

Politiet som forebygger på sosiale medier

En teoretisk oppgave

BACHELOROPPGAVE (BOPPG30)

Politihøgskolen

Kand.nr : 627 og 628

Antall ord: 7534

1. Innledning	s. 3
1.1 Bakgrunn.....	s. 3
1.2 Valg av problemstilling.....	s. 4
1.3 Avgrensning.....	s. 4
1.4 Begrepsavklaring.....	s. 5
1.5 Oppgavens oppbygging.....	s. 5
2. Metode	s. 5
2.1 Valg av metode	s. 5
2.2 Forforståelse.....	s. 6
2.3 Valg av pensum.....	s. 6
2.4 Kildekritikk.....	s. 7
3. Teori og drøfting	s. 8
3.1 Historisk forankring	s. 8
3.2 Forebyggende politiarbeid	s. 8
3.2.1 Lokalorientert politiarbeid.....	s. 10
3.2.1.1 Relasjonsbygging i lokalorientert politiarbeid.....	s. 11
3.2.1.2 Tillit og trygghet i lokalorientert politiarbeid.....	s. 13
3.2.1.3 Holdningsskapende politiarbeid i et lokalorientert perspektiv.....	s. 15
3.2.2 Personorientert politiarbeid.....	s. 16
3.2.2.1 Relasjonsbygging i personorientert politiarbeid.....	s. 17
3.2.2.2 Holdningsskapende politiarbeid i et personorientert perspektiv.....	s. 19
4. Avslutning	s. 21
5. Referanser	s. 22

1. Innledning

1.1 Bakgrunn

En undersøkelse foretatt av Bufdir viser at ungdom i alderen 15-16 år bruker omtrent 3,5 timer på internett hver dag. Det viser seg at ungdom bruker mer tid hjemme enn før, likevel har de mye kontakt med hverandre (Barne- ungdoms- og familiedirektoratet, 2018). Dette skjer i stor grad over sosiale medier som for eksempel Snapchat, Facebook, Messenger og Instagram.

Gjennom mange år med forebyggende arbeid har politiet utviklet gode strategier og arbeidsmetoder, for å forhindre at ungdom begår kriminelle handlinger. Å forebygge lovbrudd, både på kort og lang sikt, har alltid vært en av politiets viktigste oppgaver. For å kunne gjøre dette må politiet bygge relasjoner og tillit, noe som krever at politiet er der ungdommen er. Tidligere har dette for eksempel innebåret å besøke skolene eller ungdomskubbene. I dag handler det i like stor grad om å vise tilstedeværelse og tilgjengelighet på sosiale medier. Politioverbetjent og fagansvarlig i Nettpatroljen i Oslo, Anne Katrin Storsveen, påpeker at etterspørselen etter politi på internett har vart lenge (Antonsen, 2018). Trygghet i det digitale rom er et av tre satsningsområder i politiets virksomhetsstrategi mot 2025 (Politidirektoratet, 2017/2018). Et av tiltakene som er iverksatt for å nå målene i virksomhetsstrategien, er at hvert distrikt skal opprette nettpatroljer. Formålet med disse er å jobbe kriminalitetsforebyggende på sosiale medier, ved å skape tillit og dialog til ungdom i befolkningen (Antonsen, 2018).

Sommeren 2018 tok politiet i bruk applikasjonen Snapchat for å nå ut til ungdom i forbindelse med festivalen Palmesus i Kristiansand. Snapchat ble brukt da det er ansett som en av de mer populære applikasjonene blant ungdom. Både publikum og politiet fikk på denne måten en ny arena å kontakte hverandre på. Denne kommunikasjonsformen mellom politiet og publikum er relativt ung og er lite utforsket i litteraturen. På bakgrunn av politiets økte tilstedeværelse på sosiale medier samt at tema er lite utforsket, ønsker vi å legge nettopp dette til grunn som tema i vår bacheloroppgave. Politiet har vært på sosiale medier i flere år, men det er først nå det legges felles føringer for politiets opptreden på dette området.

1.2 Problemstilling

“Politiet som forebygger på sosiale medier; hvilke muligheter og utfordringer medfører dette?”

Når politiet tar i bruk sosiale medier som et forebyggende verktøy vil det by på nye muligheter og utfordringer. Vi ønsker i denne oppgaven å drøfte disse mulighetene og utfordringene sett i et lokalorientert og personorientert perspektiv. For å få til en slik drøfting har vi valgt oss ut noen relevante temaer vi vil gå i dybden på. Temaene vi har valgt å fordype oss i er relasjonsbygging, tillit og trygghet, og holdningsskapende politiarbeid. Dette er temaer vi mener er aktuelle og relevante innenfor flere fagfelt, og oppgaven kan derfor tenkes å ha en overføringsverdi til ulike deler av politiet.

1.3 Avgrensning

I oppgaven vil vi se politiets bruk av sosiale medier i lys av forebyggende strategier, en evalueringsrapport av politiets arbeid på Snapchat under festivalen Palmesus og nærpolitireformen. Vi vil presentere hvilke strategier som er aktuelle og deretter drøfte muligheter og utfordringer ved bruk av disse i forbindelse med politiets tilstedeværelse på sosiale medier. Teoridelen om forebyggende politiarbeid som fagfelt og de enkelte strategiene vil bli kortfattet for å gi plass til drøfting. Nærpolitireformen vil bli brukt, men det vil ikke bli viet plass til redegjørelse av reformen i sin helhet.

I forarbeidet til drøftingen av forebyggende politiarbeid på sosiale medier, har vi vurdert flere ulike muligheter og utfordringer. På grunn av oppgavens omfang har vi valgt å fordype oss i noen av dem, da vi mener det er mer hensiktsmessig enn å berøre alle aktuelle momenter. Eksempler på muligheter og utfordringer vi ser som interessante, men som vi har valgt å se bort fra, er hvordan politiets forebyggende arbeid fort kan gå over til etterforskning på sosiale medier. En annen utfordring er at det på generell basis er vanskelig å måle politiets forebyggende arbeid. Forebygging på sosiale medier og internett er intet unntak. Dette er momenter som vil bli nevnt under drøftingen, men som ikke vil bli utdypet.

Oppgaven begrenser seg til å diskutere mulighetene og utfordringene i lys av lokal- og personorientert forebygging. Vi kommer ikke til å komme inn på strategier under disse, slik

som problemorientert politiarbeid og situasjonell forebygging selv om disse kunne vært relevante å diskutere.

1.4 Begrepsavklaring

I denne oppgaven vil det drøftes rundt politiets forebyggende arbeid på sosiale medier, rettet mot ungdom. Det foreligger ikke én bestemt definisjon på hva ungdom er. Vi vil i oppgaven benytte begrepet *ungdom* om personer mellom 13 og 18 år da dette samsvarer med nettpatruljenes målgruppe.

Sosiale medier innebærer nettsider og apper som gjør det mulig å dele innhold og delta i sosiale nettverk på internett (Enli og Aalen, 2018). I en del av litteraturen som er brukt i vår oppgave er sosiale medier ofte omtalt som SoMe. I denne oppgaven brukes begrepet om plattformene Snapchat, Instagram, Facebook og Messenger, da det er plattformene politiet bruker i dag.

