A korábbi kaszkádszerű modell helyett a befolyásolás visszacsatolási hurokként is hat, azaz a keretezett hírek olvasói a kommentjeiken keresztül visszahatnak a döntéshozókra. A hírek közvetítői – erősítve a „félelemnarratívát” – képesek rontani a lakosság biztonságérzetén. Ezt a rendőrségnek a megfelelő szakmai színvonalú tevékenységen túl a helyes kommunikációs stratégiák megválasztásával ellensúlyoznia kell.

Érték: A magyar rendőrségnek az utóbbi, több mint egy évtizedben elért eredményeivel, részben az egységes kommunikációs stratégiával, sikerült egy a nemzetközi összehasonlításban is magas biztonságérzetet megteremtenie. Az utóbbi időszakban a közösségi média a hírek fragmentálására új platformot biztosított,

A szerző a kéziratot magyar nyelven nyújtotta be. Benyújtás: 2026. 01. 12. Átdolgozás: 2026. 02. 22.
Elfogadás: 2026. 03. 17.



erre válaszul a rendőrség „biztonságnarratíváját” is meg kell újítani. A kommunikációval ott kell jelen lenni, ahol az emberek léteznek. Ebben a transzmediatizált környezetben a nemzetközi kitekintés és a hazai kommunikációs gyakorlat válaszokat adhat a kihívásokra, és tovább erősítheti az eddig elért eredményeket.

Kulcsszavak: közösségi média, hírek keretezése, biztonságnarratíva, rendőrség

Abstract

Aim: The purpose of this study is to demonstrate how news affects the population's sense of security. It examines how narratives concerning public security may be framed by their intermediaries in line with their own interests, thereby influencing public perception. The study also explores what responses the police may provide to new communication challenges and how it can counterbalance the 'fear narrative'.

Methodology: Based on the case study methodology, the analysis seeks to present international experiences through the findings of two Swedish qualitative studies and to compare them with domestic experiences.

Findings: The primary finding of the study is that, with the emergence and widespread use of social media, the directions of news framing have changed. Instead of the earlier cascade-like model, influence may also operate as a feedback loop; that is, readers of framed news can, through their comments, exert an influence back on decision-makers. By amplifying the 'fear narrative', news intermediaries are capable of undermining the population's sense of security. The police must counterbalance this not only through professional activity of an appropriate standard, but also by selecting suitable communication strategies.

Value: Through the results achieved over the past more than a decade, and partly through a unified communication strategy, the Hungarian Police has succeeded in creating a sense of security that is high even by international comparison. In recent years, social media has provided a new platform for the fragmentation of news. In response, the police 'security narrative' must also be renewed. Communication must be present where people actually exist. In this transmediatized environment, international perspectives and domestic communication practices may provide answers to these challenges and further strengthen the results achieved so far.

Keywords: social media, news framing, security narrative, police / policing

Bevezetés

A kommunikáció társadalmi jelentőségét nem szükséges kihangsúlyozni, ezt még a felületes szemlélődő is pontosan érzékelheti. A tömegtájékoztatás szerepét már számos kutatás vizsgálta, annak jelentőségét mi sem mutatta jobban, minthogy egyes szakértők önálló hatalmi ágként tekintenek rá. Napjainkban a közösségi média előtérbe kerülésével a kommunikáció szerkezete és dinamikája megváltozott. A tömegtájékoztatás és a hatóságok kommunikációja hatással van a lakosság hangulatára. A hatalom befolyásolni kíván a történetek keretezésével, az események sajátos bemutatásával (De Vreese, 2005). Ugyanez igaz a közbiztonságról alkotott narratívákra, a rendőrség kommunikációjára, amivel hatással lehet a lakosság biztonságérzetére. A médián keresztül terjedő történetek keretezik, hogy a lakosság miként értelmezze a bűnözés mértékét és/vagy a rendőrség hatékonyságát. A keretezés lényege, hogy a kommunikátor egy adott kérdést meghatározott módon mutat be és definiál (De Vreese, 2005). A rendőrség kommunikációjára is alkalmazható ez: a rendőrség mint kommunikátor képes befolyásolni, hogy a nyilvánosság milyen narratívák mentén gondolkodjon a közbiztonságról. A mai kommunikációs térben több szereplő is részt vesz a közbeszéd formálásában, így sokszor alternatív értelmezési kereteket kínálnak. A politikai szereplők csak akkor lehetnek sikeresek, ha képesek eljuttatni és elfogadtatni a közvéleménnyel a saját értelmezésüket. Tehát a befolyás megszerzése reményében terjesztik üzeneteiket (Entman, 2009).

