

Hvordan bruker politiets nettpatroljer sosiale medier?

Hvilke muligheter og begrensninger har politiets nettpatroljer i sosiale medier, og hva påvirker arbeidet deres?

KARINE WIGH

VEILEDER

Øystein Sæbø

Universitetet i Agder, 2022

Fakultet for samfunnskunnskap

Institutt for informasjonssystemer

Forord

Denne masteroppgaven inngår i det tverrfaglige masterstudiet Teknologi, menneske og samfunn ved Universitetet i Agder. Prosjektet har utgangspunkt i faget Teknologi og politikk, og temaet er politiets nettpatroljers arbeid i sosiale medier. Jeg valgte dette temaet fordi jeg er opptatt av hvordan offentlige myndigheter bruker teknologi til å kommunisere med innbyggerne. Oppgaven hadde vært umulig å gjennomføre uten støtte fra mange rundt meg.

Først og fremst takk til min mann, Daniel Wigh for at du holder livet mitt i vater, og barna mine Mathea, Philip Malthe og Maiken for at dere har gitt mamma egentid til dette studiet.

Veilederen min, professor Øystein Sæbø – tusen takk! Din kunnskap, kompetanse og drivkraft gjør at hvem som helst kan få til hva som helst.

Medstudent og nå god venn, Torunn Ostad – du er enestående! Takk for at du fulgte meg gjennom lange lese- og skriveøkter. Det er vidunderlig å kjøre denne berg- og dalbanen sammen med noen som skjønner hva det handler om, kan teorien og strever med det samme.

Respondentene i Politiets nettpatroljer – takk for at dere ville lære meg om deres arbeid, suksesser og utfordringer.

Takk til tidligere og nåværende ledere i Agder politidistrikt, Eva Marit Gaukstad og Siv Tveit for at dere stort sett lar meg gjøre som jeg vil. Til mine kolleger i avsnitt for tilrettelagte avhør og på Statens barnehus Kristiansand, takk for at dere heier uansett. Spesiell takk til Yngvild Leland Gjerstad og Gøril Sørensen som har holdt fortet mens jeg studerte.

Foreleserne i alle fagene på studiet – takk for alt dere har lært meg. Medstudenter – dere har gjort dette ekstra gøy og lærerikt! Spesiell takk til Øyvind Strømme som markedsførte studiet og Alen Maglic for lange, gode samtaler på Messenger.

Takk til folka mine: kommapolitiet Christine Klungland og Linda Anderström, som har korrekturlest og delt av egne erfaringer, bok- og vinklubben og Snap-gruppa Fine frøkner som har lyttet og rådgitt. Takk mamma, Gunhild Solberg, og lillesøster, Janne Severinsen, som har korrekturlest og dratt meg i riktig retning, og resten av familien for at dere støtter og hjelper.

Alle feil og mangler er mine.

Karine Wigh
20.05.22

Sammendrag

I dette prosjektet har jeg benyttet Affordance Theory for å undersøke hvordan politiets nettpatroljer bruker sosiale medier.

Kvalitativ analyse av semi-strukturelle intervjuer med ti ansatte operatører, fagledere og metodeutviklere i politiets nettpatroljer i fire distrikter og Kripos, viser at nettpatroljene benytter følgende mulighetsrom i sosiale medier: synlig tilstedeværelse, identitet, deling, dialog, relasjon og omdømme. Utnyttelse og effekt påvirkes av juridiske uklarheter, organisatoriske strukturer og ressurser og plattformenes algoritmestyring. Effekten av affordansene er at politiet viser tilstedeværelse og deler innhold som får millioner av visninger. Flere mennesker er i dialog med politiet, politiet presenterer seg på egne premisser, og de bygger relasjoner og omdømme. Samtidig påpekes det at mange ikke nås av politiets tilstedeværelse og budskapsdeling, dialogen kan utfordre taushetsplikt og personvern, og omdømmet er sårbart.

Affordanse-teori er et nyttig perspektiv for å belyse samspill mellom teknologi, aktør og samfunnskontekst. Nytteverdien i dette prosjektet er hvordan caset konkret belyser fenomenforståelsen hos nettpatroljene rundt mulighetsrom og begrensninger i teknologiene de bruker og hvilke kontekstuelle faktorer som er hemmende for utnyttelse og effekt. Prosjektet mitt viser at kontekstuelle faktorer påvirker aktualisering og effekt i større grad enn hva forskningslitteraturen innenfor affordanse-teori beskriver, som jeg foreslår belyst i videre forskning.

Motivasjonen for å undersøke oppgavens forskningsspørsmål er at det finnes lite forskning på hvordan norsk politi benytter sosiale medier i sitt forebyggende arbeid i det digitale rom.

Affordanse-teori kan hjelpe oss å forstå hvorfor nettpatroljene bruker sosiale medier slik de gjør, belyse hvilket potensial de evner å utnytte, og foreslå eventuelle forbedringsmuligheter.

Innenfor forskning på informasjonssystemer er det nyttig å bruke affordanse-teori for å analysere hvordan nettpatroljene bruker sosiale medier. Dette kan utvide fenomenforståelsen for sosiale medier i offentlige organisasjoner generelt, og politiorganisasjoner spesielt. Det kan også bidra når andre organisasjoner skal igangsette eller evaluere egen aktivitet i sosiale medier og om mulig løse eventuelle kontekstuelle hindringer.

Abstract

Using Affordance Theory, this project investigates how the Norwegian police exploit affordances of social media.

Through semi-structured, in-depth interviews with ten employees from four police districts and Norwegian NCIS, I have found that the following affordances are actualized: visible presence, identity, sharing, dialogue, relationships and reputation. Exploitation and effect are limited by legal and organizational factors, resources and commercial platform goals. Affordance effects are presence and visibility, sharing of content with millions of views. A growing number of people contacts the police through chat. The Norwegian police build relationships and reputation through social media and control their own story. However, many social media users are never targeted by police presence and content. Dialogue between users and officers is challenged by lack of security and privacy, and police reputation is fragile.

Affordance Theory illustrates the dynamic interactions between people, organizations and the technology they use. This case focus on the affordances police actors acknowledge and actualize, and what contextual factors enables or inhibit the realization of these affordances. Furthermore, this case shows that contextual constraints to a larger extent limits the actualization and effect of affordances than what Affordance Theory research literature previously has told us.

This research was inspired by the lack of focus on Norwegian policing online in current research. Making Internet safer is a high priority for the Norwegian police.

Affordance Theory may help us understand how the police use social media, examine the potential they aim to exploit and suggest possible improvements.

The project might contribute to information system's research on Affordance Theory and enhance understanding of social media for public organizations, police organizations especially. This may contribute to other organizations initializing or reviewing social media activities, potentially solving contextual limitations beforehand.

Innholdsfortegnelse

Forord	ii
Sammendrag	iii
Abstract	iv
Figurliste	3
Tabelliste	3
1. Innledning.....	4
1.1. Forskningsspørsmål	6
1.2. Avgrensing	7
1.3. Rapportens oppbygning	7
2. Teori og litteraturgjennomgang	8
2.1. Sosiale medier	9
2.2. Affordanse-teori	11
2.2.1. Eksisterende affordanser	12
2.2.2. Oppfattede affordanser	12
2.2.3. Utnyttede affordanser.....	12
2.2.4. Kontekstuelle påvirkningsfaktorer	13
2.2.5. Affordanse-effekter	13
2.3. Relevant forskning på affordanse-teori i sosiale medier	13
2.4. Relevant forskning på politi og kommunikasjon i sosiale medier	14
2.5. Forskning på det norske politiets bruk av sosiale medier	15
2.6. Behov for mer forskning.....	17
3. Forskningstilnærming.....	18
3.1 Vitenskapsteoretisk grunnlag	18
3.2 Intervju som metode	19
3.3 Utvalg og rekruttering	19
3.4 Planlegging og gjennomføring.....	20
3.4.1 Intervjuguide	20
3.4.2 Digitale intervjuer.....	20
3.4.3 Opptak.....	21
3.4.4 Ståsted og for-forståelse	21
3.5 Databehandling	21
3.5.1 Transkribering	21
3.5.2 Analytisk tilnærming	22
3.5.3 Analyseprosessen	22

3.5.4	Datakvalitet	23
3.6	Etiske refleksjoner	24
3.6.1	Informert samtykke	24
3.6.2	Konfidensialitet	24
3.7	Metodisk begrensning	24
4.	Resultater	25
4.1.	Oppfattede affordanser	25
4.2.	Affordanse-utnyttelse	27
4.2.1.	Synlig tilstedeværelse	27
4.2.2.	Identitet	29
4.2.3.	Deling	30
4.2.4.	Dialog	33
4.2.5.	Relasjon	35
4.2.6.	Omdømme	36
4.3.	Kontekstuelle påvirkningsfaktorer	37
4.3.1.	Juridiske uklarheter	37
4.3.2.	Organisatorisk struktur og ressurser	40
4.3.3.	Plattformenes algoritmestyring	41
4.4.	Affordanse-effekter	43
4.4.1.	Er synlig til stede for mange	43
4.4.2.	Viser politiets identitet og hverdag	43
4.4.3.	Underholder, oppdrar, informerer og advarer	44
4.4.4.	Chatter med publikum som spør, anmelder og tipser	44
4.4.5.	Bygger relasjoner	46
4.4.6.	Bygger omdømme	47
4.5.	Oppsummering av funn	48
5.	Diskusjon	49
5.1.	Funn i lys av forskningsspørsmålene	49
5.2.	Funn i forhold til affordanse-teori	53
6.	Konklusjon	55
6.1.	Implikasjoner og muligheter for videre forskning	55
	Litteraturliste	58
	Vedlegg	62
	Vedlegg 1 – Informasjonsskriv og samtykkeskjema	63
	Vedlegg 2 – Intervjuguide	67

Vedlegg 3 – NSD-godkjenning	69
Vedlegg 4 – Politiets nettpatroljer i sosiale medier	70

Figurliste

Figur 1: Forskning på IS-systemer (Sæbø, 2021)	8
Figur 2: Rammeverk for Affordance Theory (Pozzi et al., 2014)	12
Figur 3: Oppsummering av funn.....	48

Tabelliste

Tabell 1: Plattformer og beskrivelse	10
Tabell 2: Oppsummering av teori.....	16
Tabell 3: Oppfattede affordanser identifisert i empirien.....	26
Tabell 4: Utnyttelse av affordansene – oppsummering.....	37
Tabell 5: Kontekstuelle påvirkningsfaktorer – oppsummering.....	42
Tabell 6: Affordanse-effekter – oppsummering.....	47

1. Innledning

Sosiale medier påvirker samfunn, kulturer og hverdagsliv over store deler av kloden. De positive forventningene som fulgte da sosiale medier lot alle brukere produsere og dele meninger, innhold og budskap, har de senere årene blitt dempet av økende mengde hatspråk, netthets, ekkokamre og polarisering. I tillegg har sosiale medier vist seg å være en effektiv arena for deling av skadelig seksuelt og voldelig innhold, og salg av illegale stoffer. Mange utsettes for uønsket innhold når de bruker sosiale medier (Medietilsynet, 2020, 2022).

I Norge sier 78 % av befolkningen over 18 år at de bruker sosiale medier daglig, og 82 % av nordmenn over 18 år har en profil på Facebook, 67 % har konto på Instagram og 66 % har Snapchat (IPSOS, 2022b). Medietilsynet har undersøkt barn og unges medievaner (Medietilsynet, 2020). Omtrent alle tenåringer har egen mobil, og 90 % av 9-18-åringene er på ett eller flere sosiale medier. Sosiale medier er dermed en arena hvor mye av det sosiale liv foregår. Medietilsynet har også undersøkt unges erfaringer med hatefulle ytringer på nett. I alderen 16-20 år sier en av fire at de har opplevd en eller annen form for hateful kommentar på nett rettet mot seg i løpet av det siste året. Fire prosent av befolkningen generelt sier det samme. Straffeloven regulerer hatefulle ytringer rettet mot hudfarge, etnisitet, religion, seksuell legning og nedsatt funksjonsevne. Tolv prosent av de unge har opplevd denne formen for hatefulle ytringer.

Politiets samfunnsoppdrag fremgår av Politilovens §1: *"Politiet skal gjennom forebyggende, håndhevende og hjelpende virksomhet være et ledd i samfunnets samlede innsats for å fremme og befeste borgernes rettsikkerhet, trygghet og alminnelige velferd for øvrig"* (Politiloven, 1995). For å oppfylle dette samfunnsoppdraget har politiet nedfelt fire hovedvisjoner i sin virksomhetsstrategi "Politiet mot 2025" (Kripos, 2017), som fastslår at politiet skal være i forkant av kriminaliteten, yte tilgjengelige polititjenester med høy kvalitet, skape trygghet i det digitale rom og være et moderne og kompetent politi. Politiet skal forebygge all type kriminalitet, også innenfor den digitale verden.

I virksomhetsstrategien er "trygghet i det digitale rom" det tredje av fire strategiske temaer, som sier: *"I 2025 møtes kriminaliteten i det digitale rom effektivt og i sammenheng med tradisjonell kriminalitet. Innbyggerne opplever trygghet og høy tillit til politiets arbeid på dette området"*. I punkt 3.3 står det videre: *"Vi er til stede på nett, gir informasjon og forebygger effektivt. Det digitale rom sees som en naturlig del av samfunnet der politiet er til stede."* (Politidirektoratet, 2017)

Politiet har de siste årene økt sin synlige tilstedeværelse i sosiale medier. Målet er å skape trygghet i det digitale rom (Politidirektoratet, 2017). I 2015 ble den første nettpatroljen opprettet av Kripos, og i 2018 var det etablert nettpatroljer i alle distrikt, underlagt forebyggende enheter, med Politidirektoratet som oppdragsgiver og Kripos som fagstøtte (Politidirektoratet, 2018a). Nettpatroljene har forebyggende arbeid i sosiale medier som en av sine viktigste oppgaver. I virksomhetsstrategien "Politiet mot 2025" står det at politiet skal styrke det tverrfaglige arbeidet med patruljering på nett, forebygge kriminalitet ved å dele informasjon og forebyggende budskap, være et sted hvor innbyggerne enkelt kan ta

kontakt med politiet for å få råd og veiledning, og selv kunne tipse politiet (Politidirektoratet, 2017).

Jeg synes politiets mål om å skape trygghet i det digitale rom er ambisiøst. Nettpatroljene har eksistert i flere år, men det er lite forskning på hvordan politi bruker sosiale medier. I denne masteroppgaven vil jeg derfor undersøke hvordan politiets nettpatroljer oppfatter og utnytter mulighetsrom i sosiale medier, hvilke faktorer som påvirker arbeidet og hvilken effekt det kan gi. I dette prosjektet prøver jeg å løfte blikket fra sosiale medier som et verktøy for politiets tillitsbyggende og forebyggende arbeid, til å se på fenomenforståelsen hos aktørene i politiet rundt mulighetsrom i teknologiene som velges og brukes.