1.5 Oppgavens oppbygging

Oppgaven har først fokus på valg og bruk av metode og kilder. I neste del av oppgaven redegjør vi kort for politiets bruk av sosiale medier i et historisk perspektiv, før vi presenterer forebyggende politiarbeid. Videre ser vi politiets bruk av sosiale medier i lys av lokalorientert og personorientert politiarbeid, og drøfter gjennomgående muligheter og utfordringer arbeidet kan føre med seg i hver av de nevnte strategiene. Avslutningsvis oppsummeres oppgaven og de temaer som er drøftet.

2. Metode

2.1 Valg av metode

For å undersøke et område eller fagfelt må man være bevisst på hvilken metode man velger å benytte seg av. Metode er et redskap vi bruker for blant annet å samle inn data og informasjon innen feltet vi skal undersøke. For å få en dypere forståelse av et fenomen er det relevant å bruke kvalitativ metode fordi den lar oss fange opp meninger og opplevelser som ikke lar seg tallfeste, som i den kvantitative metoden (Dalland, 2017, s. 52). Vi har brukt allerede eksisterende forskning som er av både kvalitativ og kvantitativ karakter.

Vi har valgt å skrive en teoretisk oppgave, og valgt oss ut foreliggende kilder i form av forskningsbasert litteratur, stortingsmeldinger og evalueringsrapporter. Dersom vi hadde valgt

en empirisk oppgave, og hentet inn data selv, ville vi kanskje fått et dypere innblikk i hvordan menneskene som har jobbet med temaet har oppfattet utviklingen. Dataene vi hadde samlet inn ville vært primærinformasjon. Vår oppgave tar derimot utgangspunkt i foreliggende kilder, hvor forfatterne allerede har behandlet og tolket data, som dermed er sekundærinformasjon (Dalland, 2017, s. 163). En teorioppsummering er et viktig første steg for å få kunnskap om feltet før man går i gang med empiriske undersøkelser.

2.2 Forforståelse

I alle forskningsprosjekter vil den som undersøker et fenomen ha en forforståelse av det man skal undersøke. Dersom vi klarer å utfordre forforståelsen vår med å forsøke å avkrefte sammenhenger mellom det vi vet, kan eller tror på forhånd og det vi undersøker øker vi tilliten til forklaringens holdbarhet (Dalland, 2017, s. 58).

Vår forforståelse innenfor temaet bærer preg av at vi er politistudenter og har et praksisår bak oss. I praksisåret opplevde vi hvordan forebygging fungerer i praksis og hvilke muligheter og utfordringer dette fører med seg. Vi har vært på to ulike praksissteder hvor bruken av sosiale medier har vært forskjellig. Vi er i tillegg brukere av sosiale medier og har dermed erfaringer og kunnskap knyttet til dette. Vi kjenner plattformene godt og vår generasjon har nærmest vokst opp med utviklingen av dem. Til tross for at vi er godt kjent med plattformene og ser på sosiale medier som en positiv utvikling for politiet, må vi i oppgaven klare å se på fenomenet med et kritisk blikk.

2.3 Valg av pensum

Ved valg av kilder har vi søkt på Oria som er en database for kilder fra alle høyskoler og universiteter i Norge. Vi har også brukt Idunn som ligger under Universitetsforlaget og er en publiseringsplattform for tidsskrifter. Ved å bruke disse plattformene fikk vi en større andel forskningsbaserte treff. Det er allikevel alltid viktig å være kritisk til og undersøke kilder man finner på nett for å sikre at de både er objektive og pålitelige (Halvorsen, 2008, s. 273). Vi har i disse søkemotorene søkt etter forskning om forebyggende politiarbeid, om politiet på sosiale medier og om bruk av sosiale medier på generell basis. Vi har gått gjennom mange bidrag før vi har selektert ut dem vi mener dekker problemstillingen vår på best mulig måte.

2.4 Kildekritikk

Vårt undersøkelsesområde er i rask endring og det er vanskelig å finne forskningsbasert litteratur som har tilstrekkelig relevans. Det er viktig å utøve kildekritikk ved å vurdere om kildene vi bruker er tidsmessig oppdatert da feltet har vært i drastisk endring bare det siste halvåret. I følge Dalland (2017, s. 158) vil dette være spesielt viktig for fagfelt i endring, noe som i høyeste grad er aktuelt for vår problemstilling. På bakgrunn av dette har vi valgt å kombinere forskningsbasert litteratur om forebyggende politiarbeid og kommunikasjonsteori, med planer og styringsdokumenter fra Justis- og beredskapsdepartementet. Vi har brukt artikler publisert i diverse nettaviser om innføring av patruljer på internett, samt forskningsbasert litteratur om sosiale medier for å knytte kildene sammen mot oppgavens problemstilling. I tillegg har vi brukt en evalueringsrapport Kripos har skrevet i samarbeid med politiet i Agder etter Snapchatprosjektet de hadde sommeren 2018 i forbindelse med festivalen Palmesus. Denne kilden har vært viktig for å få forståelse av hvordan politiets bruk av sosiale medier har fungert i praksis. Det er viktig å påpeke at enkelte av kildene ikke er forskningsbaserte, og publisert ut fra andre interesser enn objektiv forskning.

Kildekritikk er viktig både for å vurdere kvaliteten på kildene man bruker, og for å vurdere hvilken relevans kildene har for problemstillingen i undersøkelsen (Dalland, 2017, s. 158). Det er viktig å være oppmerksom på hvilke interesser som kan ligge bak ulike kilder man bruker når man skal undersøke et fenomen. Styringsdokumenter og rapporter fra Politidirektoratet, samt stortingsmeldinger belyser myndighetenes perspektiv. De kan derfor ha andre vinklinger enn forskningsbaserte bidrag.

Kildene vi har anvendt for å belyse det forebyggende feltet er skrevet av godt etablerte forskere. Tekstene er skrevet for en tid tilbake men anses som relevante da strategiene som diskuteres fortsatt er gjeldende i norsk politi. Bidragene vi har valgt om sosiale medier og politiets opptreden her, er derimot av nyere karakter. Dette er helt nødvendig for å sikre tilstrekkelig, oppdatert informasjon på området. De fleste kildene vi har brukt er publisert i Skandinavia eller England. De skandinaviske landene har flere likhetstrekk i struktur, også innenfor politiet. I tillegg til dette er politiet i de skandinaviske landene basert på den engelske politimodellen (NOU 2017:9, s. 29). Et unntak fra de skandinaviske og engelske tekstene er en indisk studie av Sachdeva og Kumaraguru fra 2015. Denne handler om kommunikasjon mellom politi og publikum på sosiale medier. Vi har vært kritiske til å sammenligne denne studien med norsk politiarbeid, men da den tar opp relevante og viktige momenter har vi

allikevel sett den som et viktig supplement til den øvrige litteraturen brukt i oppgaven. Vi mener derfor at de tekstene vi har valgt er aktuelle for å belyse muligheter og utfordringer det norske politiet står ovenfor.