A rendvédelmi szervek feladata hasonló: kommunikációjukban el kell adni a saját narratívájukat, meggyőzően kell bemutatni a közbiztonsággal kapcsolatos nézőpontjukat, hogy fenntartsák a lakosság bizalmát és biztonságérzetét. A cél az, hogy bemutassuk a rendőrségi kommunikáció szerepét a közbiztonság narratíváinak alakításában, és egyúttal rámutassunk arra, hogy a közösségi médián keresztül történő keretezések hogyan hatnak a lakosság biztonságérzetére, milyen módon tudják rombolni a rendőrségbe vetett bizalmat.

Jelen dolgozat négy szakirodalmi forrásra épít: Claes H. de Vreese (2005), az Amsterdami Egyetem kutatójának keretelméleti megközelítésére, Robert M. Entman (2009), a George Washington Egyetem kutatójának keretezési modelljére és J. Sjöberg (2023; 2024) és munkatársainak, a Jönköpingeri Egyetem kutatóinak két empirikus esetére, amelyekben a svéd rendőrség kommunikációs stratégiáját vizsgálták (Sjöberg et al. 2023; 2024). Az elméleti háttér bemutatásának célja, hogy megismerjük a keretezés fogalmát és a lakosság biztonságérzetének értelmezéséhez szüksége háttérre. Ezt követően az elemzésben a svéd rendőrség példáján keresztül tárgyaljuk, hogyan jelennek meg a narratívák a rendőrség kommunikációjában, milyen stratégiákat alkalmaznak, ezt hogyan

érezkeli a nyilvánosság. Végül levonjuk a fő tanulságokat, kiemelve a tudatos kommunikáció közbiztonságra gyakorolt hatását, valamint azt is, hogy melyek azok a körülmények, amelyek gyengítik azt.

Elméleti háttér

Ahhoz, hogy megértsük a kommunikációs, így a közbiztonságra vonatkozó narratívákat a „framing”, vagyis a keretezés fogalmát kell tisztáznunk. A keretezés definíciója: az események vagy kérdések bizonyos aspektusainak kiválasztása és kiemelése, valamint az ezek közötti kapcsolatok létrehozása egy adott értelmezés, értékelés és/vagy megoldás előmozdítása érdekében (Entman, 2009). De Vreese szerint a keretezés fogalmának használata egyre népszerűbb a kommunikáció tudományában, de alkalmazása ellentmondásos. A keretezés alapvetően egy dinamikus folyamat, amelynek több helyszíne is van, beleértve a kommunikátort, a szöveget, a fogadó felet és a kultúrát (De Vreese, 2005). Fontos beszélnünk arról, hogy hogyan alakul ki a keret (frame-building) a politikai, rendőrségi szereplők, szerkesztők és újságírók interakciói nyomán. Aztán meg kell említenünk a keretértvényesülést (frame-setting), amely azt mutatja, hogy a médiában megjelenő keretek hogyan találkoznak az olvasók előzetes vélekedéseivel és beállítódásaival. A keretezés hatásai végső soron megjelennek az egyéni attitűdök és a társadalmi diskurzus szintjén is (De Vreese, 2005).

A keretek nemcsak a médiatartalmakban jelennek meg, hanem a kommunikáció folyamatában is. Entman szerint megtalálhatóak a kommunikátor szándékaiban, magában az üzenetben, a befogadó értelmezésében, sőt még a kultúrában is (De Vreese, 2005). Egy rendőrségi közlemény esetében ez azt jelenti, hogy a tartalom keretét befolyásolja a rendőrségi kommunikáció szándéka (mit és hogyan akarnak üzenni), az üzenet nyelvezete és formája, az állampolgárok előítéletei és tapasztalatai, valamint a kulturális kontextus. Ez utóbbi két esetben milyen a közbiztonság megítélése, valamint a rendőrség társadalmi elfogadottsága, vagy milyen történelmi események terhelik. Ez utóbbi hatása a volt szocialista blokk országokban nem szorul különösebb magyarázatra.

