

A RENDŐRI SZAKNYELV:
RENDŐRSÉGI VIDEÓTARTALMAK ELEMZÉSE A POLICE_HU
INSTAGRAM-PROFILJA ALAPJÁN

Lezárás dátuma: 2025. 01. 15.

Tartalom

1. Bevezetés.....	3
2. A rendőrségről általában.....	4
3. A rendőri szaknyelv – a rendőrség irányultság szerinti kommunikációs modellje.....	6
3.1. A belső és külső rendőri kommunikáció jellegzetességei	7
3.2. A rendőri szaknyelv háromszintes tagozódása – a rendőri hivatalos nyelv, a rendőri köznyelv és a rendőri szakzsargon.....	9
4. A rendőrség és a média kapcsolatának helyzete „ma”	13
5. Rendőrség a közösségi médián, a police_hu Instagram-profil	15
6. A police_hu videótartalmainak elemzése	17
6.1. Szemantikai- és kommunikációs jellemzők a rendőrségi videótartalmak alapján...	18
6.2. Rendőrségi humor a police_hu videótartalmi alapján	24
7. Javaslatok	28
8. Összegzés	30
Bibliográfia.....	32
Idézett művek jegyzéke	34
Jogi források.....	34
Ábrák.....	34

1. Bevezetés

A rendőri szaknyelv az egyik legváltozatosabb és legösszetettebb a szaknyelvek között (ennek hitelessége a tanulmány alapján bizonyára bebizonyosodik az olvasó számára is), ami számos nyelvészeti terület számára kínál vizsgálódási lehetőséget. Ennek ellenére a tényleges szakirodalmi művek száma kevésnek mondható, ami valószínűsíthetőleg annak az eredménye, hogy a rendőrség egy olyan rendvédelmi szervezet, amelynek működését számos jogszabály szabályozza, mint például a titoktartási kötelezettség, amit a rendőrségi feladatokat ellátó hivatalos személyektől munkájuk során és azon kívül is elvárnak. Ezen tényezők figyelembevételével belátható, hogy a rendőrség részéről az információáramlás jelentősen korlátozott, ami végső soron hátráltatja a rendőrséggel kapcsolatos kutatások előrehaladását (Kriskó 2012: 27–28). Úgy vélem, hogy kutatásom új perspektívából képes feltárni a rendőri szaknyelvet, ami további vizsgálódásokhoz vezethet a témában. Az előbbi gondolat a kutatás legfőbb célja is egyben.

A dolgozat a következő kérdéseket vizsgálja: milyen elemek alkotják a rendőrségi videótartalmak kommunikációs stratégiáját? Mennyire felel meg ez a stratégia a rendőrség által megfogalmazott szervezeti céloknak a közösségi média tekintetében? Milyen változtatások tehetik hatékonyabbá és célravezetőbbé a rendőrségi videótartalmak kommunikációs stratégiáját?

A dolgozat röviden bemutatja a rendőrség szervezetét, bevezetést nyújtva az olvasóknak a rendőrség struktúrájába, működésébe, szervezeti tevékenységébe és társadalmi küldetésébe. Emellett ismerteti a rendőri szaknyelvet: annak kétféle irányultságát (külső-belső) és szintjeit (rendőri hivatalos nyelv, rendőri köznyelv, rendőri szakzsargon), valamint ezek jellemvonásait és sajátosságait. A dolgozat továbbá kitér a rendőrség és a média kapcsolatára, erőviszonyaik eloszlására, valamint a média felhasználhatóságára, szerepére a rendvédelemben. A tanulmány második felében a rendőrség közösségi médián elérni kívánt céljairól és az Instagram-profilján megjelenő kommunikációs stratégiáról értekezik, különös figyelmet fordítva a videótartalmakban megjelenő stratégiára, egy közel két hónapos mintavétel alapján (2024. 08. 27.–2024. 10. 23.) a fentiekben megfogalmazott stratégiát a következő pontok alapján szemlélteti a kutatás: *Szemantikai- és kommunikációs jellemzők a rendőrségi videótartalmak alapján, Rendőrségi humor a police_hu videótartalmai alapján*. Végül pedig javaslatokat fogalmaz meg a rendőrségi videótartalmak kommunikációs stratégiájának hatékonyabbá tételére.

2. A rendőrségről általában

Minthogy a rendészetet, azon belül a rendőri szaknyelvet közvetlen kutató tanulmányról van szó, célszerű lenne a rendőrségről, annak szervezeti felépítéséről, működéséről és feladatáról szólnom, ahogy azt Finszter Géza is sugallja egy 2018-as könyvében: „[a]ki arra vállalkozik, hogy a rendőrséget tanulmányozza, nem kerülheti meg az egész rendszer vizsgálatát” (Finszter 2018: 23). Így a következőkben először ez kerül kifejtésre.

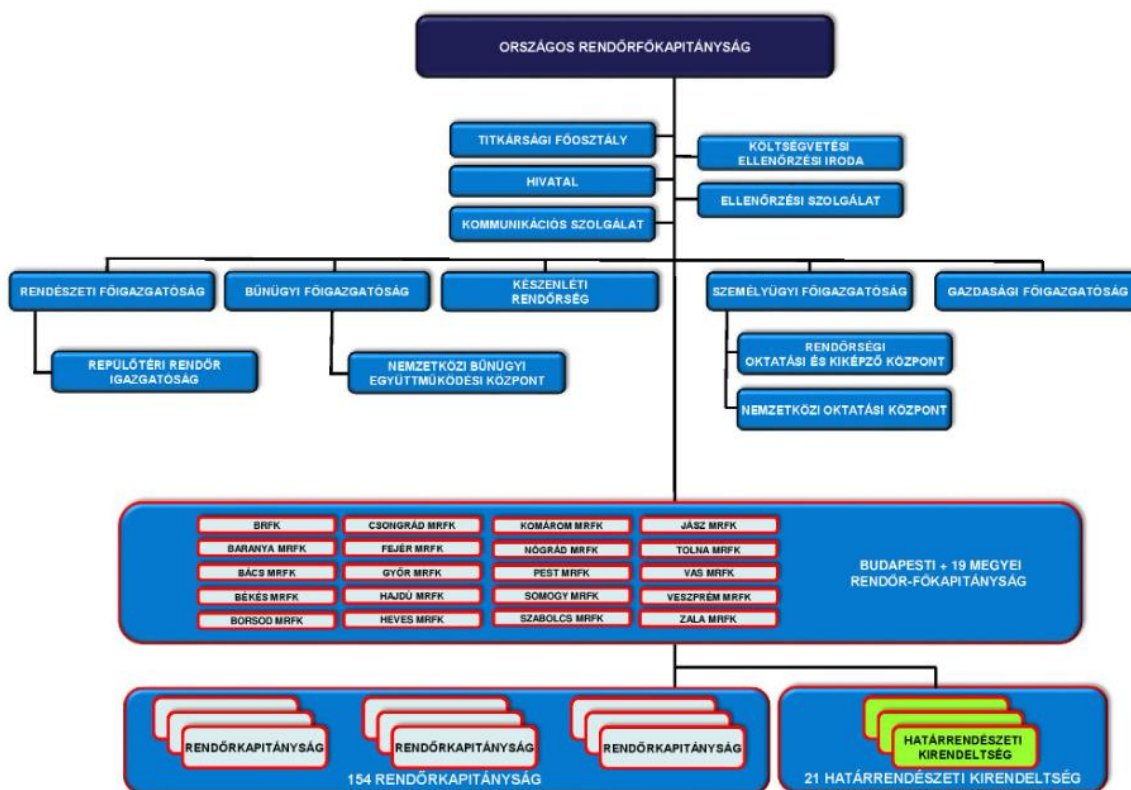
A *rendőrség* definíciójáról minden egyénnek van egy alapvető elképzelése, ugyanakkor meghatározása már közel sem viszonyul könnyűnek. Jelen esetünkben már a rendészet és a rendőrség distinkciója sem egyszerű feladat: a *rendészet* nem ekvivalens a *rendőrséggel*, hiszen „rendészeti tevékenységet nemcsak a rendőrség végez, hanem más közigazgatási szervek is (például katasztrófavédelem, polgári védelem, tűzoltóság) [...]” (Finszter 2018: 24). Továbbá, a rendőrség a „[a] rendőrségi törvényben szabályozott”, „[e]gytípusú szervezetek összessége”, míg a rendészet a „[k]ülönböző szervezeti törvényekben szabályozott”, „[t]öbbtípusú szervezetek összessége” (ibid.). Előbbi „[a] közigazgatástól elkülönült”, utóbbi annak részét képezi (ibid.).

A rendőrség tevékenységi körébe sorolandó (csak hogy a legalapvetőbbeket említsem): „[...] a közrend fenntartása és a közbiztonság megvédelmezése a jogellenes emberi magatartásokból keletkező veszélyekkel szemben”, a bűncselekmények megelőzése, megakadályozása és felderítése stb. (Finszter 2018: 23). Főbb ismertető jegyei az egyenruha, szervezeti felépítésének zárt hierarchiája és a fegyverviselési joga, állami, fegyveres rendészeti szerv lévén (Nagy 2018: 19, 22).

A múltban ahhoz, hogy a rendőrök munkájára egyáltalán szakmaként tekintsenek, a következő feltételekre volt szükség: a polgári nemzetállam megszületése, a közjog és a magánjog elkülönülése, „[...] hogy kialakuljon a közigazgatás mint az állam működésében megvalósuló munkamegosztás egy ága, végül pedig hogy elismerjék az emberi és az állampolgári szabadságjogokat” (Finszter 2018: 25). Ezen feltételek teljesülésével a rendőrség a 90-es évek végére megerősítette szervezetét és képes lett a különféle, addig ismeretlen (vagy problémásnak vélt), bűncselekmények kezelésére (Nagy 2018: 14).

A rendőrség a rendvédelmi szervek részét képezi a *2010. évi XLIII. a központi államigazgatási szervekről, valamint a Kormány tagjai és az államtitkárok jogállásáról* szóló törvény alapján (Nagy 2018: 14), irányítását a Kormány a rendészetért felelős miniszter útján végzi (uo. 19).

Feladatainak elvégzését a szolgálati ágak (pl.: bűnügyi szolgálati ág), szolgálatok (pl.: bűnügyi technikai szolgálat) és szakszolgálatok (pl.: ellenőrzési szakszolgálat) között osztja el (uo. 18–19). A rendőrség szervezeti felépítése:

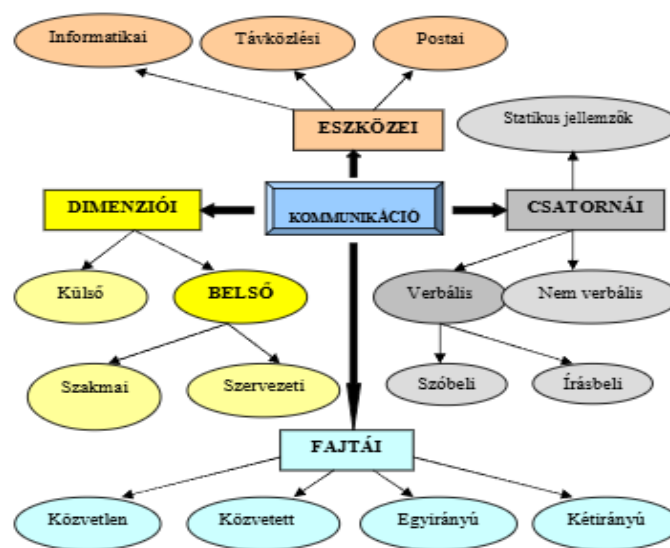


1.ábra: Az általános rendőrségi feladatok ellátására létrehozott szerv szervezeti és irányítási jogköreinek felépítése (Nagy 2018: 20).