3. Teori og drøfting

3.1 Historisk forankring

Internett og sosiale medier er et relativt nytt område i politiet. Til tross for at bruken blant befolkningen i dag er godt forankret, er det ikke mange år siden det først ble tatt i bruk. Omfanget har nærmest eksplodert, både med tanke på antall plattformer og antall brukere. I dag befinner store deler av befolkningen seg på en eller annen arena innenfor sosiale medier, og Norge er et av de landene i verden som bruker det flittigst (Teknologirådet, 2014, s. 6).

Politiet har alltid hatt som mål å være der befolkningen er. I dagens samfunn betyr det også at politiet bør være på sosiale medier. I 2015 kom Kripos med en rapport kalt "Politiets tilstedeværelse på internett". Denne rapporten redegjør for den evalueringen Kripos gjorde av politiets bruk av internett, blant annet til forebyggende arbeid. I evalueringen fant de at det var store variasjoner i bruken av sosiale medier på nasjonal basis og det manglet en nasjonal koordinering (KRIPOS, 2015).

Et av forslagene fra Kripos var at hvert politidistrikt bør etablere egne ressurser for tilstedeværelse på internett (KRIPOS, 2015, s. 39). Som nevnt ser vi at politidistriktene i dag jobber med å danne egne nettpatruljer. Disse skal ha sin base på kanalene Facebook, Messenger, Instagram og Snapchat. Formålet med disse patruljene er å forebygge kriminalitet gjennom tips og informasjon, samt å gi publikum en ny arena å kommunisere med politiet på (Politiet, u.å.). I dag har politidistriktene Oslo, Sør-Vest og Agder, samt Kripos, opprettet slike nettpatruljer.

Et annet forslag fra Kripos var at man bør legge inn pensum rettet mot politiarbeid på internett på Politihøgskolen (KRIPOS, 2015, s. 41). I dag er dette en del av undervisningen i fagene "Etterforskning" og "Kriminalitetsforebyggende politiarbeid".

3.2 Forebyggende politiarbeid

Å forebygge er ikke et begrep eid kun av politiet. I helsevesenet brukes det for eksempel om fysisk aktivitet, for å forebygge fedmerelaterte sykdommer. I IT-bransjen kan det handle om å

oppuste systemer, for å forebygge feil. Forebygging er en felles betegnelse på arbeid som legges ned for å forhindre negative hendelser (Lie, 2015, s. 19). I politiet handler det forebyggende feltet om å forhindre kriminalitet.

1. januar 2016 trådte nærpolitireformen i kraft. I utredelsen av reformen var politirolleutvalgets ti grunnprinsipper av 1981 svært sentrale (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 25). Prinsippene beskriver hvordan politiet bør være bygd opp og utøve sine oppgaver. Et av hovedområdene i reformen er at politiet skal forebygge og bekjempe kriminalitet, og på denne måten skape trygghet for befolkningen (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 6). Forebyggende politiarbeid er imidlertid ikke et nytt satsningsområde i politiet, noe vi blant annet kan lese ut av grunnprinsipp 9 (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 25), samt Politilovens §§ 1 og 2 (Politoloven, 1995, §§ 1-2). Politikerne tar, på vegne av samfunnet, beslutninger som påvirker hvilke oppgaver som skal tillegges og prioriteres av politiet. Det forebyggende arbeidet blir derfor påvirket av de forhold og endringer som skjer i samfunnet (Lie, 2015, s. 18). Et eksempel på dette er at kriminalitet flytter seg til internett og sosiale medier, og belyser viktigheten av at politiet er representert her.

Et av formålene med nærpolitireformen var å sørge for at politiet har kapasitet og kunnskap til å forebygge kriminalitet på en god og effektiv måte. Det legges særlig vekt på at politiet skal drive kriminalitetsforebyggende arbeid gjennom samarbeid med andre aktører. Dette kan for eksempel være kommunene, frivillige aktører eller private aktører. Til tross for at det kan være vanskelig å måle virkningen av forebyggende arbeid, vil departementet utvikle nye styringsparametere som skal gjøre det lettere å evaluere det forebyggende arbeidet. En av grunnene til at det har vært vanskelig å evaluere kriminalitetsforebygging, er at det ofte tar lang tid før man ser resultater. Kompetanse om forebygging skal ligge på alle nivåer i politiet, selv om det i noen grad også skal være et fagområde med spesialkompetanse (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 34).

Det finnes ikke *en* måte å forebygge kriminalitet på. Politiet må ta i bruk ulike metoder, være på ulike arenaer og ikke minst samarbeide med andre etater. Kriminalitetsbildet endres hele tiden og man ser blant annet at det blir mer organisert og komplekst. Det er viktig at politiet følger denne utviklingen, og i noen tilfeller kan dette bety at politiet må spesialiseres og

etablere større kompetanse for å bekjempe de nye kriminalitetsformene (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 6).

Et tiltak for å følge utviklingen av kriminalitet på sosiale medier, er at politiet selv tar i bruk applikasjonene. Snapchat ble, som nevnt, brukt som kommunikasjonsmiddel under festivalen Palmesus i 2018. Seksjonsleder i Agder politidistrikt, Torgeir Winsnes, forklarer bruken slik: *”Målet med å kommunisere gjennom Snapchat under Palmesus er at publikum skal kunne tipse oss på en enkel måte og vi skal gi dem informasjon. Med bistand fra nettpatruljen i Kripas, som har lang erfaring med bruk av sosiale medier, ønsker vi å få inn informasjon fra publikum som bidrar til at vi kan forhindre eller stanse uønskede hendelser”* (Politiet, 2018). Videre i oppgaven vil vi drøfte noen av politiets forebyggende strategier, og se på hvordan og hvorfor politiet også må være tilstede på internett og sosiale medier.

3.2.1 Lokalorientert politiarbeid

I nærpolitireformen (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 5) er det å styrke det lokale politiet satt som et av hovedmålene. Lokalorientert politiarbeid innebærer å jobbe med og for lokalsamfunnet, og herunder bidra til å øke trygghetsfølelsen hos befolkningen og deres tillit til politiet (Tilley, 2012, s. 376). Wesley Skogan (2006, s. 28) mener de tre viktigste momentene i lokalorientert politiarbeid er sivilt engasjement, desentralisering og problemløsning. Sivilt engasjement handler om at politiet lytter til samfunnets behov og samarbeider med aktører som representerer samfunnet (Skogan, 2006, s. 28). Desentralisering er en måte å organisere politi og andre etater på, hvor beslutningsmyndigheten er plassert på lavest mulig nivå (Tilley, 2012, s. 378). De to nevnte momentene er i tillegg forankret i de ti grunnprinsippene (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 25). Problemløsning innebærer å benytte metoder for å identifisere og analysere problemer, og deretter sette i verk aktuelle tiltak (Skogan, 2006, s. 34).

Et av suksesskriteriene i lokalorientert politiarbeid er ifølge Nick Tilley (2012, s. 377) to-veis-kommunikasjon med publikum. Skogan (2006 s. 29) mener det er viktig at politiet har såkalt “Facetime” med publikum, altså at de møtes, snakker sammen og skaper en relasjon til hverandre. Dette kan blant annet gjøres gjennom informerende møter, tilstedeværelse på sosiale medier, holdningskampanjer og undersøkelser. Gjennom slik informasjonsbasert kommunikasjon er det ønskelig å bygge tillit og relasjoner, samt at lokalbefolkningen skal bli

i stand til å forebygge kriminalitet på egenhånd. Vi vil i det videre utforske hvordan sosiale medier kan spille en viktig rolle i lokalorientert politiarbeid.

