

POLITIE EN TWITTER

COPRODUCTIE EN COMMUNITY POLICING IN HET INFORMATIETIJDPERK

Twitter biedt de politie allerlei mogelijkheden om de communicatie met burgers te verbeteren. Via korte berichten kunnen grote groepen burgers worden geïnformeerd over politieactiviteiten en ook kan burgers worden gevraagd om relevante informatie te leveren. Zo zou Twitter een bijdrage kunnen leveren aan de opsporing en ook de betrokkenheid van burgers bij de veiligheid van hun buurt kunnen vergroten. Veel politiekorpsen en individuele agenten onderkennen deze mogelijkheden en de Nederlandse politie is op grote schaal aan het twitteren geslagen. De interesse van burgers voor politietweets is groot: honderdduizenden burgers volgen de politie op Twitter. Dit exploratieve artikel verkent het huidige gebruik van Twitter door de Nederlandse politie en geeft aan wat de verwachte baten van dit medium kunnen zijn (en welke kanttekeningen hierbij kunnen worden geplaatst).

Inleiding: politie in de Twitterosfeer

Een bejaarde man op een scootmobiel wordt vermist in de omgeving van Utrecht. De politie start daarom een Burgernet-

**Albert Meijer
Stephan Grimmelhuijsen
Danielle Fictorie
Aline Bos¹**

Dr A. Meijer, S.G.
Grimmelmhuijsen MSc, LLB,
D. Fictorie en Aline Bos MSc
zijn verbonden aan het
Departement Bestuurs- en
Organisatiewetenschap van de
Universiteit Utrecht, respectieve-
lijk als universitair hoofddocent,
promovendus, student-assistent en
onderzoeker/adviseur.

actie: via sms-berichten vraagt zij burgers uit te kijken naar de vermiste man. Een agent ontvangt deze melding in zijn vrije tijd op zijn telefoon en plaatst de melding op zijn Twitteraccount. Ondertussen valt het iemand op dat er een bejaarde man in een scootmobiel op de weg rijdt en ook zij Twittert hierover. Een oplettende burger legt de link tussen de twee berichten en geeft dit via Twitter door aan de agent. Dankzij deze berichten wordt de vermiste man teruggevonden.

Twitter is een relatief nieuw medium waarmee gebruikers korte berichtjes – tweets genoemd – publiceren die door hun volgers, maar ook door een breder publiek gelezen kunnen worden (Huberman et al., 2009). Dagelijks worden zo'n 140 miljoen tweets² verstuurd en wereldwijd zijn er zo'n 175 miljoen twitteraars en in Nederland wordt het aantal actieve twitteraars geschat op tussen de 500.000 en 720.000.³ De populairste twitteraar is DJ Tiësto met bijna 500.000 volgers.⁴ Ook de politie maakt steeds vaker gebruik van Twitter en het voorbeeld van de bejaarde man laat mooi zien hoe Twitter burgers in staat stelt de politie te ondersteunen bij de uitvoering van taken.

Gaat het hier om een incident of is er meer aan de hand? In termen van de mate van gebruik van Twitter gaat het in elk geval niet om een incident: alle korpsen in Nederland hebben een Twitteraccount en honderden agenten sturen dagelijks tweets. Op grote schaal vindt er een nieuw soort informatie-uitwisseling plaats tussen politie en burgers. In deze bijdrage bekijken we wat de waarde van Twitter is voor politiewerk: hoe maakt de politie gebruik van Twitter en kan dit gebruik mogelijk het werk van de politie versterken?

Het bestuderen van het gebruik van Twitter door de politie staat nog in de kinderschoenen en bovendien ontwikkelt dit gebruik zich zeer snel: zowel de kwantiteit als de inhoudelijke invulling van het gebruik van dit medium is aan snelle veranderingen onderhevig. Dit artikel presenteert geen systematische evaluatie van dit medium maar eerder een vraagstellend karakter: de contouren van het ontstaand gebruik worden in kaart gebracht en mogelijke effecten worden beschreven. Dit artikel laat

zien dat het gebruik en de effecten van dit nieuwe medium bestuurskundig gezien zeer relevant zijn en meer aandacht behoeven.