For å etterleve visjonen om å skape trygghet i det digitale rom, er politiet avhengig av tillit i befolkningen. Innbyggerundersøkelsen fra 2021 stadfester at politiets tillit er høy: *«80 prosent av innbyggerne svarer at de har ganske eller svært stor tillit til politiet i 2021. Det er en mindre, men signifikant nedgang på 2 prosentpoeng siden 2020.» (Kantar, 2022).* Politiet uttrykker en bekymring for at til tross for høy tillit i befolkningen, er denne tilliten under press. Det antydes at presset kan skyldes falske nyheter, mis- og desinformasjon som spres i sosiale medier, og settes i sammenheng med at det er sviktende tillit til myndighetene over hele Skandinavia. Økende populisme, hvor følelser og tro er viktigere enn faktabasert og rasjonell informasjon, er et globalt problem (Politidirektoratet, 2020). Undersøkelser viser at enkelte grupper i befolkningen har lavere tillit enn andre, og særlig de som har blitt utsatt for kriminalitet. Innbyggerundersøkelsen fra 2019 viser også at tilfredsheten med politiet er lavere sammenlignet med andre offentlige myndigheter, så vidt høyere enn Forsvaret, NAV og Bufetat (Politidirektoratet, 2019).

Politiets nettpatroljer innhenter informasjon fra publikum og kommuniserer ut budskap til befolkningen på ulike sosiale plattformer. Alle politidistrikt har en Twitter-konto hvor operasjonssentralene informerer om hendelser av allmenn interesse, mens alle nettpatroljene bruker Facebook, Messenger og Instagram for å ha dialog med publikum. Noen nettpatroljer er i tillegg aktive på Tiktok, Discord, Twitch, Snapchat, og de spiller Fortnite og Minecraft. Utrykningspolitiet, Kripos og lokale politistasjoner har egne kontoer på ulike sosiale plattformer. Kommunikasjonen i de ulike sosiale mediene er ulik, og følger man politiet i flere kanaler, kan man oppleve at operasjonssentralen twitrer om voldshendelser samtidig som nettpatroljen deler en ny dansevideo. Jeg lurer dermed på hvilken rolle politiet egentlig skal spille i det digitale rom?

Plangrunnlaget for politiets kommunikasjon i sosiale medier er under stadig utvikling, og samordnet på ulike måter. Nettpatroljenes arbeid er regulert av politiets virksomhetsstrategi "Politiet mot 2025" (Politidirektoratet, 2017) med utgangspunkt i Kripos' rapport "Etablering av tilstedeværelse på internett" (Kripos, 2017), "Politiets strategi for sosiale medier" vedtatt i 2018 (Politidirektoratet, 2018a), og "Politiets kanalstrategi (2021-2025)" (Politidirektoratet, 2021). I disse dokumentene finnes lite informasjon om politiets vurdering av plattformene som tas i bruk, annet enn at politiet på digitale flater skal "nå folk flest" (Kripos, 2017) og at IPSOS' tracker for sosiale medier (IPSOS, 2022a) skal brukes for målgruppevurdering og kanalvalg. Det blir da naturlig å spørre: «Hva skal politiet nå folk flest med, og hvorfor?»

Nettpatroljene har vunnet priser for sitt arbeid på Social Media Awards (Inderhaug, 2021), hvilket indikerer at arbeidet i sosiale medier lykkes. En annen indikasjon på nettpatroljenes suksess i sosiale medier er at Kripos bistår andre land med opprettelse av nettpatrolje. Dansk politi gikk online med nettpatrolje på Facebook 1. april 2022 (@onlinepatrolje, 2022) og svensk politi har opprettet nettpatrolje i Region Nord (Samuelsson, 2022).

Affordance Theory, heretter kalt affordanse-teori, er et perspektiv som blir stadig mer brukt i forskning på informasjonssystemer (Pozzi et al., 2014). Å bruke affordanse-teori kan være verdifullt fordi perspektivet kan forklare hvordan resultater og effekter er et produkt av muligheter teknologien byr på, forholdet mellom teknologien og brukeren, og konteksten den brukes i. Affordanse-perspektivet kan si noe om hva som kan oppnås ved å bruke sosiale medier, hvilke begrensninger eller hindringer som påvirker arbeidet og om eventuelt forbedringspotensial (Bullock et al., 2021). Affordanse-teori som analytisk verktøy kan si noe om hvorfor aktører bruker teknologi som de gjør, og konsekvensene av dette (Majchrzak & Markus, 2012).

Jeg vil bruke perspektivet om affordanse-teori for å se på hvilke handlingspotensiale og begrensninger nettpatroljene oppfatter og utnytter i sosiale medier for å skape trygghet i det digitale rom. Hvilke affordanser oppfatter og utnytter nettpatroljene i sitt arbeid? Hvilke affordanser utnyttes og hvilken effekt oppnås? Hvordan påvirker samfunnskonteksten rundt hvilken effekt kommunikasjonen får? Hva gir nettpatroljenes bruk av sosiale medier av verdi?

Motivasjonen for oppgavens forskningsspørsmål inspireres av at det finnes lite forskning på hvordan norsk politi benytter sosiale medier i sitt forebyggende arbeid. Å bruke affordanse-teori for å undersøke dette kan medvirke til å belyse hvilket potensial nettpatroljene i Norge evner å utnytte, konsekvensene av dette og foreslå eventuelle forbedringsmuligheter. Det kan være nyttig for IS-forskning innenfor affordanse-teori da prosjektet mitt bruker affordanse-teorien som analyseverktøy for å undersøke en konkret organisasjons oppfattelse og utnyttelse av sosiale medier i en gitt samfunnskontekst. Funnene vil kunne si noe om hvordan affordanse-teorien fungerer som analytiske briller. Caset bidrar til å utvide fenomenforståelsen for sosiale medier i politiorganisasjoner, og kan være nyttig for andre offentlige aktørers bruk av sosiale medier.

1.1. Forskningsspørsmål

Opgaven har følgende tematikk: Hvordan bruker politiets nettpatroljer sosiale medier?

Dette temaet prøver jeg å besvare gjennom følgende forskningsspørsmål:

- Hvilke mulighetsrom oppfatter politiets nettpatroljer i sosiale medier?
- Hvordan utnytter nettpatroljene disse mulighetsrommene?
- Hvilke faktorer påvirker nettpatroljenes arbeid i sosiale medier?
- Hvilken effekt oppnår nettpatroljene i sin utnyttelse av sosiale medier?

Forskning på politiets nettpatroljer kan bidra til en utvidet forståelse av affordanse-teori. Affordanse-perspektivet kan belyse politiets samfunnsoppdrag om å forebygge og skape

trygghet i det digitale rom, hvordan samspillet mellom teknologi, samfunnskontekst og aktørene i organisasjonen er og hvilke utfordringer nettpatruljene står i.

1.2. Avgrensing

Jeg avgrensar prosjektet fra politiets operasjonssentralers informasjonsdeling på Twitter som har erstattet politiloggen og utrykningspolitiets informasjonsdeling på Snapchat. Lokale politistasjoner på Facebook er heller ikke relevante for å besvare selve forskningsspørsmålet, men kan være relevant for å vurdere et større bilde. Denne avgrensningen er naturlig fordi disse kanalene hovedsakelig brukes til informasjonsformidling av hendelser til publikum og ikke er tilrettelagt for toveiskommunikasjon. Jeg avgrensar prosjektet til å undersøke politiets nettpatruljers arbeid i sosiale medier.

Nettpatruljene arbeider hovedsakelig med forebygging rettet mot publikum. Målgrupper er blant annet barn og unge, deres foreldre og den generelle befolkning. I prosjektet ser jeg ikke på politiets etterforskning av seksuelle overgrep over nett. Etterforskning er ikke nettpatruljenes oppgave og utføres av andre i politiet.

1.3. Rapportens oppbygning

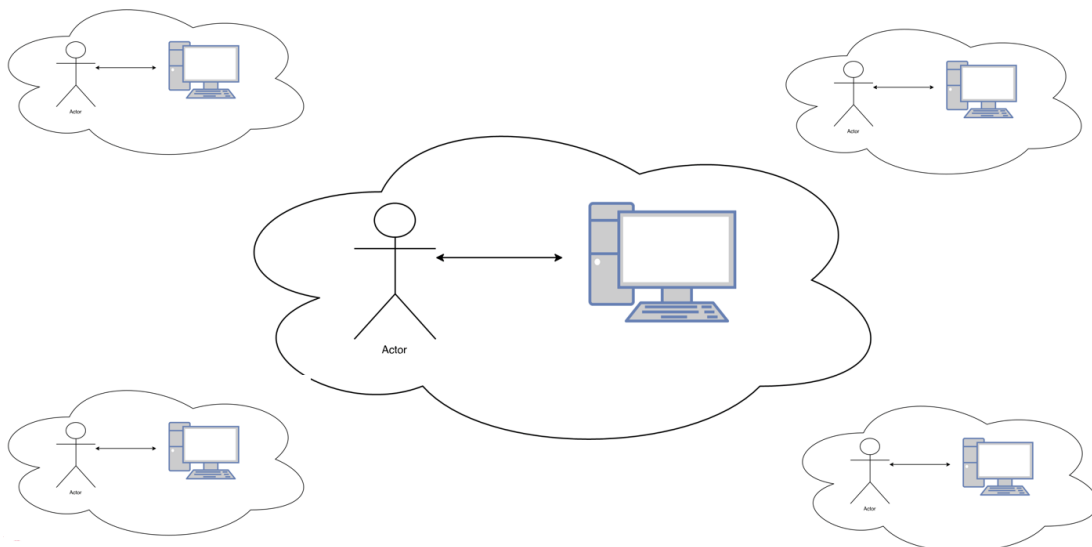
Rapporten er delt inn i seks kapitler. I innledningen beskrives emnet og forskningsspørsmålet og hvorfor temaet er aktuelt. I kapittel to vil jeg redegjøre for tidligere forskning innenfor affordanse-teori og sosiale medier, og hvilke sosiale medier politiets nettpatruljer arbeider i. Metodologien for studien redegjøres for i kapittel tre, før studiens funn presenteres i kapittel fire. Funnene drøftes i lys av forskningsspørsmålene og forskningsfeltet i kapittel fem, før kapittel seks oppsummerer de viktigste funnene, redegjør for implikasjoner dette kan ha for praksis og i forskningsfeltet, og viser studiens begrensninger.

2. Teori og litteraturgjennomgang

Forskning på informasjonssystemer handler om et helhetlig syn på teknologi, mennesker og samfunn: *“Design, delivery, use and impact of information technologies in organizations and society”* (Avison & Fitzgerald, 2003). Et helhetlig syn både på aktør, teknologi og kontekst er viktig for å kunne forske på og forstå organisasjoners muligheter og utfordringer i et digitalt samfunn. I dette tilfellet hvordan politiets nettpatroljer bruker sosiale medier, påvirkningsfaktorer og hvilke mulighetsrom de opererer i.

Professor Øystein Sæbø ved Universitetet i Agder illustrerer forskning på informasjonssystemer i figuren under, som viser hvordan aktører samhandler med teknologi i en kontekst (Sæbø, 2021). Figuren under beskriver hva jeg undersøker i prosjektet: politiets nettpatroljer (ulike aktører) i samspill med teknologi (sosiale medier) og hvordan dette samspillet fungerer i samfunnskonteksten.

Dette kapittelet redegjør for de teoretiske tilnærmingene til studien og relevant forskningslitteratur på området.



Figur 1: Forskning på IS-systemer (Sæbø, 2021)

Jeg definerer sosiale medier i denne konteksten og hvilke sosiale medier forskningsprosjektet inkluderer. Relevant for forskningsspørsmålet er å redegjøre for perspektivet affordanse-teori, som brukes for å forklare hvordan informasjonssystemer brukes av aktører i en gitt kontekst. Videre beskriver jeg forskningsfronten innenfor Affordance Theory og sosiale medier, og forskning på bruk av sosiale medier innenfor politiorganisasjoner.

Jeg har undersøkt forskningssituasjonen innenfor de gitte temaer ved å søke i Oria og Google Scholar. Booleske søk er foretatt med søkeordene: «police», «affordance*», «social media», og kombinasjoner av disse. I tillegg er det foretatt forover- og bakoversøk i relevante artikler

jeg har fått treff på, og jeg har satt opp varsler for nye artikler som har treff på samme begreper. Konsepter er sammensatt etter matriser slik det anbefales av Webster og Watson (Webster & Watson, 2002). I matrisen har jeg tatt utgangspunkt i 69 artikler, og jeg har benyttet 31 i prosjektet mitt.

2.1. Sosiale medier

Sosiale medier er en type informasjonssystem (IS) med ulike interessenter; aktørene som bruker det, plattformene, kommersielle aktører og konteksten rundt.

Sosiale medier har ingen felles anerkjent definisjon, men kan forklares som nettbaserte, digitale medier som tilrettelegger for interaksjon og deling av innhold. Sosiologen Jan Frode Haugseth definerer sosiale medier som digital teknologi som muliggjør offentlig gruppebasert interaksjon eller deltakelse (Haugseth, 2013, s. 59). Jeg mener denne definisjonen er noe utdatert. Andre beskriver sosiale medier som applikasjoner som lar deltakerne skape, redigere og dele innhold, og lenke innhold skapt av andre (Kaplan & Haenlein, 2010; Kietzmann et al., 2011; Sæbø et al., 2020). Noen trekk er særegne for hvordan vi bruker sosiale medier i dag (Aalen & Iversen, 2021, s. 23):

1. Det finnes ikke noe klart skille mellom avsender og mottaker i sosiale medier. De samme menneskene og organisasjonene kan gå inn i rollene som både konsument og produsent av innhold.
2. Sosiale medier tilrettelegger for «mange til mange»-kommunikasjon.

Sosiale medier utvikler seg i takt med teknologisk utvikling, samfunnsutvikling og brukerpåvirkning, som er det rådende sosialkonstruktivistiske synet på teknologi. Både enkeltpersoner, grupper og organisasjoner kan utnytte sosiale medier til ønsket formål. Hvilke sosiale medier og kontoer politiets ulike nettpatruljer bruker er oppgitt i vedlegg 4 (fra april 2022), oppdatert liste finnes på politiets nettsider (Politiet, 2022).

Politiets nettpatruljer oppgir barn og unge som sin hovedmålgruppe. Medietilsynet har undersøkt barn og ungdoms mediebruk (Medietilsynet, 2020). Over 90 prosent av 9-18-åringene er på ett eller flere sosiale medier. Halvparten av norske niåringer bruker sosiale medier og 65 prosent av tiåringene. Nesten alle barn og unge i alderen 9–18 år bruker YouTube (95 %). Deretter følger Snapchat (80 %), Tiktok (65 %) og Instagram (65 %). Omtrent halvparten av 9-18-åringene bruker Facebook.

I den følgende tabellen beskriver jeg kort hvilke populære plattformer nettpatruljene er til stede på og barn og ungdoms bruk av disse. Det kan gjøre det lettere å forstå funnkapittelet hvor nettpatruljene beskriver det sosiale medie-landskapet de opererer i.