3.2.1.1 Relasjonsbygging i lokalorientert politiarbeid

Det forebyggende arbeidet til norsk politi har tidvis vært utsatt for kritikk. Dette har blant annet gått ut på at arbeidet både prioriteres og praktiseres ulikt på nasjonalt plan (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 6). En av årsakene til at politiets opptreden på sosiale medier skal formaliseres, er ønsket om at arbeidet skal utføres likt over hele landet. Publikum må kunne forvente at tilbudet skal være like godt uansett hvor i landet de bor. Det betyr imidlertid ikke at ulike utfordringer på tvers av landet, skal eller kan løses likt.

Politidistriktene står overfor ulike type utfordringer, også på sosiale medier. Det er derfor viktig at nettpatruljene har god lokalkunnskap og gode relasjoner til sitt publikum.

Desentralisering er en viktig faktor for å lykkes med lokalorientert politiarbeid. At politiet bruker sosiale medier kan være en måte å opprettholde god lokalkunnskap. I løpet av de siste årene har politiet gått fra å være 27 til 12 distrikter. Sentraliseringen skulle medføre mer robuste fagmiljøer og en større styrke (Justis- og beredskapsdepartementet, 2014-2015, s. 6). En av utfordringene med at distriktene blir for store, kan være at publikum opplever at avstanden mellom dem og politiet øker. Når politidistriktene får større områder å dekke kan det gå på bekostning av god lokalkunnskap, samt gode relasjoner til publikum (Lie, 2015, s. 186). For å motvirke dette er det viktig at politiet arbeider desentralisert. Publikums problemer må settes på agendaen og politiet må etterstrebe et samarbeid for å komme frem til en god løsning. Sosiale medier kan være en passende arena for politiet til å adressere lokale utfordringer.

Som tidligere nevnt mener Skogan (2006, s. 29) at politiet må bruke tid med publikum for å skape gode relasjoner, altså at de må ha "Face-time". Sosiale medier kan være en måte for politiet til å øke mengden "Face-time" med publikum på. Man har mulighet til å nå ut til mange mennesker på kort tid. Politiet kan derfor ta for seg ulike problemstillinger og redegjøre for disse ved hjelp av sosiale medier. Ved bruk av applikasjoner som kun tillater en-veis-kommunikasjon kan politiet spre informasjon, og publikum får et innblikk i hvordan politiet jobber og prioriterer, samt hvem de er. Ved bruk av plattformer som tillater to-veis-kommunikasjon får også politiet mulighet til å bli kjent med publikum. Via for eksempel mediet Messenger kan publikum ta kontakt med politiet. Å bruke sosiale medier til å styrke

relasjonen mellom politi og publikum kan være én måte for politidistriktene til å hente inn tapt nærhet etter sentraliseringen.

Som vi har sett kan sosiale medier være med på å styrke relasjonen mellom politi og publikum. Det er allikevel ikke helt problemfritt for politiet å skulle skape en relasjon til innbyggerne i sitt distrikt via sosiale medier. Når man skal skape en relasjon til noen, er man avhengig av at begge parter er interessert i dialog. En utfordring med dette er å vite hvem man egentlig når ut til ved bruk av sosiale medier og hvem vi bygger relasjoner til. På generell basis kan det være vanskelig for en som ønsker å spre sitt budskap via en plattform, å vite hvem som faktisk får det med seg (Aalen, 2013, s. 106). Det spesielle med forebyggende kommunikasjon er at det hele baserer seg på et frivillig samtykke (Lie, 2015, s.49). Det vil si at politiet er avhengig av at publikum godkjenner politiets profil, for at de i det hele tatt skal oppnå kontakt. For å nå ut til publikum i den ønskede målgruppen må politiet for det første bruke aktuelle plattformer, og for det andre bruke dem på en slik måte at ungdommen ønsker å legge profilen til (Gillund, 2011, s. 70).

Hva som appellerer til en ønsket målgruppe kan variere fra distrikt til distrikt. Kartlegging og analyse for mest effektiv bruk av sosiale medier krever både tid og ressurser. Til tross for at sosiale medier gir politiet tilgang til mer informasjon enn tidligere, setter det også krav til politiets systemer og bearbeidelse av den innhentede informasjonen. Mengden data som innhentes er økende og det blir stadig mer nødvendig med ressurser og systemer som kan sørge for at politiet nyttiggjør seg av informasjonen de tilegner seg (Hestehave, 2013, s. 18). På den andre siden kan det tenkes at en slik prosess vil ha flere positive virkninger for politiet. Som nevnt vil man bli mer treffsikker i valg og bruk av sosiale medier. I tillegg vil man tilegne seg kunnskap om sitt lokalmiljø som kan gagne fler enn bare de som har sosiale medier som arbeidsplass, for eksempel patruljeseksjonen eller etterretningsavdelingen.

Gode relasjoner og tillit til politiet baserer seg på gode møter med publikum. I disse møtene er kommunikasjonen helt avgjørende. Politiets evne til å bygge relasjoner med publikum blir spesielt synlig i de direkte møtene, og graden av tillit vil avgjøres her (Egge & Ganapathy, 2012, s. 55). Når kommunikasjonen skjer over sosiale medier vil det være en begrensning på hvor direkte møtet kan bli. Dersom politiet benytter seg av en anonymisert profil vil det være utfordrende å skulle bygge relasjoner til publikum. Det kommer frem i Kripos sin rapport at publikum ønsker å forholde seg til mennesker og ansikter, kontra en lite personlig bruker. En

personlig profil vil være et godt utgangspunkt for nærhet og god kommunikasjon. Dette kan igjen skape utfordringer for de tjenestemennene som har sosiale medier som sin arbeidsplass. Å eksponere ansikt, navn og annen personlig informasjon gjør at de ansatte lettere kan utsettes for trusler og negative hendelser. Tjenestepersonene blir et ansikt på etaten. Det er derfor viktig at det gjøres gode vurderinger på hvor personlig eksponert de ansatte skal være, og sette dette opp mot formålet av arbeidet (KRIPOS, 2015, s. 12).

3.2.1.2 Tillit og trygghet i lokallorientert politiarbeid

Trygghet og tillit er viktige faktorer for at innbyggerne i et samfunn skal ha det bra. Trygghet i befolkningen er ofte beskrevet som et av hovedmålene i lokallorientert politiarbeid. Elisabeth Myhre Lie (2015, s. 188) skiller mellom opplevd og faktisk trygghet. Den opplevde tryggheten er subjektiv og knyttes til følelsen av å være trygg i samfunnet. Faktisk trygghet er den objektive, målbare tryggheten og utsatthet for kriminalitet. I dag er befolkningen mindre utsatt for kriminalitet enn noen gang tidligere. Til tross for dette viser trygghetsundersøkelser at mange føler seg mindre trygge enn før. Lie (2015, s. 189) betegner dette som trygghetens paradoks. På bakgrunn av dette blir det et mål i seg selv at befolkningens opplevde trygghet styrkes. Dersom politiet skal jobbe etter en lokallorientert modell på sosiale medier må de derfor bestrebe et trygghetsskapende arbeid også der.