De aard en het potentieel van Twitter

Gebruik van Twitter is kosteloos en eenvoudig: een nieuwe gebruiker kan zich eenvoudig registreren en binnen enkele minuten – zonder enige training of opleiding – een tweet plaatsen. Communicatie via Twitter is onafhankelijk van tijd en plaats: gebruikers kunnen wereldwijd elkaars berichten lezen en de gebruiker kan zelf kiezen wanneer hij/zij dit bericht leest. Twitter kan worden gekarakteriseerd als een openbaar soort sms: korte tekstberichten worden verstuurd en de geadresseerden zijn in meest directe zin de volgers van

Honderden agenten twitteren dagelijks

dit account, maar daarnaast in potentie de gehele wereld. Daarmee is Twitter een *interactief massamedium*: tweets kunnen door iedereen worden gelezen en iedereen kan hierop reageren (Bekkers en Meijer, 2010). Dit medium stelt de politie in staat om onafhankelijk van tijd en plaats met grote groepen burgers te communiceren.

Voor Twitter geldt dat de directheid groot is – een bericht is direct wereldwijd te lezen – maar de diversiteit in signalen is beperkt. Er kan worden doorverwezen naar websites of foto's maar meestal beperkt Twitter zich tot een korte, tekstuele boodschap. *Media Richness Theory* leert ons dat het

medium daarmee geschikt is om eenvoudige en niet-emotionele boodschappen over te brengen (Trevino, Daft & Lengel, 1990). De combinatie van eenvoud en directheid zorgt er wel voor dat de kracht van Twitter ligt in het focussen van aandacht. Twitter is goedkoper dan massamedia, maar kan in potentie wel een massaal publiek bereiken. Ook

Faciliteert Twitter coproductie tussen politie en burgers?

is Twitter toegankelijker dan face-to-face contacten omdat burgers niet op een bepaalde tijd op een bepaalde plaats hoeven te zijn. De zwakte van Twitter ligt in de beperkte hoeveelheid informatie die kan worden overgebracht vergeleken met bijvoorbeeld een website en de kracht ligt in het vermogen om de aandacht van burgers te verkrijgen. Het interactieve karakter van Twitter stelt de politie in staat om dit medium niet alleen te gebruiken voor voorlichting maar ook om informatie van burgers te ontvangen. Daarmee kan het medium, zeker in een mediamix, worden gebruikt om nieuwe samenwerkingsverbanden met burgers vorm te geven.

Welke nieuwe samenwerkingsverbanden tussen politie en burgers worden door Twitter ondersteund? Het gebruik van Twitter door de politie kan worden begrepen vanuit *coproductie*, wanneer het medium wordt gebruikt om burgers te betrekken bij opsporings- en handhavingstaken. Coproductie wordt in de Nederlandstalige literatuur vaak gelijkgesteld aan participatie en betreft dan

het betrekken van burgers bij de beleidsontwikkeling (Tops et al., 1996). De Engelstalige literatuur over coproductie gaat echter veeleer over het betrekken van burgers bij de beleidsuitvoering en daarmee is deze literatuur relevanter voor het bestuderen van gebruik van Twitter door de politie (Ostrom, 1978; Parks et al., 1981; Ostrom, 1996; Alford, 2009; Bovaird, 2007). De informatie die de politie nodig heeft voor de opsporing is immers voor een groot deel afkomstig van burgers. Het verbeteren van deze informatie-uitwisseling en het vergroten van de betrokkenheid van burgers leidt tot betere coproductie en daarmee tot een grotere effectiviteit van de politie. Daarmee kan worden verwacht dat Twitter de coproductie van veiligheid faciliteert (Meijer, 2010).

Twitter creëert mogelijkheden om burgers te betrekken bij politiewerk. Meer specifiek zijn contacten tussen politie en burgers op wijkniveau uitgewerkt in het idee van *community policing*, een politiestrategie die is gebaseerd op het idee dat interactie en steun vanuit de gemeenschap kunnen helpen om de veiligheid en leefbaarheid van een wijk te vergroten (Trojanowicz & Bucqueroux, 1990; Greene, 2000). Twitter kan een bijdrage leveren aan *community policing* doordat burgers beter op de hoogte zijn van activiteiten van agenten. Tegelijkertijd kunnen burgers gemakkelijker met de politie communiceren en daarmee hun zorgpunten articuleren of relevante informatie aan de wijkagent doorgeven. De wijkagent is niet meer afhankelijk van de burgers die hij/zij ontmoet op straat, tijdens werkzaamheden en tijdens bijeenkomsten, maar kan (lossere) relaties onderhouden met een veel groter aantal burgers en zo vorm geven aan *community policing* (Cohen, 2010).