3. A rendőri szaknyelv – a rendőrség irányultság szerinti kommunikációs modellje

A kommunikációnak igen fontos szerepe van a rendőrség zavartalan működésének fenntartásában, annak hatékonyságának elősegítésében, a lakossággal való kapcsolattartás során és feladataik elvégzése közben is. Az alábbiakban főként a fenti mondat megerősítésére vállalkozom az úgynevezett *rendőrségi kommunikációs modell* bemutatásán keresztül.

A rendőrség kommunikációja leírható egy komplex modellel¹:



2.ábra: A rendőrségi kommunikációs modell (Cserép–Molnár 2010: 12).

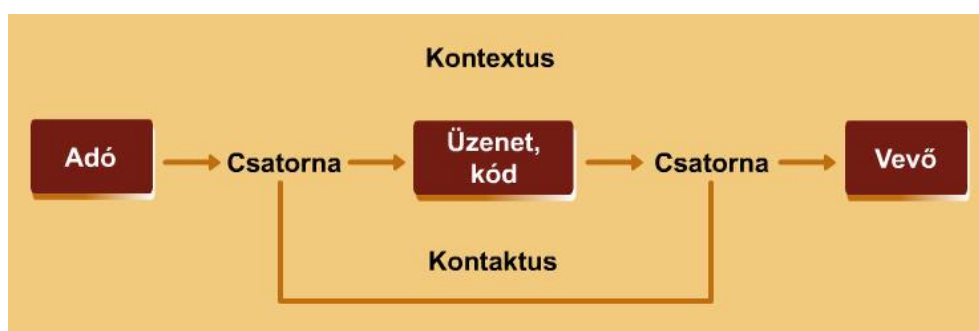
Azonban ennek csak egy részét képező – a tanulmány szempontjából releváns –, *irányultság szerinti kommunikációját* veszem górcső alá (3.ábra).

Az előbb említett modell a kommunikációt helyezi középpontba, irányultsága pedig lehet külső – „hogyan jelenítse meg önmagát a külvilág előtt” – vagy belső – „hogyan tegye lehetővé a belső információáramlást és ezen keresztül a folyamatos, magas színvonalú, hatékony működést” – (Molnár 2018: 9).

¹ A szakmai és szervezeti kommunikáció egyenlő a rendőri szakszargonnal és a rendőri hivatalos nyelvvel, ami pedig a külső kommunikációt illeti, valószínűsíthető, hogy a szerző nem kívánt foglalkozni a rendőri köznyelv (vagy egyéb alternatív névváltozat) megadásával, lévén, hogy egyedüli része a külső kommunikációnak.

3.1. A belső és külső rendőri kommunikáció jellegzetességei

A kommunikáció alaptételeiről általánosan a következők mondhatóak el. Minden emberi megnyilvánulás – így például a nem nyelvi jelek, az internetezés, a levélírás és még a divat is – kommunikációnak tekintendő. Tehát nem lehet nem kommunikálni (Sólyom 2020: 16, Fercsik–Raátz 2006: 10). „A kommunikáció szükségszerűen többcsatornás és többszintű (direkt-indirekt), verbális és nem verbális kódokból áll” (Sólyom 2020: 16). A jakobsoni modellben szemléltetett *Adó* és *vevő* szerepek felcserélődnek a kommunikáció során – amennyiben nem egyirányú, hanem kétirányú kommunikációról beszélünk (Fercsik–Raátz 2006: 18–19, 21).



3.ábra: A Jakobson-féle nyelvi kommunikációs modell (Forgó: o.n.)

A kommunikáció kódokból áll, ezek lehetnek digitális kódok: „olyan jelek, amelyek részekre, összetevőikre bonthatók, a közöttük lévő összefüggések leírhatók”, vagy analóg kódok, amik nem bonthatóak összetevőikre – például: nonverbális kommunikáció (Fercsik–Raátz 2006: 18). A kommunikáció folyamata lehet egyenrangú – ilyen kommunikációs folyamat megy végbe például barátainkkal való beszélgetés közben – és egyenlőtlen, ami leginkább a formalitást igénylő helyzetekben mutatkozik meg. (Fercsik–Raátz 2006: 18). Tudomásul véve a fentiekben összefoglaltakat, jelen fejezet a címben is megjelenő belső és külső kommunikáció legjellegzetesebb vonásait tárgyalja. A továbbiakban először a belső, majd külső kommunikáció jellemvonásait kívánom megvilágítani.

Belső kommunikáció: a rendőrség egy hierarchikus szervezeti struktúrával rendelkező rendvédelmi szerv, ezért az alá-fölérendeltség a különböző beosztásban lévők között szükségszerűen megjelenik a társalgás során (Molnár 2018: 10). Ezért hát elmondható, hogy a rendőrség belső kommunikációja egy egyenlőtlen kommunikációs folyamat (Fercsik–Raátz 2006: 18). Ez leginkább a parancsok kiadásában jelenik meg, amihez pedig elengedhetetlen a kifogásolhatatlan vezetői és kommunikációs készség a parancsot kiadó egyén részéről (ibid.).

Jóllehet azonban, a belső kommunikáció ezen hierarchikus jellegéből fakadóan még az előzőek maradéktalan teljesülése ellenére is „[...] nehezítheti, lassíthatja, akadályozhatja, sőt olykor egyenesen lehetetlenné teheti” az információáramlást a hivatalos személyek között (ibid.). Megjegyezném továbbá, hogy az érem másik oldalát képviselő, a terepmunkát végző járőrök viszont intézkedéseik során megannyi individuális egyénnel létesítenek interakciót (mely információnak bizonyára az olvasó is birtokában van), amely különböző beszédhelyzetekhez a rendőrnek egyesével alkalmazkodnia kell (képesnek kell a beszédstílusát, technikáját korrigálnia), így nem nehéz belátni azt a tényt sem, hogy nem csak a vezetőknek elengedhetetlen munkájuk során a magas szintű kommunikációs képesség, hanem a beosztottaknak is erősen javasolt annak elsajátítása.

A belső irányultságú kommunikáció „[...] sajátos szókincse [...], erősen összeköti egymással az azt birtoklókat [...]” (Molnár 2018: 12), emellett ti. el is különíti az egyes szaknyelveket: „[...] a szaknyelvet csak egy bizonyos szakterületen alkalmazzák, a kifejezések egyértelműen definiáltak és tipikus nyelvi eszközrendszere van” (Csányi 2023: 53). Csakúgy, mint a rendőrségben szabadalmaztatott egyenruha és a szolgálati jelvény, a rendőrségi szaknyelv is elkülöníti a civileket a rendőröktől, valamint a rendőrséget az egyéb rendvédelmi/rendészeti szervektől.

A rendőri szaknyelv „[...] egységes, szakszerű és egyértelmű azok számára, akik ismerik, továbbá objektív és pontos. Hátránya, hogy sokszor érthetetlen, túlzottan elszigetelt, száraz, riasztó, emberidegen, akár kirekesztő is lehet azok számára, akik nem beszélnek” (Molnár 2018: 12), jegyzi meg Molnár (2018). Azonban – ahogy látni fogjuk a kutatás egy későbbi részében – ezen hátrányok egy része a digitális térben megdőlni látszik, ez pedig a közérthetőség felé vezető úton mindenféleképpen előrehaladásként tartható számon.

A fentiekén kívül a nonverbális közlésfolyamatnak is nagy szerepe van a belső kommunikációban, annak eredményességében (Molnár 2018: 12). Mindazonáltal, jelen tanulmány csak a verbális részével kíván részletesebben foglalkozni, így jellemzésére csak felületesen kerül sor. A nonverbális jeleket funkciójuk alapján a következő három csoportba oszthatjuk: személyek jelentése az interakcióban, a szociális interakció folyamatainak szinkronizálása, a beszélt szöveg tagolása, hangsúlyozása és kiegészítése (Sólyom 2020: 40). Ugyanígy eredetük alapján is három csoportot különböztetünk meg: „örökölt (ontogenetikus), ösztönösen megtanult (filogenetikus) és egyezményes (konvencionális)” (ibid.). A nonverbális kommunikáció célja a rendőrségnél, hogy az intézkedés eredményességét növelve elősegítse az együttműködés mértékét (ibid.). Ezt az intézkedés alá vont személy testnyelvi jeleinek monitorozásával és saját maguk testbeszédének korrigálásával teszik (ibid.). A rendőrség által

használt jelentősebb nem verbális jelek a következők: mimika, gesztikuláció és a vokális csatorna (ibid.).

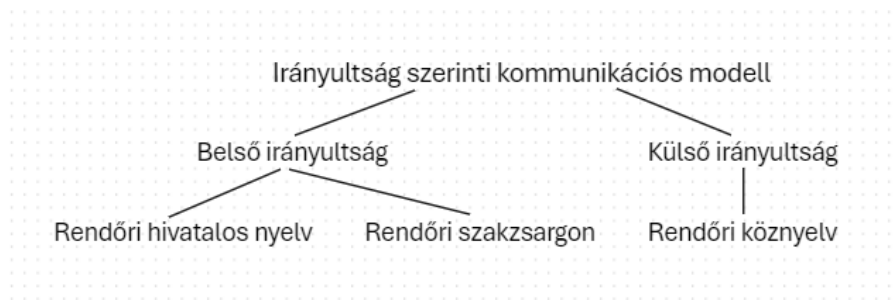
Külső kommunikáció: a rendőrség a múltban elkövette azt a hibát, hogy nem vette figyelembe a közvéleményt, ez a polgárokkal való kapcsolatuk megromlásához vezetett, amely végül kihatott a rendőrség feladatának zavartalan ellátására (Molnár 2018: 16–17). A rendőrségnek adaptálnia kell a változásokat, és ezzel parallel alkalmazkodnia a folyamathoz, hogy a korábbi helyzethez hasonló ne fordulhasson elő újból (ibid.).

Kíváncos továbbá, hogy a rendőrség a birtokába jutott információt ne csak tárolja és őrizze, hanem azokat áramoltassa is – természetesen az előírt jogszabályi kereteken belül – a nyilvánosság felé (Molnár 2018: 17), ezzel is segítve az együttműködést a két fél között. Ennek egyik eszköze a média. Segítségével egy „[...] kiegyensúlyozott, korrekt kapcsolat kialakítása és fenntartása [...]” a célkitűzés a rendőrség részéről – ennek nehézségeiről később bővebben szót ejtek (ibid.). Arról viszont, hogy a média és az egyéb hírközlő portálok miként viszonyulnak a rendőrség ezen törekvéseihez, *A rendőrség és a média kapcsolatának helyzete „ma”* fejezetben tudhat meg többet az olvasó.

A rendőrség presztízsében (megítélésében) kiemelt jelentősége van a kifelé irányuló kommunikáció minőségének és szervezettségének, erről pedig a rendőrség Kommunikációs Szolgálat gondoskodik (24/2023. [X. 12.] ORFK utasítás). Érdekes tény viszont, hogy a rendőrség külső kommunikációjának kritikus jelentősége ellenére sem elsődleges befolyásoló tényezője ama tekintélynek, ahogy azt elsőre gondolnánk, hanem „[a] szervezeten belüli, illetve a civilekkel [...] zajló mindennapi interakciók teszik ki a rendészeti szervezetek kommunikációjának elsöprő többségét”, ezután következnek az interakciók az ismerősökkel, majd végül a média (Molnár 2018: 17–18). Ennek oka, hogy az egyén véleményét azok az impulzusok alakítják elsősorban, amelyeket első kézből tapasztalnak meg (Molnár 2018: 18).

3.2. A rendőri szaknyelv háromszintes tagozódása – a rendőri hivatalos nyelv, a rendőri köznyelv és a rendőri szakzsargon

Az előbbiekben bemutatott kommunikációs modell külső-belső irányultsága alá három szint is szövődik, mondja Végh (2009: o.n.). A külső kommunikációhoz egy: a rendőri köznyelv, a belső kommunikációhoz pedig kettő: a rendőri hivatalos nyelv és a rendőri szakzsargon (Végh 2009: o.n.; vö. Nochta 1996: o.n.).