Et kontaktskapende politi vil kunne øke publikums trygghet (Lie, 2015, s. 194). Når politi og publikum er i kontakt på sosiale medier er det derfor viktig at politiet åpner for kommunikasjon. Politiet viser da at de ønsker kontakt med publikum, noe som vil senke terskelen for å ta kontakt med politiet (Lie, 2015, s. 196). Nettpatruljen i Oslo oppfordrer publikum til å ta kontakt med dem på Messenger dersom de lurte på noe, har opplevd noe eller har andre henvendelser. Ved å oppfordre til kommunikasjon via sosiale medier vil det kunne tenkes at terskelen senkes for at publikum tar kontakt med politiet.

Sachdeva og Kumaraguru viser at det ikke bare er kommunikasjon mellom politi og publikum som er viktig for trygghetsfølelsen i lokalsamfunnet. Kommunikasjon mellom befolkningen i et lokalsamfunn er viktig for å styrke det sivile engasjementet. Gjennom slik samhandling kan man adressere og diskutere lokale problemer seg i mellom, og på denne måten få en kollektiv forståelse av problemet. Dersom politiet legger til rette for slik diskusjon på sine sosiale medieplattformer mener Sachdeva og Kumaraguru at dette kan ha en positiv effekt for publikums opplevde trygghet (Sachdeva & Kumaraguru, 2015, s. 8).

Undersøkelser viser at mer synlig politi ikke nødvendigvis har en kriminalitetsreducerende effekt. Til tross for dette er synlig politi ofte nevnt som et ønsket trygghetstiltak fra befolkningen (Lie, 2015, s. 192). På bakgrunn av dette kan et slikt tiltak styrke den opplevde tryggheten, selv om den faktiske tryggheten er upåvirket. Tilstedeværelse på sosiale medier er nettopp et slikt tiltak fra politiets side, og må kunne tenkes å ha de samme virkningene. Tilstedeværelsen vil kunne ha flere positive virkninger på befolkningens trygghetsfølelse. Blant annet kan politiet bruke sosiale medier til å rette opp i misforståelser og inntrykk som styrker utryggheten i samfunnet. Ved å spre informasjon via ulike plattformer kan politiet korrigere misoppfatninger og øke den opplevde tryggheten (Aas, Runhovde, Strype, Bjørge, 2010, s. 52).

I rapporten om politiets tilstedeværelse på Snapchat under Palmesus ble det lagt vekt på at økt opplevd trygghet hos befolkningen var en av de største gevinstene med prosjektet (KRIPOS & Agder politidistrikt, 2018, s. 18). Dette var blant annet en effekt av at politiet var tilstede og tilgjengelige under festivalen via Snapchat. Selv mente politiet at det også var reelt tryggere for publikum på Palmesus, ved at de ved en eventuell større hendelse ville nå raskt ut til mange via Snapchat (KRIPOS & Agder politidistrikt, 2018, s. 18).

For politiet er det viktig å ha tillit i befolkningen for å kunne jobbe effektivt, blant annet fordi det vil øke sannsynligheten for at publikum ønsker samarbeid med politiet. Det er i følge Lie (2015, s. 201) vanskeligere å bygge opp enn å bryte ned tillit, og det er derfor svært viktig at man er klar over dette når man introduserer nye arbeidsmetoder. Når politiet er tilstede på sosiale medier er det en forutsetning at publikum følger kontoene på de ulike plattformene for at det skal kunne ha en forebyggende effekt. For å lykkes med forebygging på sosiale medier er de altså avhengig av at befolkningen har så høy tillit til politiet at de velger å følge dem. Dette vises for eksempel i rapporten etter Palmesus. Her poengteres det at flere av tipsene de mottok sannsynligvis ikke ville kommet inn uten tilstedeværelsen og tilliten politiet bygde opp gjennom Snapchat (KRIPOS & Agder politidistrikt, 2018, s. 18). Ved å følge opp tips og møte tipserne raskt vil det kunne tenkes at publikum blir mer positive til å samarbeide med politiet ved senere anledninger.

Ved økt tilgjengelighet vil også forventningen om rask respons ved hendelser påfølge. I rapporten fra Palmesus blir det nevnt som en mulig negativ konsekvens at tipsere som ikke

blir fulgt opp vil bli skuffet (KRIPOS & Agder politidistrikt, 2018, s. 19). Fallhøyden vil kanskje være større enn ved vanlig tipsinnhenting fordi publikum opplever en større nærhet til politiet når de er så tilgjengelige på sosiale medier. Dette kan videre gå utover publikums institusjonelle tillit, altså tilliten til politiet som etat, i form av at de føler de ikke blir tatt seriøst av politiet. Terskelen for å melde inn hendelser eller samarbeide med politiet ved en senere anledning vil kunne øke. Det er derfor svært viktig at politiet har nok ressurser til å følge opp henvendelser som kommer i forbindelse med opptreden på sosiale medier.

Som en konsekvens av nærpolitireformen har avstandene i enkelte distrikter økt. Det har blitt færre politidistrikter og lensmannskontorer, og man ser at responstiden i noen tilfeller har gått opp (Politidirektoratet, 2019). Dersom politiet oppleves som tilgjengelige på sosiale medier men har lenger responstid ved uønskede hendelser, vil publikum kunne tenkes å få en gal oppfatning av den faktiske tryggheten og politiets tilgjengelighet. Her ser man et eksempel på hvor befolkningens opplevde og faktiske trygghet kan komme i konflikt (KRIPOS & Agder politidistrikt, 2018, s. 23).

3.2.1.3 Holdningsskapende politiarbeid i et lokalorientert perspektiv

I lokalorientert politiarbeid står holdningsendring gjennom kampanjer og informasjonsdeling sterkt. Bjørge (2015, s. 211) mener det er viktig at holdningsdanning må skje i sosiale sammenhenger der de faller naturlig dersom de skal ha noen effekt. Tradisjonelt sett har dette blant annet vært arenaer som skolen, media og andre organisasjoner. Kampanjer rettet mot holdningsendring vil kunne ha stor gjennomslagskraft på sosiale medier, da det er en av de mest brukte arenaene blant ungdom i dag.

De etablerte nettpatruljene har delt mye informasjon om hvordan politiet arbeider, hva som er straffbart og hvordan man bør håndtere ulike situasjoner. Dette arbeidet kan sammenlignes med det Lie omtaler som "forklarende patrulje". Formålet med forklarende patrulje er at publikum får forklart hvorfor politiet arbeider som de gjør. Samtidig får publikum mulighet til å uttrykke hvordan de føler og opplever en bestemt situasjon eller politiets arbeid. Dette kan ifølge Lie forebygge et negativt inntrykk av politiet og øke publikums tillit (Lie, 2015, s. 201). Sachdeva og Kumaragurus studie fra 2015 underbygger Lies konklusjon. De fant at samhandling mellom politi og publikum under konfliktløsning vil kunne øke tilliten til politiet. I tillegg mener de at slik samhandling vil redusere forskjellene i hva publikum og politiet forventer av hverandre (Sachdeva & Kumaraguru, 2015, s. 5).