Tabell 1: Plattformer og beskrivelse

Plattform og eier	Kort beskrivelse	Hvordan politiets nettpatroljer bruker plattformen	Barn og ungdoms bruk (Medietilsynet, 2020)
Facebook Meta	Venner, reklame, organisasjonsliv og nyheter lever side om side. Bygger nettverk og dialog gjennom venner, organisasjoner og bedrifter.	Deler innhold for å rådgi, advare eller be om tips.	54 % av aldersgruppen 9-18 år er på Facebook. Det er imidlertid først fra trettenårsalder at mange skaffer seg en Facebook-konto.
Instagram Meta	Dele video og bilder til venner og hele verden ved hjelp av kreative verktøy.	Deler bilder, video og reels for å vise politiets hverdag og underholde.	65 prosent av barn og unge mellom ni og 18 år bruker Instagram
Messenger /Instagram Chat Meta	Kommuniserer en til en eller i grupper gjennom tekst, tale, video og bilder.	Chat-kanal inn til politiets ulike nettpatroljer.	For å bruke Messenger eller Instagram chat kreves konto i Facebook eller Instagram
Tiktok ByteDance	Kreativ tjeneste gjør det enkelt å se og dele korte videosnutter med andre. En feed med videoer fra de en følger, en annen feed med populære videoer fra andre.	Tre politidistrikt er på Tiktok og bruker plattformen til å skaffe seg følgere ved å underholde, for å kunne nå lengst mulig med rådgivning og advarsler.	65 prosent av norske barn og unge mellom 9-18 år bruker appen
Snapchat Snap Inc.	Snapchat gjør det enkelt å kommunisere med venner og grupper med bilder, tekst og video som «fordufter» etter visning. Feed av videoer fra populære brukere, snap-kart hvor man ser/deler lokasjon.	Brukes for å dele innhold. Lite funksjonelt som kommunikasjonskanal. Eventbasert: festivaler og russetreff	80 prosent av barn og unge mellom ni og 18 år bruker <i>Snapchat</i>
Discord Discord Inc.	En enkel måte for brukere å snakke sammen mens de spiller spill. I tillegg til muligheten til å delta i chat en-til-en, kan man også opprette gruppechat og eventuelt bli med i lukkede eller åpne, offentlige forum (servere). Ingen algoritmer som bestemmer hva du skal se på.	Inviterer seg inn på populære servere de har blitt tipset om på Instagram. Kripos har egen server.	Halvparten av gutter og 10 prosent av jenter mellom ni og 18 år bruker Discord
Twitch Amazon	Strømmetjeneste gir barn tilgang til favorittgamerne sine og populære dataspillklipp. «Discover»-side der man kan utforske nytt innhold som Twitch tror du kommer til å like. Chat.	Enkelte nettpatroljer livestreamer og chatter med seere når de spiller.	Bruken er ikke spesifisert i Medietilsynets undersøkelse Barn og medier. Aldersgrense: App store 17 år, brukervilkår 13 år.

2.2. Affordanse-teori

Affordanse-teori brukes for å bedre forstå forholdet mellom informasjonssystemer og sosial praksis. Perspektivet bidrar til å unngå fellen ved teknologideterministisk tankegang, og i stedet forklare variasjon i utnyttelse av teknologi hos ulike aktører (Chen et al., 2016).

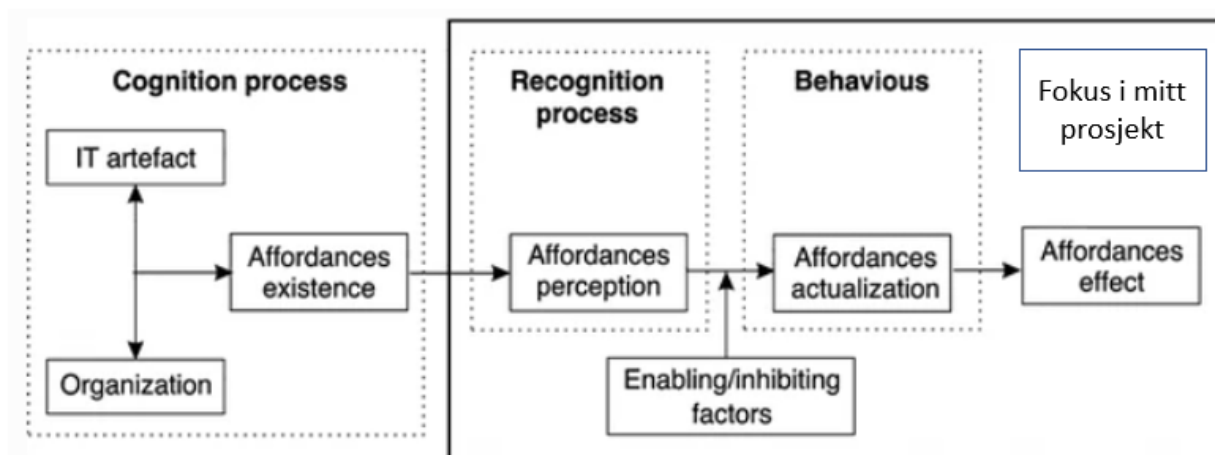
Begrepet affordanse ble første gang introdusert av psykologen James Jerome Gibson for å beskrive mulighetsrom som ligger latent i det fysiske miljøet. Han brukte begrepet for å beskrive det gjensidige og funksjonelle forholdet mellom organisme og omgivelse (Gibson, 1986). Ian Hutchby introduserte begrepet Affordance Theory innen informasjonssystemer i artikkelen «Technology, Texts and Affordances» (Hutchby, 2001). Han forklarer at informasjonssystemer har både handlingspotensiale og begrensninger. Aktører oppfatter ulik informasjon som har relevans til deres behov fra objekter i omgivelsene, hvilket representerer affordansene, ikke egenskapene til objektet. Affordansene eksisterer i relasjonen mellom aktør og artefakt, avhengig av handlingspotensialet som oppfattes av aktøren i relasjon til mulighetsrommet artefakten tilbyr (Wahid & Sæbø, 2015). Dermed kan en affordanse oppfattes unyttig for en aktør eller ikke oppfattes i det hele tatt, men andre aktører både oppfatter, utnytter og kan få ønsket effekt av affordansen.

Affordanse-teori kan gi et rammeverk for å forstå samspillet mellom aktører, teknologi og konteksten rundt, og den hjelper forskere å forstå hvorfor aktører handler på samme eller helt ulike måter når de bruker samme teknologier (Treem & Leonardi, 2013). Perspektivet er nyttig for å identifisere handlingspotensialet en organisasjon kan utnytte i informasjonssystemer for å oppnå organisasjonens målsetninger (Wahid & Sæbø, 2015), og kan brukes for å forklare hvorfor aktører bruker teknologi slik de gjør og konsekvensene av dette (Majchrzak & Markus, 2012).

Jeg forstår affordanse som en verdi. I den grad aktører oppfatter og utnytter affordanser i konteksten de arbeider i, vil det gi effekt på organisasjonens målsetninger. Slik er affordanser verdifulle. Ved å bruke affordanse-teori for å analysere hvordan nettpatroljene arbeider, kan vi bedre forstå hvorfor nettpatroljene bruker sosiale medier slik de gjør og hvilke verdier dette gir.

Motivasjonen for å bruke affordanse-teori i prosjektet mitt er for å søke å forstå hvordan politiet som aktør oppfatter mulighetsrommene og begrensningene i relasjon med teknologiens funksjoner, hvordan de utnytter dette i lys av samfunnets krav og forventninger og hvilke faktorer som påvirker dette arbeidet.

Rammeverket som Pozzi et al. anbefaler å benytte som utgangspunkt for forskning på affordanser i informasjonssystemer, gir et godt grunnlag for prosjektet mitt. Denne modellen, utviklet av Pozzi, Vitari og Pigni, forklarer rammeverket for affordanse-teori slik (Pozzi et al., 2014):



Figur 2: Rammeverk for Affordance Theory (Pozzi et al., 2014)

Teknologien, i denne sammenheng sosiale medier, samspiller med aktørene i nettpatruljene og publikum, og den påvirkes av sosiale strukturer i samfunnet. Affordanser identifiseres ved å undersøke når og hvordan handlingsmuligheter er tilgjengelige for aktørene satt inn i en samfunnsmessig kontekst, og hvilke begrensninger som regulerer denne utnyttelsen.

Modellen vil jeg bruke som grunnlag for analysen av intervjuene. Hensikten er å finne hvilke affordanser nettpatruljene oppfatter («recognition process»), hva de gjør («behaviour») og hvilken effekt arbeidet får. Rammen viser fokus i forskningsspørsmålet mitt. Min ambisjon er å identifisere oppfattede affordanser, hvordan disse utnyttes, effekten de får og hvilke kontekstuelle faktorer som virker inn.

2.2.1. Eksisterende affordanser

Ifølge Pozzi et al. er affordanser mulighetsrom for handling (Pozzi et al., 2014). Dette er handlingsrom som aktøren oppfatter og kan aktivisere. Som kognitiv prosess er affordansen det forholdet eller den relasjonen mellom aktør og system aktøren oppfatter som potensial for handling. Affordanser oppfattes ulikt fra aktør til aktør fordi affordanser er relasjoner mellom aktørens utgangspunkt, målsetninger og IT-artefaktens funksjoner.

2.2.2. Oppfattede affordanser

Affordanser må oppfattes av aktørene for at potensialet skal kunne utnyttes. Dette er en prosess som påvirkes av aktørenes egenskaper, kompetanse og kunnskap, aktørens evner, aktørens målsetninger og kontekstuell informasjon.

2.2.3. Utnyttede affordanser

Aktivisering defineres som den handling aktører utfører i teknologien for å oppnå ønskede målsetninger. Wang et al. forklarer prosessen for affordanse aktivisering (Wang et al., 2018) i figuren under. Her ser man hvordan eksterne faktorer påvirker potensial og realisering og hvordan organisatoriske forhold også påvirker hva aktører får ut av teknologiens affordanser.

2.2.4. Kontekstuelle påvirkningsfaktorer

Kontekstuelle påvirkningsfaktorer kan være hemmende og fremmende. De påvirker aktørens mulighet til å aktivisere affordansene som oppfattes, eksempelvis organisatoriske, individuelle, politiske eller økonomiske faktorer som medvirker, forsterker eller begrenser handlingen.

2.2.5. Affordanse-effekter

Affordanser får effekt utfra hvilke mulighetsrom aktørene oppfatter og utnytter – det konkrete resultatet av handlingen som er gjort ved hjelp av teknologien. Dette kan resultere i forhold som tilrettelegger for nye affordanser, utvikling av nye mulighetsrom i systemet og organisasjonsendringer (Pozzi et al., 2014). Affordanse-effekter er da resultater som ikke kunne skjedd uten å bruke teknologien.

2.3. Relevant forskning på affordanse-teori i sosiale medier

I denne delen vil jeg redegjøre for relevant forskning innenfor affordanse-teori i sosiale medier, som er nødvendig forskningsgrunnlag for å kunne besvare forskningsspørsmålet mitt.

Forskning på affordanse-teori innenfor informasjonssystemer er omfattende, men noe begrenset innenfor sosiale medier. Forskning og artikler som diskuterer affordanser i sosiale medier er nyttige og relevante for mitt prosjekt, særlig forskningsgjennomganger på dette området. Det har særlig vært nyttig å studere artikkelen til Karahanna et al. «The Needs-Affordances-Features Perspective for the Use of Social Media» (Karahanna et al., 2018). Denne gir en systematisk gjennomgang av tilgjengelig forskning på affordanser i sosiale medier, og konsoliderer affordanser fra andres studier som lignet hverandre. Ved å ta utgangspunkt i fem psykologiske behov som er sentrale i sosiale medier, har forskningen deres identifisert til sammen tolv ulike affordanser som de kategoriserer med begrepene: “self-presentation, content sharing, interactivity, presence signaling, relationship formation, group management, browsing other people’s content, meta-voicing, communication, competition, sourcing”. De foreslår et nytt perspektiv for forskning på bruken av sosiale medier som ser på sammenhengen mellom needs, affordances og features, som de kaller «Needs-Affordances-Perspective».

Det er verdifullt for prosjektet mitt hvordan andre forskere har foreslått ulike rammeverk for affordanser i sosiale medier. Dette kan hjelpe meg å identifisere hvilke affordanser politiets nettpatruljer oppfatter, utnytter og får effekt av. Disse vil gi grunnlag for min analyse av datamaterialet, og kan hjelpe meg å identifisere affordanser i empirien. Kietzmann et al. som har forsket på sosiale mediers affordanser generelt, fremstiller affordanser i sosiale medier som en honningkube bestående av ulike byggesteiner med både mulighetsrom og begrensninger. Syv affordanser identifiseres: «sharing, presence, conversations, identity, relationships, groups, reputation» (Baccarella et al., 2018; Kietzmann et al., 2011).

Jeffrey W. Treem og Paul M. Leonardi har også forsket på rammeverk for sosiale medie-affordanser i organisasjoner. De identifiserer og diskuterer fire affordanser som de kaller «visibility, editability, persistence, association» (Treem & Leonardi, 2013). Bullock et al. har brukt Treem og Leonardis forskning som rammeverk og undersøkt politiets engasjement i

sosiale medier i Storbritannia. De fant at følgende tre affordanser var aktualisert og effektivt av politiet i Storbritannia: «visibility», «editability», «association» (Bullock et al., 2021). Denne artikkelen gir meg et godt utgangspunkt for å forstå hvordan affordanse-teori med et gitt rammeverk kan brukes i et konkret prosjekt.

Majchrzak et al. har undersøkt hvilke affordanser som påvirker bruk av sosiale medier for kunnskapsdeling i organisasjoner. De kategoriserer de identifiserte affordansene med begrepene «generative role taking, meta-voicing, triggered attending, network-informed associating» (Majchrzak et al., 2013).

I funn-kapittelet beskriver jeg hvilke affordansene jeg har identifisert i nettpatroljenes bruk av sosiale medier, og sammenligner disse med affordansene nevnt ovenfor, som er identifisert i forskningsfeltet.

2.4. Relevant forskning på politi og kommunikasjon i sosiale medier

Det finnes mye forskning på politiets bruk av sosiale medier. Flere av disse ser på politiets bruk av sosiale medier i forbindelse med store hendelser, mens andre har gjennomført casestudier på enkelte sosiale medier og bruk av disse innenfor politimyndigheter. Viktige grunnlag for mitt prosjekt er hva forskningsfronten sier om hvordan sosiale medier fungerer i politiorganisasjoner, hvordan organisasjonsoppbygging kan påvirke aktivitet og effekt, sosiale mediers påvirkning på polititjenester og forskning på sosiale mediers affordanser i politiorganisasjoner.

Flere forskningsprosjekter finner at politiet hovedsakelig benytter Twitter for å formidle informasjon fremfor å skape dialog (Bullock, 2018; Fowler, 2017). Twitter er det sosiale mediet som er mest brukt av politimyndigheter internasjonalt, og det er derfor forsket mest på. Twitter er et enkelt medie å bruke, med gode forutsetninger for å fasilitere toveiskommunikasjon med begrenset meldingslengde. Analyse av amerikansk politis bruk av Twitter under en skoleskytingshendelse fant at 63 % av meldingene var spredning av ny informasjon eller oppdateringer. Dette indikerer at politiets twitring primært fungerte som enveiskommunikasjon til publikum. (Fowler, 2017) Politiets bruk av Twitter i det britiske politiet fungerer også primært som enveiskanale ut til publikum, uten støtte for publikums deltakelse eller interaksjon, finner den britiske forskeren Karen Bullock (2018). Facebook kan være et bedre alternativ enn Twitter for dialog med publikum, da Twitter ikke egner seg som interaksjonsplattform. De deler av det britiske politiet Bullock har forsket på, er organisert nedefra og opp, hvor de mer suksessrike Twitter-kontoene drives av engasjerte personer og er dermed både vilkårlig og svært person-avhengig.