De mogelijkheden van Twitter worden in vele landen onderkend. In de Verenigde Staten experimenteert de politie op allerlei manieren met sociale media en in april 2010 vond in Washington DC de eerste internationale conferentie over wetshandhaving en sociale media plaats.⁵ Tijdens deze conferentie werden verschillende manieren voor de politie om sociale media te gebruiken besproken zoals bloggen van politieactiviteiten, de digitale *wanted poster*, anonieme tips via digitale systemen, monitoren van communicatie via sociale media, monitoren van criminelen en informeren en betrekken van burgers via Twitter (Cohen, 2010). Ook in het Verenigd Koninkrijk maakt de politie in toenemende mate gebruik van sociale media zoals Twitter om met burgers te communiceren. Nieuwe praktijken ontstaan veelal bottom-up en zonder nationaal beleidsplan (BBC News, 2009).

De potentiële waarde van Twitter voor het versterken van coproductie en community policing lijkt ook voor de Nederlandse politiepraktijk groot. Om dit potentieel te realiseren moet de politie echter wel gebruikmaken van het medium en moeten burgers interesse hebben in berichten van de politie. Hoe wijdverbreid is in Nederland de politie in de *Twitterosfeer* eigenlijk?

Massaal gebruik van Twitter door politie én burgers

Om de mate van dit gebruik te onderzoeken hebben wij een overzicht opgesteld van Twitteraccounts van de politie, zowel op korpsniveau als op het niveau van individuele (wijk)agenten. Daartoe hebben we bestaande overzichten gebruikt en in aanvulling daarop zelf gezocht naar vermeldingen van andere accounts. Een voorlopig overzicht is

geplaatst op Politie 2.0, een digitale gemeenschap van mensen met interesse in politie en sociale media, met het verzoek om aanvullingen. Dat heeft weer geleid tot de identificatie van nieuwe accounts. Het overzicht – de momentopname – dat we in tabel 1 vermelden is van 30 mei 2011.

In tabel 1 valt allereerst op dat het gaat om grote aantallen: meer dan 400 Twitteraccounts van de Nederlandse politie, meer dan 180.000 tweets en meer dan 170.000 volgers. Vooral de accounts op korpsniveau hebben grote aantal-

Politiekorps Groningen twittert het meest

len volgers. Duidelijk is dat het bij het gebruik van dit medium niet gaat om een marginaal verschijnsel. Zonder overdrijving kunnen we stellen dat de Nederlandse politie massaal aan het twitteren is geslagen en burgers massaal geïnteresseerd zijn in tweets van de politie.

Vervolgens valt op dat de verschillen tussen de korpsen groot zijn. Het minst wordt getwitterd door het korps Gooien Vechtstreek – 1 account, 407 volgers, 150 tweets – en het meest wordt getwitterd door het korps Groningen – 73 accounts, 28.903 tweets en 60.381 volgers. Deze variatie is mogelijk toe te schrijven aan verschillen in beleidsprioriteiten, maar waarschijnlijker is dat het te maken heeft met fasen in de adoptie van de innovatie (Rogers, 1962). Het korps Groningen kan

Tabel 1 Twitteraccounts, volgers en tweets per korps

Korps	Aantal Twitter accounts	Totaal aantal volgers ⁶	Totaal aantal tweets
Amsterdam-Amstelland	11	6.391	4.342
Brabant-Noord	26	3.697	2.558
Brabant-Zuid-oost	44	18.289	26.583
Drenthe	3	1.629	510
Friesland	35	13.524	3.386
Gelderland-Noord-Oost	87	19.197	26.689
Gelderland-Midden	7	2.675	1.702
Gelderland-Zuid	3	1.704	354
Gooi- en Vechtstreek	1	407	150
Groningen	73	28.903	60.381
Haaglanden	21	12.670	5.844
Hollands Midden	13	8.187	8.978
IJsselland	8	1.808	1.145
Kennemerland	14	3.241	1.414
KLPD	3	12.016	1.560
Limburg-Noord	2	2.879	843
Limburg-Zuid	2	3.278	2.386
Midden en West Brabant	5	4.710	8.913
Noord-Holland-Noord	5	2.603	545
Rotterdam-Rijnmond	20	10.571	7.194
Twente	6	3.665	1.020
Utrecht	12	12.741	5.422
Zaanstreek-Waterland	9	1.980	1.598
Zeeland	22	2.923	2.597
Zuid-Holland-Zuid	8	2.942	1.968
Totaal	440	182.630	178.082

worden beschouwd als een *innovator* en het korps Gooi- en Vechtstreek geldt als een *laggard* (achterblijver). Dat wil overigens niet per se zeggen dat in Groningen verstandiger keuzen worden gemaakt dan in de Gooi- en Vechtstreek. Grondig bewijs voor de

meerwaarde van Twitter ontbreekt immers vooralsnog.