4.ábra: A rendőrség irányultság szerinti kommunikációs modellje²

Ezek részben összeköttetésben állnak egymással, részben pedig igen sajátos elemekkel is rendelkeznek. Arra viszont, hogy milyen szempont alapján vannak elrendezve ezen szintek, nem tér ki a szerző. Mégis a legvalószínűbb következtetés, hogy a szintek sorrendje szókinsz alapján lett felállítva: a rendőrség hierarchikus szervezeti struktúrával rendelkezik, ezt a hierarchikus viszonyt a kommunikáció során a rendőri hivatalos nyelv teszi lehetővé – első szint –, a rendőri köznyelv számos tényezőben egyezik a rendőri hivatalos nyelvvel, mégis szóképzésében enyhébbnek mondható – középső szint – (Végh 2009: o.n.; vö. Nochta 1996: o.n.), a rendőri szakzsargon pedig erősen befolyásolt a különféle csoportnyelvek által, valamint számos, a szleng szavakra jellemző vonással is rendelkezik – harmadik szint (Végh 2009: o.n.; vö. Nochta 1996: o.n.). Kezdeként a rendőri hivatalos nyelv sajátosságainak bemutatására kerül sor.

A rendőri hivatalos nyelv: a rendőri hivatalos nyelv elsősorban a jelentés, szolgálati napló, engedélykérés során fordul elő, tehát főként a hivatalos iratokban (Végh 2009: o.n.). Továbbá még megjelenik a szabályzatokban és tudományos munkákban is, ezért is becézik még rendőri szakirodalmi nyelvnek (Nochta 1996: o.n.) – ez a név az erősen írásos orientáltságára mutat. Mindemellett szóban is használatos: elsősorban olyasfajta helyzetekben, amikor az alá-fölérendeltség megjelenik az interakciók során (Végh 2009: o.n.) – lásd: felettessel, vagy egyéb beosztásban felettük álló személlyel való interakció.

„A jelentések formailag és tartalmilag egyaránt kötöttek, jellemzőjük a rövidekség, a tömörség, a tárgyilagosságság – semmiféle személyes elemet nem tartalmazhatnak (Végh 2009: o.n.). A jelentéseknek hivatkozniuk kell a vonatkozó törvényekre vagy jogszabályokra, és minél pontosabbaknak kell lenniük”, egészíti még ki Végh (2009: o.n.). Ebből adódik, hogy a rendőri hivatalos nyelvezet elsődleges megkülönböztetője a többi szinttől a szókinsz, mint azt láthatják majd az olvasók (ibid.).

² A szerző által készített ábra

A szaknyelveknél már megszokott szóképzés és szóösszetétel mellett (Kurtán 2011: 939–941) gyakoriak a rövidítéses szóalkotási folyamatok, ilyen például a betűszóalkotás is –például: NVSZ³ (Boda 2019: 10–12). Használatukra azért van szükség, hogy lerövidítsék a már megszokott szigorúan hivatalos formát, mivel alapesetben a rendőri szakirodalmi nyelv terpeszkedő kifejezéseket használ (Végh 2009: o.n.). Ezek elnyújtják a mondatokat, és habár a precizitás fényében történjék is, feleslegesen megnehezíti a rendőrök feladatát, ezenfelül használata bizonyára időigényesebb.

Rendőri köznyelv: a rendőri köznyelvet a rendőri hivatalos nyelvtől főként a szókincs enyhébb változata különbözteti meg (Végh 2009: o.n.). Tehát míg a szakirodalmi nyelvben erős tárgyilagosság, a beszélői között abszolút hierarchikus viszony van, addig a rendőri köznyelvében ezek háttérbe szorúlnak és míg továbbra is fenntartják kommunikációjuk során a szakértelemre utaló vonásokat, közben megfigyelhető az is, hogy a köznyelvből kölcsönöznek szókészletükhöz, ezzel is elősegítve az érthetőséget a civil lakosság számára (ibid.). A rendőri köznyelvvvel történik „[...] a civil lakossággal történő párbeszéd [...]” (Végh 2009: o.n.).

Láthattuk, hogy a lakosság főként mások- és saját tapasztalatából kiindulva alakít ki egy képet a rendőrségről, mint szervről (vö. Molnár 2018: 17–18.). A rendőrség részéről „[p]ontosan ezért van óriási felelőssége a médiának abban, hogy ennek a képnek, azaz a rendőrség imázsának formálásához hogyan járul hozzá” (Molnár 2018: 20).

Habár a rendőrség jelen „köznyelvvvel” kommunikálva a lakossággal közérthetőbb lett, a probléma miszerint a rendőrségtől származó információk nehezen értelmezhetőek, még ma is fennáll. Ezzel kapcsolatban Végh (2009: o.n.) is hasonló megállapításra jutott: „A sajtóval és a civilekkel való kommunikáció során a rendőrség tagjai nehezen tudják levedleni a belső nyelvhasználat nehézségeit, így a szóvivők által elmondottakat vagy a sajtóban olvasható hivatalos anyagokat éppen a megszólítottak: a hétköznapi emberek értik a legnehezebben” (ibid.). Így a továbbiakban is szükség lenne olyan szakemberekre, akik ezen kommunikációs zavarokat áthidalva létre tudnak hozni egy hibrid nyelvezetet, ami egyaránt képes lehet megtartani a rendőrségi imázst, és rálép a közérthetőség útjára.

Rendőri szakzsargon: a rendőrök szaknyelvén belül a kommunikációs szint legalján helyezkedik el (Nochta 1996: o.n.). Ez azonban nem feltétlen jelenti, hogy jelentéktelen lenne. Sőt! A rendőri szakzsargon a legszívesebb, legelőbb, legváltozóbb mind közül (Végh 2009: o.n.). Ennek egyik oka, hogy egyéb másik szlengekből is táplálkozik, példának okáért álljon itt a diáknyelv, a tolvajnyelv (ibid.).

³ Betűszóalkotás: *Nemzeti Védelmi Szolgálat*

„[...] [A] rendőri szakzsargon legfőbb célja a rövidsége való törekvés” (Végh 2009: o.n.), ahogy azt a hivatalos nyelv esetében is láthattuk. Itt már azonban a szlenghez való kapcsolatának hatására megjelenik például a szóösszerántás vagy „a speciális fogalmakra alkotott egyedi kifejezések”, mint szóalkotási folyamatok is (ibid.).

4. A rendőrség és a média kapcsolatának helyzete „ma”

A rendőrség vonatkozásában a média és a médiával folytatott párbeszéd – melyet az *ORFK*⁴ Kommunikációs Szolgálat felügyel 2013-tól (Uricska 2020: 155) – kétségkívül az egyik legnagyobb jelentőséggel bíró tényező (Vári 2015: 147–150). A média számos szintén (pl.: sajtótájékoztató, interjú, riport) kerül kapcsolatba a rendőrséggel (Molnár 2007: 111), mely szintereken a két fél, nem túlzás kijelenteni, csatába bocsátkozik. Minthogy a két oldal többek között céljaiban jobban nem is különbözhetne, elkerülhetetlenné válik, hogy némiképp ne kerüljenek bonyodalomba egymással. „[Az] igazságszolgáltatás számára a hitelesség, a pontosság és a szakszerűség a fontos, amíg a média számára a gyorsaság, az érdekesség és a »fogyaszthatóság« az elsődleges” (Vári 2015: 132), látható tehát a kontraszt a céljaik differenciáltságában.

A két fél kapcsolatának egyik legszembevetőbb aspektusa a médiának azon tevékenységei, lehetőségei, amelyekkel a rendőrség szervezetét mintegy elnyomásra, defenzív (védelmi) pozícióba taszítja. Ezek pedig a következők lehetnek: negatív hírfestés (Vári 2015: 142), jelentős információszűrés és -torzítás (uo. 74), annak a ténye, hogy a lakosság biztonságérzetét és a rendőrség imázsáról kiépített képet és tekintélyét közvetett úton befolyásolni, formálni képes (Uricska 2020: 154, Kész-Varga–Pokrócos 2018: 148; vö. még Vári 2015: 149). Ez végső soron a média dominanciájára mutat (Vári 2015: 142). Mindezek pedig ahhoz vezettek, hogy a rendőrség külső kommunikációs stratégiáját illetőleg védekező, továbbá, zárkózott pozíciót vegyen fel (ibid.).

Ez a védekezés a rendőrség részéről főként a PR⁵-tevékenységében nyilvánul meg, ilyen például a szervezeti és vele együtt a személyzeti szintű arculat formálása, annak jobb színben való feltüntetésére, valamint a jó imázs kialakítására való törekvés (Kész-Varga–Pokrócos 2018: 143–145). Ezen törekvések hiányában könnyen kikövetkeztethető, hogy a szervezet elvesztené a közvélemény jóindulatát. Korábbi tapasztalatai során pedig belátta, hogy „»az izoláció állapotában a rendőrség nem képes hatékonyan dolgozni, és a hatalom bármely kísérlete, hogy növelje a rendőrség és a közösség közötti szakadékot, nemkívánatos következményekkel jár, és csak megnehezíti a rendőrség munkáját«” (Molnár 2018: 16).

A rendőrség defenzív hozzáállását támasztják alá továbbá, azon jogszabályban foglalt intézkedések is, amelyek a médiatartalom-szolgáltatók hírszerzési és tartalmi korlátozásaira

⁴ Betűszóalkotás: *Országos Rendőr-főkapitányság*

⁵ Public Relations

irányulnak: „A nyilvánosság tájékoztatása céljából a Rendőrség szervei a hatáskörrel és illetékességgel rendelkező kommunikációs szerv közreműködésével adhatnak felvilágosítást a médiatartalom-szolgáltatók, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatók számára” (24/2023. [X. 12.] ORFK utasítás: o.n.), továbbá a rendőrség lapszemle⁶ útján monitorozza a rendőrséggel, a rendőrség tevékenységével összefüggő tartalmakat, ezzel szűrve a rendőrség megítélését potencióálisan csorbító tartalmakat (ibid.).

A rendőrség helyzetét nehezíti továbbá a tény, hogy a médiában kialakított kép a szervezetről jelenleg sem éppen fényes. „A média által »demonstrált« kép jellemzői: Az igazságszolgáltatási rendszer és a bűnügyek megjelenítése súlyosan átpolitizált. [...] Intenzívebb médiaérdeklődés az erőszakos, durva és kegyetlen bűncselekmények irányában. A nyomozati szakasz, különösen a rendőrség tevékenysége felülreprezentált a híradásokban, amint az ügyek távol haladnak, egyre inkább csökken a híradások száma és az érdeklődés. A tudósítások stílusa rövid és tömör, a személyiségi jogokat ritkán tartják be” (Vári 2015: 133). Látható tehát, hogy a rendőrség és a média közötti kapcsolat egyáltalán nem teszi lehetővé a kölcsönös bizalmat (uo. 138–144), így nyilvánvalóan egyik fél sem élvezheti annak előnyeit.

⁶ Definíció: „A kommunikációs szervek munkanapokon a székhelyükön működő valamennyi médiatartalom-szolgáltatónak a Rendőrséggel, a Rendőrség tevékenységével összefüggő közléseiből az elmúlt 24 órára vonatkozó lapszemlét készítenek, majd azt az állományilletékes parancsnok által előre meghatározott címzetti kör részére eljuttatják” (24/2023. [X. 12.] ORFK utasítás o.n.).

