

Dr. Szabó Csaba – Horváth Alexandra – Nagy Bence

**A KÖZÖSSÉGI MÉDIA BIZTONSÁGPOLITIKAI
KÉRDÉSEI**

A KÖZÖSSÉGI TARTALMAK RENDÉSZETI
VONATKOZÁSAINAK VIZSGÁLATA

Tartalomjegyzék

<u>Bevezetés</u>	87
<u>I.</u>	<u>A közösségi tartalmak rövid történeti áttekintése</u> 88
<u>I.1. A Facebook</u>	90
<u>I.2. A Twitter</u>	91
<u>I.3. Az Instagram</u>	92
<u>I.4. Magyarországi helyzet bemutatása</u>	92
<u>I.5. A közösségi oldalak szerepe a mai generáció szemével</u>	93
<u>II.</u>	<u>A közösségi média szerepe a válsághelyzetekben</u> 96
<u>II.1. Franciaországi terrorcselekmények, rendőrgyilkosságok és terrorcselekmények az USA-ban</u>	96
<u>II.2. A magyar rendőrség szerepvállalásának kiszélesítése a közösségi oldalak vonatkozásában</u>	99
<u>II.3. A közösségi tartalmak rendvédelmi vonatkozásai: Bűnfelderítés</u>	100
<u>III.</u>	<u>A közösségi tartalmak biztonságpolitikai kérdései</u> 102
<u>III.1. A közösségi média árnyoldala</u>	102
<u>III.2. A közösségi média és a közösségi oldalak összehasonlítása</u>	105
<u>III.2.1. A közösségi média pillérei</u>	106
<u>III.2.2. A közösségi média megjelenése</u>	107
<u>IV.</u>	<u>A rendőrség és a közösségi tájékoztatás szerepének kérdőíves kutatása</u> 108
<u>Következtetés</u>	117
<u>Felhasznált irodalom</u>	118

Bevezetés

Jelen tanulmány egy olyan rendészeti szempontból meghatározó problémával foglalkozik, mint a közösségi szerepvállalások veszélyei az egyén részéről, valamint a rendőrség közösségi oldalakon történő jelenlétének viszonyrendszerei. Számos új és releváns biztonságpolitikai kérdés vár megoldásra, mind a kormányzatok, mind a rendészeti szervek és a nemzetbiztonsági szolgálatok részéről, amelyek negatív mértékben befolyásolják az egyén szubjektív biztonságérzetét. A kiberbűnözés megelőzése és az kibertérben elkövetett bűncselekmények realizálása nagyfokú szakértelmet és együttműködést igényel mind a rendvédelmi szervek, mind a jogkövető magatartást tanúsító állampolgárok részéről.

Kutatásunk a közösségi oldalakat és tartalmakat aktívan alkalmazó, valamint a közösségi média hírtartalmait rendszeresen „fogyasztó” személyek véleményére helyezi a hangsúlyt. A kutatás átfogóan bemutatja a közösségi oldalak történetét és jelenlegi helyzetét, kitekintéssel a rendészeti szervek közösségi oldalakon betöltött nemzetközi szerepvállalására. A közösségi oldalakkal összefüggésben elkövetett bűncselekmények a kibertér bűnügyi és nemzetbiztonsági kihívásai között előkelő helyet töltenek be. A közösségi tartalmak rendvédelmi vonatkozásai jelentős mértékben meghatározzák a közösségi oldalak felhasználóinak véleményét a rendőri szervek irányába. Szükséges megismerni a fiatal generáció véleményét a közösségi oldalak veszélyforrásaira vonatkozóan, valamint szükséges reflektálni ezekre a megfogalmazott veszélyekre a rendészeti szervek oldaláról.

A tanulmány bemutatja és elemzi a közelmúltban elkövetett egyes bűn- és terrorcselekményeket a közösségi média és a közösségi tájékoztatás szempontjából. Megvizsgálja azokat a lehetséges rendészeti eljárásokat és módszereket, amelyek alkalmazásával a közösségi tájékoztatás hatékonysága erősítésre kerülhet a lakosság biztonságérzetének növelése érdekében. Ajánlások kerülnek megfogalmazásra a rendőrség közösségi oldalakon és a közösségi médiában történő szerepvállalásának erősítése érdekében a hazai viszonyrendszerek figyelembevételével.

Kérdőíves kutatás kerül bemutatásra és elemzésre, amely a rendőrség és a közösségi tájékoztatás szerepének vizsgálatát kutatja.

I. A közösségi tartalmak rövid történeti áttekintése

Manapság a közösségi weboldalak, mint például Facebook és a Twitter szinte már-már kikerülhetetlen tényezői a modern életnek, különösen, ami a fiatal generációt illeti. Úgy tekintjük és használjuk a közösségi oldalakat, mintha azok mindig is az életünk részei lettek volna. Ma már egy fiatalnak elképzelhetetlen az élet internet és közösségi oldalak nélkül, ráadásul az okostelefonok világa elhozta a mobil internetezés lehetőségét, vagyis bárhol és bármikor csatlakozhatnak a világhálóra, és beszélgethetnek barátaikkal, megoszthatnak, illetve kedvelhetnek fényképeket és posztolhatnak egyéni tartalmakat. Azonban ez nem mindig volt így.

Első lépésben érdemes tisztázni mit is nevezünk *közösségi oldallal*, vagy *közösségi hálózatnak*. A közösségi oldalak, vagy közösségi hálók azon az elven működnek, hogy a felhasználó az ismerősei segítségével találja meg más ismerőseit az adott oldalon. Az internet erre kiváló lehetőséget nyújt, mivel az online jelenlét könnyebbé teszi a hálózatok kiépítését. Ennek a piaci lehetőségét különböző csoportok és cégek kb. 10-15 éve ismerték fel. Közösségi hálózatnak nevezzük azokat az internetes portálokat, ahol a regisztrált tagok kapcsolatba léphetnek egymással. *Más megközelítésben közösséginek nevezhetünk egy hálózatot, ha az azt használók közösségi kapcsolatra képesek egymással.*⁶ Általában az ismeretségre és a közös érdeklődési körre épít. Így a közösségi oldalak kategóriába beletartoznak a *fórumok*, a *videó megosztó portálok* is, és persze a klasszikus értelemben vett *közösségi oldalak*. Természetesen az előbb említett fogalmak között nagy különbségek is vannak. A történetiséget tekintve a következő fontos események kiemelése szükséges.

Az első klasszikus értelemben vett közösségi oldal 1995-ben tűnt fel az amerikai weben a *Classmates.com* oldalon, melynek segítségével megtalálhatták egymást az emberek, akár az óvodában, akár a gimnáziumban, akár a katonaságban ismerkedtek meg. Az oldal azóta folyamatosan működik, jelenleg a harmadik leglátogatottabb közösségi hálózat az

⁶ Danah M. Boyd és Nicole B. Ellison: *Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication. 2007/11. 20-22. A szerzők három szempontban határozták meg a közösségi hálózatokat: 1. Lehetővé teszi az egyéneknek hogy nyilvános, vagy félig nyilvános szakosított oldalt hozzanak létre egy behatárolt rendszerben. 2. Összekösse azokkal a felhasználókkal, akikkel kapcsolatban vannak. 3. Megnézhessék és áttekinthessék kapcsolataikat és mások kapcsolatait az adott rendszerben.

Egyesült Államokban.⁷ Ezen az oldalon azonban tényleges profiloldal még nem lehetett létrehozni és ismerőseink ismerősei között sem tudunk böngészni. A már teljes értelemben vett közösségi oldal, ami már majdnem minden kritériumnak megfelelt, az 1997-ben létrejött *SixDegrees* volt. A *sixdegrees* a hat lépés távolságra utal. Ennek az elméletnek az a lényege, hogy a Föld minden lakója ismeri egymást, még hozzá a saját személyes ismerősein keresztül. Az ismerős és az ismeretlenek gondolt személy között pedig 5 elem van.⁸ Ekkoriban az internetes közösségi oldalak funkciója csak az volt, hogy tárolta az ismerősöket, egy helyre gyűjtötte az adott felhasználó baráti körét.

Radikális változás csak a 21. századba lépve következett be, amikor megjelent a *virtuális közösség* fogalma. A fogalom értelmében a virtuális közösségek olyan társadalmi gyülekezetek, amelyek az Interneten tűnnek fel, ha ehhez elég ember a megfelelő emberi érzésekkel nyílt megbeszéléseket folytat, és személyes kapcsolatok hálóját alkotja a kibertérben. (Tapscott, 2001.) Ebben már a felhasználók közötti fórumozás, üzenetküldés, blogolás és képmegosztás vált a közösségek alkotójává. Az interaktivitás lehetősége rengeteg embert vonzott, a közösségi hálózatok egyre népszerűbbek lettek a felhasználók körében. 2005-ben már 200 ilyen portál közül válogathattak az internetezők, akkoriban ezek közül is a *MySpace* volt a leglátogatottabb. A közösségi oldalak megjelenése az online kapcsolatépítés újfajta eszköze lett, ez pedig egy újfajta piac kialakulását hozta magával. Nem meglepő tehát, hogy a világ legnagyobb internetes cégei, mint a Google, vagy a Yahoo is elindították saját hálózatukat. A következő években egyre több kisebb és nagyobb közösségi oldal jött létre.

Az online közösségeknek még nincs egy elfogadott definíciója, de *Preece* nyomán elmondható, hogy egy online közösség több összetevőből áll:

- *Emberek*, akik azért érintkeznek másokkal, hogy saját igényeiket kielégítsék, vagy valamilyen közösségi szerepet vállaljanak: vezetést, illetve moderálást
- *Közös szándék/cél*, mint például az azonos érdeklődés, információcsere igénye, vagy olyan szolgáltatás, mely a közösség létrejöttéhez nyújt alapot
- *Alapelvek* hallgatóságos feltevések, rituálék, szabályok és törvények formájában, amelyek az emberek interakcióit irányítják

⁷A közösségi hálózatok története. <http://szocial.blogspot.hu/2008/05/kzssgi-hlzatok-trtnete.html>, (letöltés ideje: 2016.10.03.)

⁸A közösségi oldalak: A közösségi oldalak története. <http://felsofokon.hu/bolcseszettudomany/a-kozosségi-oldalak-a-kozosségi-oldalak-tortenete/> (letöltés ideje: 2016.10.03.)

- *Számítógépes rendszerek*, melyek lehetővé teszik és közvetítik a szociális interakciókat és elősegítik az összetartozás érzését (Preece, 2000).

Továbbiakban a legnépszerűbb közösségi oldalak rövid átfogó történetének a bemutatására kerül sor.