A lakosság szubjektív biztonságérzete szempontjából a keretezés azért lényeges, mert meghatározza, hogy a nyilvánosság milyen keretben látja a bűnözés helyzetét, a rendőrség munkáját, ezen keresztül pedig a saját biztonságát. A keret kifejezést szinonimaként használják olyan szorosan kapcsolódó fogalmakkal, mint a sémák (Fiske & Taylor, 1991), a heurisztikák (Schank & Abelson, 1977) és a szkriptek (Schank & Abelson, 1977). Ebben az esetben a „sémák” kifejezést az emberi elmében lejátszódó értelmezési folyamatra kell értenünk

(Entman, 2009). Kintsch szerint a sémák tudáshálózatokban kapcsolódnak egymáshoz (Kintsch, 1998), így minden egyes ötletnek van egy gyorsan kialakuló érzelmi asszociációja. Ha ezt hazai viszonyokon keresztül akarjuk vizsgálni, akkor ez azt jelentheti, hogy a rendszerváltoztatás előtti tapasztalás, az akkori rendőrség elnyomó szerepe miatt a mai rendőrséggel kapcsolatos negatív keretben lévő hír gyorsabban kapcsolódik negatív érzelmekhez. A gondolatok és az érzelmek az elme számára „*az aktiváció terjedésének mechanizmusán keresztül*” működnek (Lodge & Stroh, 1993). Az új eseményekből és kérdésekből fakadó korai ingerek általában elsőbbséget élveznek, mivel az aktiválás a kezdeti ötletből terjed ki, és az első benyomások nehezen törölhetők (Entman, 2009). Így talán könnyen belátható, hogy miért akar mindenki a saját keretével először a nyilvánosság előtt megjelenni. A „félelemnarratíva” az, amikor a közbeszéd középpontjába az egyik legősibb emberi ösztönt, a félelmet helyezik. A negatív hír és annak minél gyorsabb keretezése a politikai elit egyik leghatékonyabb eszköze a befolyásolásra. A közbiztonság kérdése a politikai elit tagjai közötti küzdelem egyik első vonala. Egy bűncselekményről szóló híradás negatív érzéseket kiváltó keretezésére az állampolgárok gyorsabban és érzékenyebben reagálnak, hiszen a tudatos vagy tudatalatti emlékezet azonnal összekapcsolódik múltbeli negatív eseményekkel, érzelmekkel. A média inkább a tragédiákat keretezi, a súlyos bűncselekményeket mutatja be, vagy azok számának emelkedésére fókuszál. Ezzel szemben a rendőrség szeretné a saját narratíváját érvényesíteni, az úgynevezett „biztonságnarratívát”, amikor azt a képet közvetíti, hogy „urai a helyzetnek”, hogy a lakosság biztonságban van. Ezt a helyzetet egy versenyhelyzetnek is felfoghatjuk, azaz a média és a rendőrség keretezési küzdelmének. Ez a „küzdelem” sajátos irányt vett, amikor a közösségi média előtérbe kerülésével az azt használók kommentjei is keretezni kezdték a híreket, s úgynevezett visszacsatolási hurokként hatottak a kaszkádszerű hálózat szereplőire (Entman, 2009).

Rendőrségi narratíva a svéd rendőrségen

A rendőrségi kommunikáció és a közbiztonság narratíváinak kapcsolatát két esettanulmányon keresztül mutatjuk be. Az esettanulmány módszertanát Schwand és munkatársai alapján követtük (Schwandt et al., 2018). A svéd rendőrségen, ezen belül a Déli Rendőrségi Régióban (PRS) és ennek központja, Malmö városán keresztül vizsgáljuk. Svédország harmadik legnagyobb városa Malmö, amely az utóbbi években rendszeresen szerepel a nemzetközi és a hazai sajtóban, mint ahol a közbiztonság megteremtése súlyos kihívások elé

