

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HASZNÁLATÁNAK KOCKÁZATAI

A közösségi média a digitalizáció és az információs társadalom korszakában megkerülhetetlen tényezővé vált a XXI. században világszerte. A közösségi oldalak-mint például Facebook, Instagram, Twitter stb.- népszerűsége a 2000-es évek elejétől napjainkig permanens módon növekedett a társadalmakban.

Ennek oka egyrészt, hogy manapság a legtöbben rendelkeznek valamilyen digitális eszközzel- például laptop, okostelefon, tablet stb.- melyek alkalmasak a közösségi média elérésére és annak használatára. Másrészt ezek



a platformok olyan lehetőségeket, opciókat kínálnak, mint például videochatelés, telefonhívás, mely funkciókat az emberek a munkahelyükön és a magánéletükben egyaránt könnyedén használhatják. A közösségi média által kapcsolatba léphetünk ismerőseinkkel, barátainkkal, családtagjainkkal, képeket posztolhatunk magunkról, kifejezhetjük véleményünket különböző témákban komment formájában, online csoportokhoz csatlakozhatunk vagy akár mi magunk is létrehozhatunk ilyen jellegű közösséget.



A szakirodalomban nem található két egyforma definícióval a közösségi média meghatározására, melyre a kutatók, szakemberek különböző megnevezéssel hivatkoznak. A teljesség igénye nélkül hivatkoznak rá alternatív média, radikális média, közösségi média, állampolgári média, szabad média, független média, civil média, csináld-magad média, nyereségérdekelt média, aktivista média, harmadik típusú média, gerilla média, nyílt média, nonprofit média, illegális média, kalóz média, etnikai média, nem fősodorbeli média elnevezésekkel.

Forrás: biztonsagpolitika.hu