I.1. A Facebook

Az egyik legnagyobb ismeretségi hálózat és egyben legnépszerűbb világszerte. 2004. február 4-én kezdte meg a működését Mark Zuckerberg révén, aki legjobb középiskolai barátjával létrehozott egy kezdetleges társasági oldalt az egyetemisták számára.⁹ A Facemash nevű alkalmazás 2003-ban kezdte meg működését, amely nagyon hamar sikeres lett. Rengetegen kezdték el használni, használóinak a száma hamar elérte a százazretet. Ennek hatására Mark Zuckerberg egy új programot kezdett el írni, a CourseMatch programot. A későbbiekben Mark néhány egyetemi társával egy új fejlesztésbe kezdett, melynek eredményeként megalapították a Facebookot. A munkáját segítette: Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz és Chris Hughes. Az oldal kezdetleges szakaszában csak a Harvard egyetem hallgatói számára volt elérhető, csak később terjesztették ki az Ivy League-re és a Stanford Universityre. Ezután sorra követték egymást a fejlesztések mindaddig, míg minden 13 évesnél idősebb személy regisztrálhatott a Facebookra. Rengeteg munkával és támogatással elérték azt, hogy 2009-ben már a világ leggyakrabban használt szociális hálózatává vált, majd 2011 februárjára már több mint 637 millió regisztrált felhasználója volt. A következő mérföldkő 2012. október 4-e ugyanis ezen a napon elérte az 1 milliárd regisztrált felhasználót.¹⁰

A Facebook egy olyan közösségi oldal, ahol a felhasználók egy saját profiloldalt tudnak létrehozni maguknak, írhatnak üzenőfalukra, képeket tölthetnek fel és üzeneteket küldhetnek egymásnak. Az oldal jelenleg 207 országban és 37 különböző nyelven érhető el.¹¹

Azonban, mint minden számítógépes rendszer, a Facebook is tartalmaz olyan elemeket, amelyek veszélyt jelentenek a felhasználóra. A biztonsági szoftverek megpróbálják kiszűrni ezeket, de valójában a felhasználó tudja a legjobban megvédeni magát, ha odafigyel ezekre az elemekre. Egy kimutatás szerint négy éven keresztül nem voltak védve adataink. A

⁹ Carlson, Nicholas: *At Last — The Full Story Of How Facebook Was Founded*. Business Insider (online, 2010. március 5.)

¹⁰ Schwartz, Bari: *Hot or Not? Website Briefly Judges Looks*. Harvard Crimson. (2009.)

¹¹Facebook history. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Facebook>. (letöltés ideje: 2016.10.04.)

Symantec 2011 májusában jelentette be, hogy egy olyan rés volt a Facebook rendszerében, ami 2007-től éveken át lehetővé tette, hogy a közösségi oldalakon jelen lévő harmadik felek (hirdetők, szolgáltatást kínálók stb.) hozzáférhessenek az összes felhasználó adataihoz (profil, képek, chatüzenetek stb.), akkor is, ha a fióktulajdonos ezt nem engedélyezte. A Symantec már korábban, április második hetében értesítette erről a Facebookot, akik megtették az első lépéseket a hiba kijavítására, és a köszönetnyilvánítás mellett hivatalosan is közölték, hogy vizsgálatuk semmiféle bizonyítékot nem talált arra, hogy bárki is kihasználta volna a lehetőséget adatgyűjtés céljából. A médiában ez után indult hatalmas hírverést követően a Facebook fejlesztői blogjában bejelentette, hogy a gondokat okozó régebbi autentikációs rendszerüket frissítik az OAuth 2.0 és a HTTPS bevezetésével.¹² Természetesen, ez nem azt jelenti, hogy innentől kezdve nincsenek veszélyek számunkra az oldalon.

I.2. A Twitter

A Facebook után a második legismertebb közösségi oldal. A Twitter 2006 márciusában jelent meg egy kutatási és fejlesztési projektként, amelyet az Odeonál Noah Glass és Jack Dorsey alapított. Októberben már létre is jött a Twitter rendszere a San Franciscó-i Obvious Corp. által. 2007-ben elérte, hogy elnyerte a South by Southwest (SXSW) Web díját, blog kategóriában. Ez egy olyan ismeretségi hálózat és mikroblog szolgáltatás, ahol egy azonnali üzenetküldő alkalmazáson, vagy webes szolgáltatáson keresztül, rövid bejegyzéseket vagy üzeneteket küldhetnek egymásnak a felhasználók rövid szöveges üzenet formájában.¹³ A friss bejegyzések a felhasználó profilján jelennek meg, de azonnal láthatók az olyan felhasználók által is, akik feliratkoztak az adott felhasználó frissítéseire. Az üzenet küldője meghatározhatja, beállíthatja, hogy bejegyzéseit kik láthatják. Alapbeállításként mindenki láthatja, de ez szűkíthető saját baráti körre is. A Twitter ingyenes, de ha valaki rövid szöveges üzeneten keresztül kommunikál a rendszerrel, akkor a mobilszolgáltatónak az SMS-küldés díját meg kell fizetnie. Természetesen, mint a Facebook esetében, itt is volt biztonsági rés, mely problémát hamar sikerült orvosolni. A biztonsági rést 2007. április 7-én jelentette be Nitesg Dhanjani. A probléma oka az volt, hogy a Twitter az SMS-t küldő telefonszám által azonosította a felhasználót. Ez a rés csak akkor használható, ha a felhasználó telefonszáma ismert volt. Pár héten belül a Twitter bevezetett egy opcionális

¹²A Facebook 4 évig nem védte adatainkat. <http://www.nyest.hu/hirek/a-facebook-4-evig-nem-vedte-adatainkat> (letöltés ideje: 2016.10.04.)

¹³ Levy, Steven: *Twitter: Is Brevity The Next Big Thing?* Newsweek. 2011.02.11. 15-16.

PIN kódot, amit a felhasználó határozhat meg, hogy biztosan azonosíthassák az SMS-üzenetek eredetét.¹⁴

I.3. Az Instagram

Nemrégiben lépett be a köztudatba egy kicsit másfajta közösségi oldal, amely fényképek és rövid videók megosztásán alapul. Csak okostelefonon érhető el, amelyen a felhasználók fényképeket, videókat készíthetnek, különböző művészi hatású effektekkel láthatják el, feliratozhatják, végül pedig megoszthatják ezt másokkal. A fényképen, videón megjelölheti a fénykép, videó készítésének helyét és megoszthatja név szerint azt az embert, akivel ezeken szerepel. A megosztás mehet az Instagramon belül és azon kívül több különböző közösségi hálózatban (Facebook, Twitter) és e-mailben is.¹⁵ Ezeket a képeket a felhasználók kommentálhatják és kinyilváníthatják tetszésüket róla. 2010 októberében kezdte meg működését az Apple Inc. készülékein. Rohamos növekedés volt jellemző rá. Nagyon sokan megkedvelték az alkalmazást az egyszerűsége és a kreált fotók egyedisége miatt. 2010 decemberében már 1 millió felhasználó használta világszerte az alkalmazást, amely 2011 júniusára 5 millió felhasználóra bővült. Ekkor már közel 100 millió fotó volt elérhető benne. 2012 januárjában már 15 millió felhasználó használta az alkalmazást és ekkor már közel 400 millió fotót osztottak meg Instagramon. 2013-ban már 100 millió felhasználót tudhat magának az alkalmazás. 2012. április 12-én a Facebook megvásárolta az alkalmazást 1 milliárd dollárért, melyet készpénzben és részvényekben fizetett ki. Az eseményt Mark Zuckerberg, a Facebook alapítója egy Facebook bejegyzésben jelentette be.¹⁶

I.4. Magyarországi helyzet bemutatása

Ebben a fejezetben részletesebben kerül kifejtésre a közösségi oldalak Magyarországi helyzete és szerepe. Magyarországon elsőként 2002-ben találkozhattunk ilyen típusú hálózattal, ez nem más volt, mint a jelenlegi IWIW elődje, a WIW. A rövidítés a who-is-who kifejezésből ered, és egy baráti társaság ötlete alapján jött létre. Akkoriban azonban még csak szárnypróbálgatásnak indult, az igazi áttörést az jelentette, amikor 2005-ben a Telecom

¹⁴ A Twitter. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Twitter> (letöltés ideje:2016.10.04.)

¹⁵Tsukayama, Hayley: *Instagram adding ads boosts Facebook's outlook, analysts say*. The Washington Post. 2014.01.24. 25-26.

¹⁶ Instagram. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (letöltés ideje: 2016.10.05.)

csoport tulajdonába került az oldal. Ha már magyar közösségi portálokról beszélünk, akkor meg kell megemlíteni a MyVip, a BarátiKör.hu, és a MyBarát.hu elnevezésű oldalakat is. Mindegyik más felépítésű, lényegük mégis ugyan az: *közösséget kiépíteni*. Első lépés az oldalra történő regisztráció, amely megvalósulhat szabadon vagy meghívás útján. Minden felhasználó saját profillal rendelkezik, ahol személyes információkat oszthat meg magáról, képi és hanganyagot egyaránt feltölthet, csatlakozhat klubokhoz, csoportokhoz, internetes naplót vezethet, apróhirdetéseket adhat fel és élvezheti a különböző alkalmazások nyújtotta szórakozási lehetőségeket. Az egyéni kapcsolatok ápolásán túl alkalmasak üzleti, marketing célokra is, például a különböző cégek személyre szabott ajánlatokkal bombázzhatják a felhasználókat. Ezek csak kisebb próbálkozások voltak, ugyanis a világ legnépszerűbb oldalai között ezek nem szerepelnek. Egy kimutatás alapján az első három legnépszerűbb közösségi oldal a Facebook, a Youtube és a Twitter.¹⁷

I.5. A közösségi oldalak szerepe a mai generáció szemével

A mai generációnál jól észrevehető az internet térhódítása. Ez alatt olyan dolgokat értek, mint például, hogy már egész fiatal korban úgy kezelik az okostelefonokat, laptopokat, tabletoakat, mintha az mindig is életük része lett volna. Nagyon ritka az olyan fiatal, aki nincs regisztrálva valamilyen közösségi oldalon, vagy ne olvasna nap, mint nap híreket, vagy éppen ne írna blogokat. Az Internetnek a média világára gyakorolt hatásait tekintve három fontos tényezőt különböztethetünk meg: Az egyik az, hogy az Internetnek hála az emberek rengeteg információhoz férhetnek hozzá. A másik, hogy általa hétköznapi emberek kapnak lehetőséget arra, hogy véleményüket nyíltan kinyilvánítsák. A harmadik tényező, hogy segítségével csoportok szervezhetik meg tevékenységüket.

Azt már az elején érdemes leszögezni, hogy a mai generáció másként fogja fel a közösségi oldalak szerepét, mint az idősebb generáció. Míg a 18 éven aluliaknak, vagyis a Z-generáció tagjainak az a fontos, hogy minél több emberrel legyenek kapcsolatban, addig az Y (19-32 év) generációsok körében ez nem fontos.