I prosjektet mitt skal jeg undersøke hvilke kontekstuelle faktorer som påvirker nettpatroljenes arbeid. Da kan forskning som viser at ulikheter i politiorganisasjoners oppbygging og organisering påvirker utnyttelse og effekt av sosiale medier være relevant. En analyse av tysk politis bruk av Twitter i ekstern kommunikasjon, undersøker hvilken betydning organisering har. De skiller mellom en ovenfra ned-organisering hvor bruken av sosiale medier er organisert, sentralisert og styrt av politiets ledelse, og nedefra opp-organisering hvor enkeltpersoner eller lokale grupper i politiet på eget initiativ tar i bruk sosiale medier etter beste evne. Politiet har unike behov og hensikter med å ta i bruk sosiale

medier, sett i forhold til andre offentlige myndigheter og organisasjoner. Politiet skal støtte etterforskning, kommunisere raskt med mange, håndtere rykter, øke tillit og engasjere publikum i kriminalitetsforebygging. (Jungblut & Jungblut, 2021)

Politiet har i lys av sitt samfunnsoppdrag en annen og unik målsetning med å være til stede i sosiale medier enn andre offentlige organisasjoner. Sosiale medier kan tilby nye muligheter for overvåking, krisekommunikasjon og omdømmebygging, og derfor øke politiets egen kontroll over synlighet på nett. Forskerne James P. Walsh og Christopher O'Connor (2019) har sett på hvordan sosiale mediers påvirkning på polititjenester i ulike disipliner som kriminologi, sosiologi og kommunikasjon, og de har gjennomgått forskningen på feltene i en artikkel publisert i 2018. I artikkelen identifiserer de hvordan sosiale mediers affordanser myndiggjør og begrenser polititjenester.

Det er også svært interessant for mitt prosjekt hvordan Bullock et al. (2021) har forsket på britisk politis utnyttelse av affordanser og begrensninger i sosiale medier. De tok utgangspunkt i Treem og Leonardis rammeverk for affordanser i sosiale medier. Gjennom kvalitative dybdeintervjuer med politi og kommunikasjonsansatte i politiorganisasjoner i England og Wales, fant de at følgende affordanser aktualiseres i politiorganisasjoner: «visibility», «editability» og «association». Utnyttelse og effekt av affordansene begrenses av organisatoriske, individuelle og teknologiske faktorer i politiorganisasjonen, som gjør at engasjement mellom publikum og politi ikke oppnår sitt fulle potensial.

2.5. Forskning på det norske politiets bruk av sosiale medier

Det norske politiets organisering av nettpatroljer er et relativt nytt fenomen, derfor finnes det lite forskning på området. Frem til opprettelsen av nettpatroljene har norsk politi benyttet Twitter som informasjonskanal og enkeltpersoner, avsnitt eller avdelinger har på eget initiativ laget Facebook-grupper som de har kommunisert ut i.

Twitter har erstattet politiloggen som tidligere hovedkanal for informasjon ut til pressen. Twitter brukes av alle operasjonssentraler. I politiets retningslinjer for språk og innhold for Twitter i operasjonssentralene vektlegges det at en god tweet skal være nøkternt og saklig, og informere, advare, varsle eller trygge (Politidirektoratet, 2018b).

Etter opprettelsen av politiets nettpatroljer i alle politidistrikter på flere sosiale medier og plattformer, har patroljenes forebyggende arbeid i sosiale medier blitt fokus for flere forskningsprosjekter. Innenfor medievitenskap er det forsket på hvordan Sør-Vest politidistrikt bygger relasjoner med publikum gjennom dialog på sosiale medier. Denne masterstudien finner at et tydelig mål med den digitale tilstedeværelsen i tillegg til dedikerte og engasjerte menneskelige ressurser er nødvendig for en fungerende samtaletjeneste (Hauge, 2020). Innenfor kriminologi og rettssosiologi er det gjennomført en masterstudie av muligheter og utfordringer med digitalt forebyggende politiarbeid. Funnene viser at politiets digitalt forebyggende politiarbeid kan knyttes opp mot tradisjonelle forebyggende strategier, men også at Internett er en utfordrende arena for politiet å forebygge kriminalitet på (Walquist, 2021).

I den følgende tabellen oppsummerer jeg teorien og konseptene i forskningsfeltet som er relevant for min oppgave.

Tabell 2: Oppsummering av teori

Forskningsområde	Nytteverdi	Referanser
Affordance Theory i IS-forskning	Hvorfor Affordance Theory er nyttig i IS-forskning: 1. bedre forstå forholdet mellom IS og sosial praksis 2. forklare variasjon/likhet i utnyttelse av teknologi hos ulike aktører 3. forstå samspillet mellom aktører, teknologi og konteksten rundt 4. identifisere handlingspotensialet en organisasjon kan utnytte i informasjonssystemer for å oppnå organisasjonens målsetninger 5. forklare hvorfor aktører bruker teknologi slik de gjør og konsekvensene av dette	(Majchrzak & Markus, 2012; Pozzi et al., 2014; Strong et al., 2014; Volkoff & Strong, 2017; Wang et al., 2018)
Rammeverk for affordanser i sosiale medier	Introduserer generelle rammeverk av affordanser som utgangspunkt for å forstå sosiale medier. Eks. Honeycomb-modellen til Kietzmann et al., Treem og Leonardis fire affordanser, Affordances for Online Communal Knowledge Sharing av Majchrzak et al, og NAT (Needs-Affordance-Perspective). Disse har bidratt til videre forskning og case-studier.	(Baccarella et al., 2018; Bucher & Helmond, 2017; Karahanna et al., 2018; Kietzmann et al., 2011; Majchrzak et al., 2013; Treem & Leonardi, 2013)
Affordanser i sosiale medier innenfor gitt kontekst	Forskning på affordanser i sosiale medier innenfor spesifikk organisasjon, kultur eller fagfelt. Case-studier. Eks. Andersson et al. har forsket på affordanser i sosiale medier i undervisning.	(Andersson et al., 2021; Chen et al., 2016; Dini et al., 2016; Sun, 2019; Sæbø et al., 2020; Wahid & Sæbø, 2015; Xue & Churchill, 2019)
Forskningsgjennomgang	Gjennomgang av forskningsfeltet innenfor affordanser i sosiale medier.	(Fromm et al., 2020; Hafezieh & Eshraghian, 2017; Karahanna et al., 2018; Walsh & O'Connor, 2019)
Sosiale medier-bruk innenfor politiorganisasjoner	Forskning på hvordan politiet bruker sosiale medier og hvilke faktorer som påvirker dette arbeidet. Flere av disse tar utgangspunkt i rammeverk for affordanser i sosiale medier.	(Akkaya et al., 2019; Bullock, 2014, 2018; Bullock et al., 2021; Dekker et al., 2020; Hauge, 2020; Jungblut & Jungblut, 2021; Walquist, 2021; Walsh & O'Connor, 2019)
Begrensninger eller negative elementer ved sosiale medier i samfunnskontekst	Grunnprinsipper i sosiale medier: programmability, popularity, connectivity, datafication. Begrensninger i sosiale medier: innbygde politiske og sosiale fordommer, inkludering, ansvarliggjøring og demokratiske løsninger nødvendig. Hvordan begrense negative elementer i sosiale medier?	(Baccarella et al., 2020; Feeney & Porumbescu, 2021; Van Dijck & Poell, 2013)

2.6. Behov for mer forskning

Mitt valg av tema for oppgaven er inspirert av flere artikler hvor det etterspørres mer kunnskap om affordanser i sosiale medier og bruk av sosiale medier i politiorganisasjoner. Det anbefales videre forskning på affordanser i sosiale medier i flere artikler, som samtidig gir godt teoretisk grunnlag og setter prosjektet mitt inn i et større bilde.

Fromm et al. (2020) har gjennomgått empiriske studier på affordanser. De foreslår flere områder hvor det er behov for ytterligere forskning. Å identifisere kontekstuelle faktorer som begrenser eller muliggjør aktualisering av affordanser er en av disse. Jeg vil forsøke å identifisere de kontekstuelle faktorer som påvirker nettpatroljenes arbeid i sosiale medier, og vil sådan kunne bidra med et innblikk i påvirkningsfaktorer som er gjeldende i en gitt sosial kontekst.

Marc Jungblut og Jens Jungbluts artikkel (2021) "Do organizational differences matter for the use of social media by public organizations? A computational analysis of the way the German police use Twitter for external communication". De anbefaler videre forskning på flere sosiale medie-plattformer og interaksjon mellom dem. De anbefaler også å forske på politiets bruk av sosiale medier i andre land enn Tyskland. Mitt prosjekt vil belyse hvordan norsk politis nettpatroljer bruker ulike sosiale medier og interagerer mellom disse. Mitt prosjekt vil bidra til innblikk i norsk politis bruk av ulike sosiale medier, hvilket svarer til begge Jungblut og Jungbluts etterlysninger.

Flere forskere etterlyser mer kunnskap om sosiale mediers affordanser, hindringer og effekter, og de anbefaler forskning på sammenhenger og gevinster ved ulike former for bruk av sosiale medier. Det anbefales videre forskning på hvilke kulturelle, juridiske og andre kontekstuelle faktorer som påvirker politiets bruk av teknologi (Akkaya et al., 2019). Ved å bruke affordanse-teori for å analysere hvordan politiets nettpatroljer arbeider i sosiale medier, vil jeg kunne identifisere og diskutere kontekstuelle faktorer som påvirker nettpatroljenes bruk av teknologi i norsk sammenheng.

Jeg vil på dette grunnlaget forsøke å gi innblikk i norsk politis utnyttelse av affordanser i ulike sosiale medier, identifisere hvilke kontekstuelle faktorer som påvirker arbeidet, og forklare hvilke effekter nettpatroljene får ut av det. Det kan gi et nyttig bidrag til forståelsen av sosiale mediers mulighetsrom for politiorganisasjoner både i og utenfor Norge, bidra til utvidet forståelse av sosiale mediers affordanser og vise hvordan affordanse-perspektivet kan benyttes til å forstå samspillet mellom teknologi og aktør i en konkret organisatorisk og sosial kontekst.

3. Forskningstilnærming

Dette kapitlet redegjør for de metodiske valgene som danner grunnlaget for studien. Vitenskapsteoretisk sammenheng beskrives først, deretter intervju som metode og prosessen bak innhenting av datamaterialet. Jeg gjennomgår planleggingen og gjennomførelsen av intervjurunden og hvordan dataene har blitt behandlet og analysert. Avslutningsvis vil jeg forklare hvilke hensyn jeg har tatt i forhold til datamaterialets kvalitet og etiske vurderinger som er foretatt i henhold til studiens reliabilitet, validitet og generaliserbarhet og hvilken metodisk begrensning studien har.

Jeg har hentet ut data i den hensikt å svare på oppgavens forskningsspørsmål, som er: Hvordan bruker politiets nettpatroljer sosiale medier? For å undersøke dette, er det hensiktsmessig å foreta kvalitative intervjuer med ansatte i politiets nettpatroljer og Kripas' seksjon for tilstedeværelse på Internett. De kan si noe om hvordan politiet jobber med sosiale medier, hva de oppfatter av muligheter og begrensninger i teknologien og den samfunnsmessige konteksten, og hvordan dette gir effekt.

3.1 Vitenskapsteoretisk grunnlag

“Qualitative research methods are designed to help researchers understand people and the social and cultural contexts within which they live. The goal of understanding a phenomenon from the point of view of the participants and its particular social and institutional context is largely lost when textual data are quantified.” (Myers, 2010)

Kvalitativ forskning på informasjonssystemer er delt inn i tre hovedretninger; positivistisk, fortolkende og kritisk teori (Myers, 1997). Min forskning påvirkes av kritisk teori fordi kritisk sosial teori hevder at den sosiale virkelighet er historisk konstituert og produseres og reproduseres av mennesker. Kritisk teori setter handlinger inn i en mer omfattende sammenheng enn den empirinære, ved å hente inspirasjon og idéer til fortolkninger fra metateoretiske perspektiver, og vil særlig benytte kritiske standpunkter til den rådende samfunnsstrukturen (Thagaard, 2009, s. 41).

Jeg har valgt en hermeneutisk tilnærming, der jeg fortolker dataene ved å fokusere på det dypere meningsinnhold enn det som er umiddelbart innlysende. Hermeneutisk metode er læren om fortolkning av tekster via refleksjon, og kjennetegnes av et ønske om å tilegne seg ny kunnskap eller forståelse (Alnes, 2020). Fenomener kan forstås på ulike nivåer, og mening kan bare forstås i lys av den sammenheng det vi studerer er en del av. Beskrivelsene blir da en sammenheng mellom hva respondentene kan mene med sine handlinger, hvilke fortolkninger vedkommende selv gir og min fortolkning av dette.

Fra et samfunnsvitenskapelig ståsted er et hermeneutisk perspektiv knyttet til å «lese» kultur som tekst, hvor forskeren fokuserer på meningen teksten formidler, i mitt tilfelle intervjutekstene. Målet er å få frem en tykk beskrivelse som inkluderer utsagn om hva respondenten kan ha ment med handlinger, respondentens egne fortolkninger og forskerens fortolkninger (Thagaard, 2009, s. 39). Fortolkning av data kan knyttes til forskerens teoretiske utgangspunkt og førforståelse. Samtidig kan tendenser i dataene gi grunnlag for en ny forståelse som utvikler seg underveis i forskningsprosessen (Thagaard, 2009, s. 35).

Et sosialkonstruktivistisk perspektiv er også relevant for min kvalitative forskning. Dette perspektivet fremhever at forskningskunnskap er et resultat av relasjonen mellom forsker og de som blir studert, og at kunnskapen utformes i fellesskap (Thagaard, 2009, s. 43).

3.2 Intervju som metode

Jeg har valgt å foreta en induktiv, kvalitativ forskningsmetode for å undersøke hvordan politiet bruker sosiale medier. Dette betyr at mine analyser kan føre til utsagn om generelle sammenhenger og fenomenforståelse. For å diskutere hvordan politiet bruker sosiale medier, har jeg tatt utgangspunkt i teorien om affordanser i informasjonssystemer og empirisk forskning. Sosiale medier som informasjonssystem har affordanser som kan utnyttes, men organisatoriske, individuelle, kontekstuelle og teknologiske faktorer påvirker graden av dette.

Jeg ønsker å finne ut hvordan politiet oppfatter og utnytter disse for å kunne si noe om dette fenomenet. Kvalitative intervjuer kan gi innsikt i tanker og erfaringer rundt et fenomen, og gjennom intervjuer kan man få tilgang til detaljerte beskrivelser og kunnskap som ellers er utilgjengelig (Kvale, 1996, s. 5-6). Jeg har valgt å gjennomføre semi-strukturerte intervjuer hvor jeg følger en intervjuguide med hovedtemaer, en sjekklister for hva jeg ønsker å snakke med respondentene om, hvor jeg er åpen for å la respondentenes svar lede dialogen dypere inn i tema som respondenten er opptatt av.

For å få best mulig informasjon om politiets utnyttelse av affordanser i sosiale medier, var det derfor viktig at jeg intervjuet de kildene som er tettest på dette arbeidet, det vil si ansatte i politiets nettpatroljer som i sitt daglige arbeid kommuniserer med publikum i sosiale medier.

3.3 Utvalg og rekruttering

Åpne, individuelle intervjuer er en god metode for å finne ulike holdninger og oppfatninger til et fenomen. Disse kan frembringes ved å intervju personer med ulike fortolkninger og innfallsvinkler. Det er den enkeltes forståelse og meninger som er interessant (Jacobsen, 2013, s. 142-143). Jeg kommer nærmere inn på beskrivelse av gjennomføring av intervju og hva som skal til for å sikre et så godt datamateriale som mulig i avsnitt 3.4.1.