néz (Sjöberg et al., 2024). A nemzetközi sajtó gyakran említi „Svédország Chicagója” címkével, utalva a szervezett bűnözés és a fegyveres erőszak problémáira. Ebben a környezetben különösen fontos, hogy a helyi rendőrség milyen kommunikációs stratégiát követ annak érdekében, hogy vissza tudja állítani a lakosság biztonságérzetét. Jens Sjöberg és kutatótársai két egymással összefüggő tanulmányban, a malmői rendőrség közösségi média kommunikációját elemzik. Az első tanulmányban a rendőrség nézőpontjából mutatják be, hogy milyen stratégia mentén kívánnak eljárni, ehhez hűsz rendőrt interjúváltak meg. A második tanulmány viszont a lakosság szempontjából vizsgálta a kérdést, a rendőrség Instagram-posztjai által kiváltott állampolgári visszajelzéseket elemezve. Mindkét kutatás Malmöre és környékére fókuszált, mivel a közbiztonságérzet alakításában a közösségi média fontos stratégiai eszközzé vált a rendőrség kezében. A rendőrségi interjúk alapján három fő stratégiai irányt azonosítottak, amelyek segítségével a rendőrség igyekszik a közbiztonság narratíváját formálni a közösségi médiában: transzmedialitás, rendőri jelenlét és transzparencia (Sjöberg et al., 2023). Ezek a stratégiák együttesen tudják azt a célt szolgálni, hogy a rendőrség képes legyen a lakosság biztonságérzetének javítására a digitális térben folytatott kommunikáción keresztül. A kutatás rámutat, hogy bár a rendőri vezetés tudatában van ennek fontosságával, de azt mégsem teszi mindig hatékonyan. Egyszerűen arról van szó, hogy a közösségi médiában megjelenő kommunikáció-tartalmakat előállító rendőrök nem rendelkeznek az ehhez szükséges tudással (Sjöberg et al., 2023). A három stratégiát az alábbiak jellemzik.

A transzmedialitás azt jelenti, hogy a rendőrség egyszerre több médiaplatformon és különböző formátumban jelenik meg, ezzel szélesebb közönséget tud elérni. Ez a Déli Rendőrségi Régióban azt jelenti, hogy párhuzamosan használnak a Facebook, az Instagram és a Twitter mellett más kommunikációs csatornákat is, illetve az online kommunikációt offline (podcast, lakossági fórumok) jelenléttel kombinálják. A *Malmö nem Svédország Chicagója* (Sjöberg et al., 2023) tanulmányban megállapították, hogy ez a többplatformos jelenlét lehetőséget biztosít arra, hogy növekedjen az elérések, ezáltal az interakciók száma, amely végső soron erősítheti a lakosság bizalmát. A logika egyszerű, ott kell megszólítani az embereket, ahol jelen vannak, ez pedig napjainkban az online mellett az offline tér is. Ez a transzmedialitás képes azt az érzetet erősíteni a lakosságban, hogy a rendőrség minden térben jelen van. Amíg az Instagramon a mindennapi rendőri munkát mutatják be, addig a Facebookon a hosszabb tartalmak jelennek meg. Ez a differenciált tartalomstratégia azt is közvetíti a lakosság számára, hogy minden célcsoportot ott szólítanak meg, ahol azok jelen vannak. Ahogy Svédországban, így Magyarországon is a fiatalok a TikTok platformon vannak

jelen, ezért ennek hatékony használata külön stratégia mentén kell, hogy megvalósuljon. A transzmedialitás legnagyobb kihívása a bürokratikus szervezeti működés, amely például új platform használatának az engedélyezését lassíthatja, vagy a gyorsan változó kommunikációs környezet kihívásainak fel nem ismerése esetén ellehetetlenítheti. A svéd rendőrség eszköztárában a transzmedialitás összességében azt jelenti, ott kell lenni, ahol a polgárok jelen vannak és ahol minél több embert meg lehet szólítani.