5. Rendőrség a közösségi médián, a police_hu Instagram-profil

Felesleges is volna vitába bocsátkozni azon tényállással, hogy a közösségi média szerves részét képezi az emberek életének. Használjuk kapcsolattartásra, hírszerzésre, ismeretünk gyarapítására, gondolataink megosztására, de akár még cégünk népszerűsítése érdekében is. „[...] [Az] infokommunikációs technológiák elterjedésével, az idő- és térbeli korlátok leomlásával a kapcsolattartás lehetősége kiszélesedett” (Bányász 2018: 8), és mára már az informálódás egyik legalapvetőbb színtereivé is váltak ezen közösségi oldalak (Uricska 2021: 1531). Hogy szemléltessem is a közösségi média térhódítását: a datareportal.com egy 2024-es év eleji felmérésében közölte, világszerte 5.04 milliárd ember használ valamilyen közösségimédia-platformot, ez az emberiség 62.3%-át jelenti (Kemp 2024: o.n.). A felmérés azt is kimutatta, hogy Magyarországon a lakosság 72.4%-a aktív a közösségi média valamely platformján – például: Facebook, Instagram, Twitter stb. –, valamint, hogy naponta összesen 1:47 percet töltenek átlagosan a 16 és 64 év közötti magyar állampolgárok közösségi média használatával (ibid.).

Azonban mint mindennek, a közösségi médiának is van árnyoldala, ide tartozik az új médiaszíntereken megjelenő bűnözés újabb és újabb variánsai is, mint például a kiberbűnözés⁷ (Bányász 2018: 23). Térnyerésük az utóbbi időben egyre jelentősebb lett. Ezt támasztja alá azon növekedés is, melyet az internetes csalók elleni védekezés témájában megosztott rendőrségi tartalmak gyakoriságában figyelhetünk meg.

Az előző fejezetben megtudhattuk, hogy a médiában való jelenlét és annak mikéntje nélkülözhetetlenül a rendészet – és így a rendőrség – részét képezi, és ez nincs másképp a közösségi média tekintetében sem. „A közösségi média szabályozott rendőrségi használatának alapvető célja, hogy a Rendőrség a nyilvánosságot az internetes felületek felhasználóinak szélesebb körű elérésével, kötetlenebb hangvételben tájékoztassa; a Rendőrség tevékenységét népszerűsítse, annak munkájába vetett közbizalmat növelje, társadalmi elismertségét tovább erősítse” (24/2023. [X. 12.] ORFK utasítás: o.n.). Az előző idézetből következtethetünk arra, hogy a rendőrség realizálta a közösségi média nyújtotta lehetőségeket. Igénybe véve a lakosság szélesebb körű elérését és a mindennapok nyelvezetével történő tájékoztatást, egy olyan digitális közösségi teret igyekszik kialakítani, amivel többek között szervének és szervezeti tevékenységének megítélését pozitív irányba képes elmozdítani, valamint alkalmas a

⁷ Definíció: „A kiberbűnözés célja az informatikai eszközök segítségével való anyagi haszonszerzés” (Bányász 2018: 24).

lakossággal való jó kapcsolat ápolására is stb. A rendőrség ezen törekvéseinek elősegítése itt is – mint ahogy a média tekintetében – a Rendőrség Kommunikációs Szolgálatának feladatkörébe tartozik (ez vonatkozik az összes rendőrségi közösségimédia-platformra egyaránt), amelyet A nyilvánosság számára adható tájékoztatás rendjéről szóló 24/2023. (X. 12.) ORFK- utasítás szabályoz (ibid.).

A fejezet címében is megjelenő police_hu, a magyar rendőrség hivatalos Instagram-profilját jelöli, mely az előbb szemléltetett célokkal harmóniában került létrehozásra. Az Instagram egy olyan kép- és videómegosztó közösségimédia-platform, amelyet 2010-ben indítottak el (Mattern 2017: 4, 6). Csak Magyarországon 2023 elején 2.50 millió felhasználót tudhatott magáénak, világszerte pedig 1.628 milliárd user⁸ volt (Kemp 2024: o.n.).

A magyar rendőrség hivatalos Instagram-profilja 2019. július 3-án startolt (Uricska 2021: 1530) és azóta is aktív felhasználója a platformnak, ezt mi sem mutatja jobban, minthogy megjelenésétől kezdve 2009 posztot⁹ töltött fel az oldalára (2024. 10. 23.) és jelenleg 93 ezres követőtáborral rendelkezik (2024. 10. 23.).

Az Instagram az okból került kiválasztásra a kutatás és a mintavétel színteréül, mivel a rendőrség kommunikációs stratégiája¹⁰ – különös tekintettel a videótartalmakban való megjelenésére – ezen a platformon tűnt a leghatékonyabbnak. A továbbiakban a rendőrség videótartalmakat is megjelenítő bejegyzéseinek elemzését tekinthetik meg az olvasók.

⁸ Felhasználója

⁹ Bejegyzést

¹⁰ Kommunikációs stratégia: „A stratégia általában a felső vezetés elhatározásaként jelenik meg, mint alapidokumentum, ami megfogalmazza az elvárásokat és a fő irányokat. Alkalmazása garantálja a kiszámíthatóságot, és megteremti a feltételeit, hogy a szervezet felkészüljön a jövő eseményeire. Mindebben kulcskérdés, hogy a szervezet teljes vezetését a stratégiai gondolkodás jellemezze” (Cserép – Molnár 2010: 8). A kommunikációs stratégia definícióját a fenti idézet kommunikációs kontextusba történő értelmezése adja meg.

6. A police_hu videótartalmainak elemzése

A dolgozat a következő alpontok mentén haladva kíván képet formálni a rendőrség közösségi médián megjelenő kommunikációs stratégiájáról, tehát arról, hogy a rendőrség a közösségimédia-platformokon kitűzött céljainak elérése érdekében, miként/ és milyen módon kíván jelen lenni ama felületen: *Szemantikai- és kommunikációs jellemzők a rendőrségi videótartalmak alapján, Rendőrségi humor a police_hu videótartalmai alapján.*

„Elterjedt nézet, hogy az emberi viszonyok közvetettségének elvesztésével, virtualizációjával és elidegenedésével fenyegetnek” (Sólyom 2020: 64) azon eszközeink, amelyek az elektronikus kommunikációt lehetővé tették/teszik számunkra. Ezen problémák már régebben is megfogalmazódtak, mindazonáltal a negatívumok az emberi- és társadalmi előnyökkel szemben mérföldekkel alulmaradtak (Sólyom 2020: 63–64). Azonban fokozódó tendenciájuk hatására mintegy szükségessé vált, hogy beszéljünk az elektronikus kommunikációval kapcsolatos aggályokról (ibid). Az elektronikus kommunikáció – többek között – a következő veszélyeket tárja elénk: túlzott használat, abúzus, konfliktusok, szubjektív tünetek, szexuális öningerlés, internetabúzus, internetaddikció, mobiltelefon-abúzus (Buda 2001: 84–86). A közösségi média videótartalmi ebben kétségkívül nagy szerepet játszanak, hiszen a közösségi oldalak, elterjedésüket követően, a mindennapjaink szerves részévé alakultak át (lásd: *Rendőrség a közösségi médián, a police_hu Instagram-profil*). Az előzőek figyelembevételével a soron következő fejezetből az is kiderül majd, hogy a rendőrségi szerv figyelembe veszi-e ezen fennálló veszélyeket a közösségi médián megjelenő videótartalmainak kommunikációs stratégiája során.

A kutatás módszertana: a 2024. 08. 27. és 2024. 10. 23. közötti, közel két hónapos mintavételi időszak során a rendőrség bejegyzéstevékenységének monitorozása zajlott. Ezen bejegyzések elemzése alapján következtethetünk a rendőrség azon módszereire, amelyekkel a közvélemény bizalmát kívánja megnyerni. A következő fejezetekből ezen módszerek egy része szintén látható lesz. Annak érdekében, hogy valamelyest rendszerezsem az ebben az időintervallumban megjelent rendőrségi videótartalmakat, típus specifikusan 5 kategóriát állítottam fel. Ezek a következők (a zárójeleken belül a datált videó mennyiség van feltüntetve): *balesetmegelőzés* (7), *internetes csalók elleni figyelemfelhívás* (6), *„szórakoztató” tartalmak* (2), *toborzás* (2), *egyebek* (8). Az egyebek kategória azon videótartalmakat jelöli, amelyek számukban nem érik el legalább a 2-t, így mint egyéni típusok érdemben aligha lehetne elemezni őket.

Mielőtt rátérnénk a kutatás fő pontjainak kifejtésére, szeretném előre jelezni, hogy a következő elemzések nem mélyreható analízisek. Az ilyen részletes vizsgálatokhoz külön-külön kutatásokra volna szükség, mely a dolgozat maximum terjedelméből kifolyólag nem lehetséges. Jelen tanulmány azonban megkísérli a rendőrségi videótartalmak kommunikációs stratégiájának körvonalazását, annak hatékonyabbá tételére irányuló javaslatok megfogalmazását.

6.1. Szemantikai- és kommunikációs jellemzők a rendőrségi videótartalmak alapján

Ezen fejezet elkészítésében főként Uricska Erna, *A bizalom a (nyelvi) részletekben rejlik? Nyelvhasználat a police_hu Instagram-profilján* című 2022-ben megjelent tanulmányát használtam forrásként (Uricska 2022: 37–51). A fontosabb adatokat és azok egyes példáit táblázatba rendeztem, amelyek megtalálhatók a következő ábrában:

Megnevezés	/db	Példázat
Rendőri szaknyelvi elem	1	<i>határrendészet</i>
Szleng	8	<i>kamu, tesám</i>
Metafora (7) és metonímia (1)	8	<i>Tudtátok, hogy a csíkok a zebrák életét is megmentheti? Emlékeztek még, mikor a csapból is az folyt, hogy lopnak a reptéren?</i>
Idegen nyelvi szavak (angol)	7	<i>webshop, facebook, link</i>
Szójáték	5	<i>Nyomjuk ütemre. Használd ki te is a csíkok előnyeit, és légy biztonságban.</i>
Írónia	4	<i>Szeretünk online vásárolgatni, mi? „és igazából ehhez csak a személyes adataidat kérik”</i>

5.ábra: A rendőrségi videótartalmakban megjelenő főbb kommunikációs eszközök¹¹

Az elemzés során a többszöri előfordulást produkáló szavakat tényleges megjelenési mennyiségük kontextusában vizsgáltam, mivel több esetben előfordulásuk számára voltam kíváncsi (gyakoriság). Elöljáróban a *rendőrségi digilektusról*:

¹¹ A szerző által készített ábra

A *rendészeti digilektus* fogalmát még 2020-ban Uricska Erna vezette be (Uricska 2020: 153–166). Azonban azon okból, hogy specifikusabban tudjunk értekezni a témáról, célszerű lenne olyan fogalmat alkalmazni helyette, amely kifejezetten a rendőrség digilektikáját határozza meg. Ezt nevezzük *rendőrségi digilektus*nak.

A *rendőrségi digilektus* fogalma magában foglalja a rendőrség kommunikációjának mindazon részét, amely a közösségimédia-platformokon jelenik meg. A *rendőrségi digilektus*ra általánosan jellemző a kötetlenebb, már-már barátságosnak tűnő hangvétel, stílus-jegyeiben és lexikális tárházából a mindennapok nyelvezete tükröződik vissza, ennek hitelessége kétségkívül beigazolódni látszik a tárgyalt fejezetekben. A hivatalos rendőri nyelv stílusjegyei szinte egyáltalán nem érzékelhetők benne: például a rendőrségi videók nem tartalmazzák a megértést nehezítő szaknyelvi terminusokat és az ún. terpeszkedő kifejezések¹² is csak helyenként bukkannak föl, melyek esetében a rendőrség meg tudja jeleníteni a szakértelmet a felhasználók számára (ami szintén nem elhanyagolható tényező a lakosság támogatásának elnyerése, és a tekintély növelése érdekében). A *digilektus*okra általánosan jellemző a vizualitás fokozott szerepe, így magától értetődő, hogy a *rendőrségi digilektus*ban is kiemelt a jelentősége (Uricska 2022: 43). Legfőbb célja, hogy „a Rendőrség tevékenységét népszerűsítse, annak munkájába vetett közbizalmat növelje, társadalmi elismertségét tovább erősítse” (24/2023. [X. 12.] ORFK utasítás: o.n.). A következő sorokban azon rendőrségi posztok szerkezete, főbb részei kerülnek bemutatásra, amelyek videót is tartalmaznak.