Egy kétfázisos kutatás azt vizsgálta, hogy milyen hatást gyakorol a közösségi média az új generációkra és a fogyasztási szokásaikra. A kutatás megvizsgálta mindkét generációnál, hogy milyen szinten fontos számukra az úgynevezett *lajk*. A vélemények összességéből az derült ki, hogy a 18 éven aluli fiataloknál az számít a legnépszerűbbnek, aki a legtöbb

¹⁷Top 15 Most Popular Social Networking Sites.<http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>.
(letöltés ideje: 2016.10. 08.)

kedveléssel, ismerőssel rendelkeznek. Ugyanez az időseknél szinte egyáltalán nem volt fontos. Egy másik szempont szerint arra az eredményre jutott a kutatás, hogy a 18 éven aluli fiatalok szívesebben retusálnak és effektekkel ellátják képeiket mielőtt feltöltik azt, annak érdekében, hogy a közösségi oldalakon magukat minél jobb színben tüntessék fel. Ez az Y generációnál nem mondható el. A kutatás alapján beigazolódott az is, hogy a Z generációnak relatíve fontosabb a pozitív visszacsatolás a közösségi oldalakon, mint az Y generációnak, és hogy a közösségi média felerősíti a megfelelési kényszert az Y- és Z generáció tagjainál. Bebizonyosodott az is, hogy mindkét generáció tagjai pozitív énkép megjelenítésére törekednek a közösségi oldalakon.¹⁸ A fiatal generációról elmondható, hogy sokkal több hajlandóságot mutatnak arra vonatkozóan, hogy megosszanak valamilyen internetes tartalmat - például képet, tartózkodási helyet, aktuális állapot, életérzést - annak ellenére, hogy mind a Z, mind pedig az Y generáció tagjai egyaránt napi rendszerességgel látogatják ezeket az oldalakat, általában kapcsolattartás céljából. Végül még egy meglepő eredmény, miszerint mindkét generáció egyaránt elégedetlen magával valamilyen téren, és mások véleményeire hagyatkozva ítélik meg magukat.

A vizsgálat második felében szükségeszerű kitérni arra, hogy egyre több az a fiatal, akik már nem úgy látják ezeket az oldalakat, mint a fent említett idősebb generációk tagjai. Számtalan kutatás, felmérés jelent már meg arra vonatkozóan, hogy az egyes közösségi csatornákat milyen arányban használják a tizenévesek, de a korosztály tagjaitól származó vélemények, meglátások alapján alkothatunk igazán átfogó képet arról, mi áll ezeknek az adatsoroknak a háttérben, és mi határozza meg az ő esetükben a különböző felületekkel kapcsolatos preferenciákat. Egy tizenkilenc éves texasi fiatal vette sorra napjaink legnépszerűbb közösségi oldalait és mindegyiket a tizenévesek szemszögéből értékelte. Az tény, hogy elismeri benne, a vélemények még nem reprezentatívak, de a környezet véleményét hordozzák, amellyel érdemes foglalkozni.

Vizsgáljuk meg, minként vélekednek a legnépszerűbb közösségi oldalról, a Facebookról.

Számunkra a Facebook halott. A Facebook valami olyasmi, amit mindenki használt korábban, mert menő volt, de most már olyan, mint egy kínos családi vacsora, ahonnan nem

¹⁸Az ma a menő fiatal, akinek sok a lájkja a közösségi médiában. <http://24.hu/media/2016/08/03/az-ma-a-meno-fiatal-akinek-sok-a-lajkja-a-kozossegi-mediaban/> (letöltés ideje:2016.10.10)

*lehet lépni.*¹⁹- mondja a kutatásban résztvevő egyik személy. Gondol itt arra, hogy akármennyire is nem szeretne fenntartani profiloldalt, mégis az ismerősök, barátok általi nagy nyomás következtében nem tud kilépni ebből a világból. Az internetező fiatalok továbbá elmondták, hogy manapság csak annyira lépnek fel az oldalra, hogy megnézzék a friss híreket és informálódjanak. Negatív kritikát kapott az üzenőfalak minősége és a reklámok sokasága. A messenger részét viszont előszeretettel használják naponta többször is és elégedettek vele.

Következtetésként levonhatjuk, hogy bár a fiatalok nem szívesen használják a már elavultnak minősülő facebookot, az *internet word stats*²⁰ adatai szerint egyre több felhasználót számlál, a 3.6 milliárd internetezőből 1.1 milliárd rendelkezik facebook profillal. Ezt követi a második legnépszerűbb képmegosztó, a Twitter, mely 310 millió felhasználóval rendelkezik. A facebookkal ellentétben a kép- és videómegosztó programok, mint például a Twitter vagy az Instagram, sokkal közkedveltebbek. Egyszerűbbek, kezelhetőbbek, nincsenek zavaró reklámok. A Z generációnál már megemlített képretusálásra sokkal jobb lehetőségeket nyújtanak, a kép, videó és hanganyagok könnyebben megoszthatók, valamint ezen programok fő funkciója a lájkok gyűjtése, a képek kommentelése (értékelése, azokhoz megjegyzés fűzése), másodlagos funkcióként azonban jelen van az élő idős chat. Ezekben a megosztókon könnyedén találhatjuk meg ismerőseinket és vehetjük fel velük a kapcsolatot, ugyanakkor esélyt teremtenek olyan emberek megismerésére, akikkel addig nem még nem találkoztunk. A Twitter és Instagram programok nem igényelnek meghívót egy már aktív tagtól, a bejelentkezés teljesen szabad, így bárki számára elérhető. Folyamatosan frissülő tartalmuk egyre több és több filtert és képszerkesztő opciót tartalmaz, amely szintűgy csábító a Z generáció számára.

Összességben kijelenthető, hogy mind az Y, mind a Z generáció számára elengedhetetlen a mindennapi kapcsolattartás szempontjából a közösségi média, életük szerves részét képezi. Kapcsolatépítő és -fenntartó szerepük nem elhanyagolható, mindazonáltal rengeteg veszélyforrást hordoznak magukban a közösségi oldalak. Olyan bűncselekményi formák alakultak ki az idők folyamán a közösségi oldalakon, mint a személyes adatok megszerzése, rágalmozás, becsületsértés, zaklatás, pedofília, amely bűncselekmények elkövetői az esetek többségében rejtve tudnak tevékenykedni. A rendészeti szervek – kiemelten a rendőrség – szerepe elengedhetetlenül fontos, hogy kiemelt figyelmet

¹⁹Ezért halott a Facebook a fiatalok számára. <http://bitport.hu/ezert-halott-a-facebook-a-fiatalok-szamara> (letöltés ideje: 2016.10.11)

²⁰Social Media Website Stats. <http://www.internetworldstats.com/social.htm#world> (Letöltés ideje: 2016.10.12)

fordítson a közösségi oldalakon zajló eseményekre, mivel a valós életben elkövetett bűncselekmények a virtuális térben is szedik áldozataikat. A virtuális térben élő személyek is igénylik a hatóságok védelmét és jelenlétét. A közösségi oldalak megkönnyítik a mindennapi kapcsolattartást és információcserét egymás között, azonban megannyi veszélyt is rejtnek magukban. A kiberbiztonság erősítése minden állam elsődleges feladata kell, hogy legyen, hiszen nem csak az állampolgárok szubjektív biztonságérzetét rontja, ha a közösségi oldalakon támadás éri őket, hanem a kritikus infrastruktúrák biztonságos működését is veszélyezteti a kiberbűnözők illegális tevékenysége.

II. A közösségi média szerepe a válsághelyzetekben

II.1. Franciaországi terrorcselekmények, rendőrgyilkosságok és terrorcselekmények az USA-ban

A brüsszeli terrorfenyegetettség erősödésének hatására a belga rendőrség számos különleges intézkedést vezetett be, amelyek között szerepelt az is, hogy megkérték a lakosságot, hogy a közösségi oldalakon keresztül ne tudósítsanak a rendőrök mozgásáról. A brüsszeli rendőrség okkal feltételezhette, hogy a lakosság által a közösségi oldalakon megosztott posztok a rendőri intézkedésekről, a rendőri jelenlétekről komoly kockázatot jelent az elkövető terrorista személyek felkutatása során. A lakosság által szolgáltatott - gyakorlatilag percre pontos - frissítésekből könnyen kikövetkeztethetővé vált a nyomozás aktuális státusza, a tervezett házkutatások, átvizsgálások.

Ennek elkerülése érdekében Steven Vandeput, a belga védelmi miniszter saját twitter oldalán felhívást tett közzé, melyben arra kérte a lakosságot, hogy segítsék a rendőrség munkáját azzal, hogy nem tesznek közzé rendőri akciókkal kapcsolatos állapotfrissítéseket.²¹ A megszólítottak azonnal reagáltak a felhívásra, és macskás képeket kezdtek posztolni olyan leírásokkal, melyeknek a szövegei rendőrségi akciókról szóló jelentéseket utánoztak. A belga internetezők bár megtalálták a tragikus esemény humoros oldalát, azonban az eset nagyon jól jelképezi, mekkora hatalomra tett szert a közösségi média a különböző krízishelyzetekben és a rendőrségi akciók kezelésében.

²¹A közösségi média szerepe válsághelyzetekben.
http://mtmi.hu/cikk/823/A_kozossegi_media_szerepe_valsaghelyzetekben. (letöltés ideje: 2016.10.02.)

A közösségi média a rendőrség szempontjából nézve kétélű fegyver. A házkutatásokról, lezárásokról, helyszínbiztosításokról és különböző akciókról történő valós idejű közvetítések, tudósítások, posztok könnyen a bűnelkövetők eszközévé válhatnak az igazságszolgáltatás elöl való menekülés során, azonban a rendőrség is könnyedén a saját oldalára állíthatja ezt a hatalmas információáradatot kezelő hálózatot. Manapság nagyon sok információt osztunk meg önszántunkból ezeken az oldalakon, így a rendőrség is könnyebben felfedezheti és megfigyelheti az esetlegesen gyanúba keveredett személyeket.

Az ilyen közösségi médiákon történő információgyűjtést nevezzük *OSINT*-nak (open source intelligence). Ez az információszerzési lehetőség bárki számára elérhető, legális és gyakorlatilag napra kész adathalmaz. Ugyanakkor nem szabad megfeledkezni arról az oldaláról sem, hogy ezek az információk ellenőrizetlen, kétes források, melyek könnyedén félrevezethetnek akár nagy tömegeket is. Erre tökéletes példa a párizsi merényletet követő, kezdetben viccnek induló fotó, melynek elbírálása hamar éles fordulatot vett. Veerender Jubbal kanadai videójáték-blogger saját maga által közzétett képét valaki több helyen is módosította, melynek következtében a szikh vallású férfi ártatlan fürdőszobai szelfije rögtön terroristaképpé alakult át, és a közösségi oldalakon villámgyorsan elterjedt, mint a támadások egyik elkövetőjének akció előtti fotója.²² A kép hihetetlen gyorsasággal ismertté vált az interneten, és hamar bekerült az újságokba is. Bármiféle ellenőrzés nélkül átvette Európa legnagyobb bulvárlapja, a német Bild, közzétette a Twitteren az olasz Sky TG24 tévéadó, a spanyol La Razón című újság még a címlapjára is kitette, egy az ISIS-hez közelálló Facebook-oldal pedig azzal az aláírással közölte, hogy a tudósítások szerint ő az egyik testvérünk, aki végrehajtotta a dicsőséges, Párizs elleni támadást.

Hasonló téves információk tucatjai kezdtek terjedni a közösségi oldalakon a lekapcsolt Eiffel-toronnyal, üres párizsi utcákkal, terrorista bevándorlókkal és más részletekkel kapcsolatban, melyekről azonban később mind kiderült, hogy csúsztatások vagy hamisítások. A közösségi oldalak egyik újítása a stream, vagyis az élő közvetítés. Ez az opció okolható az Amerikai Egyesült Államokban történt sorozatos rendőrgyilkosságokért.²³ Ugyanis élő közvetítésben került ki egy eset a világhálóra, amit napokon belül 4 millióan tekintettek meg

²² Ashitha Nagesh: *Nice attack: Man wrongly identified as being behind Bastille Dayterror*. Metro UK. 2015.07.15.