A rendőri jelenlét fizikai és virtuális szempontból egyszerre értendő, ez a rendőrség számára stratégiai jelentőségű a lakosság szubjektív biztonságérzetének megteremtésében, fenntartásában. A közösségi média lehetőséget nyújt, hogy a rendőrség digitális kiterjesztéssel mutassa meg fizikai jelenlétét. Ennek jelentősége azért is megnőtt, hiszen a rendőrök egy időben nem tudnak mindenhol fizikailag jelen lenni. A svéd rendőrség munkatársai szerint a lakosság féltelmét csökkenti, ha a veszélyes környéken lévő rendőrökről szóló posztokat, az akciókról készült hírtartalmakat, vagy a bűnmegelőzési programokat látnak a digitális térben. A jelenlét kommunikálása, a közelség és láthatóság narratívája erősíti a biztonságérzetet. Természetesen a svéd rendőrség munkatársai is tisztában vannak azzal, hogy nem elég információkat megosztani a közösségi médiában, hanem konkrét intézkedésekre is szükség van a közbiztonság, ezen keresztül az egyén biztonságérzetének növeléséhez. Ahogy a magyar rendőrség, így a tanulmányban szereplő malmői rendőrvezetők is szembesülnek a médiumok részéről gyakran előforduló szenzációhajhász cikkekkkel, amelyek kontextus nélkül mutatják be az eseményeket, vagy érdekeik szerint keretezik azokat. Ezek erősítik a korábban már leírt „félelemnarratívát”, amely ellensúlyozására a rendőrségnek szükséges a valóságot, a tett intézkedéseket és az eredményeket bemutatni. Ezen ponton el is jutunk Sjöbergék tanulmányának harmadik stratégiájához az átláthatóság bemutatáshoz, ami a lakosság bizalmát építi, hiszen a nyilvánosság felé azt kommunikálja, hogy a rendőrség szolgálata folyamatos és elszámoltatható.

A transzparencia (átláthatóság és bevonás) célja a biztonság narratívájának az erősítése. Ennek lényege, hogy a rendőrség ösztön, hasznos és releváns információkat oszt meg, bevonja a lakosságot az őket foglalkoztató kérdések megvitatásába, és az elvégzett munkáról elszámoltatható módon számol be. Minél átláthatóbb egy szervezet működése, annál inkább bíznak benne az emberek (Rawlins, 2008). Természetesen ez nem azt jelenti, hogy a rendőrség minden információt megoszt, különösen nem olyanokat, amelyek nyilvánosságra kerülése veszélyeztetné a nyomozások eredményességét, vagy félreértésekre adhatna okot. Az átláthatóság stratégiájának követésében körültekintő egyensúlyt kell tartanunk. A tanulmányban szereplő svéd rendőrök is elismerték, hogy az

átláthatóság tekintetében van hova fejlődniük (Sjöberg et al., 2023). Ez rámutat arra, hogy a rendőrségnek törekednie kell a párbeszédre és magyarázatokra ahelyett, hogy a hagyományos „no comment” kultúrát folytatná. A kutatásban részt vevő egyes rendőrök szerint még mindig túl titkolózó a rendőrség, mások szerint pedig épp ellenkezően, már túlzottan nyitott. (Nem ismeretlen ez a belső vita a magyar rendőrség munkatársai számára sem. Egyes rendőrségi munkatársak szerint, ha túlzottan átláthatóvá teszik a szervezetet, az a döntéshozatal szempontjából aggályos lehet.) A vizsgált rendőri szerveknél az átláthatósági stratégia célja, hogy a közösségimédia-posztokban a kommunikáció emberközelí és személyes legyen. Ennek egyik – a hazai gyakorlatból nézve szokatlan – megnyilvánulása, hogy több rendőr keresztnevével szignálja a posztjait, ezzel demonstrálva személyes felelősségét, és ezzel kíván hitelességet közvetíteni. Ezt a nyílt kommunikációt a lakosság értékeli, amit alátámaszt a sok „like” és pozitív komment (Sjöberg et al., 2023). Ez a fajta személyesség és nyitottság azt közvetíti, hogy a rendőrségnek „van arca”, emberi oldala és tényleg meghallgatja a lakosságot. Ezzel párhuzamosan nem lehet elhallgatni a túlzott vagy a nem megfelelő online jelenlét generálta kritikákat sem, több esetben a kommentelők a „valódi munkát” kérték számon a rendőrségen. Ráadásul a közösségi média gyors és nyilvános természete miatt a hibák vagy félreértések lehetősége fennáll, ami könnyen alááshatja a nehezen megszerzett bizalmat.