Daarnaast hebben we ook gekeken op welk niveau er wordt getwitterd. Gaat het om tweets van het gehele korps (bijvoorbeeld PolitieUtrecht of Mi-

lieupolitieUt), op het niveau van wijken of dorpen (bijvoorbeeld PolitieAssen) of op het niveau van individuele agenten (bijvoorbeeld 'vzuidam', de plaatsvervangend korpschef in Groningen)? Daarbij merken we op dat

er niet altijd een strak onderscheid te maken is tussen individuen en wijken/dorpen.

Tabel 2 laat zien dat elk korps een Twitteraccounts op korpsniveau heeft. Bij

Tabel 2 Twitteraccounts op drie niveaus per korps

Korps	Accounts van hele korps	Accounts van deel van het korps	Accounts van individuele agenten
Amsterdam-Amstelland	1	0	10
Brabant-Noord	2	24	0
Brabant-Zuid-Oost	2	23	19
Drenthe	1	2	0
Friesland	3	4	28
Gelderland-Noord-Oost	3	20	64
Gelderland-Midden	1	0	6
Gelderland-Zuid	1	0	2
Gooi- en Vechtstreek	1	0	0
Groningen	6	0	67
Haaglanden	1	20	0
Hollands Midden	1	0	12
IJsselland	1	3	4
Kennemerland	1	1	12
KLPD	1	0	1
Landelijk	1	0	0
Limburg-Noord	1	0	1
Limburg-Zuid	1	1	0
Midden en West Brabant	2	0	3
Noord-Holland-Noord	1	0	4
Rotterdam-Rijnmond	1	10	9
Twente	1	3	2
Utrecht	2	1	9
Zaanstreek-Waterland	1	2	6
Zeeland	1	13	8
Zuid-Holland-Zuid	1	0	7
Totaal	39	127	274

de meeste korpsen is dat slechts één account maar het korps Groningen heeft er maar liefst zes. In dat korps maakt men gebruik van specifieke accounts zoals ‘politie_events’ en ‘politie_voetbal’.

Wanneer we kijken naar de delen van het korps, dan zijn de verschillen groot. Sommige korpsen (Brabant-Noord, Brabant-Zuid-Oost, Haaglanden) hebben twintig of meer Twitteraccounts, terwijl vele andere korpsen op dit niveau geen enkele account hebben. Dit verschil lijkt vooral toe te schrijven te

Verschillende interactiepatronen

zijn aan keuzes om Twitter individueel – persoonlijk – te gebruiken of Twitter meer te koppelen aan een formele functie. Opvallend is dat Brabant-Noord en Haaglanden geen individuele agenten hebben die twitteren. In een korps als Groningen zijn er geen Twitteraccounts op het niveau van delen van het korps, maar juist wel weer op individueel niveau (wat blijkt uit de omschrijving van het account). De grote vraag is hier, en deze vraag heeft eerder ook al gespeeld rondom e-mailaccounts, of communicatie moet worden gekoppeld aan personen of aan functies. Vooral nog maken de korpsen hierin verschillende keuzes.

De slotsom van deze paragraaf is dat de politie in grote mate gebruikmaakt van Twitter en dat veel burgers deze accounts volgen. Deze kwantitatieve analyse maakt echter nog niet duidelijk wat de aard is van de communicatie tussen politie en burgers.

Communicatiepatronen: besloten, open en netwerkinteracties

Om zicht te krijgen op de interactiepatronen tussen politie en burgers hebben we een exploratieve kwalitatieve inhoudsanalyse verricht.⁷ Daartoe zijn 100 berichten van drie Twitteraccounts – Politie Utrecht (45 tweets), Wijkagenten Hoograven-Zuid in Utrecht (16 tweets) en Wijkagent Leiden-Midden (39 tweets) – geselecteerd en geanalyseerd op de aard van de interactie. Zijn de berichten bedoeld om alleen te worden gelezen door burgers of worden er ook reacties verwacht? We onderscheiden verschillende vormen van interactie.