I mitt prosjekt søker jeg å finne et helhetlig bilde av politiets oppfattelser av affordanser i sosiale medier, og derfor er det viktig at jeg får respondenter fra flere nettpatroljer i ulike politidistrikter. Jeg har gjort et strategisk utvalg av intervjuobjekter med fokus på å få en bred og variert forståelse (Jacobsen, 2013, s. 174) av politiets oppfattelse av affordanser i kommunikasjon i sosiale medier. Strategisk utvalg av intervjuobjekter gjøres for å velge personer som er kvalifiserte til å belyse forskningsspørsmålet. For å sikre bredde og variasjon i respondentgruppen har jeg derfor valgt å rekruttere respondenter fra de ulike politidistriktene.

Jeg kontaktet først nettpatroljen i Agder politidistrikt direkte for å høre om dette kunne være aktuelt for dem å delta i. Et møte med dem ga meg innsikt i arbeidet de gjør, og økte

min interesse for å forske sosiale medier i politiet. Jeg kontaktet så Kripos som inviterte alle nettpatruljene rundt om i landet til deltakelse. Jeg søkte variasjon og bredde i utvalget, og fikk 10 deltakere fra fire ulike politidistrikter og Kripos, med variasjon i kjønn, alder, erfaring, arbeidsoppgaver og geografisk lokalisering. Alder varierte fra 26 til 50, og respondentene besto av fem operatører, tre fagledere og to metodeutviklere.

3.4 Planlegging og gjennomføring

3.4.1 Intervjuguide

Et avgjørende ledd i gjennomføringen av kvalitative intervjuer er å utforme en intervjuguide med gode spørsmål for å få så godt datamateriale som mulig. Steinar Kvale (Kvale, 1996, s. 145) beskriver flere kvalitetskriterier for kvalitative intervjuer: Intervjuene må åpne for spontane, dype, spesifikke og relevante svar fra respondenten, spørsmål bør være korte, og svarene lange. Spørsmålsstiller bør følge opp og avklare betydningen av relevante aspekter i svarene. Spørsmålsstiller skal søke å verifisere sin fortolkning av svarene i løpet av intervjuet. Intervjuet er en selvstendig fortelling som ikke trenger ekstra beskrivelser eller forklaringer.

Intervjuene ble gjennomført tidlig i prosjektet, derfor var det vanskelig å forutse hvilke data jeg ville tilegne meg. Det er viktig å utarbeide en intervjuguide som er fleksibel i henhold til intervjuobjektens svar, og den bør ha både overordnede spørsmål og underspørsmål. Jeg valgte å bruke en intervjuguide med tema, løs rekkefølge, og åpne svar (Jacobsen, 2013, s. 145).

Jeg utformet en semi-strukturert intervjuguide, med fastlagte spørsmål og tema, men hvor rekkefølgen var fleksibel (Thagaard, 2009, s. 89). Tematikken for intervjuene ble bestemt på forhånd, men jeg var forberedt på endringer i rekkefølgen av spørsmål og at informasjon fra respondentene kunne endre fokus, retning og gangen i intervjuene. Slik kunne jeg følge en rød tråd, samtidig som jeg var åpen for å gå i dybde eller bredde ut fra respondentenes refleksjoner, noe som kan lede til nye tema jeg ikke kunne forutsett.

I forkant av intervjuene sendte jeg intervjuobjektene kort informasjon om når og hvordan intervjuene skulle gjennomføres.

Ulempen med å bruke Kripos for å finne intervjukandidater, og sende dem informasjon om overordnede tema for intervjuet på forhånd, var at respondentene kunne føle seg tvunget til å forberede seg til intervjuet, eller at de forberedte seg så mye at samtalen ikke blir naturlig. Jeg valgte av den grunn ikke å sende hele intervjuguiden på forhånd, men ga dem samtidig mulighet til å reflektere over temaet og hva de kan bidra med.

3.4.2 Digitale intervjuer

Jeg gjennomførte alle intervjuene digitalt, grunnet ustabil smittesituasjon i den pågående koronapandemien. Digitale intervjuer kan fremstå mindre personlig (Jacobsen, 2013, s. 143), men jeg opplevde at dette ikke er tilfelle etter at hjemmekontor og digitale løsninger har blitt vanlig for de fleste kontoransatte. Ved å foreta intervjuene digitalt, kunne respondenten være et sted som er naturlig for respondenten, hvor vedkommende er trygg og komfortabel, hvilket gir gode rammer for hvordan samtalen blir (Jacobsen, 2013, s. 147).

3.4.3 Opptak

Alle intervjuene ble tatt opp på politiets Teams-løsning og transkribert i etterkant. Transkribering er svært tidkrevende, og jeg ønsket ikke å ta notater underveis i intervjuene utover stikkord, da dette kunne gjøre at jeg gikk glipp av nyanser, detaljer eller ikke rakk å skrive like fort som respondentene snakket. Jeg ville ikke kunne holde blikkontakt eller være like tilgjengelig hvis jeg skulle notert mest mulig av hva de sa underveis, men ønsket best mulig åpen og tilstedeværende dialog. Opptak av intervjuet kan gjøre respondenten ubekvem, usikker eller skape barrierer i forhold til hva intervjuobjektene tør å si (Jacobsen, 2013, s. 148). Jeg vurderte at å ta opp samtalen var nødvendig for å sikre datamaterialet. I etterkant ser jeg at jeg tok mye mer notater underveis enn jeg trodde jeg skulle gjøre, og innser at dette er min måte å fordøye og bearbeide informasjon på. Jeg tenker best samtidig som jeg skriver. Det kan ha påvirket min oppmerksomhet på respondentens kroppsspråk.

3.4.4 Ståsted og for-forståelse

I forskning er intervjueren et forskningsinstrument, og det var derfor viktig for meg å reflektere over min rolle i intervjuene. Mitt ståsted, min kompetanse, min erfaring og mine forventninger til forskningen vil påvirke meg i intervjusituasjonene.

I intervjuene og analysen ønsket jeg å være bevisst min egen posisjonering og forforståelse, særlig at jeg selv er ansatt i politiet. Dette kan være både positivt og negativt for forskningen. Jeg har lite til ingen kontakt med politiets nettpatroljer i mitt daglige arbeid som koordinator for tilrettelagte avhør i Agder politidistrikt. Samtidig kan jeg ha hatt med meg ubevisste holdninger, forventninger og kunnskaper inn i undersøkelsen, som en forsker utenfra ikke vil hatt. Mitt innenfra-perspektiv innbefatter også mine følelser rundt det å være en del av politiet, med tanker, forventninger og forutinntattheter som kommer av å være en del av politikultur og -miljø. Jeg er kollega til intervjuobjektene, dog i en organisasjon som inkluderer over 18 000 ansatte, og jeg kjenner min del av organisasjonen på godt og vondt.

Jeg er også innbygger i en av Norges største byer, aktiv i sosiale medier og mamma til tre skolebarn som bruker stadig mer tid på Tiktok, Instagram og Snapchat. Dette plasserer meg i ulike målgrupper for politiets nettpatroljers kommunikasjon i sosiale medier. Lenge før jeg bestemte meg for dette forskningsprosjektet, fulgte jeg politiet i sosiale medier, og nå følger jeg dem i alle kanaler jeg bruker. Sosiale medier bruker jeg på denne måten: Facebook for praktisk informasjon, Instagram for inspirasjon, Snapchat for kontakt med familie og venner, og Tiktok for underholdning.

3.5 Databehandling

3.5.1 Transkribering

Erfaringsvis tar alltid transkribering lenger tid enn antatt. I politiet har jeg tidligere bistått transkribenter av barneavhør med å transkribere avhør, så jeg har noe erfaring med å transkribere fra før. Jeg brukte videoprogrammet Indico og Word for å transkribere dataene.

Transkripsjon er en fortolkningsprosess, der forskjellene mellom muntlig tale og skriftlige tekster gir opphav til en rekke praktiske og prinsipielle problemstillinger. Steinar Kvale og Svend Brinkmann understreker at transkripsjon er oversetting fra muntlig til skriftlig språk,

som innebærer en rekke vurderinger og beslutninger. Et intervju er et levende, sosialt samspill der tempo, toneleie og kroppslige uttrykk er tilgjengelige for deltakerne. Opptak er den første abstraksjonen av den kroppsliggjorte kommunikasjonen, og kroppsspråk går tapt i prosessen. Transkripsjon er enda en abstraksjon, hvor tonen i stemmen, intonasjon, mimikk og pust går tapt. Det er viktig å være bevisst på at transkripsjoner er dekontekstualiserte gjengivelser av intervjusamtaler. Ved at intervjueren selv transkriberer ivaretas noe av dette (Kvale et al., 2015, s. 207).

Transkribering av dataene gjorde at jeg kom tettere på materialet, og fikk repetert innholdet i samtalene. Jeg valgte å transkribere teksten på standard bokmål, men har beholdt den muntlige stilen og transkribert ordrett hva som er sagt. Dialektord er fjernet. Dette styrker anonymisering av respondentene. Ulempen er at enkelte dialektord kan ha en særegen betydning, og ved å fjerne disse kan man miste verdifullt materiale. Jeg vurderer likevel at dette ikke er av betydning. Med sosiale medier som tema i intervjuene er det innslag av engelske lånord, begreper og navn som er fremtredende, ikke dialektord.

3.5.2 Analytisk tilnærming

Jeg var interessert i å få en forståelse av affordanser i sosiale medier utspiller seg i politiet, hvordan disse utnyttes og hvilke faktorer som påvirker dette arbeidet. Analysens mål var ikke å se på hva politiet kommuniserer, men hvilke affordanser politiet oppfatter i teknologien og hvordan politiet utnytter dette i en samfunnsmessig kontekst.

I arbeidet mitt har jeg vært gjennom ulike metoder for å analysere empirien. Teoretiske perspektiver utvikler empirien, samtidig som dataene bidrar til sammensetning av temaer og teoretiske retninger som jeg kan anvende for å svare på forskningsspørsmålet.

Prosjektet mitt søker fenomenforståelse hos en gitt gruppe innenfor et gitt tema. Det ble derfor nyttig å bruke meningsfortetting og meningskategorisering for å behandle og analysere dataene (Kvale et al., 2015, s. 232). Jeg har benyttet en induktiv forskningsstrategi, drevet av empiri. Dataene fra intervjuene avgjorde hvilke teorier, litteratur og temaer som ga grunnlag for videre analyse. Den induktive tilnærmingen gjorde at jeg systematisk kunne hente inn litteratur for å belyse tema og funn i empirien. Jeg har også benyttet deduktiv forskning, drevet av teori som kan gjenkjenne begrepene som kan knyttes til forskningsdataene (Jacobsen, 2013, s. 35-37).

3.5.3 Analyseprosessen

I analyseprosessen begynte jeg med å kode materialet for å kunne knytte det mot ulike kategorier og begreper som er relevante overskrifter i svarene på forskningsspørsmålet. Utfordringen var å velge presise begreper for å foreta en god analyse som samtidig er brede nok til å omfavne større deler av datamaterialet og vise mønstre som går igjen. Ved å identifisere temaer som flere av respondentene har snakket om, kunne jeg gå i dybden på deres refleksjoner rundt dette. Slik kan jeg finne fellestrekk i materialet som kan bidra til å finne svar i de temaene som ble belyst. Det er viktig å vurdere utsagn opp mot intervjuet som helhet, for å unngå at informasjonen tas ut av sammenheng og ikke kontekstualiseres, men sikrer troverdige analyser og helhetlig forståelse (Jacobsen, 2013, s. 193-204).

Allerede under intervjuene merket jeg meg begreper og overordnede temaer som respondentene var opptatt av. Underveis i transkriberingen uthevet jeg ord jeg oppfattet som mulige overskrifter i videre kodeprosess. For eksempel nevnte alle respondentene hvor viktig det er for politiet å være der folk er. Dette merket jeg da som «tilstedeværelse».

Dette er hva man kaller den hermeneutiske sirkel, hvor man stiller spørsmål til teksten og tilbake, som påvirker hverandre gjensidig. Etter transkriberingen nærleste jeg tekstene, og merket meg enda flere ord og fraser som knagger for videre koding og analyseprosess. Ved å danne kategorier eller meningsenheter, kan man stå i fare for å miste den egentlige meningen i respondentens uttalelser fordi intervjuteksten oppstykket og mindre enheter tas ut av sammenheng. Det er derfor viktig å lese tekstene i sin helhet for å beholde konteksten og nyanserikdommen i tematikken som beskrives.

Etter fasen med nærlesing og koding av tekstene, benyttet jeg aksial koding i den neste fase for å redusere overlappende og gjentatte kategorier. Så sorterte jeg disse til så få kategorier som mulig ute å utelate kategorier. Deretter gikk jeg over i neste fase: selektiv koding.

Underveis i denne fasen, undersøkte jeg om Treem og Leonardis rammeverk med fire affordanser (Treem & Leonardi, 2013) kunne passe til kodene jeg hadde identifisert, men fikk for mange kategorier. Kietzman et al. foreslår en bikube av funksjoner i sosiale medier som skal beskrive sosiale mediers affordanser (Kietzmann et al., 2011). Både denne og rammeverket foreslått av Karahanna et al. ble for omfattende (Karahanna et al., 2018).

Jeg analyserte materialet ved hjelp av rammeverket for affordanser fra Pozzi et al. (2014) og affordanse-aktualisering fra Wang et al. (2018), og endte opp med seks selvstendige kategorier. Disse kategoriene svarte på hva respondentene har gitt meg av sine perspektiver på hvordan og hvorfor de arbeider som de gjør i sosiale medier, samt hvilke utfordringer og begrensninger de står overfor. Flere av kategoriene sammenfaller med affordansene som er identifisert tidligere forskning (Karahanna et al., 2018; Kietzmann et al., 2011; Treem & Leonardi, 2013).

3.5.4 Datakvalitet

Det er viktig å kvalitetssikre materialet i enhver forskning. Intervjusituasjonen er avhengig av konteksten den foregår i og min forforståelse og mitt ståsted som forsker. Reliabilitet (gyldighet) måler påliteligheten til materialet og om det er en logisk sammenheng mellom det man ønsker å finne svar på, og prosjektets utforming, prosess og funn (Jacobsen, 2013, s. 87). Det er en fordel å stille presise spørsmål i intervjuene, samtidig vil en risikere å være forutinntatt. Det jeg tolker og oppfatter, kan være helt annerledes enn hva andre oppfatter.

Validitet måler om det tilegnede materialet kan svare på målsetningen for forskningen. Det kan sees på som kvaliteten på håndverket: forskerens undersøkelse, spørsmålsstilling og tolkning av innsamlet materiale. Intern validitet omhandler forskerens troverdighet, den sammenheng konklusjonene har i forskningsmaterialet (Jacobsen, 2013, s. 214-219). For å sikre kvaliteten i intern validitet revurderte jeg og utviklet spørsmålene underveis i intervjuene, endret spørsmålene til neste intervju hvis det kunne være rom for misforståelser eller uklarheter.

Ekstern validitet måler prosjektets overførbarhet og gyldighet sammenlignet med andre fenomener (Jacobsen, 2013, s. 222-225). Mitt mål er å samle informasjon om hvordan politiet oppfatter og utnytter affordanser i teknologien i en samfunnsmessig kontekst. Intervjupersonene er kvalifisert til å svare på forskningsspørsmålet. De kan si noe om hvordan politiet jobber i sosiale medier. Prosjektet kan være overførbart til andre offentlige etaters oppfattelse av affordanser i informasjonssystemer, men kan ikke si noe om feltet som helhet. Slik tar jeg høyde for å skape en konseptuell generalisering fremfor en generell generalisering. Anvendelse av teori og konsepter kan være relevant for andre enn akkurat det som er undersøkt i denne forskningen. Jeg undersøker et fenomen, som meg bekjent ikke er forsket på tidligere i norsk sammenheng. Forskningen kan være overførbart til politi utenfor Norge, eller til andre offentlige instanser i Norge.