A videót is tartalmazó rendőrségi posztok legfőbb egysége természetesen a **videó**, itt történik a figyelem felkeltése, a figyelem felhívása (a rendőrség esetében például veszélyhelyzetre), a témabevezetés. „[...] [A] felhasználók másodpercek alatt döntenek arról, megnézzenek-e egy videót, vagy tovább görgessenek a következőre” (Márton 2023: o.n.), hogy egyáltalán fordítsanak-e időt a szöveges rész elolvasására, vagy sem. Ennek okán „[...] muszáj felkeltened a figyelmet, érdeklődést ébresztened vagy valami olyat mutatnod a felhasználóknak, ami miatt tovább akarják nézni a videód!” (ibid.). Ezen kívül kreatívnak, kíváncsiságkeltőnek kell lennie (ibid.). A szaknyelvi terminusok pedig kerülendők a megértés, a befogadás elősegítése érdekében (ibid.). Az egyik legfőbb feladata a tanulmánynak, hogy jellegzetességei és sajátosságai feltárássra kerüljenek.

¹² Definíció: „[t]erpeszkedő kifejezések – ezzel a szemléletes megnevezéssel illetik azokat a szókapcsolatokat, amelyek egyetlen igével vagy névszóval is megjelölhetők lennének. [...] általában úgy alakulnak ki, hogy egy önmagában tartalmas igéből főnevet képezünk, majd valamilyen általános tartalmú vagy tartalmatlan igével kapcsoljuk össze, hogy a mondatban ragozhatóvá válják” Példa *terpeszkedő kifejezés*re: *Változtatást hajtottunk végre a rendeleten* (Zimányi 1999: 6).

*A rendőrségi komment*¹³: egyéb a témához kapcsolódó információt, téma kifejtést tartalmaz, minden esetben a videóban látottakra és hallottakra reflektál.

A bejegyzés tartalmazhat továbbá **linket** vagy **hivatkozást**. A mintavétel időintervallumán belül összesen egy hivatkozás lett feltüntetve, melyben az 1956-os forradalomra emlékező videójuk képsoraira hivatkoznak. Link – az előzőhöz hasonlóan – egy esetben került datálásra (toborzás jellegű tartalom), ez a ROKK¹⁴ oldalára irányította el a felhasználót.

A komment szekcióra – ahova a lakosság megjegyzéseket írhat a rendőrség számára a videókkal kapcsolatosan – különösen nagy figyelmet szentelnek. A rendőrség létrehozott az oldalon egy moderációs listát a megjegyzések moderálása érdekében, az ezen a listán felsorolt szabályok megszegése esetén a rendőrség törölheti megjegyzésünket. A törlés alapjául szolgálhat például, ha jogsértő, jóízlést sértő, gyűlölködő, megfélemlítő megjegyzéseket teszünk, olvashatjuk a police_hu Instagram-profilon. Úgy vélem a moderációs lista szükségességének egyik indoka az internetabúzus lehet, amit másnéven *cyberbullying*nak ('internetes zaklatás') is nevezünk. Ha a rendőrség nem moderálna, a kommentelők a komment szekción keresztül abúzálnának embertársaikat és főként a rendőröket/rendőrséget. Az internetes abúzió – többek között – a következő negatív következményekkel járhat: „[a]z önértékelés és önbizalom csökken, a teljesítmény romlik”, stressz, szorongás és egészség károsító hatások (pl.: alvászavar) is gyakorta előfordulnak (Malomsoki 2020: 1–4). A moderációs szabályok elősegítik a prevenciót, erre a rendőrség részéről gyors reakció képesség szükségeltetik. Ugyanis, ha egy abúzív komment nem kerül azonnali törlésre, akkor nagy esély van arra, hogy annak elérni kívánt hatása megvalósul mielőtt azt a rendőrség megakadályozhatná. Ezen szabály bevezetése is szemlélteti, hogy a rendőrség tisztában van az internet veszélyeivel és prevenció intézkedésekkel védekezik is ellenük.

Hashtag (#)¹⁵: a „#”-et a tudományos dolgozatokban megjelenő kulcsszavakhoz lehetne a legjobban hasonlítani. Általuk egy pillantásra képet kapunk egy szöveg témáját illetően, valamint hozzájárul ahhoz is, hogy témaspecifikusan tudjunk keresni. Az állandó jellegű „#”-ek – ahol alkalmazásra kerültek – a már említett mintavételi időszakban a következők voltak: #hivatas, #police, #rendorség, vagy *rendorseg* (sic!), #instahun, #mik (Magyar Instagram Közösség). Egyebekben a következők is jelentős számot produkáltak: #csalas, #arviz (sic!), #iskolakezdes (sic!).

¹³ A tanulmány a videótartalmakat is megjelenítő bejegyzések szöveges részét értelmezi rendőrségi kommentként.

¹⁴ Betűszóalkotás: *Rendőrségi Oktatási és Kiképző Központ*

¹⁵ Definíció: „A hashtag-ek azok a kettőskereszt (#) jellel kezdődő rövid kifejezések, amelyeket elsősorban közösségi médiában használnak bejegyzések és egyéb tartalmak címkézésére” (Tusnádi 2020: o.n.)

Az **emotikonok** és **egyéb ikonok** a rendőrségi kommentek egyik legfontosabb elemei. Az elemzett 24 rendőrségi bejegyzés közül mindössze két alkalommal fordult elő, hogy egyetlen darabot sem tartalmazott egy komment, így tehát látható, hogy szerepe kiemelkedő.

A kutatás során főként nyomatékostó ikonokkal találkoztam (✕, !, ⚠), ugyanakkor emotikon előfordulására is jelentős esetben volt példa, ezek, ahogy azt nevük is jelzi, valamiféle érzelmet voltak hivatottak tükrözni, viszont akár iróniát is kifejezhettek. A legtöbb előfordulást a kék szív (💙) produkálta 6 megjelenéssel. A videókban azonban egyetlen egyszer sem jelent meg emotikon vagy egyéb más ikon. Úgy vélem, hogy a figyelemfelkeltés szempontjából jelentős mértékben hozzájárulna az elérni kívánt célhoz, ha a videótartalmakban is alkalmaznák ezen elemeket.

Ha nem csak a videótartalmakat megjelenítő bejegyzéseket vesszük alapul, észrevehető, hogy a posztok vegyesen tartalmaztak rövidebb és hosszabb rendőrségi kommenteket. Általánosan elmondható azonban, hogy a videótartalmakat is megjelenítő posztok rövidebbek, mint azok, amelyek csak képet/képeket tartalmaztak. Ezen kommentek a mintavétel időszakában általában kérdéssel vagy felszólító/felkiáltó mondatral kezdődtek. Viszont előfordult olyan eset is, amikor egy bejegyzés ennél többet nem is tartalmazott. Ilyenre példa az iskolakezdés közeledtével bevezetett: *Tegyünk együtt a biztonságosabb iskolakezdésért!* szlogen is, amely több esetben önmagában állt. Most, hogy megismertük, milyen elemekből épül fel egy rendőrségi bejegyzés, térjünk át a rendőrségi videók elemzésére.

Az idegen nyelvi hatások szempontjából Uricska a következőt találta: „[a]nnak ellenére, hogy magyar profilról van szó, a szervezet 22 esetben angol szavakat és mondatokat használt, amely egy hierarchikus rendszerben működő közigazgatási intézménytől meglehetősen szokatlan, de a digilektus jellegzetessége mellett bizonyíthatja az interneten használt angol nyelv dominanciáját” (Uricska 2022: 45). Ez a fajta idegen nyelvi dominancia az általam kutatott időszakban drasztikusan redukálódott. Az elemzett videókban mindössze 7 idegen nyelvi kifejezést lehetett kódolni – kizárólag angol nyelvből – (5.ábra), habár Uricska két mintavételi időszak eredményeit dokumentálta, ezek összevont időintervalluma és aktivitása megegyezik jelen kutatásával. Ezért hát a redukáció miérettje ismeretlen.

A police.hu Instagram-oldalon annak okán, hogy a rendőrség törekszik a közérthetőségre, az informálisabb közlésre, tartalmaz szlengszavakat is: „A szlenghasználat megfelelő közege az informális, bizalmas társalgás” (Parapatics 2008: 8). Szókészlete folyamatosan megújul – lecserélődik (uo. 7). Ez elkerülhetetlen, mivel „szélesebb körben elterjedve már sem egyedi, sem virágnyelvi nem lesz. A nyelvi divattá válás pedig ellentétes a szleng alapvető fogalmával, ezért rövid idő alatt újabb és újabb elemek jönnek létre [...]” (ibid). Egy szleng kifejezés

általában azon célból jön létre, hogy „nyelvi »kódként« megfejthetetlen legyen a beavatatlanok számára, és/vagy kiemelje a közlőt társai közül” (ibid). Gyakoriak azon szlengszavaink, amelyek egy másik nyelv köznyelvi elemeiből származnak (ez általában az angol), ezen köznyelvi elemek idővel mintegy integrálódnak a magyar nyelv szlengszó készletébe (ibid).

Igen jelentős hírnévnek örvend például az a szlengszó, hogy *tesám* – ami a magyar *tesó* (‘testvér’) szóból ered. Nem is csoda, hiszen a like¹⁶-okból és kommentekből¹⁷ egyértelműen az vonható le következtetésként, hogy a lakosságnak tetszik, amit lát. Ezt a hype-ot¹⁸ megragadva a rendőrség ötször alkalmazta a mintavétel időszakában bejegyzései során, és kivétel nélkül mindegyik esetben magas tetszésarányt mutatott. Egyéb szlengszó, amely megjelent még a videók elemzése során: a *kamu*, a *bocsi* és a *betalál*. Az ilyen és e féle szlengszavak – ahogy azt láthattuk – nagyban hozzájárulnak a lakosság tetszésének elnyeréséhez, azzal a szervezet népszerűsítéséhez is. Így fokozottabb alkalmazásuk erősen ajánlott a rendőrségi videók során.

Uricska tanulmányában megjelenik a *család* mint metafora – amely egyben metonimikus szűkítés is – (Uricska 2022: 47–48), ugyanakkor ezen szó az általam vizsgált mintavételi időszak videótartalmainak egyikében sem tűnt fel. Ez igaz továbbá a neologizmusokra, reáliákra és például a netspecifikus akronimákra is stb. Viszont annak okán, hogy a tanulmány arra kíváncsi, mi jelenik meg a rendőrség digitális kommunikációja során, és nem arra, hogy mi nem, így ezekről részletesebben nem kívánok szót ejteni.

A metaforával és metonímiával összefüggésben Uricska 2022-ben megjegyzi: „[a] metaforák és metonímiák alkalmazása nemzetközi viszonylatban is megjelent az online és offline rendészeti kommunikáció során, hiszen elősegítik az elköteleződést a szervezet irányába, és lehetőséget kínálnak a pozitív előjelű változások elősegítésére.” (Uricska 2022: 40) Súlyom (2020) gyakorlatilag szintén ezt támasztja alá, csak üzleti viszonylatban: „a reklámok nyelvében megjelenő metaforák (és metonímiák) eredményesen járulhatnak hozzá a befogadási, megértési, és – nem utolsósorban – a vásárlási szándékot növelő folyamatokhoz”, »a metaforák [...] minden más üzleti cél érdekében felhasználhatók: hogy tőlünk akarjanak vásárolni, hogy hűséges ügyfeleink legyenek stb.« (Súlyom 2020: 49). Ebből a szempontból a rendőrség szolgáltatóként, míg a lakosság ügyfélként (fogyasztóként) jelenik meg. Egyebekben

¹⁶ Kedvelés

¹⁷ Hozzászólás

¹⁸ Definíció: »Az angolban elterjedt hype fogalma a túlzást jelentő görög eredetű hiperbola kifejezésből származik, a jelentése ’trükk, felfordulás, valamely termék körül gerjesztett médiafelhajtás’« A szó magyarosított formája a *hájp*, amire már 2012-ben hivatkoznak is. (e-nyelv.hu, <https://e-nyelv.hu/2012-05-14/hype-hajp-hajpol/> o.n.)