A nyilvánosság percepcióját, a rendőrségi kommunikáció hatásait Sjöberg és munkatársai (2024) egy másik kutatásban vizsgálták. Ebben arra voltak kíváncsiak, hogy a Déli Rendőrségi Régióban az Instagramon folytatott kommunikációjukat hogyan éli meg a lakosság, milyen benyomásokat, érzéseket vált ki belőlük. Három alapvető dimenziót azonosítottak a megkérdezetteknel: a védelem érzetét, a kötelesség és a bizonytalanság érzetét (Sjöberg et al., 2024). Ezek a dimenziók mutatják, hogy a rendőrség kommunikációja egyszerre tud pozitív lenni és kevésbé egyértelmű hatásokat kiváltani.

A védelem érzete azt jelenti, hogy a lakosság a rendőrségi posztokat látva nagyobb biztonságban érzi magát. Érzékeli a proaktivitást, és a közösség védelmébe végzett tevékenységet pozitívan detektálja. Egy sikeres akcióról szóló tájékoztatás, vagy egy bűnmegelőzési tanács erősítheti azt a narratívát, hogy a rendőrség vigyáz a lakosságra.

A közelség érzete szintén pozitív hatást váltott ki, a rendőrséget emberközelinek és elérhetőnek látják. Az Instagramon megjelenő fotók, amelyek a rendőröket mutatják szolgálatban, vagy közösségi rendezvényeken (mosolygó rendőrök képei) hozzájárultak ahhoz, hogy a hatóságot ne egy elérhetetlen, bürokratikus szervezetnek, hanem a mindennapi életük részeként lássák. Ez a narratíva erősítheti a bizalmat, ezáltal javulhat az együttműködés a lakosság és a rendőrség között.

Azt is megállapították, hogy nem minden rendőrségi kommunikáció éri el a kívánt hatást, a lakosság egy részében megjelent a bizonytalanság vagy a kétértelműség érzése. Megfigyelhetők voltak olyan tartalmak is, amelyek nemhogy növelték volna a biztonságérzetet, hanem zavart, ambivalens érzéseket váltottak ki (Zou & Meng, 2020; Kunnel, 2021). Egyes esetekben, amikor a rendőrség túl szűkszavúan vagy kontextus nélkül kommunikál az pletykához, félreértéshez vezethet. Más esetekben bizonyos tartalmak akaratlanul is ráirányíthatják a figyelmet a veszélyekre, például ha túl gyakran posztol a rendőrség bűncselekményekről, még ha sikeresen is zárultak le a nyomozások, a lakosságot folyamatosan emlékezteti a bűnözés jelenlétére, ami paradox módon fokozza a negatív aggodalmakat. A kétértelműség dimenziójának tudományosságát egy hazai példa is megerősíti. A Somogy Vármegyei Rendőrség 2022 óta a turisztikai szezonban, a Balaton déli partján történt és sikeresen felderített bűncselekmények kommunikációját lekorlátozta (úgynevezett Siófok-modell). Rövid időn belül – a lakosság pozitív visszajelzéseiből – beigazolódott, hogy a preconcepció helyes volt, a „biztonságnarratíva” megerősödött, és az egyének szubjektív biztonságérzete javulni kezdett (URL1).

Sjöberg és munkatársai (2024) hangsúlyozzák, hogy a fenti dimenzió együtt ad pontos képet arról, hogy a lakosság biztonságérzetét befolyásolni kívánó kommunikáció nem egysíkú, hanem a befogadók eltérő tapasztalatain és értelmezésein keresztül szűrődik le.