Tidligere har man sett at sivilt engasjement er en viktig faktor for å lykkes med lokalorientert politiarbeid. Holdningsskapende kampanjer kan være en måte å styrke det sivile engasjementet på. Det samme gjelder når politiet arbeider via sosiale medier. Engasjementet kan styrkes når det lokale politiet tar opp problemer som angår befolkningen, slik at publikum selv føler seg som problemeiere. Gjennom bevisstgjøring og holdningsarbeid fra nettpatroljer blir publikum bedre utrustet til å løse problemer på egenhånd.

På sosiale medier kan holdningskampanjer, som nevnt, nå ut til svært mange på kort tid. Dette er likevel ikke ensbetydende med at kampanjen får den effekten politiet forventer. Ola Erstad (1997, s. 78) peker på tre faktorer som er spesielt viktig dersom man skal lykkes med en holdningskampanje. Han mener kampanjen må være tydelig, systematisk og vedvarende. Dette begrunner han i at kampanjen vil være lite egnet til å påvirke publikums holdninger, dersom innhold og formidling er for generell og upersonlig. Denne problematiseringen kan tenkes overført til sosiale medier da Erstad på generell basis stiller spørsmålstegn til påvirkningskraften av en holdningskampanje (Erstad, 1997, s. 79).

Holdningskampanjer vil ofte kreve ressurser og tid i politiets prioritering. For at kampanjen skal treffe riktig målgruppe på sosiale medier, må politiet bruke riktig plattform. I tillegg til dette må innholdet i kampanjen være aktuelt og formidlet på en slik måte at publikum interesserer og tar til seg budskapet (Erstad, 1997, s. 78). Det kreves altså mye i fasene kartlegging og analyse. I tillegg til dette kan det være vanskelig å vurdere om kampanjen har ønsket resultat. Holdningskampanjer i et forebyggende perspektiv kan nemlig være svært vanskelig å evaluere (Erstad, 1997, s. 81). Fordi det kan være utfordrende å isolere de ulike faktorene i politiets forebyggende arbeid, er det vanskelig å si akkurat hvilke tiltak som virker på den faktiske kriminaliteten (Giertsen, 1994, s. 300). Til tross for dette ser det ut til at mange enes om at informasjonsformidling og oppfordring til kriminalitetsreducerende arbeid er viktige tiltak (Erstad, 1997, s. 81).

3.2.2 Personorientert politiarbeid

I følge Lie (2015, s. 74) er det viktig å fokusere på individets sårbarhet og dets utfordringer dersom man skal lykkes i å forebygge uønsket atferd. Ved å påvirke individets holdninger og årsaker til kriminalitet på ulike nivåer kan vi forebygge kriminalitet ut fra et personorientert

perspektiv. I dette arbeidet er det spesielt fokus på ungdom i risikozonen for å begå kriminalitet.

Lie (2015, s. 85) mener forebygging av atferdsproblemer må foregå på de naturlige sosiale arenaene til ungdommene for at det skal være vellykket. Da sosiale medier er en av de viktigste arenaene for dagens ungdom er dette et sentralt sted for politiets personorienterte forebygging. Nettpatruljene har etablert seg på de største plattformene innen sosiale medier, og når på denne måten ungdommene der de er daglig.

En viktig del av det personorienterte politiarbeidet handler om å få oversikt over ungdomsmiljøene og hvem som er i risikozonen for å begå kriminelle handlinger (Lie 2015, s. 76). Ved å få en relasjon til ungdommene over internett kan det være enklere for politiet å få oversikt og informasjon om miljøene. Det kan også være en positiv måte for de mest utsatte ungdommene å snakke med politiet på.

3.2.2.1 Relasjonsbygging i personorientert politiarbeid

Tidligere i oppgaven har vi drøftet viktigheten av en god relasjon mellom politi og publikum. I alle deler av etaten vil en god relasjon til publikum effektivisere arbeidet. Vi vil nå flytte fokus fra gruppenivå til individnivå, og se hvilke muligheter og utfordringer relasjonsbygging på sosiale medier fører med seg.

For at politiet skal kunne arbeide individuelt med sårbar ungdom må man kartlegge hvem disse ungdommene er. Politiet må først skape en oversikt over ungdomsmiljøene, før de arbeider med å identifisere de ungdommene som er i ferd med å utvikle en kriminell løpebane. Tidligere ble det forebyggende arbeidet rettet mot ungdom generelt. I senere tid har det blitt mer aktuelt å rette arbeidet mot ungdom man oppfatter at har en høyere risiko for å kunne begå kriminalitet (Lie, 2015, s. 75-76). En figur utarbeidet av Schanke gir en oversikt over ulike risiko- og beskyttelsesfaktorer, som man mener påvirker ungdommens tilbøyelighet til å begå kriminalitet. Her ser man på de ulike arenaene i en ungdoms liv, og bruker de nevnte risiko- og beskyttelsesfaktorene til å kartlegge ungdommen (Lie, 2015, s. 91).

Det kan være utfordrende for politiet å skaffe nok informasjon om en ungdom og miljøet han eller hun vanker i. Sosiale medier kan være et verktøy politiet kan ta i bruk for å innhente

nyttig informasjon i en kartleggingsprosess. Mange ungdommer deler informasjon om seg selv på sosiale medier, både i form av bilder, video og tekst. Dette er informasjon politiet kan fange opp dersom de selv tar i bruk de aktuelle plattformene. Å arbeide på denne måten kan gjøre politiets arbeid både mer effektivt, og ikke minst mer treffsikkert. Politiet vet hvem de bør oppsøke, hvilken kriminalitetstype de skal fokusere på, og har kunnskap om miljøet ungdommen beveger seg i. På den andre siden kan forebyggingen på dette punktet gli noe over til etterretningsarbeid. Det er viktig at politiet er bevisst dette skillet mellom forebyggende- og etterretningsarbeid.

Til tross for at det er mye informasjon å hente på sosiale medier, er ikke denne informasjonen alltid tilgjengelig for politiet. For å få tak i dette er det en del vilkår som må være oppfylt. Blant annet må motparten som regel ha godkjent en relasjon mellom de to brukerne. Også her blir det en utfordring for politiet å komme i kontakt med riktig målgruppe (Gillund, 2011, s. 70). Som nevnt er det risikoungdom politiet skal søke å kartlegge. Imidlertid kan det tenkes at ungdom som allerede har hatt negative møter med autoriteter, ikke nødvendigvis ønsker å være venn med politiet på sosiale medier. Ungdommen kan stenge sine profiler, lage falske profiler eller nekte tilgang til sin informasjon til politiets bruker. På denne måten blir all informasjonen ungdommen deler gjort utilgjengelig for politiet.

Etter at politiet har kartlagt ungdom i risikozonen, starter arbeidet med å skape en relasjon til dem. Dette kan være svært tidkrevende og det kan hende ungdommen ikke ønsker hjelp eller oppfølging. Det kan virke både overveldende og stigmatiserende at et hjelpeapparat rettes mot ungdommen, og han eller hun kan oppleve at man kun blir sett for feilene man har gjort (Lie, 2015, s. 118). Relasjonen mellom politi og ungdom har i noen sammenhenger vært ansett som en negativ tilknytning. Mange unge ønsker derfor ikke å ha kontakt med politiet i frykt for at andre unge tillegger dem negative egenskaper. På sosiale medier vil man derimot kunne kommunisere uten at samtalen eksponeres for andre, og det kan oppleves mindre stigmatiserende for ungdommen. Det finnes flere plattformer på sosiale medier som tillater toveiskommunikasjon. Disse plattformene kan gjøre det enklere for ungdommen å kommunisere med politiet. Dette er arenaer som i utgangspunktet ikke er forbundet med politikkontroll, og ungdommen kan oppleve et tilgjengelig politi de kan snakke med (Lie, 2015, s. 86).