Molnár (2018)-nál is látható, hogy időnként „ügyfelekként” hivatkozik a lakosságra könyvében (Molnár 2018: 14-15). Metaforából 7-et, metonímiából pedig 1-et azonosítottam, ezekre az 5.ábrában találunk példát. Ugyanakkor Uricska hozzá teszi „[...] ez a hatás korlátozott, csak akkor működik, ha az alkalmazott metaforát a kommunikációs folyamat során a küldő és a befogadó is elfogadja és tud vele azonosulni” (Uricska 2022: 41). Ezért hát úgy véli, a metaforák- és metonímiák használata – rendőrségi viszonylatban is – az online térben kiemelt jelentőséggel bír. (ibid.)

A rendőrség Instagramon használt kommunikációs stratégiájának egyik legfőbb eleme kétségkívül a rendőrségi humor. Ennek pedig két igen fontos eleme a szójáték és az irónia.

„Az olvasás mint folyamat és az olvasat mint az interpretációs folyamat eredménye egyfajta interakciót jelent az olvasó és a szöveg között. Ebben az interakcióban kap szerepet a szójáték, amelynek kettős olvasata van” (Simigné Fenyő–Kegyesné Szekeres 2007: 113). A szójáték tulajdonképpen egy olyan önmagunkkal lefolytatott párbeszéd, amely szorosan összefügg az egyéni nyelvi kreativitással (uo. 113–114): „a szöveg szerzője az olvasó számára a kettős olvasat lehetőségét kínálja fel” (Simigné Fenyő–Kegyesné Szekeres 2007: 113). Tehát az olvasón múlik, hogy hogyan értelmezi azt, él-e a kettős interpretációval, avagy sem (ibid.).

Az irónia egy olyan elsajátítható nyelvi jelenség, amely nem igényel tanulást (Tátrai 2011: 190). Használata a mindennapi társas kommunikációban és a szépirodalomban is elterjedt (ibid.). „[E]lső lépésként a befogadó megérti a megnyilatkozó által mondottak elsődleges értelmét, azonban felismeri, hogy az vagy annak bizonyos része kontextuálisan nem megfelelő, ennél fogva második lépésként a mondottak alternatív értelmezését, az éppen aktuális kontextusban releváns másodlagos értelmét keresi, amely az adott nyelvi egység ironikus értelmezéséhez vezet el” (Tátrai 2011: 195). Az előző definícióból is kivehető, hogy az állítás miszerint az iróniával az ellenkezőjét mondjuk mindannak, amit gondolunk, tévesnek bizonyul – erről Tátrai (2011)-ben olvashatnak részletesebben (Tátrai 2011: 190).

A fentiekben ismertetett nyelvi eszközök elősegítik a szervezetről alkotott pozitív imázs kialakítását, illetve a lakosság-szervezet kapcsolat ápolása szempontjából is kiemelt jelentőséggel bírnak (Uricska 2022: 47). Szójáték összesen 5 esetben fordult elő, míg az iróniát tartalmazó mondatok száma 4 volt (5.ábra). A vizsgált 24 bejegyzésből összesen 8 poszt tartalmazott szójátékot vagy iróniát. A szójáték és irónia további betöltött szerepéről a rendőrség kommunikációs stratégiájában a *Rendőrségi humor a police_hu videótartalmai alapján* fejezetben olvashatnak még.

A rendőrségi videók gyakran tartalmaztak továbbá feliratot, ezekben főként vesszőelhagyás, mondatvégiírásjel-elhagyás figyelhető meg, mint helyesírási hiba. A digitális térben ezek

ugyanakkor nem számítanak különösebben ritkának. Így feltételezhető, hogy a rendőrség ebben a tekintetben a lakosság és a szervezet közötti távolságot kívánja csökkenteni azáltal, hogy nemcsak a szavak szintjén, hanem más megközelítésekkel is hasonlóbbá kívánja alakítani kommunikációját a lakosság által használt stílushoz.

6.2. Rendőrségi humor a police.hu videótartalmai alapján

Ebben a fejezetben szó lesz többek között a humorról általában, a rendőrségi felhasználásáról, felhasználhatóságáról a közösségi médián, annak nyelvi eszközeiről, amelyekkel elérni kívánják a kívánt hatást. A fejezet két videó elemzését is magába foglalja, valamint a végére választ kapunk arra, hogy a humor támogatja-e a szervezet céljait, vagy esetleg ellentétes hatást vált ki a lakosság körében. A mintavételi időszak alatt összesen 18 videóban találtam humoros elemeket. Ez alapján már megállapítható, hogy a különféle humoros elemek kiemelt figyelmet kapnak a rendőrségi videótartalmakban.

A humor definiálására William O. Beeman tanulmányát használtam fel. Ő a következőket írja: a humoros kommunikációhoz elengedhetetlen, hogy az „előadó” (feladó) kellően jó kommunikációs készségekkel rendelkezzen, legyen szó akár a gesztikuláció, a beszéd, vagy a vizuális kép megjelenítéséről (Beeman 1999: 103–105). „A humor általában négy lépésből tevődik össze: bevezetés, felvezetés, tetőpont és a csattanó”¹⁹ (Beeman 1999: 103). A csattanó stádiuma örömet vált ki a közönségből, mely leginkább a mosolyon és a nevetésen érhető tetten (Beeman 1999: 103–105). Nem szabad azonban elfelejteni, hogy a humor célba érése mind két féltől függ, hiszen, rendelkezhet valaki elsőosztályú kommunikációs készségekkel, attól még nem biztos, hogy a közönség (címzett) „veszi” majd a viccet, és ha a célközönség nem érti a vicc forrását, vajmi kevés esély van arra, hogy humorosnak találja azt (ibid.). Ezért hát a viccet közlő egyénnek bizonyosnak kell lennie abban, hogy a vicc, amit közölni kíván, a többiek számára is értelmezhető lesz (ibid.).

A rendőrség régóta felismerte a humor fontosságát a szervezet népszerűsítése és a lakossággal való jó kapcsolat ápolása érdekében. A *Detektív Szemle* (1923–1928) például viccrovattal engedett teret a humornak, ami nem csak a jelenben, de már akkor is a rendőrök és a rendőrség által elkövetett hibákat, hiányosságokat volt hivatott felróni (Kriskó 2012: 195, 252). A lakosság örömét lelte benne (Kriskó 2012: 252), ami hozzájárult a jó viszony

¹⁹ A szerző saját fordítása. Eredeti szöveg: „Typically, humor involves four stages, the setup, the paradox, the dénouement, and the release” (Beeman 1999: 103).

kiépítéséhez. Mindazonáltal úgy vélem, hogy imázsépítés szempontjából nem volt különösebben előnyös. Valószínűsíthetően ez magyarázza, hogy a rendőrség közösségi platformjain az ilyen típusú tartalom nem is fordul elő. A következőkben az említett két videó elemzésére, majd a videókban nem megjelenő, de a rendőrségi humor szempontjából fontos elemek jellemzésére kerül sor.

Első videó (<https://www.instagram.com/p/DBL8xSHoJCY/>): a videótartalom témája egy, az újraélesztés világnapja alkalmával szervezett bemutató. A videón egyidőben több próbababán bemutatott mellkaskompresszió és két rendőrségi alkalmazott zenei előadása lelhető fel. A komoly téma ellenére humoros beütése van a videónak. Mégis miért lehet ez? Ehhez főként a háttérben előadó rendőrök járultak hozzá, mivel Bee Gees *Stayin' Alive* című számát adták elő. A dal témája megegyezett a bemutatóéval, az újraélesztéssel, pontosabban az életben maradással (*stayin' alive*), így humorossá vált. Ez a jelenség továbbá váratlan, meglepő, a „normálistól” eltérő volt: a rendőrségről és a rendőrökről alkotott kép nem illett össze a videón énekelgető hivatalos személyek által megjelenített képpel. Ezért a videóban előtérbe helyezett elemnek, a mellkaskompresszióknak háttereként kissé szürreálisan hatott. Ez a fajta szürrealizmus, gyakran humorosnak tudható be, mint ahogy azt a videóban is láthattuk. A videóban elhangzott szójátékok pedig szintén hozzá tettek a humorfaktorhoz. A *nyomjuk ütemre; addig nyomjuk, amíg nem jön meg a mentő* szójátékok humorossága a többértelműségen alapszik, mivel az „ütem” szó a zene ritmusára is utalhat egyaránt. A videóra 1527 kedvelés (átlagon felüli) és 7 komment (változatlanul alacsony mennyiség) érkezett.

Második videó (<https://www.instagram.com/p/DAfe3E8pu5y/>): a második videó is kissé szürreális, ennek oka, hogy a videó szórakoztató jelleggel készült, ami szintén ellentétben áll az általunk ismert tekintélyelvű és komoly rendőrségi képpel. A videóban megjelenő testbeszéd elég jelentős szerepet játszik a videó tükrözte humorban: a gesztikulációk, a mimika és a hasonlóak mind meghatározó tényezők lehetnek. Ugyanakkor vokális csatornával is hasonló hatást érhetünk el. Például a tempó növelése vagy lassítása, a hanglejtés, egyes reakciók, valamint a rendőrség esetében a közvetlen stílus is humorosnak bizonyulhat, ezek nagyrésze megtalálható a szemléltetett második videóban is.

Úgy tűnik, az efféle videóknál fontos a közös kapcsolódási pont létrehozása: segíthet áthidalni a szervezet és a lakosság közötti távolságot. A második videóban például egy hétköznapi helyzetet mutattak be, amely különféle érzelmeket kiváltva hatott a lakosságra. Az első videóban ezen kapcsolódási pont alapja egy közismert zene volt. A videó 1801 kedvelést és 21 kommentet kapott, ami átlagon feletti értéknek számít, annak okán, hogy a rendőrségi

videó bejegyzések átlagos kedvelési aránya a mintavételi időszakban 500 és 800 között mozgott. Kommentek pedig szinte alig érkeztek a videókra.

A fentiekben bemutatott eszközökön kívül a rendőrségi videótartalmakban megjelenik még a szleng, az irónia, valamint a mémek és a vizualitás is mint a humor eszköze.

Szlengre kiváló példa a *tesám* kifejezés, mely a szleng szavakra jellemző informális stílusával, valamint humoros hangzásával mintegy ikonikus kilépő szóvá lett – lévén, hogy a videó legvégén helyezkedik el. Használatával a fiatalabb korosztályt is bevonzzák, így ez hozzájárul a szervezet népszerűsítéséhez. Azonban túlzott használata ellentétes hatást is kiválthat a felhasználókban, ezért kíváncsok, hogy a rendőrség figyelemmel kísérje a like-ok arányában, valamint a kommentek minőségében bekövetkezett esetleges változásokat, mivel legtöbbször ezek segítségével tudunk tájékozódni afelől, hogy a közzétett tartalom mennyire bizonyul sikeresnek (Uricska 2021: 1529–1544).

Az irónia inkább a rendőrségi kommentben jelenik meg gyakrabban, mintsem a videók során, ekkor főleg az emotikonok segítségével teszik ezt. A videókban az irónia eszközeként pedig főként a nonverbális jelek – ez például „a mimikát (pl. kacintás, gúnyos mosoly), a gesztusokat (pl. oldalba lökés, vállon veregetés)” is magába foglalja (Tátrai 2011: 199) – vannak jelen. Ugyanakkor verbálisan is megjelenik, mint azt a következő példa is szemlélteti: *és igazából ehhez csak a személyes adataidat kérjük*. Ez pozitívnak vélhetjük elsőre, azonban, ha kontextusában néznénk, rájönnénk, hogy tényleges jelentése negatívumot takar: *nem jelentkeztél semmilyen állásajánlatra, mégis betalálnak egy szuper lehetőséggel, úgy, hogy még nem is találkoztatok személyesen és már egyből irreálisan magas fizetést kínálnak, és igazából ehhez csak a személyes adataidat kérjük*.