²³ Facebook live streaming of us police shooting of a black man leads. <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/07/07/facebook-live-streaming-of-us-police-shooting-of-black-man-leads/> (letöltés ideje: 2016.10.12)

facebookon. Ezt követően a rendőrt megvádolták, hogy faji előítéletek miatt lőtt rá a gépkocsiban ülő férfira. Ez azonban nem derül ki a közzétett videóból. Az esetet követően több rendőrrre is rálöttek az utcán, melyeknek halálos kimenetele is volt. A közösségi médiák ellenőrizetlenül közzétett hírei befolyásolják a tömegeket és súlyos bűncselekmények kimenetelére adhatnak okot.

Mindazonáltal megállapítható, hogy pozitív hozadéka is van a közösségi médiának.

Több internetes portál beszámolt arról, hogy a párizsi terrortámadások során a közösségi média milyen jelentős segítséget nyújtott a párizsi lakosok számára. Kezdve onnan, hogy a facebook újonnan bevezetett funkciójának hála a felhasználók egyszerűen tudathatták ismerőseikkel, hogy biztonságban vannak, azon keresztül, hogy párizsi lakosok százai jelentkeztek twitteren, hogy befogadnak bárkit, aki nem tudott éppen biztonságban hazajutni aznap este egészen odáig, hogy az Airbnb is arra kérte a lakásokat kiadókat, hogy nyissák meg otthonaikat azok előtt, akiknek nem volt hova menniük. A bemutatott példák mind a pozitív mind a negatív oldalt jól bemutatják a közösségi média világának. A közösségi médiák krízishelyzetben való segítése nem elhanyagolható tényező, beszéljünk akár arról, hogy az információáramlás egyik leggyorsabb módját képezik, beszéljünk akár az előre megírt programok (google person finder)²⁴, alkalmazások sokaságáról, amik ilyen helyzetben a bajbajutottak segítségére lehetnek, illetve a legkézenfekvőbb opciójukról, hogy a segítségre szoruló és a segíteni vágyók egy felületen tudnak kapcsolatba lépni egymással. Ugyanakkor azt is jól szemlélteti, hogy a médiák nem megfelelően ellenőrzik forrásaikat, és hogy ezek a közösségi médiák egész szervezeteket képesek pillanatok alatt a tömeg ellen fordítani. Ennek oka nem feltétlenül a szándékosság. Ezek a hírportálok próbálnak lépést tartani a közösségi oldalakon terjedő hatalmas információáradattal és minél nagyobb nézettséget/olvasóközösséget igyekeznek kiépíteni. Ennek okán mulasztják el a közzétett hírek forrásainak ellenőrzését.

Megállapíthatjuk tehát, hogy bár a közösségi média sokszor nehezíti a XXI. századi emberek életét, és olyan problémákat okoz, amelyek a régi korokban fel sem merültek, ugyanakkor katasztrófák, krízishelyzetek idején megfelelően használva, már-már közszolgálati segítség lehetősége rejlik benne, amely a korábbi időkben elképzelhetetlen lett

²⁴ Google person finder. <https://google.org/personfinder/global/home.html> (letöltés ideje: 2016.10.11)

Google person finder history. https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Person_Finder (letöltés ideje: 2016.10.11)

volna.²⁵ Megfelelő célra használva, árnyoldalait is ismerve és azok ellen védekezve a közösségi médiák a XXI. század szerves részét képezve a krízishelyzetek megoldásának kulcsát képezhetik a jogkövető magatartást tanúsító lakosság aktív bevonásával az egész világon.

II.2. A magyar rendőrség szerepvállalásának kiszélesítése a közösségi oldalak vonatkozásában

Az internet számos lehetőséget nyújt az oktatás és a társadalom közösségi életének minden területén. Azonban nem hagyható figyelmen kívül, hogy a gyerekek ki vannak téve olyan veszélyeknek is, amelyek kortól és földrajzi helyzettől függetlenül jelen vannak az egész világon. A gyermekek jogait sértő képek, felnőtt tartalmak kerülnek fel az internetre; felnőtt internetes támadók szexuális irányultságú beszélgetésekbe vonják be a gyanútlan fiatalokat és internetes zaklatás teszi tönkre sok fiatal életét.²⁶ A regisztráció során gyakran nem veszik figyelembe a felhasználói licencszerződéseket, amelyekben le van írva mind a szerzői jogra vonatkozó tartalom, mind az adatvédelem módja. Az adatvédelmi beállításokkal könnyűszerrel kivédhető az adatahalászati tevékenység egy jelentős része, azonban ezen beállításokkal rengeteg felhasználó nincs tisztában, a veszélyt nem érzékelik reálisnak. Ennek a valós veszélynek a megelőzéseként a magyar rendőrség már régebb óta tájékoztató előadásokat tart a fiataloknak és az idősebb korosztály számára, az internet és a közösségi oldalak veszélyeiről. A közösségi oldalakat használó fiatalok könnyen válhatnak bűncselekmények áldozatává, vagy akár elkövetőjévé úgy, hogy közben nem is érzékelik a valós problémát.

A prevenció érdekében a rendőrök a biztonságra nevelő iskolai programjaik végrehajtása során (D.A.D.A., Ellen-szer), az osztályfőnöki órák keretében, szülői és tantestületi értekezleteken tartott előadásaik mellett fontosnak tartják, hogy a gyerekek nevelésében közreműködő más munkatársak is kapjanak tájékoztatást a munkájukat segítő

²⁵Közösségi média, mint remény katasztrófa idején.
http://mtmi.hu/cikk/740/Kozossegi_media_mint_remeny_katasztrofa_idejen (letöltés ideje: 2016.10.12)

²⁶ A gyerekek online biztonsága.<http://unicef.hu/a-gyerekek-online-biztonsaga/> (letöltés ideje: 2016.10.12)

információkról.²⁷ Kézenfekvő megoldás lenne, ha a rendőrség közvetlenebb módon lenne jelen a facebookon, valamint egyéb közösségi oldalakon, hogy a fiatalokat saját közegükben szólítsák meg. Elsődleges szempontként kijelenthetjük, hogy a tájékoztatás, a figyelemfelkeltés elengedhetetlen a már korábban megfogalmazott közösségi oldalakhoz kapcsolódó bűncselekmények elkerülése érdekében. Szükséges lenne egy olyan rendszer kiépítése, ahol a fiatal internetezők közvetlen módon tehetnék fel kérdéseiket a közösségi médiák használatával kapcsolatban a rendészeti szervek számára, és ezekre szakszerű, jól érthető, biztos forrásból származó válaszokat kapnának. Ez a megoldás kölcsönösen előnyös lenne, hiszen a közösségi rendőrség a public relation²⁸ (közönség kapcsolat) lényege a bizalom felkeltése, kialakítása, fenntartása, ez a kommunikáció tudatos kiépítése, melynek segítségével fokozható a szervezet ismertsége, elismertsége, elfogadottsága és megbecsültsége.

II.3. A közösségi tartalmak rendvédelmi vonatkozásai: Bűnfelderítés

A közösségi oldalak kétélű fegyverek. Az igazságszolgáltatás elől menekülők hasznára lehet a rendőrség elkerülése céljából, ugyanakkor a rendőrség számára is könnyen nyomravezető lehet egy-egy poszt, chat, vagy állapotfrissítés. Ennek kiaknázása hazánkban nem bizonyított, az Országos Rendőr-főkapitányság nem támasztja alá, hogy nyomozásai során használna bármilyen közösségi oldalt az elkövetők felkutatására. Ellentétben az Amerikai Egyesült Államokkal, ahol már megfigyelhető ez a tevékenység, olykor nem feltétlenül legális módon. Egy nemrég közzétett anyagból kiderül, hogy az FBI előszeretettel használja a közösségi oldalakat a nyomozáshoz, alibik igazolásához vagy cáfolatához és a bűncselekmények felderítéséhez. A dokumentumhoz az EFF szabadságjogi szervezet jutott hozzá, miután az információszabadságról szóló törvény nevében kikérte az adatokat az amerikai Igazságügyi Minisztériumtól.²⁹ Nemcsak az Amerikai Egyesült Államokban figyelhető meg a közösségi médiák bűnfelderítésre történő felhasználás. Az *Open Source Intelligence* (OSINT), vagyis a nyílt forrású információszerzés egy olyan, eddig alig

²⁷Közösségi oldalak veszélyeiről.<http://www.police.hu/hirek-es-informaciok/bunmegelozes/internet-biztonsag/kozossegi-oldalak-veszelyeirol> (letöltés ideje: 2016.10.12)

²⁸ A közösségi hálózatok és a közösségi rendőrség kapcsolata. (Mi keresni valója van a rendőrségnek a Facebookon?)
http://epa.oszk.hu/02500/02538/00008/pdf/EPA02538_nemzetbiztonsagi_szemle_2015_01_026-051.pdf

²⁹Mit művelnek a rendőrök a facebookon.
http://index.hu/tech/2010/03/30/mit_muvelnek_a_rendorok_a_facebookon/ (letöltés ideje: 2016.10.12)

kiaknázott lehetőséget nyújt az igazságszolgáltatás számára, ami az online közösségi médiák előtt nem állt rendelkezésükre. Ez a nyílt forrású információszerzés lehet a kulcsa a hatékonyabb bűnfelderítésnek, bűnmegelőzésnek. A közösségi média további előnye a rendőrség szempontjából, hogy a lakosság érdekében elért eredményeket a lakosság számára is ismertté teheti. Ennek célja, hogy tudatosítsa a lakosságban: a rendőrség munkája értük van. Ez az úgynevezett bizalomépítő rendőrség (*reassurance policing*). A közösségi oldalak és egyéb közösségi médiák előnyeként vehető számba a nagy tömegek megmozgatása és a gyors hírközlés. Ezt használta ki az Országos Rendőr-főkapitányság a kormány augusztus 10-ei döntését követően, miszerint háromezer fővel bővítik ki a határvadászszázadok létszámát. Ez az illegális migrációs nyomás növekedése miatt vált szükségessé. Papp Károly országos rendőrfőkapitány sajtótájékoztatóján jelentette be, hogy a rendőrség szeptember elsején kezd toborzást a többi közt a megyei és a járási kormányhivatalok, valamint a pályaaorientációs iskolák bevonásával, de felhasználják a közösségi média nyújtotta lehetőségeket is.

A gyors toborzás érdekében elindult az Országos Rendőr-főkapitányság határvadász-toborzó facebook oldala,³⁰ melyen a Készenléti Rendőrség Határvadász Bevetési Osztályainak állományába járőrtárs beosztás betöltésére kínáltak lehetőséget. Ezen a facebook oldalon minden szükséges információ elérhető volt. Ez nagyon jól megmutatja, hogy a közösségi média mekkora erővel bír az emberek informálásával kapcsolatban.