Een eerste interactiepatroon – in wezen is dit geen interactie – is *eenrichtingsverkeer*. De politie plaatst een tweet en deze wordt door een burger gelezen (60 tweets). Dit patroon is in hoge mate vergelijkbaar met massamedia zoals televisie, (buurt)kranten, wijkberichten enzovoort. Het gaat hierbij om het verstrekken van informatie aan burgers zonder dat er van burgers een reactie komt. Een voorbeeld is het volgende bericht: ‘Twee Amsterdammers aangehouden op de Sloterweg in Amsterdam. De mannen wilden pinnen met andermans pasje.’ Op een dergelijk bericht wordt geen reactie van burgers verwacht.

Een tweede patroon is *besloten interactie*: burgers reageren wel op de politie, maar deze reacties zijn niet zichtbaar voor andere burgers (25 tweets). De reactie wordt gestuurd via een direct bericht of een ander medium (bijvoorbeeld sms of telefoon). Bij sommige tweets van de politie wordt bewust gevraagd om besloten interactie. Een voorbeeld: ‘PLS RT: Getuigen gezocht: vermoedelijke brandstichting

woning Prinses Carolinalaan #Baarn. Iets gezien? Bel #09008844'. De politie vraagt burgers om te bellen (maar overigens ook om te retweeten). Vooral bij coproductie in de opsporing is, vanwege veiligheidsrisico's en het belang van het onderzoek, besloten interactie eerder regel dan uitzondering (Bekkers & Meijer, 2010).

Een derde patroon is *open interactie*. In dit geval reageren burgers op berichten van de politie op een dusdanige wijze dat andere burgers de reactie ook kunnen zien (drie berichten). Het volgende bericht is een voorbeeld: '@Wijkagenten_HOZ Is jullie iets bekend van een incident met een ontsnapte ree vandaag, nabij Station Lunetten? Persbericht misschien ergens?' Open interactie vindt ook plaats als de politie zelf een collega aanspreekt. Een voorbeeld: 'Zag in DM-tweet van @jnieuweijer twee vervelia's die morgen een gebiedsverbod uitgeschreven krijgen voor dealen op het #Papegaaisbolwerk'. Deze vorm van interactie lijkt meer voor te komen bij community policing. Offline vindt daar immers ook open interactie over plaats als burgers op buurtavonden met de politie in gesprek gaan. Burgers zien dan namelijk ook welke vragen of opmerkingen door andere burgers worden gemaakt.

Een laatste voorbeeld van interactie is *netwerkindertactie*. Dit is een vervolg op open interactie, maar nu is er geen sprake van een sterk netwerk – alleen communicatie tussen politie en burgers – maar ook van interacties tussen burgers. In dit geval nemen andere burgers niet alleen de interacties waar maar nu raken ze er ook bij betrokken. Het voorbeeld in de inleiding van de oude man die was zoekgeraakt is een voorbeeld van netwerkindertactie. Contac-

ten tussen burgers spelen nu ook een rol bij het verstrekken van relevante informatie aan de politie. Het interessante aan netwerkindertactie is dat niet alleen individuele coproductie mogelijk is, maar ook coproductie in netwerken van burgers (zie ook Meijer, 2010). Gezamenlijk kan nieuwe kennis worden geproduceerd.

Verwachte baten van Twitter (en kanttekeningen hierbij)

We hebben tot nu toe gekeken naar de aard van het communicatiemiddel Twitter en naar de wijze waarop de

Open interactie komt meer voor bij community policing

politie en Twitter gebruikt. Op basis van onze theoretische en empirische verkenning formuleren we verwachtingen over de baten van Twitter.

Verwachting 1. Twitter vergroot de effectiviteit van de politie

Allereerst kan Twitter de coproductie van burgers en daarmee de opsporing verbeteren. Deze verwachting lijkt vooral op te gaan voor de eerste twee interactiepatronen (eenrichtingsverkeer en besloten interactie). Een voorbeeld: 'Tips gevraagd: Kassa's van warenhuis opengebroken in Utrecht'. Twitteren is dan een aanvulling op programma's zoals *Opsporing Verzocht*. Coproductie kan echter ook meer aansluiten bij algemene vragen van veiligheid en leefbaarheid in de buurt en daarmee gericht zijn op het versterken van community policing. Hierbij kan het bijvoorbeeld

gaan om informatie-uitwisseling over parkeeroverlast of hangjongeren. Ook kan informatie ten behoeve van preventie de veiligheid vergroten ('Tip! Controleer voor je iets op internet koopt of het als gestolen geregistreerd staat op <http://m.stopheling.nl>').