På den andre siden kan man spørre seg om relasjonen som skapes mellom politi og ungdom via sosiale medier kan bli like god som ved et faktisk møte. Under drøftingen av det lokalorienterte politiarbeidet så vi at de fleste ønsker å prate med mennesker og ansikter, ikke datamaskiner (KRIPOS, 2015, s. 12). Dersom en ungdom trenger oppfølging og veiledning, kan det skapes større avstand mellom hjelper og mottaker dersom kommunikasjonen kun foregår over sosiale medier. Ungdommen kan lettere distansere seg fra samtalen, enn det han eller hun kunne gjort dersom politibetjenten satt rett overfor. Når samtalen foregår over sosiale medier, forsvinner den nonverbale biten av kommunikasjonen. Viktige faktorer som kroppsspråk, toneleie og blick uteblir (Lie, 2015, s. 70). I slike tilfeller vil det kreves mer av budskapet som formidles, altså den verbale kommunikasjonen. Det kan også tenkes at alvorlighetsgraden av det som skjer blir noe bagatellisert av den unge. Dersom oppfølgingen fra politiet blir mindre personlig, er det fare for at effekten av tiltaket og relasjonen til politiet blir svekket (Hoel, 2013, s. 81).

Som nevnt er sosiale medier i utgangspunktet en nøytral arena for ungdommen, og ikke en plattform de forbinder med politiet. Nettopp på grunn av dette kan sosiale medier være en god møteplass for ungdom og politi, spesielt i fredstid. Ungdommen får mulighet til å treffe politiet uten at det nødvendigvis har skjedd noe kriminelt. Dette kan styrke relasjonen mellom ungdom og politi, noe som igjen kan gjøre det enklere for de to å samarbeide på et senere tidspunkt (Egge & Ganapathy, 2012, s. 59).

3.2.2.2 Holdningsskapende politiarbeid i et personorientert perspektiv

Som vi har sett tidligere er holdningsskapende arbeid et viktig moment i det forebyggende arbeidet. I det personorienterte perspektivet er det nettopp individets holdninger og verdier knyttet til kriminalitet og uønsket atferd som er i fokus, og det er derfor svært aktuelt med holdningsskapende tiltak også her.

Holdningskampanjer på nett kan bidra til å distribuere informasjon til mange på kort tid. Dette har lenge vært et viktig virkemiddel innen det forebyggende politiarbeidet. Etter at politiet ble aktive på sosiale medier har de fått muligheten til å nå flere på kortere tid enn tidligere. Kampanjen ”Kjernekar” ble i 2013 lansert av Kripos for å skape større bevissthet rundt festrelaterte voldtekter hos gutter og menn (Haukaas, 2013). Kampanjen ble blant annet delt på Facebook, noe som gjorde at mange i den aktuelle aldersgruppen fikk den med seg. Dette er et godt eksempel på at politiet ved bruk av sosiale medier har truffet den målgruppen de

ønsket med sitt budskap. En styrke med sosiale medier er nettopp at politiet kan selektere hvem som får opp innholdet. De ulike plattformene tiltrekker seg ulike aldersgrupper, noe som er viktig å være bevisst i avgjørelsen på hvilken plattform man ønsker å bruke (KRIPOS, 2015, s. 16).

I følge Lie (2015, s. 77) er det viktig for det forebyggende arbeidet å formidle at de fleste ungdommer i dag er lovlige og ordentlige. Antagelsen om at tallet på dem som begår kriminelle eller uønskede handlinger er høyere enn det som er reelt kalles majoritetsmisforståelsen. Dersom politiet klarer å formidle at dette ikke er tilfellet vil det kunne fungere som en barriere mot utprøving. Denne typen misforståelser kan oppklares ved hjelp av informasjons- og holdningskampanjer via sosiale medier. Det kan tenkes at ungdommene da lettere vil stå imot presset enn om de tror at flertallet på deres alder eksperimenterer med ulovlige handlinger.

Som politi er det viktig å være en tydelig og trygg voksenperson når man er i kontakt med ungdom. For mange ungdommer er mangelen på en tydelig voksenperson en av hovedårsakene til at de har avvikende holdninger og verdigrunnlag. Politiets forebyggende arbeid kan da være viktig på to måter. For det første er det viktig å holde foreldrene oppdatert på hva som foregår i ungdomsmiljøene, slik at de vet hva de skal se etter og følge med på hos egne barn. Foreldre er noen av de viktigste samarbeidspartnerne til politiet i et forebyggende arbeid (Lie, 2015, s. 83). Det er derfor viktig at holdningskampanjer ikke utelukkende retter seg mot ungdom, men også foreldrene. Nettpatruljene har flere voksne følgere som holder seg oppdatert på kriminalitetstrender, lovverk og politiets arbeid gjennom kontoene deres på sosiale medier. For det andre kan politiet selv representere en trygg voksenperson ungdommen kan ta kontakt med og som irrettesetter og veileder dem. Som nevnt er det flere barn og unge som ikke har denne voksenpersonen i livet sitt, og politiet vil da kanskje være de eneste som inntar denne rollen overfor dem (Lie 2015, s. 79).

Gjennom politiets kontakt med ungdom på sosiale medier kan inkluderende og grensesettende strategier være aktuelle. Lie (2015, s. 80) mener begge strategiene er viktige i et forebyggende perspektiv. På den ene siden kan politiet bruke inkluderende strategier for å bygge opp ungdommen, slik at de kan danne seg en positiv identitet. På den andre siden må det settes tydelige grenser ved uakseptabel oppførsel. For de som ønsker å følge politiets profiler på sosiale medier kan det altså være gode holdningsskapende verdier som formidles. Det er

imidlertid grunn til å tro at politiet ikke treffer alle de ønsker gjennom denne formen for formidling. Som tidligere nevnt er det valgfritt å legge til politiet på sosiale medier, og ungdom som befinner seg i en kriminell omgangskrets uten tilstedeværende foresatte vil kanskje ikke oppsøke slike profiler.

4. Avslutning

Politiet har med sin inntreden i sosiale medier åpnet opp for en helt ny og unik måte å kommunisere med publikum på. Foreløpige rapporter indikerer at det er mulig å forebygge kriminalitet med nye metoder og treffe en stor del av publikum på digitale arenaer. Samtidig er det, som vist i denne oppgaven, mulig å kombinere dette med tradisjonelle perspektiver som lokal- og personorientert forebygging.

Selv om mulighetene er mange, byr sosiale medier på nye utfordringer. Det at publikum selv må legge til politiets profiler for å få kontakt kan føre til at de som er i risikozonen for kriminalitet og uønsket atferd aldri kommer i kontakt med politiet på sosiale medier. Dette ser ut til å være en av de største utfordringene knyttet til temaet.