Összesítve kijelenthetjük, hogy a közösségi médiák szükséges résztvevői a mindennapjainknak. A rendőrségi szerepvállalás tekintetében mind a felhasználók védelmének érdekében, mind a bűnmegelőzésben, mind a bűnfelderítésben nagy lehetőségeket nyújtanak ezek az oldalak. A lakosság gyors és biztos tájékoztatásának módját kínálják ezek az online felületek. Ezeknek a lehetőségeknek a kiaknázásával egy még hatékonyabb és közvetlenebb rendőrség építhető ki, amely a lakosság számára bizalmat sugároz, és közvetlenebb elérhetőséget nyújt rendkívüli helyzetek kialakulása esetén.

³⁰ Facebookon toboroz határvadászokat a rendőrség <http://24.hu/kozelet/2016/08/24/facebookon-toboroz-hatarvadaszokat-a-rendorseg/> (letöltés ideje: 2016.10.12)

Határvadász-képzés: Jelentkezz még ma! <https://www.facebook.com/hatarvadaszkepzes/?fref=ts> (letöltés ideje: 2016.10.12)

III. A közösségi tartalmak biztonságpolitikai kérdései

III.1. A közösségi média árnyoldala

Közösségi hálók igen nagy népszerűségnek örvendenek napjainkban. Ez azonban nem csupán a technológiai fejlődésnek, hanem a társadalmi szokásoknak, viselkedésnek és a szociális kapcsolatok átalakulásának is köszönhető. Az adatvédelem így nem csupán technológiai kérdéseket vet fel, hanem az emberi felelősséget is nagyban próbára teszi. Behálózott társadalmunkban, ahol életünk minden területét meghatározza, hogy fent vagyunk az interneten, számos új kockázat és kihívás jelenik meg: *hekkelés*, *szervetámadás* és egyéb technikai fejlettség okozta kockázatok. A közösségi oldalak kapcsán egyre többet lehet hallani a kockázatokról, a veszélyekről, és a visszaélésekről. A közösségi portálok, amelyeket mindennap használunk (Facebook, Twitter) a legdinamikusabban fejlődő webkettes szolgáltatások közé tartoznak. Hatalmas lehetőségek rejtőznek bennük és persze hatalmas kockázatok is. A következőkben a közösségi oldalakban rejlő veszélyforrások kerülnek bemutatásra.

Akár mennyire is úgy tűnik, amiket ezekre a népszerű közösségi oldalakra posztolunk, legyen az csak egy fénykép, ártatlannak tűnnek, és nem jelentenek veszélyforrást, de sajnos ez nem minden esetben van így. Kikerülnek az ellenőrzésünk alól, ezáltal elérhető lesz a nyilvánosság számára. Észre sem vesszük, mennyi személyes adatot osztunk meg magunkról idegenekkel, amely hatalmas veszélynek teszi ki a szolgáltatásokat használók százmillióit. A rengeteg megosztott információ mágnesként vonzza a rosszindulatú kíváncsiskodókat, kémkedőket, számítógépes bűnözőket, sőt még a hatóságokat is, amelyek adatbányászati módszerekkel igyekeznek megelőzni a bűncselekményeket, illetve felderíteni a már megtörtént eseteket. Az évek teltével ugyan sokan visszafogták a közösségi tevékenységüket, odafigyelnek az adatvédelmi beállításokra és megfontolják, mit tesznek közzé, de még így is akadnak felelőtlen emberek. Nézzünk meg néhány példát, mit lehet kezdeni a nyilvánosságra hozott adatainkkal, milyen hatása lehet egy rosszul készült képnek.

A hackerek mindent megtesznek annak érdekében, hogy programkódot írjanak az okostelefonok feletti ellenőrzés megvalósítása érdekében, valamint különféle trükkökkel próbálják manipulálni az embereket. Tevékenységük olyan jól álcázott, hogy egy hétköznapi ember számára ezekből a cselekvésekből semmi sem tűnik fel. Amikor kipoztolunk valamit az oldalunkra vagy képet töltünk fel, azt akármelyik ismerősünk véletlenül vagy akár szándékosan nyilvánossá teheti. Innentől kezdve már mindenki számára elérhetővé válik.

Érdeemes az adatvédelmi beállításokat úgy beállítani, hogy megosztott tartalmainkat csak ismerőseink, barátaink láthassák.

Sokan nem is gondolják, hogy egy megosztott képünkkel akár egy jól fizető állástól foszthatnak meg minket. Ugyanis már egyre több cégvezető nézi meg az álláshirdetésre jelentkezők Facebook profilját azzal a szándékkal, hogy kiszűrje esetleges szélsőséges tulajdonságaikat, cselekvésüket. Egy másik eset is egy teljesen hétköznapi példa. Egy barátunktól, közeli ismerősüinktől akár egy rokontól kapott üzenet is rejthet veszélyeket. Ugyanis kaphatunk egy videót, melyről azt hisszük, hogy érdekes lehet számunkra, azonban az árnyoldalával már nem vagyunk tisztában. Az ilyen hivatkozások egy új szoftver letöltésére vagy lejátszónk frissítésére ösztönöznek minket, azonban, ha elindítjuk ennek letöltését, máris megfertőzzük gépünket. Ezzel sajnos itt még nincs vége. Innentől kezdve adatlapunk folyamatosan üzenetet küld ismerőseinknek ezzel a videóval, így a vírust terjesztjük is. Ezáltal a hackerek ezernyi gépet vonnak ellenőrzésük alá.³¹ Sajnos ezek még mindig nem tartoznak a legveszélyesebb dolgok közzé. Egy megdöbbentő amerikai esettanulmány keretén belül kívánjuk bemutatni, hogy milyen további veszélyek várhatnak a gyanútlan személyekre: Alicia Kozakiewicz 13 évesen vált egy internetes ragadozó áldozatává. A 38 éves, perverz férfi markáiból négy nap elteltével szabadult az FBI segítségével. Alicia azóta idejének nagy részében iskolákban, fórumokon beszél megpróbáltatásairól és harcol azért, hogy a felnőttek (szülők, politikusok stb.) tegyenek meg mindent a gyermekek védelme érdekében. Alicia egy összetartó család tagjaként nevelkedett. Későbbi elrablójával egy internetes chat-fórumon ismerkedett meg. Annak ellenére, hogy félénk kislány volt, mégis beleegyezett, hogy találkozik az idegen férfival. Így 2002. január 1-ének éjszakáján kísétált házuk ajtaján és beszállt a férfi autójába, aki elvitte a lányt saját otthonába. A kislányra 4 nap földi pokol várt: a férfi, aki elrabolta verte, láncokkal megkötözte, árammal sokkolta, karjánál fogva felakasztotta és úgy ütötte, szexuálisan kizsákmányolta. A kislány életét az mentette meg, hogy elrablója barátainak hencegve, képeket töltött fel az internetre a kínzásokról, sőt online, webkamerával is közvetítette ezeket. A férfi egyik barátja, aki látta az újságokban a kislány fényképét, megijedt és bejelentést tett a rendőrségnek, így találta meg Alicia-t az FBI a férfi hálószobájában megkötözve, a nyakánál fogva a földhöz láncolva.³² Ez az esettanulmány jól mutatja, hogy nem csak a felnőttek, de a

³¹Közösségi oldalak veszélyei - Csak óvatosan a megosztásokkal! <http://pcworld.hu/kozosseg/kozossegi-oldalak-veszelyei-csak-ovatosan-a-megosztasokkal-152928.html> (letöltés ideje: 2016.10.07.)

³²A közösségi oldalak veszélyei. <http://pecs.hit.hu/a-kozossegi-oldalak-veszelyei/> (letöltés ideje: 2016.10.07.)

fiatalabb generáció is hatalmas veszélynek van kitéve. Azt hinnénk, hogy csak a közösségi oldalak rejtenek veszélyeket. A közösségi médiának számos további veszélyforrása lehet.

A közösségi média számtalan lehetőséget kínál a kapcsolattartásra, a kommunikációra és a marketingre, hatása az élet minden területén érződik. Az internet és az erre épülő közösségi média állandó és azonnali információforrás. A közösségi média számtalan új lehetőséget teremt, ugyanakkor számtalan új kihívás elé is állítja a szervezeteket, amely rengeteg kockázatot hordoz magában. Az érintett felek ma már egyre inkább hajlanak arra, hogy saját kezükbe vegyék a kezdeményezést, és maguk járjanak utána az információknak. Mára az elsődleges információforrás a közösségi média lett. A közösségi média nem egyszerűen csak gyorsabb információs csatorna, hanem a legújabb és legmeghatározóbb médium, ami átírja a hagyományos média és a szervezetek szerepét, megváltoztatja a befolyásukat, miközben hatalommal ruházza fel az új aktivistákat, a közösségi média fogyasztókat – az otthoni monitor előtt ülő hétköznapi polgárokat. A közösségi médiában megjelent információnak sok különböző formája létezik, beleértve a fórumhozzászólásokat, a blogbejegyzéseket, kép-, videó-, és hanganyagokat és még sorolhatnánk. A közösségi média technológiák közé tartoznak többek között a blogok, a videóblogok, a kép- és videómegosztó oldalak, üzenőfalak, e-mail üzenetek, üzenetküldő szolgáltatások és programok, és a zenemegosztás is. A legújabb trend, hogy ezeket a technológiákat egyetlen felületbe integrálják, mint például a Ning vagy a Network.hu oldalak.³³

A megalapozatlan pletykák, a hírek, az árfolyamok, az új kutatások eredményei mind azonnal felkerülnek az üzenőfalra, és elérhetővé válnak a nyilvánosság számára. Ma már kevésnek bizonyul, ha a sajtóanyag egyszerűen csak felkerül a honlapra, a siker érdekében a webes tartalmak minél szélesebb eszközrendszerét kell alkalmazni: blog, podcast, RSS, videó, hasznos forrásokra mutató linkek. A közösségi média tökéletes platform a társadalmi mozgalmak szervezésére, vélemények megfogalmazására, érdekcsoportok kialakítására, együttműködésére. A társadalmi mozgalmak eszköztárában ma már a webcast, a Facebook profil, a vírusvideók, virtuális konferencia vagy több ezer olvasóval rendelkező blog szerepel. S ezek gyorsabban viszik előre ügyüket, mint bármi más médium.

A közösségi média az egyenlőség híve – az interneten minden információ és minden ember egyenlő. Senkinek nem kérdőjelezhető meg a hitelessége, és ilyen módon mindenki szakértő, a források pedig végtelenek. Mindenből lehet hiteles forrás anélkül, hogy a

³³A közösségi média. https://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6z%C3%B6ss%C3%A9gi_m%C3%A9dia (letöltés ideje: 2016.10.09.)

felhasználónevén vagy nickjén kívül bármit is tudni lehetne róla. Az anonim felhasználók pedig fontos kockázati tényezők, hiszen bárki elindíthat egy pletykát úgy, hogy közben eltitkolja személyazonosságát. A felhasználók által megadott adatok olyanok kezébe kerülhetnek, akiknek ehhez nincs hozzáférési jogosultságuk. Az illetéktelen felhasználás pedig innen már csak egy lépés. A kiadott adatok felett nincs kontrollja sem a felhasználónak, és nem megfelelő védelmi rendszer esetén még az oldalak üzemeltetőinek sem. Jogosan merül fel a kérdés: ki a hibás, ha nem publikus megosztásra szánt adatok kerülnek nyilvánosságra, valamint ki a felelős azok illetéktelen használatáért?