Verwachting 2. Twitter vergroot de subjectieve veiligheid van burgers

Subjectieve veiligheid heeft voor een groot deel te maken met het vermogen om zelf een bijdrage te kunnen leveren aan en inzicht te krijgen in de veiligheid in de buurt. Ook hier lijken vooral

dragen aan objectieve en subjectieve veiligheid wanneer burgers zich actiever inzetten voor de veiligheid van de buurt.

Verwachting 3. Twitter vergroot de legitimiteit van de politie

Twitter wordt veel ingezet om mededelingen te doen over het werk van de politie ('Insluiper studentenhuus aangehouden' of 'De politie haalde vrijdagavond een 42-jarige verwarde man uit een hijskraan aan het Vredenburg in Utrecht'). Bij deze mededelingen wordt van de burgers geen actie verwacht. Deze berichten kunnen wel de legitimiteit van de politie vergroten. Het kan hierbij gaan legitimiteit voor het gehele korps, maar ook meer de legitimiteit van de individuele wijkagent. De rol van de vier interactiepatronen bij deze verwachting is vermoedelijk overkoepelend. Het geheel van interacties kunnen bijdragen aan een vergrote legitimiteit van de politie (Tyler, 2004: 85).

Daders kunnen ook profiteren van informatie-uitwisseling

de eerste twee interactiepatronen van belang te zijn: burgers kunnen direct bijdragen aan het opsporen van verdachten. Korte lijnen met de politie zijn van belang en Twitter kan hieraan een bijdrage leveren. Twitter kan ook een rol spelen in het versterken van de sociale cohesie doordat burgers zien dat ook andere burgers bezig zijn met het werken aan de veiligheid. Bij deze laatste staat vooral de potentie van Twitter als medium voor netwerkinteractie centraal. Typerend aan Twitter is dat er niet alleen een relatie tussen politie en burgers ontstaat, maar ook tussen burgers onderling. Het voorbeeld uit de introductie laat zien hoe burgers met elkaar in contact komen en samenwerken om de oude man in veiligheid te brengen. Sociale cohesie kan weer bij-

Bij al deze verwachte baten kan ook een kanttekening worden geplaatst: op alle dimensies kunnen ook ongewenste effecten optreden. De effectiviteit kan afnemen doordat informatie over daders te gemakkelijk wordt verspreid of doordat er meer misinformatie binnenkomt. De politie kan profiteren van de versnelling van informatie-uitwisseling, maar daders ook. Hooligans weten dat de politie actief en passief gebruikt van Twitter en maken hiervan gebruik om de politie op het verkeerde been te zetten.⁸ Verder kan de sociale cohesie worden ondergraven wanneer bepaalde groepen worden gestigmatiseerd of wanneer burgers van elkaar denken dat ze informanten voor de politie zijn. Ook kan de subjectieve veiligheid afnemen wanneer burgers veel

meer te horen krijgen over criminele activiteiten die in hun buurt plaatsvinden. Ten slotte kan de legitimiteit afnemen wanneer burgers het idee hebben dat de politie privacy van burgers schendt.

Conclusies: laagdrempeligheid versus diepgang

Wat heeft deze verkenning ons geleerd over de wijze waarop de politie gebruikmaakt van Twitter? Het verkennend onderzoek laat zien dat er op grote schaal nieuwe vormen van communicatie tussen politie en burgers plaatsvinden. Grote aantallen agenten schrijven grote aantallen berichten en deze berichten worden door grote aantallen burgers gevolgd. Duidelijk is dat het niet gaat om een marginaal verschijnsel.