Vi har sett at politiet gjennom de sosiale mediene vil kunne bygge relasjoner og få bedre oversikt over ungdomsmiljøene enn på tradisjonelt vis. Det er da viktig å være klar over hvilke momenter i relasjonsbyggingen man mister når man ikke møter publikum ansikt til ansikt. Ved å ikke ha et ansikt å knytte politiet til og gå glipp av den nonverbale kommunikasjonen kan relasjonene utspille seg annerledes enn når man møtes på gata.

Kommunikasjon på sosiale medier kan ha betydning for tilliten og tryggheten publikum har til politiet. På den ene siden kan et tilgjengelig og kontaktsøkende politi virke positivt på trygghetsfølelsen og tilliten kan øke. På den andre siden kan det tenkes å virke mot sin hensikt dersom politiet ikke er i stand til å respondere like raskt og være like tilgjengelige som de tilsynelatende er på de sosiale medieplattformene.

Sosiale medier er et godt egnet verktøy for å nå mange i en gitt målgruppe. Det gir politiet gode muligheter til å arbeide holdningskapende gjennom blant annet holdningskampanjer. Ved riktig valg og bruk av sosiale mediekkanaler blir politiet treffsikre i spredning av sitt budskap. Det har imidlertid vist seg at disse kampanjene kan bli for generelle og ikke utgjøre

noen vesentlig forskjell på statistikken. Det er derfor viktig at kampanjene er tilstrekkelig tilpasset målgruppen og spesifikke nok til å oppnå effekt.

Som vi har vist i denne oppgaven er det utfordringer knyttet til politiets forebyggende arbeid på sosiale medier. Til tross for dette er det viktig at politiet i tiden fremover utforsker og utnytter de enorme mulighetene sosiale medier fører med seg. Kanskje blir det den viktigste arenaen for forebyggende politiarbeid i fremtiden.

5. Referanser:

- Aas, G., Runhovde, S., Strype, J. & Bjørgo, T. (2010). *Trygghet i det offentlige rom*. (PHS Forskning). Oslo Politi­høgskolen.
- Antonsen, R. (2018, 13. juli). Politiet tar i bruk sosiale medier: - vi ser at det har vært en stor etterspørsel. *Politiforum*. Hentet fra <https://www.politiforum.no/artikler/politiet-tar-i-bruk-sosiale-medier-vi-ser-at-det-har-vaert-en-stor-etterspørsel-br/441974>
- Barne- ungdoms- og familiedirektoratet. (2018). *Barn og unges mediebruk*. Hentet fra https://www.bufdir.no/Statistikk_og_analyse/Oppvekst/Fritid/Barn_og_unges_mediebruk/
- Bjørgo, T. (2015). *Forebygging av kriminalitet* (1. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Dalland, O. (2017). *Metode og oppgaveskriving* (6. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Egge, M. & Ganapathy, J. (2012). Snakk om tillit!. I Lagestad, P. (Red.). *Kommunikasjon og konflikthåndtering: Publikumsrettet arbeid i et politifaglig perspektiv* (s. 52-69). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Enli, G. og Aalen, I. (2018). Sosiale medier. *Store Norske Leksikon*. Hentet fra: https://snl.no/sosiale_medier
- Giertsen, H. (1994). Forebygging av kriminalitet: Altfor bredt og altfor smalt. *Nordisk Tidsskrift for Kriminalvidenskap*, 81(3).
- Haukaas, K. (2013, 29. november). Vær en kjernekar!. *Aftenposten*. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/meninger/sid/i/Kvw3M/Var-en-kjernekar>.
- Hoel, L. (2013). *Politiarbeid i praksis: Politibetjentes erfaringer*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Justis- og beredskapsdepartementet. (2014-2015). *Endringer i politiloven mv. (trygghet i hverdagen - nærpolitireformen)*. (Prop. 61 LS 2014-2015). Hentet fra

<https://www.regjeringen.no/contentassets/0f5847ca5bae4b2996b6441423e5ea09/no/pdfs/prp201420150061000dddpdfs.pdf>

- KRIPOS. (2015). *Politiets tilstedeværelse på internett*. Oslo: Politiet.
- KRIPOS & Agder politidistrikt. (2018). *Politiets tilstedeværelse på Snapchat under Palmesus*. Oslo: KRIPOS.
- Lie, E. M. (2015). *I forkant: Kriminalitetsforebyggende politiarbeid* (2. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- NOU 2017:9. (2017). *Politi og bevæpning*. Oslo: Justis- og beredskapsdepartementet.
- Politidirektoratet. (2019, 19. februar). *Politiets responstid 2018*. Hentet fra: <https://www.politiet.no/aktuelt-tall-og-fakta/aktuelt/nyheter/2019/02/19/responstid-2018/>
- Politidirektoratet. (2017/2018). *Politiet mot 2025*. Hentet fra <https://www.politiet.no/globalassets/05-om-oss/03-strategier-og-planer/politiet-mot-2025---politiets-virksomhetsstrategi.pdf>
- Politiet. (2018, 04. juli). *Politiet på Snap under Palmesus*. Hentet fra <https://www.politiet.no/aktuelt-tall-og-fakta/aktuelt/nyheter/2018/07/04/politiet-pa-snap-under-palmesus/>
- Politiet. (U.å.). *Politiets nettpatrolje*. Hentet fra <https://www.politiet.no/rad/trygg-nettbruk/politiets-nettpatrolje/>
- Politiloven. (1995). *Lov om politiet (LOV-1995-08-04-53)*. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1995-08-04-53>
- Skogan, W. G. (2006). The promise of community policing. I D. Weisburd & A. A. Braga (Red.), *Police innovations contrasting perspectives* (s. 27-43). Cambridge: Cambridge University Press.
- Teknologirådet. (2014). *På nett med med publikum* (Rapport nr. 2/2014). Hentet fra https://teknologiradet.no/wp-content/uploads/sites/105/2018/05/Rapport-Paa_net med_publicum.pdf
- Tilley, N. (2008). Modern approaches to policing: Community, problem-oriented and intelligence-led. I T. Newburn (Red.), *Handbook of policing* (2. utg.). (s. 373-403). London: Taylor and Francis.

Selvvalgt pensum

- Aalen, I. (2013). *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget. (180 sider)

- Erstad, O. (1997). *Det kriminalitetsforebyggende siktemål* (PHS Forskning). Oslo Politihøgskolen. (167 sider)
- Gillund, L. (2011). Sosiale medier: Har man råd til å la være?. I Brandtzæg, P., Gillund, L., Krokan, A., Kvalnes, Ø., Meling, A. & Wessel-Aas, J. (Red.). *Sosiale medier i all offentlighet: lytte, dele, delta* (s. 61-87). Oslo: Kommuneforlaget. (26 sider)
- Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet. En innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (5 utg.). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag. (316 sider)
- Hestehave, N. K. (2013). *Proaktiv kriminalitetsbekæmpelse for politifolk*. Frederiksberg: Samfundslitteratur. (221 sider)
- Sachdeva, N. & Kumaraguru, P. (2015). Characterising Behaviour and Emotions on Social Media for Safety: Exploring Online Communication between Police and Citizens. Hentet fra <https://arxiv.org/abs/1509.08205>. (12 sider)