III.2. A közösségi média és a közösségi oldalak összehasonlítása

Nehéz pontosan meghatározni a közösségi média fogalmát és elemeinek körét. Annyit azonban kijelenthetünk, hogy a közösségi média és a közösségi oldalak nem egymás ellentétei. A közösségi médiák összefoglaló elnevezése alá tartoznak a közösségi oldalak, mint például a Facebook és a Twitter. A közösségi oldalak csupán egyetlen pillérét képezik a közösségi médiáknak. Nem található egységes megfogalmazás a közösségi médiára. Szinte minden definíció más irányból közelíti meg a témát. A közösségi média egy rendkívül szerteágazó és dinamikusan fejlődő online tér. A közösségi média³⁴ kifejezés alatt azokra az online platformokra és eszközökre gondolunk, amelyek lehetővé teszik, hogy az emberek véleményüket megosszák másokkal. A közösségi média megjelenési formája változatos lehet. A hangsúly arra helyeződik, hogy ezeket a tartalmakat elsősorban emberek és nem szervezetek terjesztik. Következő lényeges jellemzőjük, hogy ezek a tartalmak ingyenesen, vagy minimális költséggel érhetők el.³⁵ Mindazon felület, ahol egy közösség tagjai kapcsolatot tudnak teremteni és tartani nem csak egymással, egymás közt, hanem a hálózat természetéből adódóan újabb tagok meghívásával, illetve csatlakozásával addig ismeretlen személyekkel, csoportokkal, vállalkozásokkal is. Általánosságban kimondhatjuk, hogy a közösségi média olyan internetalapú alkalmazásokból áll, amelyek a web 2.0-ra, mint technikai felületre építenek, és felhasználók által létrehozott tartalmak cseréjét teszik lehetővé. Ezek olyan új online információforrások, amelyeket a felhasználók hoznak létre,

³⁴ A közösségi média, mint online stratégiai eszköz. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/886/1/MKE_GM_mok2012.pdf (letöltés ideje: 2016.10.12)

³⁵A közösségi média fogalma. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/0007_e4_digitalis_marketing_scorm/a_kozossegi_media_fogalma_w0NOGk1cQOiR2A0n.html (letöltés ideje: 2016.10.12)

kezdeményeznek, áramoltatnak és formálnak. Ezen információk nagymennyiségű adatot képeznek, melyek szinte percre pontosak, azonban ennek áraként gyakran kétes információt képeznek, melyek ellenőrizetlen forrásokból származnak.

A közösségi oldalak olyan portálok, melyeken a felhasználók regisztráció után saját profilt hozhatnak létre, majd más felhasználókkal léphetnek kapcsolatba. Ezek az oldalak alkalmasak új és már meglévő kapcsolatok teremtésére és fenntartására. A résztvevők képesek személyes fényképeket, videókat, hangfájlokat vagy blogokat is létrehozni vagy megosztani mások által feltöltött híreket, tehát szinte bármilyen típusú információ közzétételére alkalmasak.

III.2.1. A közösségi média pillérei

- A blogok egy speciális típusai a mikroblogok (pl. Twitter), amelyek leginkább átmenetnek tekinthetők a blogok és a közösségi oldalak között, a felhasználók pedig képesek felületükön rövid üzeneteket küldeni és olvasni.
- A kollaboratív projektek (pl. Wikipedia) során a tartalmak előállítására több felhasználó által közösen történik és időben akár párhuzamosan is történhet, illetve itt a társszerzők egyben végfelhasználók is.
- A tartalommegosztók olyan közösségeként írhatóak le, ahol a felhasználók megosztanak különböző médiatartalmakat.
- Megkülönböztethetünk videómegosztó (pl. YouTube) és képmegosztó (pl. Flickr) oldalakat.
- A közösségi híreket tartalmazó weboldalak lehetővé teszik bármilyen információ megosztását az internet bármelyik részéről.
- A virtuális világok olyan háromdimenziós környezetet biztosítanak, ahol a felhasználók személyre szabottan jelenhetnek meg virtuálisan, és a valós élethez hasonlóan kerülhetnek egymással kapcsolatba.

Megállapítható, hogy a közösségi oldalak jobban fókuszálnak a párbeszédre, elsődleges szempontjuk a kapcsolatteremtés, építés, fenntartás. Közösségi oldalnak minősül minden olyan internetes felület, ahol kialakulhat valamilyen kommunikáció, interakció a felhasználók között. Ide sorolhatók a web áruházak, aukciós oldalak, fórumok, etc. minden olyan oldal, ahol van hozzászólási lehetőség, illetve valamilyen közösségi funkció.³⁶

³⁶ Közösségi média. <http://mediapedia.hu/kozossegi-media> (letöltés ideje: 2016.10.11)

III.2.2. A közösségi média megjelenése

Magyarországon a közösségi média első érdemi állomásának 1996-ot tekinthetjük, amikor a Kulturális és Kommunikációs Központ Alapítvány Internet Műhelyében a látogatók, előzetes regisztráció után ingyenesen böngészhettek az interneten. Ugyan ebben az évben jelent meg a Heuréka, az első hazai keresőszolgáltatás. Majd az Internetto kezdeményezésével különböző közösségi szolgáltatások, fórumok, e-mail. Elsőként az elektronikus levelek kezelésére a nemzetközi Hotmail, majd 1997-ben a magyar fejlesztésű Freemail nyújtott ingyenes levelezésre lehetőséget. 1998-ban jelent meg a mai blogok elődje, a Freeweb. Itt a résztvevők személyes honlapokat hozhattak létre, ahol a látogatókat a megosztott szöveges tartalom mellett vendégkönyv várta, amelyben hozzá tudtak szólni a szerkesztők által megosztott tartalmakhoz. 1999-ben megalakult a Startlap, az első magyar internetes linkgyűjtemény. Ezzel párhuzamosan az internetezők száma is jelentősen megugrott. 2001-től indultak el az első igazi hazai blogok, amelyek ma már milliós nagyságú olvasóközönséggel bírnak.³⁷ A XXI. században a közösségi médiák használata mindennaposnak tekinthető. A világ teljes lakosságának több mint 49%-a használ napi rendszerességgel internetet, ez csaknem 3,6 milliárd fő. Ennek 76%-a használ valamilyen közösségi médiát (közösségi hálózathoz csatlakozik, blogot ír vagy olvas). Kiugróan magas adatot mutat a világ legnagyobb közösségi oldala, a Facebook, amely 1,1 milliárd regisztrált felhasználót számlál az Internet World Stats adatai³⁸ szerint. A legnépszerűbb mikroblog szolgáltatón, a Twitteren 310 millió aktív felhasználó van jelen, akik legalább naponta egy alkalommal bejelentkeznek az oldalra. Ezzel egy időben a YouTube video megosztó oldalon több, mint 24 órányi videó tartalmat töltenek fel minden percben.³⁹

Megállapíthatjuk, hogy az internetfelhasználók száma egyre bővül, ezzel egy időben és egyenesen arányosan a közösségi médiákat látogatók, formálók száma is rohamosan növekszik. A közösségi média jelensége tagadhatatlanul hatással van mindennapi életünkre, hiszen ezen portálok a legfőbb információforrásaink. Következtetesként levonható, hogy a

³⁷A közösségi média előzményei. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/0007_e4_digitalis_marketing_scorm/a_kozossegi_media_elozmenyei_9kDI64BT8N14gbJn.html (letöltés ideje: 2016.10.12)

³⁸Internet World Stats. Internet Users in Europe November 2015. <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (letöltés ideje: 2016.10.12)

³⁹Social Media Websites Stats. <http://www.internetworldstats.com/social.htm#world> (letöltés ideje: 2016.10.12)

közösségi oldalak a személyes kapcsolatok mindennapjainak szerves részét képezik. A közösségi médiák a hagyományos médiákkal szemben egyre jelentősebb szerepet töltenek be.⁴⁰ Naprakész, könnyen elérhető nagymennyiségű adattal szolgálnak, azonban ennek árnyoldalát képezik a megkérdőjelezhető források, szakszerűtlen portálok, téves információk.

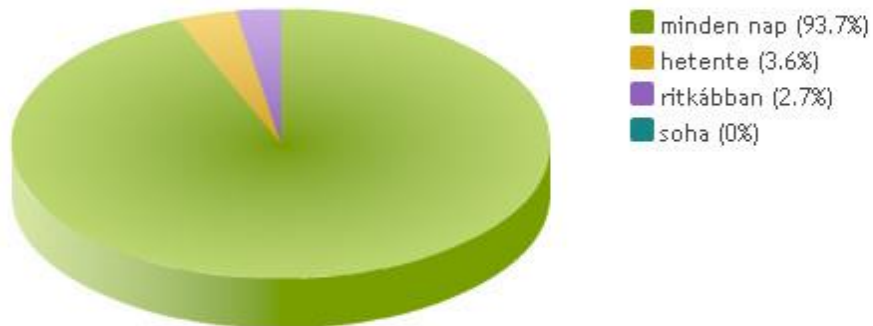
IV. A rendőrség és a közösségi tájékoztatás szerepének kérdőíves kutatása

A tanulmány hipotéziseket fogalmazott meg a közösségi oldalak és a rendőrség kapcsolatrendszerére vonatkozóan. A közösségi oldalak szempontrendszerét vizsgálva a közösségi tájékoztatás viszonyrendszerének egyes elemei kerültek vizsgálat alá, kiemelten a rendőrség szerepvállalásának szempontjából.

A kérdésekre adott válaszok esetében az anonimitás biztosítva volt. A kérdőív tíz kérdést tartalmazott, amelyet online felületen keresztül lehetett elérni és terjeszteni. Az online kutatás 2016.08.28-tól, 2016. október 5-ig került végrehajtásra. A kérdőívet 111 személy töltötte ki. Férfi válaszadók száma: 47. Női válaszadók száma: 64. Életkori átlag: 24,1 év.