A svéd példa fontos tanulsága, hogy a rendőrségi kommunikáció nem mentes a kihívásoktól és lehetséges következményektől, képes pozitív értelmezési keretet építeni a közbiztonság köré (védelem és közelség) és ezzel egyidőben negatív hatásokat kiváltani (kétértelműség). A közösségi média használata során ügyelni kell arra, hogy a kommunikációnak világos célja legyen. A tanulmány rámutat arra, hogy a svéd rendőrség gyakorlata fragmentált képet mutat: a lakosság egy része értékeli az információmegosztást és a nyitottságot, mások viszont értelmetlennek, sőt erőforrás-pazarlóknak látják a túl aktív online jelenlétet. Gyakori kritika a párbeszéd hiánya, hogy egyáltalán nem, vagy nem kellő gyorsasággal válaszolnak a kommentekre, ami növelheti a távolságot a polgárok és a rendőrség között. A kutatás alapján kijelenthetjük, hogy a közbiztonság narratíváját közösen formálja a lakosság és a rendőrség, ha a közösség nem érti, vagy nem fogadja el a kommunikáció célját, akkor az üzenet veszíthet a hatékonyságából.

A rendőrségi kommunikáció stratégiája kulcsszerepet játszik a közbiztonságról szóló narratívák alakításában. A keretezés elmélete (De Vreese, 2005; Entmann, 2009) támpontot adott annak megértésére, hogy a kommunikáció során, a hír egyes elemeinek hangsúlyozásával és a hozzátársított képekkel hogyan lehet befolyásolni a közvéleményt. A közösségi média előretörésével a keretezés már

nemcsak a kaszkád (vízesésszerű) modell szerint áramlik a hatalom irányából a közvélemény felé, hanem a kommentelőkön keresztül visszacsatolási hurokként is hat. Ez a jelenség új kommunikációs stratégiák bevezetésére ösztönözte a rendőrséget. A svéd rendőrség esete konkrét példát szolgáltatott: a transzmedialitás, a jelenlét és az átláthatóság stratégiái egyaránt azt célozzák, hogy a rendőrség egy pozitív, úgynevezett „biztonságnarratíván” keresztül erősítse a lakosság érzetét. A „Malmö nem Svédország Chicagója” narratíva kifejezi a hatóság azon törekvését, hogy a médiában felnagyított „félelemnarratívát” milyen módon lehet egy nyugodtabb, tényalapú képpé alakítani. Ennek egy korábbi hazai példája a már ismertetett Siófok-modell, de nem is kell ennyire visszamennünk az időben, hogy más esetet is találjunk. Elég a közelmúltból Szolnok város közbiztonságával kapcsolatos, az elit irányából kiinduló „félelemnarratívát” és annak hatásait elemeznünk (URL2). A városban esetenként előforduló, de semmiképp sem kirívó számú erőszakos bűncselekmény kereketezése történt meg. Ez a példa kiválóan demonstrálja, amikor az elit rövidtávú érdektől vezérelve keretezi az eseményeket, ezzel jelentősen rontva a lakosság biztonságérzetét. Tehát kijelenthetjük, hogy a kommunikáció kétélű fegyver: ha nem egyértelmű vagy nem megfelelően kezelt, akkor bizalmatlanságot és félelmet szülhet. Az átláthatóság és a nyitott párbeszéd hiánya alááshatja a rendőrség hitelességét, a túlzásba vitt kommunikáció, vagy nem jól koordinált jelenlét kritikákat, negatív érzéseket válthat ki.

Zárógondolatok

Összeségében megállapíthatjuk, hogy a rendőrségi kommunikáció és a közbiztonság narratívái szorosan összekapcsolódnak. A lakosság biztonságérzete nem csupán a bűnözés mértékén múlik, hanem nagyban függ attól is, milyen módon beszélünk róla. A rendőrség megkerülhetetlen felelőssége, hogy proaktív legyen és a framing tudatos alkalmazásával befolyásolja a közösség szelektív percepcióit, erősítse a lakosság bizalmát és csökkentse a félelmeit. A svéd tapasztalat azt mutatja, hogy stratégiai kommunikációval, a megfelelően megválasztott platformok széles körű alkalmazásával, a közvetlen hangvétellel és a transzparenciával a rendőrség képes javítani a polgárokkal való kapcsolatán és hatékonyan hozzájárulni a biztonságosabb közösség érzetének megteremtéséhez. Természetesen a kommunikáció önmagában nem tud megoldani minden problémát, valódi intézkedések, következetesség és hitelesség is szükséges. A rendőrségi kommunikáció akkor a legeredményesebb, ha nem propagandaeszközként működik, hanem párbeszédet teremt, bevonja a lakosságot és a nyilvánossággal együtt formálja a közbiztonság narratíváját.

