

Politie & Sociale media. Van hype naar onderbouwde keuzen (2013). A.J. Meijer, S.G. Grimmelikhuijsen, D. Fictorie, M. Thaens en P. Siep (Universiteit Utrecht / Center for Public Innovation, Rotterdam). Politiewetenschap 64

Doelstelling

Inzicht krijgen in processen van innovatie binnen de Nederlandse politie en daarmee een basis bieden voor reflectie op het innovatieve vermogen van de politie door bouwstenen aan te leveren voor de ontwikkeling van een innovatiestrategie.

Onderzoeksvraag

Wat is de toegevoegde waarde van sociale media voor de politie en hoe kan de politie nu en in de toekomst sociale media het beste benutten?

Methoden van onderzoek

- analyse van de mediaomgeving
- vergelijkende analyse tussen korpsen in Nederland
- internationale vergelijking met de VS en Canada d.m.v. sleutelinterviews
- normatieve analyse
- workshop waarbij de inzichten uit de media analyse, het vergelijkend onderzoek en de normatieve analyse bij elkaar gebracht zijn en geïnterpreteerd
- diepte-onderzoek van twee sociale media: Twitter en YouTube

Samenvatting

Op basis van een analyse van honderden berichten, enquêtes onder honderden burgers en agenten en tientallen interviews met (wijk)agenten concluderen de onderzoekers dat de contacten tussen politie en burgers worden versterkt. Hoewel er geen precieze cijfers beschikbaar zijn over oplossingspercentages, laten de vele voorbeelden zien dat de politie via Twitter en YouTube informatie van burgers krijgt en gebruikt om misdrijven op te lossen.

Het onderzoek biedt een systematisch overzicht van het huidige gebruik van sociale media door de politie in Nederland en laat zien dat de politie sociale media niet alleen inzet voor *high profile cases* zoals de rellen in Haren, maar ook voor vele kleinere misdrijven. De Haagse politie kon de dader van een mishandeling aanhouden nadat burgers hem hadden herkend op een YouTube film en de politie in Brabant-Zuidoost wist een aanrander op te pakken na plaatsing van een film op YouTube. Twitterende wijkagenten krijgen van burgers informatie over hennepkwekerijen, het afsteken van illegaal vuurwerk, straatraces en doorrijden na een aanrijding. De enquêtes onder burgers en interviews met agenten gaven geen indicaties voor negatieve effecten van het gebruik van Twitter door de politie. Honderden twitterende agenten versturen duizenden berichten per week en toch leiden al deze berichten zelden of nooit tot problemen voor de opsporing of tot negatieve beeldvorming over de politie. De ondervraagde politieagenten gaven aan dat zij zich houden aan de algemene gedragscode van de politie, Code Blauw, en dat deze voldoende aangeeft wat zij wel en wat zij niet naar buiten kunnen brengen.