A rendőrség kommunikációs munkatársai néhol mémekkel kívánják elérni a humoros hatást. Önök elgondolkoztak már valaha, vajon mit is hívunk mémnek? A definícióra vonatkozóan bizonyára mindenkinek van egy alapvető elképzelése, de valójában elég nagy annak az esélye, hogy mindannyian tévúton járunk. Ezt támasztja alá az a tény is, hogy még ez idáig nem készült a *mém* vonatkozásában egy olyan definíció, amit a társadalom minden tagja kivétel nélkül elfogadna (Sólyom–Ludányi 2021: 73). A fogalom megalkotója, Richard Dawkins úgy értelmezte a mémeket, hogy azok olyan komplex ötletek, amelyek »megjegyezhető egységekké képesek önmagukat alakítani« (ibid.). Később változott a fogalmi jelentése, illetve értelmezésében immár a humor is szerepet kapott. Shifman pedig egy 2016-os munkájában azt mondja az internetes mémek „amelyek tartalmilag, formailag és/vagy álláspontjukat tekintve közös jellegzetességekkel bírnak, létrehozójuk tisztában van más hasonló tartalmak létezésével, továbbá amelyeket nagy számú felhasználó terjeszt az interneten, továbbá utánozza” (ibid.).

Látható, hogy ez már egy pontosabb meghatározás, ugyanakkor Sólyom és Ludányi úgy gondolják kutatásukhoz Istók definíciója a megfelelőbb, kompatibilisebb a mém definíciójához (ibid): „Internetes mémeken olyan elemeket (képet és/vagy szöveget) tartalmazó szöveget, képet vagy kép-szöveg egységet értünk, amelyek mások által jól felismerhetők, más hasonló kommunikatív produktumokban is megtalálhatók, rendszeresen visszatérők” (ibid.). Mémmé akkor válik valami, ha az elér egy bizonyos népszerűséget. A rendőrség kihasználva ezt saját videóját is képes ily módon népszerűsíteni. Példa gyanánt, a police_hu 2024. 10. 02-es dátummal megjelent videótartalma is tartalmaz ilyet.

A fejezet bevezetőjében megfogalmazott kérdésre jelen elemzés, illetve Uricska egy 2023-as tanulmányának összevetése adja a választ (Uricska 2023: 80–81). Alapjában nézve a kérdést, a válasz egyértelműen az, hogy nagymértékben hozzájárul a szervezet céljaihoz. A like-ok és kommentek aránya és minősége is azt erősíti, hogy a felhasználók elégedettek a humoros hangvételű tartalmakkal. Azonban a helyzet kissé bonyolultabb annál, mintsem, hogy ilyen egyszerű választ lehessen rá adni. Nyilvánvalóan a probléma nem a direkt szórakoztató célra létrehozott videótartalmakat érinti, jóval inkább a figyelemre felhívókat. A humor túlzott használata a figyelemfelhívó videótartalmakban elvonhatja a figyelmet a fő témáról, és bár a nézőszám megugorhat ennek hatására, a tényleges mondanivalót így nem képes átadni a videó. Uricska is hasonló eredményre jutott a humoristák figyelemfelhívó videókban való szerepeltetésével kapcsolatban: „[a] társadalmi célú videókban szereplő humoristák [...] a nézők számára lehetnek figyelemfelhívók [...], azonban a meggyőző erőt nem fokozta a szereplésük, ellenben nézettségi számot generált” (Uricska 2023: 81). A humor alkalmazása komolyabb hangvételű videókban elvonhatja a figyelmet a téma súlyosságáról, amelyet megfelelő komolysággal kellene kezelni. Ennek okán a figyelemfelhívó videótartalmakban csak mértékkel és úgy kívánatos alkalmazni a humort, hogy az ne hátráltassa a tartalom közlőerejét, a hangsúly a fő témán maradjon. A komolyabb hangvételű videótartalmakban pedig kifejezetten nem ajánlott a humor használata. Ezzel ellentétben a szórakoztatásra létrehozott tartalmak nagyban hozzájárulnak a szervezet népszerűsítéséhez, imázsának pozitív irányba történő elmozdításához és az állampolgárokkal való jó kapcsolat ápolásához. Mindazonáltal a rendőrség tekintélyének fenntartása érdekében túlzott alkalmazása itt sem ajánlott.

7. Javaslatok

A rendőrségi kommunikációs stratégia fejlesztése érdekében az alábbiakban néhány javaslatot fogalmaztam meg annak hatékonyabbá tételére. Ezen javaslatok a következők:

Habár a rendőrségi kommentek esetében mára már egy bevett szokásává vált az emotikon vagy egyéb más ikonok használata – legyen annak célja a figyelemfelhívás, a szórakoztatás, az ironia kifejezése stb. –, a videótartalmaik során még nem alkalmazták ezen kommunikációs eszközöket a vizsgált mintavételi időszak alatt. Ezérthát javaslom a Rendőrség Kommunikációs Szolgálatának, hogy a fentiek alapján vezessék be a különböző emotikonok és egyéb ikonok használatát a rendőrségi videótartalmak posztolása során, hiszen mint azt olvashattuk: „[...] a felhasználók másodpercek alatt döntenek arról, megnézzenek-e egy videót, vagy tovább görgessenek a következőre” (Márton 2023: o.n.). Egy „ ! ” használatával például megragadható a tekintet (azt sugallja, hogy fontos a tartalom), az egyedi rendőrségi-profil pedig garantálja, hogy az információ hiteles forrásból származik. Ezzel megnőhet az esélye, hogy a felhasználók megtekintik a rendőrségi videókat. Az emotikonok (emojik) pedig bizonyára a fiatalabb korosztály figyelmét is megragadnák. Ugyanakkor úgy vélem az idegen nyelvű kifejezéseket tartalmazó bejegyzések gyarapításával is növelhető volna a nézettség, ami megint csak hozzájárulna a rendőrség népszerűsítéséhez.

Ajánlott továbbá, hogy a rendőrség videótartalmaiba továbbra is legyen előfordulás szleng szavakra, hiszen ezek nagyban hozzájárulnak a lakosság tetszésének elnyeréséhez, azzal a szervezet népszerűsítéséhez is. Fontos, hogy a rendőrség a szlengszavak alkalmazása során figyelembe vegye azok folyamatos megújulását – lecserélődését – (Parapatics 2008: 7). Az „elavult” szleng szavak azért cserélődnek le, mert használatuk csökken. Az ilyen szavak használata a rendőrségi videókban aligha lesz jó hatással a reputációra.

A rendőrségi videótartalmakban megjelenő humor nagyban hagyatkozik a szójátékokra, ironiára, metaforákra stb. Az előbb felsoroltak mindegyikénél valamiféle gondolatmenet követésére van szükség a befogadó részéről. Például a szójátékok esetében az olvasón múlik, hogy hogyan értelmezi azt, él-e a kettős interpretációval, avagy sem (Simigné Fenyő–Kegyesné Szekeres 2007: 113). Az ilyesfajta irodalmi alkotásokban is használatos humor nem várható el, hogy mindenki számára értelmezhető legyen (ibid.). Úgy vélem, végső soron ez is hátráltatja/hátráltathatja a rendőrséget szervezete népszerűsítésében. Sőt! Egyes esetekben egyenesen imázsromboló is lehet egy-egy félreértelmezett humor végett.

Kíváncsú továbbá, hogy a rendőrség a figyelemfelhívó videótartalmakban csak mértékkel alkalmazza a humort, hogy az ne hátráltassa a tartalom közlőerejét, hogy a hangsúly végső

soron a fő témán maradjon. A komolyabb hangvételű videótartalmakban viszont egyáltalán nem ajánlott használata, ugyanis az elvonhatja a figyelmet a téma súlyosságáról, miközben megfelelő komolysággal kellene azt kezelni. Ugyanakkor a szórakoztatás céljára létrehozott videótartalmak alkalmazása a like-ok és kommentek alapján magas tetszésarányt mutatnak, így további alkalmazásuk erősen ajánlott a rendőrségi kommunikációs stratégia céljának elősegítése érdekében. A tekintély csökkenés elkerülése végett azonban itt sem támogatott a túlzott felhasználása a humornak.

8. Összegzés

A tanulmány első fele bemutatta a rendőrséget mint fegyveres rendvédelmi szervet és annak főbb tevékenységeit, mint például a közrend és közbiztonság fenntartása, valamint a bűncselekmények megelőzése, megakadályozása és felderítése. A rendőri szaknyelvbe való betekintés során kiderült, hogy a rendőrségi kommunikáció hierarchikus és összetett. A hivatalos rendőri nyelv túlzottan formális, míg a szakzsargon lazább és gyakran tartalmaz szleng kifejezéseket. A rendőri köznyelv pedig a hivatalos nyelv enyhébb változatának tekinthető. Végezetül a rendőrség és a média kapcsolata is kifejtésre került, miszerint viszonyuk nem tekinthető optimálisnak, a két fél között nem jellemző a bizalom. Ez főként a céljaik teljes ellentéte, a média dominanciája és a rendőrség defenzív attitűdje miatt alakult ki. A kutatás kérdéseinek megválaszolása:

A rendőrségi videótartalmakban megjelenő kommunikációs stratégia magába foglalja az elérni kívánt célokat és az ezen célokat megvalósítani kívánó kommunikációt a rendőrség részéről, azaz a rendőrségi digilektust. A rendőrségi digilektus jellemzői közé tartozik, hogy kötetlenebb, barátságosabb hangvétellel kommunikálnak, amelynek lexikális tárháza a mindennapi nyelvezetet tükrözi; a hivatalos rendőri nyelv stílusjegyei aligha érzékelhetők benne; céljai elérése érdekében fontos, hogy a rendőrség a figyelmet és érdeklődés felkeltse, valamint, hogy kreatívan gondolkozzon és megragadja a felhasználók kíváncsiságát. A rendőrségi digilektus legfőbb eszközei: a vokális csatorna, testbeszéd és humor.

A rendőrségi digilektusban a vokális csatornán keresztül főként a szlengszavak, különféle szóképek (például metaforák) és az irónia jelenik meg kommunikációs elemként. A humor kommunikációs eszközei közé tartozik főként a szleng, a szürrealizmus, a szójátékok, valamint az irónia és a nem nyelvi jelek. A testbeszéd elemei közé tartozik például a gesztikuláció és a mimika. Ezzel megválaszolásra került a kutatás első kérdése.

A második kérdés: Mennyire felel meg ez a stratégia a rendőrség által megfogalmazott szervezeti céloknak a közösségi média tekintetében? Ehhez először is nézzük meg a rendőrség elérni kívánt célját a közösségi médián: célja, hogy „a Rendőrség tevékenységét népszerűsítse, annak munkájába vetett közbizalmat növelje, társadalmi elismertségét tovább erősítse” (24/2023. [X. 12.] ORFK utasítás: o.n.). A vizsgált videótartalmak alapján elmondható, hogy a rendőrség kommunikációs stratégiája eleget tesz a közösségi médiával szemben támasztott követelményeknek. A humor megfelelő használata és a szórakoztató tartalmak nagy szerepet játszanak a népszerűsítésben, míg a szervezet működésével és tevékenységével kapcsolatos videók növelik a közbizalmat és a rendőrség társadalmi elismertségét. A tanulmány végén a

rendőrségi videókban megjelenő kommunikációs stratégia hatékonyabbá tételére javaslatok is megfogalmazásra kerültek. Végezetül úgy vélem a tanulmány céljának eleget téve új perspektívából volt képes bemutatni a rendőrségi szaknyelvet, valamint hiszem, hogy a rendészettudományi és nyelvtudományi kutatók számára egyaránt hasznos lehet jelen dolgozat.