3.6 Etske refleksjoner

3.6.1 Informert samtykke

Før intervjudeltakelsen ble intervjudeltakerne informert om undersøkelsens formål og hovedtrekkene i studiens design i et informert samtykke (Thagaard, 2009, s. 26). Dette ble gjort både skriftlig i informasjon på forhånd, og ved muntlig intervjuenes oppstart. Videoopptakene og samtykkeerklæringene er oppbevart utilgjengelig for andre. Disse vil bli slettet og makulert etter prosjektets slutt.

3.6.2 Konfidensialitet

Prinsippet om konfidensialitet innebærer at forskeren må anonymisere respondentene når resultatet av undersøkelsen presenteres (Thagaard, 2009, s. 27). Det er et begrenset antall personer som arbeider i nettpatroljer og NC3. Følgertall i ulike sosiale medier og innhold fra spesifikke politidistrikter er viktige aspekter ved arbeidet, hvilket også gjør dette interessant i empirien. Det reiser da spørsmålet om anonymisering av respondentene. Det er viktig for forskningen at man ikke endrer informasjon om respondentene som kan påvirke tolkningen av empirien (Jacobsen, 2013, s. 50). Jeg har vurdert at det ikke er avgjørende for forståelsen av empirien om respondentene kommer fra nettpatroljer eller NC3. Jeg har valgt å nummerere deltakerne i studien, for å anonymisere dem best mulig, og har som tidligere nevnt også fjernet dialekt som kan bidra til gjenkjenning. Hvilket kjønn respondentene har, anser jeg heller ikke at har betydning eller påvirkning på empirien.

3.7 Metodisk begrensning

Det er verdifullt å utforske fenomenforståelsen for kommunikasjon mellom politiet og befolkningen i sosiale medier hos nettpatroljenes operatører, metodeutviklere og fagledere. Gjennom kvalitative intervjuer forsøker jeg å forstå respondentens opplevelse og forståelse av temaet. Dataene jeg har samlet inn, viser nettpatroljenes oppfatning av hvordan de bruker sosiale medier, og studien baserer seg dermed på respondentens subjektive opplevelse. Studien begrenses av at intervjuene er gjennomført med respondenter fra fire av elleve politidistrikter og Kripos. Verdien i respondentenes svar er likevel ivaretatt ved at de som har respondert har erfaring tilbake til nettpatroljenes oppstart, og arbeider i de største nettpatroljene distriktene har.

4. Resultater

I dette kapittelet presenteres prosjektets funn. Først vil jeg redegjøre for hvilke affordanser som er identifisert i analysen av intervjuene, deretter vil jeg redegjøre for hvordan disse er aktualisert og hvilken effekt dette har i politiets arbeid i sosiale medier. Til slutt vil jeg redegjøre for hvilke kontekstuelle begrensinger nettpatroljene oppfatter i sin arbeidshverdag og hvordan dette påvirker nettpatroljene.

Politiets valg av plattformer er styrt av plattformens hensiktsmessighet. For eksempel begrenses politiets mulighet for å utnytte Snapchat av ressurser og funksjoner i selve plattformen. Det er kun mulig å være en person pålogget en snap-konto av gangen, og kommunikasjonen er flyktig, i lukket rom eller gruppe. Politiets krav til ettersporbarhet, på politispråk kalt notoritet, blir da utfordret, og plattformen egner seg stort sett bare til informasjonsdeling enveis.

Tiktok har grooming¹-spærre. Det vil si at for å hindre at voksne skal groome barn, må de som kommuniserer seg imellom på plattformen følge hverandre. Spærren gjør at politiet må være venner med eller følge alle de skulle ha kommunisert med på chat. Nettpatroljene bruker derfor plattformen kun til deling av innhold, det går ikke an å chatte en-til-en med politiets nettpatroljer på Tiktok. I noen tilfeller velger nettpatroljene å ha åpent kommentarfelt etter deling av en video, i andre poster blir det stengt. Dette begrunnes i mengde kommentarer og nettpatroljenes kapasitet og ressurser for å følge med i kommentarfeltene. Chat-funksjonen er helt stengt, og brukere som kontakter politiet på Tiktok blir henvist til Messenger/Instagram chat.

Funnene er organisert etter modellen til Pozzi et al. hvor jeg først beskriver hvilke affordanser nettpatroljene oppfatter i sosiale medier, deretter hvordan nettpatroljene benytter affordansene, og hvilke kontekstuelle faktorer som påvirker nettpatroljenes arbeid. Til slutt forklarer jeg hvilken effekt nettpatroljene får av affordansene de benytter, og hvilke verdier dette gir.

4.1. Oppfattede affordanser

I analysen av de empiriske dataene finner jeg at følgende nytteverdier i sosiale medier oppfattes av politiets nettpatroljer; synlig tilstedeværelse, identitet, deling, dialog, relasjon og omdømme. Disse nytteverdiene samsvarer med mulighetsrom eller affordanser, jeg har ettersøkt i dataene.

I tabellen under forklarer jeg hvordan politiets nettpatroljer beskriver disse mulighetsrommene eller affordansene, og henviser til tilsvarende begreper i forskningslitteraturen.

¹Grooming er at en voksen person avtaler et møte med et barn under 16 år i den hensikt å begå et seksuelt overgrep [grooming – strafferett – Store norske leksikon \(snl.no\)](https://snl.no/grooming).

Flere begreper i forskningslitteraturen faller inn under den ene kategorien jeg har funnet, Karahanna et al. forklarer for eksempel både «presence signaling» og «browsing other people's content» som det vi på norsk kan kalle «synlig tilstedeværelse».

Tabell 3: Oppfattede affordanser identifisert i empirien

Affordanse	Forklaring	Referanse til forskningslitteratur
Synlig tilstedeværelse	Nettpatroljen kan være til stede i ulike sosiale medier. Respondentene understreker at tilstedeværelse alltid skal være synlig.	Identifisert som «presence signaling» av Karahanna et al., «presence» av Kietzmann et al. (Kietzmann et al., 2011). Aktører i sosiale medier kan være synlige for hverandre i sosiale medier, jf. «visibility» av Treem og Leonardi (Treem & Leonardi, 2013), Majchrzak et al. som «triggered attending» (Majchrzak et al., 2013) og «browsing other people's content» (Karahanna et al., 2018).
Identitet	Hvordan politiet kan fremstille seg og sine roller i de ulike sosiale mediene slik de selv ønsker.	Kietzmann et al. identifiserer denne affordansen som «identity» (Kietzmann et al., 2011), Majchrzak et al. som «generative role-taking» (Majchrzak et al., 2013). Karahanna et al. bruker begrepet «self-presentation» (Karahanna et al., 2018).
Deling	Nettpatroljene kan dele, motta og redistribuere innhold i sosiale medier på egne brukerkontoer og i grupper de er medlem av. Innhold og budskap kan redigeres og målgruppespisses.	I forskningslitteraturen beskrevet som «sharing» (Kietzmann et al., 2011) og «editability/visibility» (Treem & Leonardi, 2013), og «content sharing» (Karahanna et al., 2018).
Dialog	Nettpatroljene kan kommuniserer med andre brukere, i kommentarfelt, livechat, og en til en-kommunikasjon med brukere som henvender seg i Messenger/Instagram-chat.	Kietzmann et al. kategoriserer denne affordansen som «conversations» (Kietzmann et al., 2011), Majchrzak et al. som «meta-voicing» (Majchrzak et al., 2013) og Karahanna et al. som «communication» (Karahanna et al., 2018).
Relasjon	Nettpatroljene kan bygge relasjoner til andre. Disse relasjonene kan skapes til følgere, grupper eller nettverk.	Treem og Leonardi kaller denne affordansen for «association» (Treem & Leonardi, 2013), mens Kietzmann et al. bruker begrepet «relationships» (Kietzmann et al., 2011), Karahanna et al. bruker «relationship formation» (Karahanna et al., 2018)
Omdømme	Hvordan sosiale medier anvendes, kan påvirke omdømme positivt eller negativt	Kietzmann et al. identifiserer denne affordansen som «reputation» (Kietzmann et al., 2011), mens «meta-voicing» brukes både av Karahanna et al. (Karahanna et al., 2018) og Majchrzak et al. (Majchrzak et al., 2013).

Synlig tilstedeværelse kan deles i to ulike affordanser: synlighet og tilstedeværelse. Dette forsøkte jeg først, men det ga ikke mening å skille dem. Nettpatroljene er kun til stede synlig i de sosiale medier de er i, og det ble problematisk å skille dem. Andre deler av politiet kan etterforske med skjulte metoder, men nettpatroljene arbeider med forebygging og er aldri til stede i sosiale medier uten å være synlig.

Grupper kan være knyttet til interesse eller geografisk tilhørighet, og er presentert som affordansen «Groups» i Kietzmann et al., 2011. Jeg mener dette er en valgfri funksjon som finnes i enkelte sosiale medier, men som ikke er en affordanse i seg selv. En affordanse er en verdifull relasjon mellom aktørens utgangspunkt og målsetning og IT-artefaktens funksjon (Wahid & Sæbø, 2015). Jeg er derfor uenig med Kietzmann et al. om at dette er en

selvstendig affordanse, og vil forklare denne funksjonen som en del av affordansene tilstedeværelse og deling.

Innholdet politiet deler på sine kontoer blir liggende, og kan brukes som et slags oppslagsverk for publikum. Treem og Leonardi kaller denne affordansen for «persistence» (Treem & Leonardi, 2013). Dette mener jeg er en funksjon som finnes i enkelte sosiale medier. I andre sosiale medier er motsvarende funksjon flyktighet. Jeg forstår derfor ikke dette som en selvstendig affordanse, og velger å inkludere denne funksjonen i affordansen deling.

4.2. Affordanse-utnyttelse

4.2.1. Synlig tilstedeværelse

Politiet skal ifølge nettpatroljene hele tiden søke å være der folk er, også på nett, og nettpatroljene opplever at publikum forventer at politiet er til stede i sosiale medier.

«Vi har sett at publikumbildet har forandret seg, det som før var i gatene, i hjemmet og ute ellers har delvis forflyttet seg i det digitale, og da har det tatt ulike former for eksempel forum, billeddelingsplattformer, sosiale medium der man kan kommunisere direkte eller indirekte gjennom grupper, og da er det viktig at også politiet har en tilstedeværelse ...»

Respondent 6

Alle nettpatroljene er til stede på Facebook og Instagram. I tillegg er noen nettpatroljer til stede på Tiktok, Twitch, Discord, Snapchat og spiller Fortnite og Minecraft. Kripos driver metodeutvikling for tilstedeværelse på andre sosiale medier og chat-løsninger som Omegle, og undersøker sosiale medier som dukker opp på løpende basis. Hvilke plattformer nettpatroljene skal være til stede på, avgjøres hovedsakelig av følgende momenter: brukertall på sosiale medier (IPSOS, 2022a; Medietilsynet, 2020), at politiet søker å være til stede for et publikum de ikke treffer andre steder, og hvor hensiktsmessig de teknologiske funksjonene gjør det for politiet å være til stede på den enkelte plattform. Det synes uklart hvordan politiets tilstedeværelse i spillplattformer fundamenteres.

«Det kan være teknologien, det kan være personvern, kravene for å komme seg inn i den enkelte plattformen. For eksempel så er det jo en del av de her plattformene som ikke har noe ønske om at politiet skal inn, og vi jobber jo med å være synlig til stede politi, så vi går jo inn synlig. Vi går jo ikke med noe undercovervirksomhet og det er jo klart at da kan de sperre oss ute med en gang fordi de ikke ønsker oss der i det hele tatt, en annen del av det kan jo være at det ikke er egnet. At det er basert på chat fram og tilbake mellom to enkeltpersoner for eksempel, noe som gjør det helt uegnet for politiet å gå inn i samtale med hver enkelt.»

Respondent 8

Flere av respondentene sammenligner tilstedeværelse i sosiale medier med politiets tilstedeværelser i det fysiske rom. Tilstedeværelsen oppleves som nødvendig for at politiet skal gjøre jobben sin, både i forebyggende øyemed og for å skape trygghet.

«Vi må jo følge med på samfunnsutviklingen, og før var det jo aktuelt å oppsøke ungdomsklubbene og skolegården, og det er det fortsatt. Men nå ser vi jo at store deler av

befolkningen befinner seg på Internett og sosiale medier, og da må jo også politiet være der.»

Respondent 7

Flere av respondentene bruker begrepet flyktighet. Flyktighet er en faktor som påvirker politiets utnyttelse av sosiale medier på to måter:

1. Flyktighet av brukere både innad i og mellom plattformer
2. Flyktighet på innhold, eksempelvis hvordan en snap varer inntil to ganger eller stories som vises i et døgn.

Flyktighet av brukere innad og mellom plattformer, servere, grupper eller digitale rom hvor politiet søker å vise synlig tilstedeværelse, sammenlignes med flyktighet i det offentlige rom.

«Jeg tenker at de mekanismene der er jo like i det digitale rom som det er i virkeligheten. I det politiet kommer på en ungdomsfest, så flytter festen seg.»

Respondent 8

I spillplattformer er flyktighet mellom servere og at politiet ikke gis tilgang fra administrator utfordrende. Dette forklares som usikkerhet hos publikum rundt hva politiet skal på sosiale medier og spillplattformer å gjøre, og viser at selv om politiet sammenligner sin synlige tilstedeværelse med synlig tilstedeværelse i det offentlige rom, er de likevel avhengige av aksept og inkludering fra administrator på ulike servere.

«Det var en server som ikke ønsket oss. De andre har tatt imot oss selv om konseptet er nytt og de er usikre på hvordan de skal bruke politiet på Discord da ...»

Respondent 4

Ett politidistrikt har valgt å utnytte Facebooks gruppefunksjon for å vise synlighet og tilstedeværelse. De inviterer seg inn i den største gruppen i hver kommune i sitt politidistrikt, for slik å være til stede og følge med på hva som skjer.

«Det er private grupper, det er ikke kommune, så de er drevet av private, administreres av private, og vi tar jo gjerne kontakt med administrator og forteller hvorfor vi ønsker å være medlem av gruppa.» .. «... det er jo da for å fange opp de gangene vi kan vise oss og vise at vi får det med oss...»

Respondent 2

Nettpatroljene etterstreber mest mulig synlighet i sin tilstedeværelse på sosiale medier, og jobber for å øke eksponering og oppdagelsesrisiko for at flest mulig skal vite at de er på nett. Hensikten for nettpatroljene er å fremme ulike kontaktmuligheter inn til politiet.

«... målsetningen er å kunne forebygge kriminalitet da. Gjennom nettet, men også å være synlig og tilgjengelig, det er liksom det digitale skiftet som alle snakker om da, så det er nok målsetningen det da, å skape tillit gjennom nett og være tilgjengelig der. Og så kunne forebygge kriminalitet som skjer på nett, og vi pleier på en måte å se på oss selv som, vi er jo en patrulje som er ute på nettet, som kjører litt rundt.»

Respondent 3

Tilstedeværelsen utnyttet også for å stadfeste en oppdagelsesrisiko på nett på samme måte som i det offentlige rom, for å forebygge uønskede hendelser og skremme folk med uedle hensikter.

«Det viktigste vi får ut av det, er at de som er på Omegle med uedle hensikter, hvis man kan kalle det det, de som er der for å groome barn, de oppdager at det er en oppdagelsesrisiko på nett. Plutselig så er politiet der.»