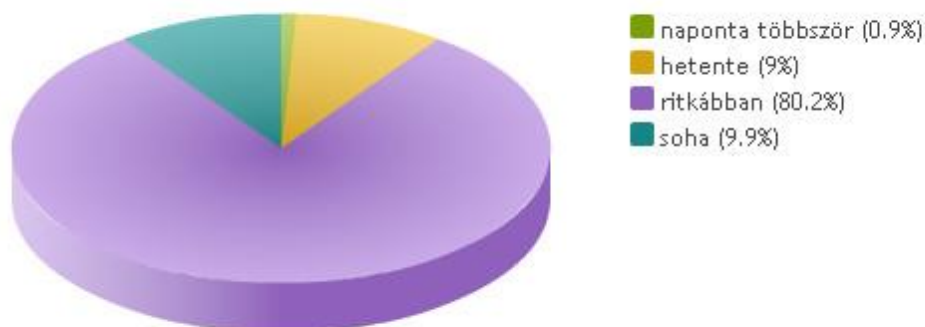
⁴⁰Social Media Usage: 2005-2015. <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
(letöltés ideje: 2016.10.12)

Milyen gyakran használja a közösségi oldalakat (facebook, instagram, twitter)



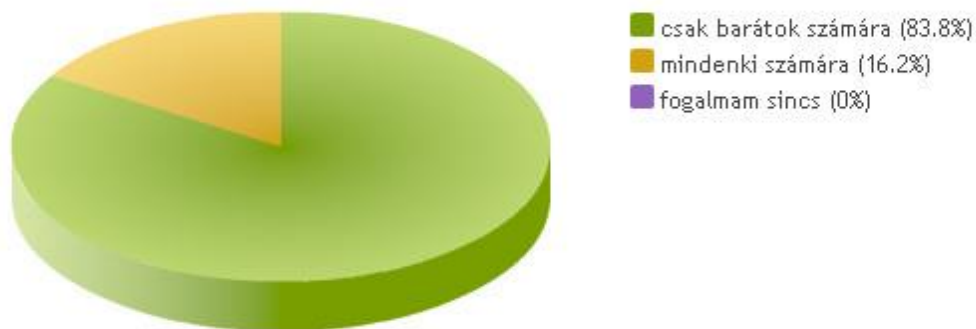
Az első kérdés a közösségi oldalak használatára irányult. A válaszadók 93,7 %-a napi rendszerességgel használja a közösségi oldalakat. A kérdésekre adott válaszokból megállapítható, hogy a közösségi oldalak társadalmi jelentősége meghatározó tényező, ezért a számos vonatkozás mellett, rendvédelmi oldalról is szükséges vizsgálni, mind a megjelentetett tartalom, mind a felhasználók viktimológiai és bűnelkövetési magatartásának szempontjából.

Milyen gyakran posztolja képeit, esetleg aktuális tartózkodási helyét?



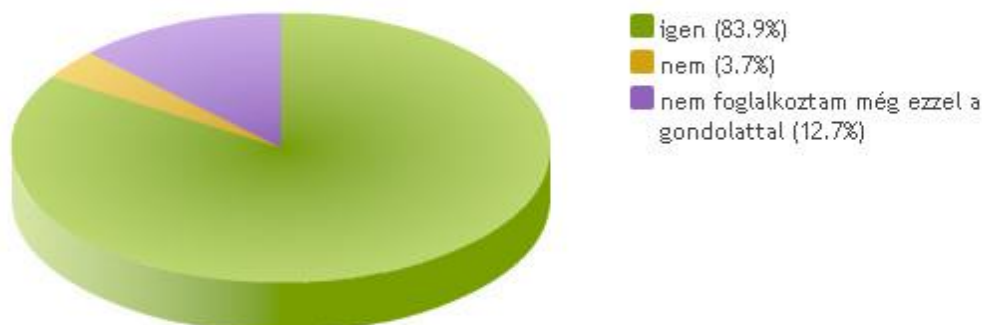
A második kérdés egy személyesebb megközelítésre vonatkozó kérdést fogalmazott meg. A kérdés olyan egyéni kompetenciák közzétételére vonatkozott, mind a képek és a tartózkodási hely megadásának veszélye. Ebben az esetben a válaszadók döntő többsége ritkábban igaz, de mégis azáltal veszélynek teszi ki magát, hogy releváns egyéni információkat posztol ki, vagy ad meg a közösségi oldalakon.

Kik számára elérhetőek ezek a posztok?



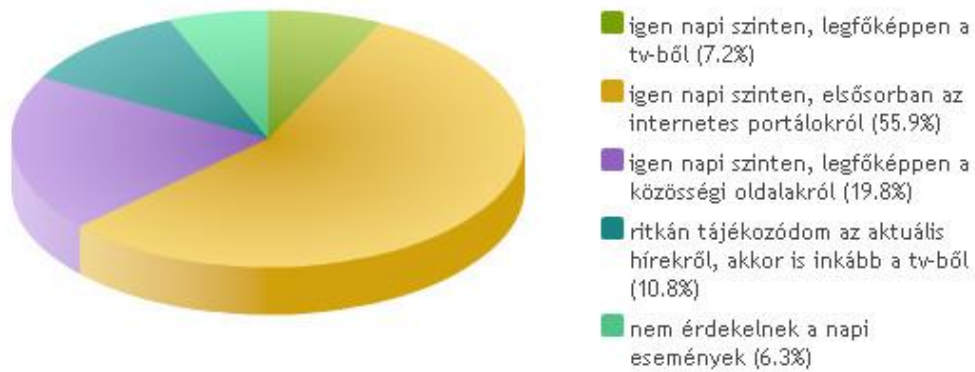
A harmadik kérdés a második kérdés folytatása. A közösségi oldalakon már közzétett személyes és egyben releváns egyéni információk közzétételének az elérhetőségére kérdezett rá. Megállapítható, hogy a válaszadók meghatározott része körültekintően jár el az információk közzététele ügyében. Mindazonáltal megfigyelhető, hogy a válaszadók 16%-a mindenki számára elérhetővé tesz önmagáról fontos információkat és tartózkodási helyeket. Ezeknek az információknak a közzététele rendészeti és bűnmegelőzési szempontból aggályos, hiszen a bűnelkövető személyek nagyon könnyen és naprakészen tudnak tájékozódni az adott személy aktuális hollétéről, így könnyebben tudnak realizálni egy bűncselekményt akár vele, akár a tulajdonával szemben.

Tudja-e, hogy milyen veszélyeket rejtenek ezek a közösségi oldalak?



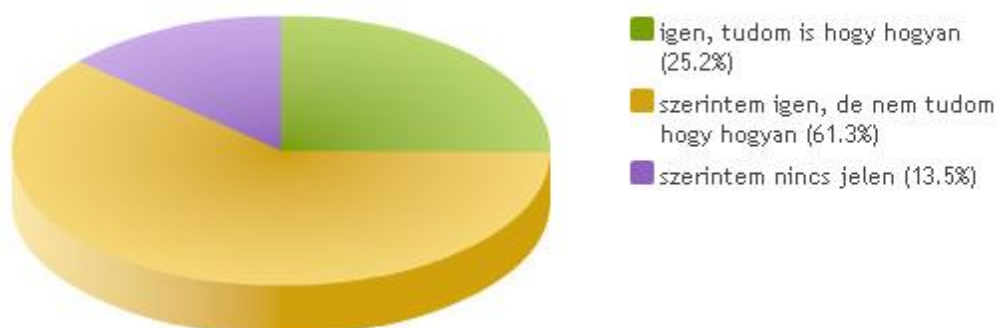
A negyedik kérdés a közösségi oldalak veszélyeinek az ismereteire kérdezett rá. A válaszadók több, mint 80%-a nyilatkozott úgy, hogy tisztában van a közösségi oldalak veszélyeivel, azonban megfigyelhető, hogy 12,7 % nem foglalkozik ezzel a problémával. A rendőrség szerepe ebben az esetben is fontos lehet, mivel a bűnmegelőzés területén a közösségi oldalakban rejlő jogsértések veszélyeire is fel kell hívni a felhasználók figyelmét, hogy ne váljanak áldozatokká.

Ön tájékozódik az aktuális történésekről a környezetében, és ha igen milyen módon?



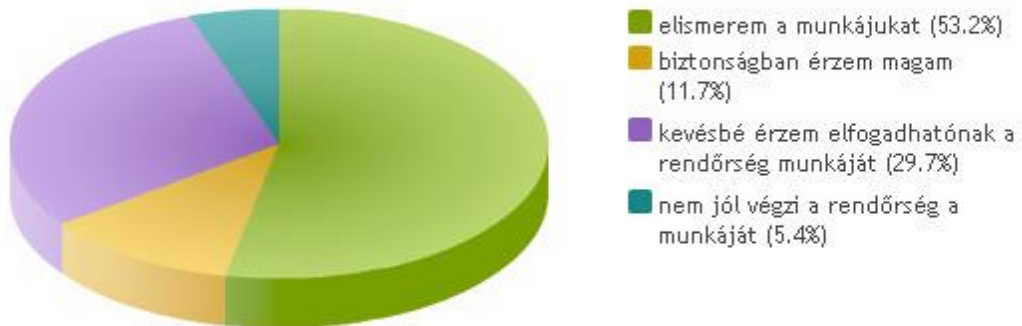
Az ötödik kérdés az információszerzés egyes lehetőségeinek a használatával foglalkozik. A válaszadók 55,9 %-a az internetes portálokról, míg közel 20%-a a közösségi oldalakról szerzi be az aktuális napi híreket és információkat. A tanulmányban részletesen bemutatásra került esettanulmányokon keresztül a valótlan információk, vagy valós információk elferdítésének a veszélye.

Ön szerint jelen van-e a rendőrség valamilyen formában a közösségi oldalakon?



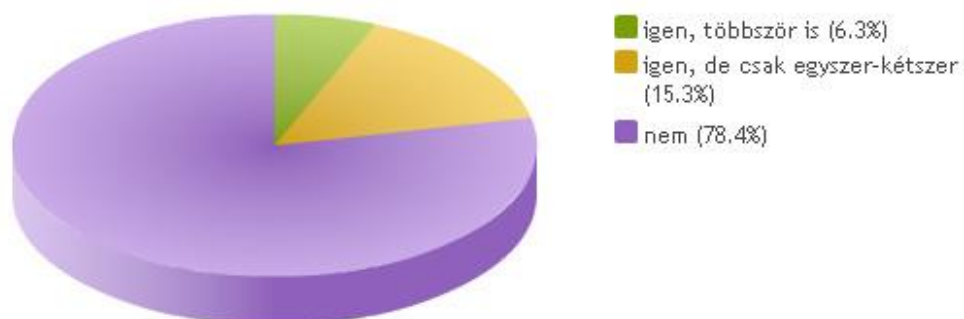
A hatodik kérdés a rendőrség online jelenlétére, elsősorban a közösségi oldalakon való megjelenési formákra helyezte a hangsúlyt. A válaszadók 61%-a nincs tisztában azzal, hogy a rendőrség van-e, és ha igen, akkor milyen formában van jelen a közösségi oldalakon. Ennek az erősítése érdekében a tanulmányban kifejtésre került, hogy milyen releváns nemzetközi példák állnak a magyar hatóságok elé követendő példaként. A tanulmányban bemutatásra került a közösségi oldalakon történő rendőrhatalósági jelenlétnek a közbiztonsági és bűnmegelőzési hatékonysága is.

Mi a véleménye a rendőrség munkájáról?



A hetedik kérdés a rendőrség hatékonyságára volt kíváncsi. A válaszadók 53.2%-a elismeri a rendőrség munkáját, azonban megfigyelhető, hogy az elismertség mellett 11.7% az egyéni szubjektív biztonságérzet tekintetében meghatározónak érzi a rendőrség hatékonyságát. Továbbra is törekedni kell arra, hogy a rendőrség erősítse a lakosság biztonságérzetét, mivel megfigyelhető, hogy közel 30%-a a válaszadóknak nem érzi elfogadhatónak a rendőrség munkáját.

Volt-e már intézkedés alá vonva?