Bibliográfia

- Bányász Péter 2018. *Közösségi média és közszolgálat*. Nemzeti Közzolgálati Egyetem Közigazgatási Továbbképzési Intézet, Budapest. 8, 23, 24. <https://nkerepo.uni-nke.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/16210/Kozossegi%20media%20es%20kozszolgalat.pdf?sequence=1> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Beeman, O. William 1999. Humor. *Journal of Linguistic Anthropology* Vol. 9, No. 1/2. Wiley, America. 103–105. https://www.jstor.org/stable/pdf/43102438.pdf?casa_token=O4yjcTVITj8AAAAA:okANalfH6-mn6ljBUwmqnU_J1UqLK9eqpiucOwkV3_lWmq1nmbvOK7cLdi_tkaEvb2p91-4btuQ7mC_U42SNZJZILws3cpVB3xYtX_Q3fsNYavHjIQ (megtekintés: 2024. 10. 09.)
- Buda Béla 2001. *Az elektronikus kommunikációs kultúra árnyoldalai? Aggályok és tények az inernet és a mobiltelefon visszaélő, ill. túlhasználatával kapcsolatban*. In: Nyíri Kristóf (szerk.) *A 21 századi kommunikáció új útjai*. MTA Filozófiai Kutatóintézete, Budapest. 84–86.
- Csányi Eszter 2023. *A szaknyelvek jellemzői*. In: *Szemelvények a BGE kutatásaiból II.* kötet. Budapesti Gazdasági Egyetem, Budapest. 53. <https://publikaciotar.uni-bge.hu/id/eprint/2213/1/Cs%C3%A1nyi.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Cserép Attila–Molnár Katalin 2010. A rendőrség kommunikációs stratégiája és belső kommunikációja. *Rendészeti Szemle*. 58. évfolyam. 2010/2. szám. 8. <file:///C:/Users/turig/Downloads/A%20rend%C5%91rs%C3%A9g%20kommunik%C3%A1ci%C3%B3s%20strat%C3%A9gi%C3%A1ja%20%C3%A9s%20bels%C5%91%20kommunik%C3%A1ci%C3%B3ja%201.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- e-nyelv.hu 2012. hype, hájp, hájpol. <https://e-nyelv.hu/2012-05-14/hype-hajp-hajpol/> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Fercsik Erzsébet–Raátz Judit 2006. *Kommunikáció és nyelvhasználat*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest. 10, 18–19, 21.
- Finszter Géza 2018. *Rendészet*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest. 23–25.
- Kész-Varga Mónika–Pokrócs György 2018. Az imázs, az arculat és a kommunikáció szerepe a rendőrségnél. *Magyar Rendészet* XIX. évfolyam, 2018/2. szám. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest. 143–145, 148. <https://real.mtak.hu/132854/1/09-kesz-varga-pokrocos.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Kriskó Edina 2012. A rendőrség társadalmi rendeltetése és a rendőrségi kommunikáció. Budapest. 27–28, 195, 252. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/15433/krisko-edina-phd-2013.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Kurtán Zsuzsa 2006. *Szaknyelv*. In: Kiefer Ferenc (f.szerk.) 2011. *Magyar nyelv*. Akadémia Kiadó, Budapest. 939–941.
- Malomsoki Virág 2020. Beszéljünk róla: az internetes zaklatás. 1–4. <http://klartexte.elte.hu/docs/malomsoki-virag-internetes-zaklatas.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Mattern, Joanne 2017. *Instagram*. Abdo Publishing, United States of America. 4, 6. https://books.google.hu/books?hl=hu&lr=&id=0BvPDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Az+instagram&ots=AzZYnTsMDz&sig=OuHXouZfqbmQLlumi15rBq4i1o&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Márton Viktor 2023. Ezen buknak el a TikTok, Shorts, Reels videóid?! Tippek az ütős hookhoz. <https://minner.hu/ezen-buknak-el-a-tiktok-shorts-reels-video-id-tippek-az-utos-hookhoz/> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Molnár Katalin 2018. *Rendészeti kommunikáció – a média tükrében*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest. 9–10, 12, 14–18, 20 <https://www.nyelvilektoralas.hu/wp-content/uploads/2012/05/Rend%C3%A9szeti-kommunik%C3%A1ci%C3%B3s-a-m%C3%A9dia-t%C3%BCkr%C3%A9ben.pdf#:~:text=Egyr%C3%A9s%20minden%20egy%C3%A9s%20rend%C3%A9szeti%20szakember%20%C3%A9s%20%C3%BCgyf%C3%A9l%20tal%C3%A1lkoz%C3%A1s%20sor%C3%A1n,%20legyen> (megtekintés: 2024. 10. 14.)

- Molnár Katalin 2007. *Rendészeti kommunikáció vezetőknél*. Rendőrtiszt Főiskola, Budapest. 111. <https://rtk.uni-nke.hu/document/rtk-uni-nke-hu/rendeszeti-kommunikacio-vezetoknek.original.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Nagy Ákos Sándor 2018. *Rendvédelmi szervek és alapfeladatok* I. 14, 18–19, 22. https://bmkszf.hu/dokumentum/2718/Rendvedelmi_szervek_es_alapfeladatok_Rendvedelmi_szervek.pdf#:~:text=J%C3%B3zsef%20rendeletei%20alapj%C3%A1n%20megkezd%C5%91d%C3%B6tt%20Bud%C3%A1n%20a%20helytart%C3%B3s%C3%A1g%20alatt%20a%20magyar (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Nochta Rita 1996. A b-i motoros rendőrök szlengje. Debrecen <https://mnytud.arts.unideb.hu/szleng/szakdolg/nochta.htm> (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Parapatics Andrea 2008. *Szlengszótár*. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 7–8.
- Simigné Fenyő Sarolta–Kegyesné Szekeres Erika 2007. A szójáték és a kettős olvasat szerepe a nőírók nyelvhasználatában. *Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei* Új sorozat 34. kötet. 113–114. https://publikacio.uni-eszterhazy.hu/2567/1/113-122_Simigne-Kegyesne.pdf (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Sólyom Réka 2020a. *Kommunikációs gyakorlatok*. KRE, L'Harmattan, Budapest. 16, 40, 63–64.
- Sólyom Réka 2020b. *Szaknyelvi szemantika*. KRE–L'Harmattan, Budapest. 49.
- Sólyom Réka–Ludányi Zsófia 2021. A különírást vajon egybe kell írni? Helyesírás és humor. Nyelvi ideológiák és metakognitív stratégiák. In: Rási Szilvia; Domonkosi Ágnes; T. Litovkina Anna; Nemesi Attila László (szerk.) *A humor ösvényein*. Líceum Kiadó–Tinta Könyvkiadó, Eger–Budapest. 69–82.
- Tátrai Szilárd 2011. *Bevezetés a pragmatikába*. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 190, 195, 199. <https://www.szaktars.hu/tinta/view/tatrai-szilard-bevezetes-a-pragmatikaba-funkcionalis-kognitiv-megkozelites-2011/?pg=0&layout=s> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Tusnádi István 2020. Hashtag – jelentése, készítése és használata a közösségi médiában. <https://www.usernet.hu/hashtag> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Uricska Erna 2023. A gépjárművezetés közbeni mobiltelefon-használat elkerülése érdekében létrehozott videók meggyőző erejének tényezői a Z generáció tagjainak körében. *Rendőrségi Tanulmányok* VI. évfolyam, 2023/4. szám. Rendrség Tudományos Tanácsa, Budapest. 80–81. https://real-j.mtak.hu/25824/8/Rendorsegi_Tanulmanyok_2023_4szam.pdf (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Uricska Erna 2020. Közösségi rendészet – közösségi oldalak? *Magyar Rendészet* XX. évfolyam, 2020/2. szám. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest. 153–166. <https://real-j.mtak.hu/16372/2/33-26-PB.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Uricska Erna 2021. Online reputációmenedzsment a police_hu Instagram-profilján. *Belügyi Szemle* LXIX. évfolyam, 2021/9. szám. Belügyminisztérium, Budapest. 1529–1544. <https://belugyiszemlejournal.org/index.php/belugyiszemle/issue/view/98/92> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Uricska Erna 2022. A bizalom a (nyelvi) részletekben rejlik? Nyelvhasználat a police_hu Instagram-profilján. *Alkalmazott Nyelvtudomány* Különszám: Alkalmazott nyelvészet és kriminalisztika 2022. 37–51. http://alkalmazottnyelvtudomany.hu/wordpress/wp-content/uploads/03_Uricska.docx.pdf (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Végh Fruzsina Judit 2009. Dióverő vagy szolgálati gépkarabély? A rendőri nyelvről. <https://www.nyest.hu/hirek/diovero-vagy-szolgalati-gepkarabely-a-rendori-nyelvroel> (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Vári Vince 2015. A bűnüldözés relatív hatékonysága és a rendőrség. Miskolc. 74, 132–133, 138–144, 147–150. [file:///C:/Users/turig/Downloads/\[9dok.org\]%20phd%20%C3%A9rtekez%C3%A9s.pdf](file:///C:/Users/turig/Downloads/[9dok.org]%20phd%20%C3%A9rtekez%C3%A9s.pdf) (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- Zimányi Árpád 1999. *Nyelvhelyességi gyakorlókönyv* IV. rész. EKFT Líceum Kiadó, Eger. 6. <https://docplayer.hu/5568061-Nyelvhelyesseg-gyakorlatok.html> (megtekintés: 2024. 11. 11.)

Idézett művek jegyzéke

- Boda József (f.szerk.) 2019. *Rendészettudományi szaklexikon*. Dialóg Campus, Budapest. https://nkerepo.uni-nke.hu/xmlui/bitstream/handle/123456789/14690/743_Rendesztudomyanyi_Szaklexikon_e_2020_04_28_.pdf?sequence=5 (megtekintés: 2024. 10. 14.)
- Kemp, Simon 2024. Digital 2024: Global overview report. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- Parapatics Andrea 2008. Szlengszótár. Tinta Kiadó, Budapest. 112, 32, 30, 64.

Jogi források

- 24/2023. (X. 12.) ORFK utasítás a nyilvánosság számára adható tájékoztatás rendjéről. <https://njt.hu/jogszabaly/2023-24-B0-8E> (megtekintés: 2024. 10. 14.)
2010. évi XLIII. törvény a központi államigazgatási szervekről, valamint a Kormány tagjai és az államtitkárok jogállásáról. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1000043.TV> (megtekintés: 2025. 01. 15.)

Ábrák

- 1.ábra = Nagy Ákos Sándor 2018. *Rendvédelmi szervek és alappfeladatok* I. 20. https://bmkszf.hu/dokumentum/2718/Rendvedelmi_szervek_es_alappfeladatok_Rendvedelmi_szervek.pdf#:~:text=J%C3%B3zsef%20rendeletei%20alapj%C3%A1n%20megkezd%C5%91d%C3%B6tt%20Bud%C3%A1n%20a%20helytart%C3%B3s%C3%A1g%20alatt%20a%20magyar (megtekintés: 2024. 11. 10.)
- 2.ábra = Cserép Attila–Molnár Katalin 2010. A rendőrség kommunikációs stratégiája és belső kommunikációja. *Rendészeti Szemle*. 58. évfolyam. 2010/2. szám. 12. <file:///C:/Users/turig/Downloads/A%20rend%C5%91rs%C3%A9g%20kommunik%C3%A1ci%C3%B3s%20strat%C3%A9gi%C3%A1ja%20%C3%A9s%20bels%C5%91%20kommunik%C3%A1ci%C3%B3s%201.pdf> (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- 3.ábra = Forgó Sándor. Kommunikációelmélet – kommunikációs ismeretek. https://forgos.uni-eszterhazy.hu/wp-content/tananyagok/fs_komm_egyetemi/obj/ie_0001_0_0_0/0001_0_0_0.htm (megtekintés: 2024. 11. 11.)
- 4.ábra = A szerző által készült ábra
- 5.ábra = A szerző által készült ábra