Respondent 5

Andre brukere i sosiale medier kan synliggjøre politiet med å tagge dem i kommentarfelt. Da blir andre oppmerksomme på at politiet er på nett.

«I Tiktok der er det jo blant annet en såkalt tagge-funksjon som gjør at de sånn sett kan, i kommentarfelt så kan de tagge oss og så vil vi i vår innboks på en måte få et varsel i hvert fall om at vi er tagget. Som lenke til akkurat der vi blir tagget.»

Respondent 9

En effekt av politiets tilstedeværelse på Tiktok, Facebook og Instagram er at politiet ofte tagges i kommentarfelt. Mengden er langt større enn nettpatruljene har tid til å følge opp. Ofte skjer taggingen i kommentarfelt med mye negativ språkbruk, og ofte slettes kommentarer i etterkant av at politiet er tagget. Flere av respondentene påpeker at politiet ikke skal være et meningspoliti som påvirker det digitale ytringsrommet. Man kan likevel spørre seg om de ikke allerede påvirker ytringsrommet ved å være der? Dette vil jeg drøfte videre i kapittel fem.

4.2.2. Identitet

Nettpatruljene har tatt et bevisst valg om å alltid vise sin identitet og fremstå i politirollen i sosiale medier på samme måte som politiet identifiserer seg i samfunnet ellers.

«Det å menneskeliggjøre politiet, gi et innblikk i politiets hverdag, hvem vi er og hva vi jobber med, senker terskelen for at vi blir tatt kontakt med.»

Respondent 9

Nettpatruljene har en mengde kontoer med ulike navn i sosiale medier. For full oversikt over nettpatruljenes kontoer, se vedlegg 4. Kontomangfold med ulike navn i sosiale medier kan medføre at publikum ikke finner sin nettpatrulje fordi de ikke vet hva politiets særorganer heter eller kjenner den geografiske inndelingen som kontoene navngis etter. Politiet finner det nødvendig med mange kontoer fordelt på hvert distrikt for å kunne lokalt bemanne kontoene, opprettholde og utnytte funksjonalitet i teknologien, eksempelvis hvor mange som kan være pålogget samtidig, hvem man kommuniserer med osv. Konflikt mellom funksjonalitet og organisasjonsstørrelse gir da et kontomangfold som kan synes forvirrende for publikum.

«Det er min oppfattelse at de fleste har fått med seg det, og det at nettpatrulje som et konsept har begynt å feste seg hos ungdommen. Vi har et godt eksempel på det, at Oslo, nå nylig, i slutten av desember, rett før jul, så slo de sammen Oslo politidistrikts Facebook-side og nettpatruljens Facebook-side, og døpte den om til Politiet i Oslo, Asker og Bærum. Og da

er det flere som har tatt kontakt med oss og lurer på hvor det er blitt av nettpatroljen i Oslo?»

Respondent 2

Politiets varierende bruk av kontonavn har også blitt gjennomgått av et eksternt kommunikasjonsfirma som poengterer at det er uoversiktlig og vanskelig å navigere i de ulike kontoene og begrepsbruken. Dette funderer også en av respondentene på, mens andre virker å ha større forventninger til publikums kunnskaper om hvordan politiet er organisert både fysisk og på nett.

Via sosiale medie-kontoer søker nettpatroljene å stadfeste sin identitet som en utøvende makt med respekt, autoritet og integritet. Nettpatroljene skal forebygge kriminalitet, gi råd, veiledning og hjelp til befolkningen. Kontoene verifiseres av plattform der det er mulig, for å skille dem fra falske kontoer. Nettpatroljene er bevisst den makt og påvirkningskraft de har i lys av sin rolle som politi. Samtidig poengterer respondentene at politiet skal gjenspeile befolkningen og vise menneskelige sider.

«De som er kritisk til at politiet menneskeliggjør seg selv i et sosialt medium der tenker jeg det ligger en kjempemulighet for at folk faktisk synes det blir lettere å ringe politiet og eller snakke med de på gaten, at de ser jo at du er jo ikke et mytisk vesen i den uniformen, det er faktisk det er mennesker, og jeg tror faktisk at man mister ikke respekten på den måten som enkelte er redd for. Jeg tror respekten ligger en annen plass, enn å være en overoperativ maskulin skikkelse som er utilgjengelig, jeg personlig tror ikke det er der det ligger.»

Respondent 1

4.2.3. Deling

Alle respondentene påpeker at hensikten med å være i sosiale medier er å forebygge kriminalitet. Nettpatroljene utnytter denne affordansen til å dele kanaltilpasset innhold for målgruppene de ønsker å nå. Politiet deler innhold i sosiale medier for å informere, advare, rådgi og undervise, hovedsakelig i forebyggende hensikt og for å be om tips.

«For eksempel så vi det at det mange unge som fikk tilsendt uønsket nakenbilder. Og så håndterte de det på ulikt vis. Noen slik at de kom i en litt kinkig situasjon og gjerne kunne blitt presset på noe ut av det, og andre de var klare og bare avviste, eller svarte ikke. Så laget vi en post på det ... Og da så vi det at etter vi hadde hatt den posten, så fikk vi en helt annen type henvendelse, da var det ikke at de var i problemstilling sånn og sånn og helt rådville, da var det – her er skjermbildene, sånn har jeg gjort, dette er brukeren, dette fikk jeg altså, bang, bang, bang. Ferdig opplært på en utrolig effektiv måte.»

Respondent 9

Det er en felles oppfatning blant respondentene at delingens effekt begrenses av hvor mange de når ut til. Nettpatroljene søker i varierende grad å dele underholdende innhold for å skaffe følgere, slik at det er større sjanse for at de de kaller «kjedelig, forebyggende budskap» når lenger.

«Muligheten til å nå ut veldig raskt med et budskap, et eksempel der er en video, vet ikke om du kjenner til det, men det var en mann som i hvert fall skjøt seg selv, som han sendte på

livesending, og den videoen ble hyppig spredt på Tiktok blant annet. Da lagde, kollegaen min en video² ... den ble sett ... i hvert fall sett mange hundre tusen ganger, men det var litt sånn der, jeg føler det er et godt eksempel på det vi får igjen med å ha alle de gøyne videoene, er nå at du får et sånn budskap der du kun sitter og snakker inn i skjermen, det skjer ingenting, så når du likevel mange, mange hundre tusen.»

Respondent 10

Respondentene beskriver det å underholde på nett og tilpasse innhold som et nødvendig onde for å få følgere som oppfatter det forebyggende budskapet som formidles. Igjen sammenligner nettpatroljene dette arbeidet med hvordan forebyggende arbeid og formidling fungerer i det fysiske rom. Deling benyttes for å nå ut med advarsler, be om tips eller informere publikum. Hastighet i formidlingen av budskap trekkes frem som verdifullt for politiet.

«Når man trenger å komme ut med budskap da, og det kan jo både være generelle forebyggende budskap og så kan det være at det har skjedd noe spesielt i et område hvor man ønsker å informere publikum eller ber om tips i en straffesak eller alvorlige saker da, og har da liksom ganske mange følgere, så når man jo ut med den informasjonen og man når en del folk man ikke ellers ville nådd da.»

Respondent 5

Innhold som deles kan være konstant eller flyktig. Innhold på Facebook-sider og i Instagram- og Tiktok-feed blir liggende og er varig, og respondentene understreker verdien i at innholdet fungerer som et oppslagsverk eller arkiv for senere bruk.

«Så blir det liggende i feeden vår, sånn at hvis de vil eller ikke helt husker hvordan det var, så kan de rulle seg tilbake og så kan de kanskje se hvordan det var de gjorde det, og så var det sånn og sånn og sånn. Og det er også en kjempefordel i forhold til tidligere, så var forebyggende rundt, om høsten så fortalte den forebyggende som kunne dette, at får du et uønsket nakenbilde så gjør du sånn og sånn, og så gikk det en måned, halvannen og så husker jo ikke disse elevene hva de skal gjøre, og da var egentlig det ferdig, men hos oss ligger det i feeden fortsatt og kan slås opp og brukes trinn for trinn.»

Respondent 9

Snapchat blir av flere beskrevet som en teknologi hvor det er lite hensiktsmessig for politiet å være til stede, fordi innleggene er kortvarige og flyktige, og plattformen ikke fungerer for toveis mange til mange-kommunikasjon. Delinger i Snapchat og Instagram- og Facebook-story er flyktige, hvilket begrenser muligheten for visninger. Enkelte respondenter er bevisst denne funksjonen, både når det gjelder deling av eget innhold og utfordringen med dette når innhold skal sikres. Dette kan være behov for å sikre klart straffbart innhold, og kortvarige innlegg eller aktiv sletting av innhold er derfor begrensende for hva politiet kan gjøre både forebyggende og etterforskningsmessig.

«Informasjon kan forsvinne. Vi kan få tips om noe som skjer på nettet som har blitt fjernet.»

Respondent 6

²https://www.tiktok.com/@politivest/video/6870942667417685250?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=6984723059685393925

Flyktighet er også en begrensning når politiet streamer, hvilket gjør at effekten av deling er begrenset til de som følger streamingen der og da.

«Du kan si at hvis vi har streama, og da med forberedelser og sånne ting, lagt ned en to tre timers arbeid i det, og når vi er ferdige så er det borte på en måte, da har vi nådd de vi nådde og ja. Mens på Facebook blir ting liggende og når jo fort ut til mange tusen mennesker, og man kan gå tilbake til det, hvis man har lagt et godt budskap om hva ungdom skal gjøre som er utsatt for overgrep da, så kan jo det ligge der da nesten som et oppslagsverk for ungdom. Mens på Twitch hvis vi har snakket om ting, for folk spør oss om ting, som ikke har med gaming å gjøre, og så svarer vi på det da etter beste evne, så det blir jo litt sånn som å være på skoler og holder foredrag for eksempel, og det blir litt det samme når vi går live på en måte, bare at vi i stedet for å ha en klasse på 25 stykker, så har vi 2-300 stykker med oss, og ingen mulighet til å fysisk markere oss.»

Respondent 2

Rekkevidde er en annen begrensning for deling. Rekkevidden påvirkes av hvor mange som er aktive på det sosiale mediet eller serveren, hvor mange følgere kontoene eller brukerne har, respons, deling og plattformenes algoritmer.

«En ting vi syns var vanskelig i starten var å begrense seg tidsmessig, fordi når vi startet med Tiktok var jo ett minutt-grensen, og når vi skulle lage forebyggende budskap så var det litt utfordrende. Men vi skjønnte jo at var det over ett minutt så var det for langt uansett. Så vi har blitt gode på å tilpasse oss at ting må skje veldig fort. Det er vel en sånn liten regel på Tiktok at hvis det ikke skjer noe annethvert sekund, så mister du seeren. Og det er ikke lenge, to sekund, så må det komme enten et scenskifte, volumendring, noe på tekst på skjermen, ja, så det var en utfordring. Ellers så er det å lage til innhold som treffer, og det er jo selvfølgelig vanskelig og vi merker jo det at det har blitt mye vanskeligere nå å gå viralt med en video enn det var for kanskje et år siden, halvannet år siden. Og det er jo sikkert fordi det er flere aktører, flere brukere.»

Respondent 10

Respondentene trekker frem verdien i hvor effektiv deling på sosiale medier, igjen sammenlignet med å besøke skoler og fritidsklubber.

«Det jo en ekstremt effektiv forebyggende kanal. Du ser jo den mest sette Facebook-posten vår har jo 1,2 mill. norske seere, og det er ganske mange klasserom å besøke for å treffe det samme. Så det er jo Facebook, mens Instagram og Tiktok kanskje litt samla er jo et ønske om å ufarliggjøre politiet for en yngre generasjon da. Det å by på oss selv, vise variasjon i politioppgaver og vise at vi er der folk er, for det er jo de store utfordringene i sosiale medier, du kan jo ikke tvinge noen til å like deg. På samme måte som hvis du er ute og kjører patrulje, så kan du stille deg på en skatepark og ingen kan jage det, mens her er vi avhengig av at folk følger oss, liker det vi gjør, og eventuelt deler det da. Så det blir jo en mye mer populistisk tilnærming.»

Respondent 4

Følgere av nettpatroljenes kontoer får ikke nødvendigvis opp delinger i sin feed. Særlig Facebook trekkes frem som en plattform hvor budskap drukner i feeden eller ikke vises i det hele tatt til ulike brukere. Brukernes digitale kompetanse og kunnskap om hva som blir fremmet i feeden begrenser også synlighet, spredning og rekkevidde. Til tross for at man følger og liker nettpatroljen, ser man ikke nødvendigvis alle innlegg nettpatroljen deler. Trykker man «like» eller deler innlegg, kan feeden i etterkant fylles av mer innhold fra den kontoen, men ikke nødvendigvis alle.

«Så er det en evig kamp mot Facebooks algoritmer og ambisjoner om å tjene penger, og vi bruker jo ingen penger på Facebook. Ikke en krone har vi brukt på noe markedsføring eller noe sånt noe så lenge jeg har jobbet her. Vi merker jo det at Facebook bremser jo potensialet vårt hvis vi ikke betaler dem ... altså vi har jo nå ja, drøyt 40 000 følgere, og hvis vi legger ut et innlegg som normalt innlegg da, når kanskje 10 000 følgere da. Det vil si at det er 30 000 av følgerne våre som aldri vil få se det innlegget vi legger ut. Men det er klart at hadde vi valgt å betale Facebook, så kunne vi nådd de også.»

Respondent 2

4.2.4. Dialog

Politiets nettpatroljer utnytter muligheten for dialog med brukere i sosiale medier. Gjennom tilstedeværelse, synlighet og deling i de ulike medier, kommuniserer nettpatroljene at de er tilgjengelige for dialog. Dialog skjer i åpne kommentarfelt og i åpne chatrom på Discord-servere. Den kanskje største verdien av kommunikasjon med publikum skjer i dialog i chat på Messenger/Instagram.

Chat i Messenger/Instagram utnyttes i den hensikt å kunne hjelpe, rådgi og veilede brukerne. Denne innboksen er bemannet av nettpatroljenes ansatte på dagtid og regnes som en av politiets offisielle kanaler inn fra befolkningen. Henvendelsene mottas, besvares, sorteres, videresendes, loggføres og statistikkføres.

Respondentene opplever at selve muligheten for at aktører i sosiale medier kan ta kontakt i chat eller kommentere i åpne kommentarfelt, senker terskelen for å ta kontakt med politiet. Dette gjelder spesielt henvendelser fra barn og unge. I tillegg får politiet flere typer henvendelser, som ikke politiet får ellers, hvor henvendelser gjelder råd og veiledning, eller tips. Muligheten for å skrive anonymt til politiet senker også terskelen.

«Det at vi er synlige for eksempel i «explore» på Instagram, gjør at det er lettere at man trykker på det her og sender politiet en melding hvis man har en tanke man sitter inne med. Det tror jeg er veldig viktig i hvert fall for de yngre generasjonene som vokser opp, som er på det digitale og som har vokst opp med det. Jeg personlig hadde heller sendt en melding til politiet som 12-åringen, enn å ringe, i tillegg så er det mulig å opprette en anonym konto og sendt et anonymt spørsmål og du blir behandlet akkurat som om du hadde ringt på telefonen eller skrevet med fullt navn.»

Respondent 6

Dialogen med ulike målgrupper utnyttes også utgående av flere distrikter. De kommenterer andres innlegg i for eksempel lokale geografiske Facebook-grupper eller gir tilsnakk til russerne i ulike russebussers Instagram-kontoer. Temaer politiet kommenterer og søker dialog med

publikum om, er særlig vinningskriminalitet hvor noen har delt et bilde og etterlyser en stjålet sykkel, bilder fra overvåkningskamera som viser uvedkommende som lusker rundt eller støyplager fra russen.