Op dit moment is niet bekend of positieve of negatieve effecten de overhand hebben. Anekdotisch materiaal ondersteunt vooral het idee dat Twitter positieve effecten heeft. Ook de eerste kwalitatieve evaluaties binnen de korpsen wijzen op positieve effecten. Zo wees een evaluatie van een pilot met Twitter door het korps Holland Midden uit dat agenten vonden dat ze meer ogen en oren in de wijk hadden en dat het aantal volgers veel groter was dan verwacht.⁹

Om de positieve en negatieve effecten precies te bepalen, is systematisch en diepgravend onderzoek nodig. Dit onderzoek verrichten wij momenteel in het kader van het programma Politie en Wetenschap. Daarnaast is het aannemelijk dat de verhouding tussen positieve en negatieve effecten ook sterk afhangt van de wijze waarop Twitter wordt gebruikt door korpsen en individuele agenten. Deze gebruikspatronen

ontwikkelen zich momenteel; van vaststaande routines lijkt nog geen sprake. Een evaluatie van positieve en negatieve effecten heeft daarmee ook het karakter van *shooting at a moving target*.

De inhoud van de berichten is divers en neemt verschillende soorten interactiepatronen aan. Dit varieert van verzoeken tot ondersteuning bij de opsporing tot korte verslagen van dagelijkse bezigheden. Sommige berichten hebben een redelijk formeel karakter terwijl andere informeel en persoonlijk van aard zijn. De politieorganisatie communiceert zowel langs de officiële lijnen – berichten die afkomstig zijn van de afdeling communicatie – als vanaf de werkvloer

Afstand burgers-politie wordt kleiner

– de wijkagenten – met burgers. Deze berichten zijn soms alleen bedoeld om burgers te informeren, maar vaak bevatten zij ook verzoeken om informatie of betrokkenheid. Een groot deel van de informatie-uitwisseling betreft eenrichtingsverkeer – de politie informeert burgers – maar er vinden ook vormen van interactie of zelfs netwerkinteractie plaats. De afstanden van individuele burgers, en ook van digitale gemeenschappen van burgers, tot de politie lijken hiermee kleiner te worden.

Vanuit een meer beschouwend perspectief is de vraag relevant wat de nieuwe interactiepatronen zullen betekenen voor de relatie tussen politie en burgers. Verandert Twitter het contact tussen politie en burger? Contacten

tussen politie en burgers zullen niet alleen door de technische mogelijkheden van Twitter worden beïnvloed, maar ook door de sociale conventies die gelden voor het gebruik van dit medium. Geen diepgravende, zorgvuldige formuleringen, maar korte en snelle berichten. De Twitterosfeer is geen reflectieve sfeer. Laagdrempelige contac-

Twitterosfeer is geen reflectieve sfeer

ten zullen alleen echt van waarde zijn wanneer deze ook ingebed zijn in meer diepgravende contacten. De relatie tussen online en offline contacten zal zowel voor de politie als voor onderzoekers een belangrijk aandachtspunt moeten zijn bij de vormgeving en de bestudering van het gebruik van Twitter door de politie.

Tot slot willen wij opmerken dat het bestuderen van dit medium ook tot nieuwe vormen van onderzoek leidt. Sociale media creëren voor onderzoekers niet alleen allerlei interessant bronmateriaal maar ook de mogelijkheid om snel en direct in contact te treden met de onderzoekspopulatie. Wij pleiten ervoor dat onderzoekers gedurende het gehele proces in contact staan met deze populatie, in ons geval de gemeenschap Politie 2.0. Deze contacten verrijken het materiaal (bijvoorbeeld door toevoegingen aan ons overzicht van Twitteraccounts te geven) en leiden tot belangrijke aanvullingen (bijvoorbeeld wat betreft de beoogde effecten van Twitter). Daarnaast stellen deze directe interacties onderzoekers in staat om de maatschappelijke

impact van het onderzoek te vergroten. Net zoals muzikanten tegenwoordig niet alleen de cd met muziek bekendmaken, maar via Facebook in continue interactie staan met hun fans, zullen onderzoekers steeds in direct contact met de betreffende populatie treden. De sociale media veranderen niet alleen de bestuurspraktijk, maar ook het bestuurswetenschappelijk onderzoek. We moeten ons openstellen voor de coproductie van kennis.