Felhasznált irodalom

- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information design journal + document design*, 13(1), 51-62. <https://doi.org/10.1075/idjdd.13.1.06vre>
- Entman, R. M. (2009). *Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy*. University of Chicago Press.
- Fiske, S. T., & Taylor, E. S. (1991). *Social Cognition*. McGraw Hill.
- Kintsch, W. (1998). The Representation of Knowledge in Minds and Machines. *International Journal of Psychology*, 33(6), 411–420. <https://doi.org/10.1080/002075998400169>
- Kunel, A. J. (2021). *Trust and Communication: Foundations for Interconnectivity*. Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b17879>
- Lodge, M., & Stroh P. (1993). *Inside the Mental Voting Booth*. An Impression-Driven Process Model of Candidate Evaluation. In Iyengar, S. & McGuire, W. (Eds.), *Explorations in Political Psychology* (pp. 225–263). Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822396697-011>
- Rawlins, B. (2008). Measuring the relationship between organizational transparency and employee trust. *Public Relations Journal*, 2(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/10627260802153421>
- Schank, R. C., & Abelson, P. B. (1977). *Scripts, Plans, Goals, and Understanding: An Inquiry into Human Knowledge Structures*. Erlbaum.
- Schwandt, T. A., & Gates, E. F. (2018). Case study methodology. *The SAGE handbook of qualitative research*, 5, 600-630.
- Sjöberg, J. Berglez, P., & Gambarato, R. R. (2023). „Malmö is not Sweden’s Chicago”: Policing and the challenge of creating a sense of safety through social media strategies. *Nordicom Review*, 44(1), 44-64. <https://doi.org/10.2478/nor-2023-0003>
- Sjöberg, J., Cassinger, C., & Rampazzo Gambarato, R. (2024). Communicating a sense of safety: the public experience os Swedish Police Instagram communication. *Journal of Communication Management*, 28(3), 365-383. <https://doi.org/10.1108/JCOM-03-2023-0033>
- Sniderman, P. M., Brody, R., & Tetlock, P. (1991). *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Cambridge University Press.
- Zou, Y. & Meng F. (2020). Chinese tourists’ sense of safety: perceptions of expected and experienced destination safety. *Current Issues in Tourism*, 23(15), 1880-1899. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1681382>

A cikkben szereplő online hivatkozások

URL1: *Crime in Siofok, Hungary*. <https://www.numbeo.com/crime/in/Siofok-Hungary>

URL2: *Nyílt levél. Győrfi Mihály Szolnok polgármester*. <https://telex.hu/belfold/2025/07/27/nyilt-level-gyorfi-mihaly-szolnoki-polgarmester-biztonsag-pinter-sandor>

A cikk APA szabály szerinti hivatkozása

Molnár G. (2026). A közösségi média keretezésének ereje a mediatizált társadalmakban. *Belügyi Szemle*, 74(4), 1017–1028. <https://doi.org/10.38146/BSZ-AJIA.2026.v74.i4.pp1017-1028>

Nyilatkozatok

Összeférhetetlenség

A szerző nem jelentett összeférhetetlenséget.

Finanszírozás

A szerző nem kapott pénzügyi támogatást a kutatáshoz, a szerzőséghez és/vagy a cikk publikálásához.

Etikai nyilatkozat

Jelen cikkhez nem kapcsolódik adatkészlet.

Nyílt hozzájárásról szóló tájékoztatás

Jelen cikk a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC-ND 2.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/>) feltételei szerint publikált Open Access közlemény, melynek szellemében a cikk bármilyen médiumban szabadon felhasználható, megosztható és újraközölhető, feltéve, hogy az eredeti szerző és a közlés helye, illetve a CC License linkje feltüntetésre kerülnek.

Levelező szerző

A cikk levelező szerzője Molnár Gábor, aki a molnarga@somogy.police.hu e-mail címen érhető el.