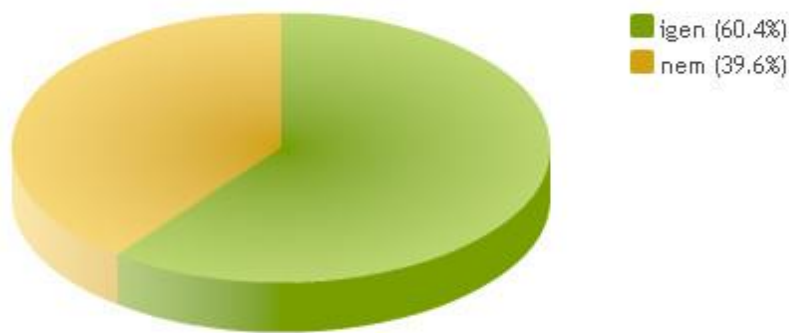
A nyolcadik kérdés a válaszadók és a rendőrség intézkedés központúságát helyezte előtérbe, megvizsgálva ezzel azt a hipotézist, hogy a válaszadók közvetlenül is szembesültek-e már a rendőri szervek munkájával, vagy csak más forrásokból tájékozódtak róla. Megállapítható, hogy a válaszadók 78.4%-a még nem volt rendőri intézkedés alá vonva.

Hasznosnak látná-e, ha a rendőrség közvetlenebb módon (közösségi oldalak) informálná az embereket a kialakult veszélyhelyzetekről, vagy kiemelt bűncselekményekről?



A kilencedik kérdés esetében a válaszadók 93.7%-a mondta azt, hogy szükség van arra, hogy a rendőrség a közösségi oldalakon nyújtson tájékoztatást a lakosságnak a kialakult veszélyhelyzetekről. Azonban ennek a közvetlen tájékoztatásnak is van veszélye. Nem csak a segítséget igénylő állampolgárok, hanem a bűn- vagy terrorcselekményeket elkövetni szándékozó személyek is közvetlen módon juthatnak információhoz, közvetlenül a rendőri szervektől.

Nagyobb biztonságban érezné magát, ha jelen lenne a rendőrség a közösségi oldalakon?



A tizedik kérdés szintén a rendőrség közösségi oldalakon betöltendő szerepét helyezte előtérbe. A válaszadók 60,4%-a nyilatkozott úgy, hogy erősödne az egyéni szubjektív biztonságérzete, amennyiben a rendőrség jelen lenne a közösségi oldalakon.

A kérdőíves kutatásból megállapítható, hogy a fiatal generáció (35 év alattiak), akik aktívan részt vesznek a közösségi oldalak nyújtotta felületek mindennapos életében, igénylik a rendőrség szerepvállalását a biztonságuk erősítése érdekében. A rendőrségnek nem szabad figyelmen kívül hagynia ezeket a kéréseket, hiszen a bűnelkövetési módszerek és magatartási metódusok egy jelentős része áttevődött a közösségi oldalakra. A bűnmegelőzés és a bűnfelderítés tekintetében meghatározó a jövőre nézve a rendőrség szerepvállalása.

Következtetés

A kiberbiztonság jelenlegi kihívásai úgy Magyarországon, mint Európában jelentős kockázati tényezőnek minősülnek. Ezek a veszélyek nagymértékben meghatározzák a rendvédelmi szervek és a nemzetbiztonsági szolgálatok stratégiai koncepcióját. Számos olyan *új típusú rendészeti kihívás* került be a rendészeti szervek feladatrendszerébe, mint az illegális migráció kezelése, a terrorcselekmények megelőzése és megakadályozása, valamint a kiberbűnözés.

A kiberbűnözésnek számos fajtáját különböztethetjük meg. Ezek a technológiai fegyverkezés, a hálózatok és személyközi kapcsolatok problémaköre, a kritikus információs infrastruktúrák, vagy a közösségi oldalak és a közösségi média rendvédelmi vonatkozásainak kihívásai.

Jelen tanulmány a közösségi oldalak és a közösségi média szempontjából, valamint ezen online tartalmak felhasználói szemszögéből fogalmazott meg hipotéziseket és releváns kérdéseket. Ezek a megfogalmazott kérdések elsősorban a rendőrség szerepvállalásával, jelenlétével, valamint bűnprevenzív és bűnfelderítési hatékonyságával kapcsolatban kívántak tudományos szempontból használható válaszokat kapni. A tanulmány erőssége a kérdőíves kutatás, amely a közösségi oldalak felhasználói oldaláról vizsgálja a közösségi média egyes biztonságpolitikai kérdéseit. A válaszok elemzéséből jól kirajzolódik az az igény, hogy a rendőrség közösségi oldalakon történő szerepvállalásának igénye valós és időszerű. A tanulmányban röviden bemutatásra és elemzésre kerültek azok az európai és tengerentúli bűn- és terrorcselekmények, ahol a vizsgált országok rendvédelmi szervei a közösségi média segítségét igénybe véve tájékoztatták a lakosságot a kialakult veszélyhelyzetről.

Bizonyításra került, hogy a rendvédelmi szervek (kiemelten a rendőrség) bűnprevenzív és bűnfelderítési, valamint terrorcselekmények megelőzése érdekében kifejtett munkamódszerei nagyobb hatékonyságot érnek el az eredményesség tekintetében, ha igénybe veszik a közösségi oldalak, valamint a közösségi média eszköztárat és a felhasználók segítségét. Mindazonáltal figyelemmel kell lenni azokra a tartalmakra és személyekre, akik szándékosan kívánják felhasználni a rendőrség online megosztott információit. További kutatások szükségesek e problémák feltárása és megoldására.

Felhasznált irodalom

- A Facebook 4 évig nem védte adatainkat. <http://www.nyest.hu/hirek/a-facebook-4-evig-nem-vedte-adatainkat> (letöltés ideje: 2016.10.04.)
- A gyerekek online biztonsága. <http://unicef.hu/a-gyerekek-online-biztonsaga/> (letöltés ideje: 2016.10.12)
- A közösségi hálózatok és a közösségi rendőrség kapcsolata. (Mi keresni valójában a rendőrségnek [Facebookon?](http://epa.oszk.hu/02500/02538/00008/pdf/EPA02538_nemzetbiztonsagi_szemle_2015_01_026-051.pdf))
http://epa.oszk.hu/02500/02538/00008/pdf/EPA02538_nemzetbiztonsagi_szemle_2015_01_026-051.pdf
- A közösségi hálózatok története. <http://szocial.blogspot.hu/2008/05/kzssgi-hlzatok-trtnete.html>, (letöltés ideje: 2016.10.03.)
- A közösségi média előzményei. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/0007_e4_digitalis_marketing_sco_rm/a_kozossegi_media_elozmenyei_9kDI64BT8N14gbJn.html (letöltés ideje: 2016.10.12)
- A közösségi média fogalma. http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/0007_e4_digitalis_marketing_sco_rm/a_kozossegi_media_fogalma_w0NOGk1cQOiR2A0n.html (letöltés ideje: 2016.10.12)
- A közösségi média szerepe válsághelyzetekben. http://mtmi.hu/cikk/823/A_kozossegi_media_szerepe_valsaghelyzetekben. (letöltés ideje: 2016.10.02.)
- A közösségi média, mint online stratégiai eszköz. http://unipub.lib.uni-corvinus.hu/886/1/MKE_GM_mok2012.pdf (letöltés ideje: 2016.10.12)
- A közösségi média. https://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%B6z%C3%B6ss%C3%A9gi_m%C3%A9dia (letöltés ideje: 2016.10.09.)
- A közösségi oldalak veszélyei. <http://pecs.hit.hu/a-kozossegi-oldalak-veszelyei/> (letöltés ideje: 2016.10.07.)
- A közösségi oldalak: A közösségi oldalak története. <http://felsofokon.hu/bolcseszettudomany/a-kozossegi-oldalak-a-kozossegi-oldalak-tortenete/> (letöltés ideje: 2016.10.03.)
- A Twitter. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Twitter> (letöltés ideje: 2016.10.04.)

- Ashitha Nagesh: Nice attack: Man wrongly identified as being behind Bastille Day terror. Metro UK. 2015.07.15.
- Az ma a menő fiatal, akinek sok a lájkja a közösségi médiában. <http://24.hu/media/2016/08/03/az-ma-a-meno-fiatal-akinek-sok-a-lajkja-a-kozossegi-mediaban/> (letöltés ideje:2016.10.10)
- Carlson, Nicholas: At Last — The Full Story Of How Facebook Was Founded. Business Insider (online, 2010. március 5.)
- Danah M. Boyd és Nicole B. Ellison: Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication. 2007/11. 20-22.
- Ezért halott a Facebook a fiatalok számára. <http://bitport.hu/ezert-halott-a-facebook-a-fiatalok-szamara> (letöltés ideje: 2016.10.11)
- Facebook history. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Facebook>. (letöltés ideje: 2016.10.04.)
- Facebookon toboroz határvadászokat a rendőrség. <http://24.hu/kozelet/2016/08/24/facebookon-toboroz-hatarvadaszokat-a-rendorseg/> (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Facebook live streaming of us police shooting of a black man leads. <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/07/07/facebook-live-streaming-of-us-police-shooting-of-black-man-leads/> (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Google person finder. <https://google.org/personfinder/global/home.html> (letöltés ideje: 2016.10.11)
- Határvadász-képzés: Jelentkezz még ma! <https://www.facebook.com/hatarvadaszkepzes/?fref=ts> (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Instagram. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (letöltés ideje: 2016.10.05.)
- Internet World Stats. Internet Users in Europe November 2015. <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm> (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Közösségi média, mint remény katasztrófa idején http://mtmi.hu/cikk/740/Kozossegi_media_mint_remeny_katasztrofa_idejen (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Közösségi oldalak veszélyei - Csak óvatosan a megosztásokkal! <http://pcworld.hu/kozosseg/kozossegi-oldalak-veszelyei-csak-ovatosan-a-megosztasokkal-152928.html> (letöltés ideje: 2016.10.07.)
- Közösségi oldalak veszélyeiről. <http://www.police.hu/hirek-es-informaciok/bunmegelozes/internet-biztonsag/kozossegi-oldalak-veszelyeiről> (letöltés ideje: 2016.10.12)

- Levy, Steven: Twitter: Is Brevity The Next Big Thing? Newsweek. 2011.02.11. 15-16.
- Mit művelnek a rendőrök a facebookon
http://index.hu/tech/2010/03/30/mit_muvelnek_a_rendorok_a_facebookon/ (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Schwartz, Bari: Hot or Not? Website Briefly Judges Looks. Harvard Crimson. (2009.)
- Social Media Usage: 2005-2015. <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/> (letöltés ideje: 2016.10.12)
- Social Media Website Stats. <http://www.internetworldstats.com/social.htm#world>
(Letöltés ideje: 2016.10.12)
- Social Media Websites Stats. <http://www.internetworldstats.com/social.htm#world>
(letöltés ideje: 2016.10.12)
- Top 15 Most Popular Social Networking Sites.
<http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>. (letöltés ideje: 2016.10.08.)
- Tsukayama, Hayley: Instagram adding ads boosts Facebook's outlook, analysts say. The Washington Post. 2014.01.24. 25-26.