Noten

- 1 Dit artikel is een eerste product van een onderzoek van de Universiteit Utrecht en het Centre for Public Innovation voor het programma Politie & Wetenschap naar de betekenis van sociale media voor de politie. In het vervolg zullen de kwalitatieve patronen die in dit artikel worden beschreven kwantitatief worden onderzocht om tot uitspraken te komen over de bijdragen van sociale media aan de effectiviteit en legitimiteit van de politie. Dit onderzoek zal in de loop van 2012 leiden tot een rapport over de effecten van sociale media op de effectiviteit en de legitimiteit van de politie. De auteurs willen Henk Ferwerda en anonieme referenten danken voor hun opbouwende commentaar op een eerdere versie van dit artikel.
- 2 www.bbc.co.uk/news/technology-12805216.
- 3 www.nu.nl/internet/2471229/Twitter-trekt-in-vijf-jaar-175-miljoen-leden.html; twittermania.nl/2011/02/nederland-leidt-gebruik-twittercom; twittermania.nl/2011/03/stir-845000-twitteraars-nederland/#more-20365.
- 4 twittermania.nl/2011/04/tisto-nu-met-400000-volgers-populairste-nltwitteraar/#more-22066.
- 5 www.thesmileconference.com.
- 6 Het aantal unieke volgers ligt lager omdat mensen meerdere politieaccounts volgen.
- 7 We hebben ons in de analyse beperkt tot vormen van interactie tussen politie en burgers. Daarnaast zijn er ook actoren die beroepsmatig tweets van agenten volgen. Journalisten vormen misschien niet getalsmatig, maar wel in termen van impact, een belangrijke groep volgers.
- 8 Henk Ferwerda, Persoonlijke communicatie, 20 juni 2011.
- 9 www.binnenslandsbestuur.nl/Home/all/meer-wijk-agenten-gaan-twitteren.1011430.lynkx.

Literatuur

Alford, John (2009). *Engaging Public Sector Clients. From Service-Delivery to Co-Production*. Houndmills/Basingstoke: Palgrave MacMillan.

- BBC News (20 november 2009). Police open up to social media (news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8363064.stm).
- Bekkers, V. & A. Meijer (2010). *Cocreatie in de publieke sector. Een verkennend onderzoek naar nieuwe, digitale verbindingen tussen overheid en burger*, Den Haag: Boom Juridische uitgevers.
- Bovaird, Tony (2007). Beyond Engagement and Participation: User and Community Coproduction of services. *Public Administration Review* 67(5): 846-860.
- Cohen, L.S. (2010). 6 Ways Law Enforcement Uses Social Media to Fight Crime, *Mashable* (mashable.com/2010/03/17/law-enforcement-social-media/).
- Greene, J.R. (2000). Community policing in America: Changing the nature, structure, and function of the police. In J. Horney (Ed.), *Criminal justice 2000: Policies, processes, and decisions of the criminal justice system* (Vol. 3, pp. 299–370). Washington, DC: National Institute of Justice.
- Huberman, B.A., Daniel M. Romero, and Fang Wu, Social networks that matter: Twitter under the microscope, *First Monday* 14(1) (firstmonday.org).
- Meijer, A. (2010). Cocreating Safety. Using New Media to Engage Citizens in the Production of Safety. Paper gepresenteerd op de jaarlijkse EGPA-conferentie, Toulouse, September.
- Meijer, A. (2011). Networked Coproduction of Public Services. From a Government-Centric to a Community Approach to Public Service Provision. *Public Administration Review*, 71(4), 598-607.
- Ostrom, E. (1978) Citizen Participation and Policing: What Do We Know? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 7(1-2): 102-108.
- Ostrom, E. (1996) Crossing the Great Divide: Coproduction, Synergy and Development. *World Development*, 24(6), 1073 – 1087.
- Parks, R.B., Baker, P.C., Kiser, L., Oakerson, R., Ostrom, E., Ostrom, V., Percy, S.L., Vandivort, M.B., Whitaker, G.P. and Wison, R. (1981) Consumers as Co-Producers of Public Services: Some Economic and Institutional Considerations, *Policy Studies Journal*. 9(7), 1001-1011.
- Rogers, Everett M. (1962). *Diffusion of Innovations*. Glencoe: Free Press.
- Tops, P., Depla, P. & Manders, P. (red.) (1996). *Verhalen over coproductie*. Tilburg: KPMG.
- Trevino, L.K., Daft, R.L., & Lengel, R.H. (1990). Understanding manager's media choices: A symbolic interactionist perspective. In J. Fulk & C.W. Steinfield (Eds.), *Organizations and Communication Technology* (pp. 71-94). Newbury Park: Sage.
- Trojanowicz, R.T. and B. Bucqueroux. 1990. *Community policing: A contemporary perspective*. Cincinnati: Anderson Publishing Company.
- Tyler, T.R. (2004). Enhancing police legitimacy. *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, 593, 84-99.