«Vi prøver liksom en gang i uka, går inn og skroller litt som vi kaller det. Så det gjør vi, og det vi ser etter da er jo altså disse gruppene er jo egentlig hyggelige grupper, dette er ikke grupper som det foregår kriminalitet i, sånn i utgangspunktet, så vi er ikke der for å følge med på den biten, men det er jo da for å fange opp de gangene vi kan vise oss og vise at vi får det med oss, og vi har jo tilfeller hvor folk legger ut video fra overvåkningskamera, altså det var en skummel mann som luska utenfor inngangsdøra vår i natt. Type innlegg. Og da ber vi, kan du sende den videoen til oss slik at vi har de. Og da lager vi etterretning ut av det. Altså folk blir jo kjempeoverrasket og positivt, liksom, jøss ja kjempefint, dere bryr dere liksom. Dere har lyst til å vite om det her! Og det er folk som ikke har tatt kontakt med politiet i utgangspunktet. Og da fanger vi opp de tilfellene, og på samme måten skaper tillit og sånt i befolkningen til politiet.»

Respondent 2

Politiet kommuniserer med de som tar kontakt, og utnytter informasjonen til etterretningsanalyser.

«Veldig mye av det genererer informasjon inn i politisystemene, mye tips da, som genereres inn ... vi begynner å bli en ganske viktig informasjonskanal inn ... Når meldingsantallet er økt på to år, så genererer vi jo også veldig mye mer. Og det henger jo sammen med hvor mange treffer vi, og det her er jo et tannhjul som går inn i hverandre. Så du må lage populistisk innhold som gir nye følgere, som igjen gir flere meldinger inn, som igjen gir informasjon til politiet.»

Respondent 4

Bruk av pseudonym og anonyme brukere i ulike sosiale medier begrenser kommunikasjonen og politiets mulighetsrom for å respondere eller hjelpe. Personvern begrenser politiets muligheter til å finne ut hvem de kommuniserer med, når denne velger å skjule identiteten sin.

«Et annet område er bruk av pseudonym, identiteten til de vi snakker med ikke alltid kan bekreftes. Det er blant annet ved suicidalmeldinger, da stiller det jo krav til at vi har et samarbeid med dem som eier plattformen. Vi har et register med kommunikasjonslinjer til eiere av ulike plattformer som gjøre det enklere å oppnå dialog med dem, og få øyeblikkelig hjelp som politi.»

Respondent 6

Flere av respondentene opplever at de får henvendelser på chat som inneholder personopplysninger. Dette er problematisk fordi chat foregår på en tredjepartsløsning, og politiet vet dermed ikke hvor opplysningene kan havne. Politiet innførte Sikker Chat i februar 2022 for å løse dette problemet. I chat-dialogen kan operatøren invitere den de chatter med over i en sikker løsning, hvis de oppfatter at det kan bli behov for å dele sensitiv informasjon.

«Vi kan ikke på noen som helst måte gi ut noe taushetsbelagte opplysninger, så veldig mye av det, vi mottar gjerne en henvendelse, og hvis det beveger seg over på noe taushetsbelagt så kan vi gi generelle ... Vi kan uttale oss på et generelt grunnlag, uten å snakke om aktuell sak, eller så må det gå over telefon for eksempel. Bruke kanal som er sikker, da for eksempel telefon, eller fysisk oppmøte.»

Respondent 6

Ytringer og diskusjoner med negativt innhold som hatspråk, mobbing og hets har vokst i sosiale medier de siste årene, og flere av respondentene bemerker at det er økning i henvendelser til nettpatruljen fra publikum som ønsker råd om konfliktsituasjoner, mobbing, utestengelse, netthets eller hatspråk. Da politiet opprettet tilstedeværelse på Tiktok opplevdes dette som etterlengtet av respondentene fordi *«det var ingen voksne der i det hele tatt og det levde veldig fritt»* (Respondent 4). Nettpatruljene begynte i februar 2022 å bruke Sikker Chat, som er en egenutviklet chat-løsning. I samtale på Messenger og Instagram chat hvor operatøren skjønner at det kan bli behov for å snakke om taushetsbelagt informasjon eller personopplysninger, kan operatøren invitere over i Sikker Chat-løsningen. Det er fremdeles mulig for den som henvender seg til politiet å være anonym.

«Vi får jo mye meldinger om det, og det er vanskelig for oss også, for det kryr jo at nettrull og det er ikke bare barn og unge det gjelder, det er jo også voksne. Og det er jo, og så er det jo vanskelig. Hatefulle ytringer kan være veldig stygt, men det er i gråsonen, men det er ikke sikkert det er straffbart. Det er jo en ting, og ting som er politisk må man ikke blande seg så mye i. Når vi får en melding om hvem som skriver en stygg kommentar da, så går vi inn og ser at folk er jo like gode ofte. Det er problematisk at det er så mye anonyme greier da, spesielt apper da med ungdom, der er liksom, folk skriver så mye stygt, det er så vondt å se at hvordan folk bare blir et monster når de dekker seg bak et ukjent navn da. Det at det på en måte ikke er noen voksne som passer på, det er ikke noen lærer der, folk bare kjører på med masse stygt. Og så er det vanskelig for oss iblant for det er ikke alltid vi kan identifisere personen eller få gjort så mye.»

Respondent 3

4.2.5. Relasjon

Politiet bygger relasjoner i sosiale medier ved å vise synlig tilstedeværelse, aktiv deling av innhold, kommunikasjon i kommentarfelt og chat. Det enkelte sosiale mediets sjanger og innleggenes målgruppetilpasning påvirker hva slags relasjon politiet kan bygge. Instagram og Tiktok brukes til å ufarliggjøre og markedsføre politiet, og har korte, fengende og underholdende innslag. På Facebook er tonen mer seriøs, og politiet søker relasjoner til publikum i form av trygghetsskaper og kriminalitetsforebygger.

«Det som er den største fordel er jo at man får bygd en relasjon til folk. En ting vi merket oss ganske fort i nettpatruljen, var at når folk hadde sendt melding til oss en gang, så var sjansen veldig stor for at de kom med en ny melding senere, og veldig mange barn og unge kan jo gjerne bare begynne med å si hei, sant, og så spør vi om de trenger hjelp. Nei, de ville bare si hei. Og så går det noen måneder og står de i en problemstilling og så husker de det at de har vært i kontakt med politiet og den terskelen, for kontakt, er brutt.»

Respondent 10

Det varierer mellom respondentene hvor opptatt de er av følgertall. Enkelte beskriver konkurransen mellom de ulike politidistriktene som motivasjon, andre forteller at det ikke er viktig om befolkningen følger politiet på nett. Motivasjonen er heller at man øker publikums kjennskap til at politiet er på nett og at kontakt knyttes etter publikums behov.

«... for at rett og slett folk skal vite om det, og rett og slett om folk følger oss eller ikke, er ikke så nøye, men at de i hvert fall vet hvor de kan finne oss hvis de får behov da, altså hvis du liksom tenker: Leste ikke jeg det eller så ikke jeg det engang at politiet faktisk var på sosiale medier, hva var det igjen? Og så søker de på det og så finner de oss.»

Respondent 7

Verdien i relasjonsbyggingen er at terskelen for å kontakte politiet blir senket. Politiet er avhengig av rekkevidde for å klare å komme i kontakt med publikum via digitale løsninger. Relasjoner bygges i den grad nettpatroljene klarer å skape god dialog, være tilgjengelig og svare ut henvendelser på en måte som publikum er tilfreds med innen det som oppfattes som akseptabel responstid.

«Over halvparten av meldingene blir besvart innen 30 minutter, og i fjor mottok vi over 7000 meldinger. Jeg vil påstå at det er god responstid.»

Respondent 6

Økning i antall henvendelser stiller større krav til ressurser hos nettpatroljene. Samsvar mellom antall henvendelser og ressurser påvirker igjen hvilken relasjon nettpatroljen får til befolkningen.

4.2.6. Omdømme

Politiets nettpatroljer utnytter sosiale medier til å bygge omdømme. De søker å fremstå profesjonelle og autoritære, men samtidig formidle til publikum at de har tid og ønsker å hjelpe. Flere av respondentene forteller hvordan de jobber i de ulike kanalene for å opprettholde og forbedre et godt omdømme. Politiet har vunnet priser for sitt arbeid på Tiktok (Inderhaug, 2021), og de antyder at dette kan bidra til å bedre politiets omdømme, da prisene formidler at politiet skaper verdi for publikum gjennom måten de jobber i sosiale medier.

«Det ser ut som vi har mye tillit og at dette kan være med å øke tilliten. Men sånn som det er ute i virkeligheten så tenker jeg at den tilliten er skjør. At hvis vi gjør feil eller legger ut noe vi ikke burde, så kan det altså, folk er jo på en måte ute etter å ta oss da. Du skal jobbe godt for å bygge opp tilliten og så kan den bli rasert kjapt. Det jo sånn der ute og, men her kan man på en måte gjerne rasere tilliten til mange på en gang. Og motsatt da, bygge opp tilliten hos veldig mange effektivt sett, men det er klart at det politiet gjør, enten det er på nettet eller der ute, det spres seg jo fort uansett blant folk. Spesielt hvis det er negativt.»

Respondent 1

Flere ytrer likevel bekymring for hvor skjør tilliten til politiet er. En for rask og ubetenksom deling av et innlegg i en kanal kan skade omdømmet til hele politiet og påvirke arbeidet til alle nettpatroljene i alle kanaler.

«Folk begynner å få bedre tillit. Det er vanskelig å si da, det er veldig forskjellig. Noen hater jo oss mer, eller jeg tror ikke de hater oss mer, men hater jo sikkert politiet fra før av. Men jeg tror veldig mange har en veldig god opplevelse når de har testa ut politiet en gang på nett, at når de får svar og ser hvor enkelt det er, jeg opplever i hvert fall at det er veldig mange foreldre som sender en melding på en kveld, og du jeg er litt bekymra for ungdommen min, hva skal jeg gjøre. Sånn enkle ting da, som de aldri hadde ringt operasjonssentralen og spurt om, eller lokal politi da. Så jeg opplever at de har en større tillit og trygghet til oss, det er i hvert fall tilbakemeldingene jeg har fått fra folk da. At de har veldig god opplevelse av oss og vi er veldig på tilbudssiden og serviceorienterte, og det er vi veldig opptatt av og hjelpe dem.»

Respondent 3

Tabellen nedenfor oppsummerer hvordan nettpatroljene utnytter affordansene de oppfatter i sosiale medier.

Tabell 4: Utnyttelse av affordansene – oppsummering

Affordanse	Oppsummering av utnyttelse
Synlig tilstedeværelse	Nettpatroljene aktualiserer synlig tilstedeværelse for å være der folk er, være tilgjengelig for folk de ikke treffer andre steder; på Facebook, Instagram, Tiktok, Discord, Twitch og delvis på Snapchat og YouTube, Politiet tagges av brukere som utvider denne synlige tilstedeværelsen. Begrensninger: flyktighet, tilgang
Identitet	Politiets identitet som kriminalitetsforebyggende organisasjon og utøvende makt formidles i sosiale medier. Begrensninger: funksjonalitet for en stor organisasjon gir et kontomangfold som kan være forvirrende for publikum.
Deling	Politiet advarer, underviser og informerer. Skaper «oppslagsverk» for gjenbruk. Begrensninger: flyktighet i innlegg, rekkevidde, algoritmer
Dialog	Åpen dialog: Politiet skaper og deltar i dialog med publikum i kommentarfelt på Facebook, Instagram og Tiktok, på Discord-servere, åpne chatfelt på Twitch-streaming. Lukket en til en-dialog i chat på Messenger/Instagram chat utnyttes for å hjelpe, rådgi og bistå publikum. Lavterskeltilbud med mulighet for anonyme henvendelser. Gir politiet tips og etterretning. Begrensninger: personvern, taushetsplikt, pseudonym/anonymitet,
Relasjon	Sosiale medier muliggjør at politiet kan skape relasjoner til innbyggere via digitale løsninger. Begrensninger: følgertall, rekkevidde, responstid
Omdømme	Omdømme bygges gjennom verdiskaping for publikum gjennom tilgjengelighet, respekt, kvalitet i dialog med publikum. Begrensninger: sårbart at negativt innhold spres i større grad enn positivt innhold.

4.3. Kontekstuelle påvirkningsfaktorer

Analysen viser at det er flere faktorer som påvirker nettpatroljenes muligheter til å utnytte affordanser i sosiale medier. Påvirkningsfaktorer kan være fremmende og hemmende. Å belyse hvilke påvirkningsfaktorer som hindrer utnyttelse og effekt, gir en større forståelse for hvilke utfordringer nettpatroljene står i.

4.3.1. Juridiske uklarheter

Til tross for at politiets nettpatroljer ofte sammenligner sitt digitale arbeid med forebygging i det fysiske rom, har politiet ingen klar lovgiving, hjemler eller tiltak for det digitale rom som

står i sammenheng med hva politiet kan gjøre i det fysiske rom. Utfordringen for nettpatruljene er at få av ytringene er straffbare. Grunnlovens § 100 stadfester at ytringsfrihet bør finne sted. Grunnlovsbestemmelsen har videre et forbud mot forhåndssensur. Nettpatruljenes tilstedeværelse kan da oppfattes som en påvirkende faktor for ytringsrommet i kommentarfelter. Det kan være svært krevende for politiet å skulle forebygge straffbare forhold uten å påvirke ytringsforholdene.

«Det kan godt være at når du er ute og kjører patrulje og snakker med noen ungdommer så kan du si det at, ah, dette er jo ikke så lurt folkens, skjerp dere litte granne, eller, dette må dere slutte med. Det er nok litt vanskeligere å si det i et kommentarfelt på Internett, så det er nok mer begrensende enn det er mulighetsrom i forhold til det, og vi har veldig få forebyggende hjemler som er konkrete og som gir oss, altså, politiet skal det, og politiet skal sånn og sånn så heter det i politiloven og så videre, men, en god del begrensende i forhold til det å være på Internett. Så vi er nok sjeldnere ute i kommentarfeltene enn det vi optimalt sett kunne tenke oss.»

Respondent 9

Nettpatruljene uttrykker frustrasjon over hvor utfordrende det er å forebygge og etterforske kriminalitet når man er avhengig av bistand fra plattformer som følger amerikansk og kinesisk lov. Det kriminelle skjer i Norge, fornærmede er i Norge, mistenkte er i Norge, norsk lov gjelder for hendelsen, men teknologien som brukes er utenlandsk. I tillegg kjemper nettpatruljene på lik linje med andre når de rapporterer om innhold som er skadelig eller ulovlig.

«Hvis vi vet at det blir begått noe straffbart, den som gjør det er norsk, den som blir utsatt for det er norsk, og det straffbare skjer i Norge. Det er en kjempetungvint vei å gå via rettsanmodninger, utenlandske myndigheter og så videre, til de sosiale medier og tilbake igjen før politiet får svar på hvem var det faktisk som var involvert her for eksempel. Det er en kjempeulempe, og det går jo egentlig på tvers av alle disse sosiale medieplattformene. Og Tiktok tror jeg får, altså jeg leste et tall ganske nylig, rundt 90 000 henvendelser i døgnet som går på ulike ting som blir rapportert, som ugreit, eller ønskes slettet, osv. osv. Så det er jo en enorm greie. Og når vi da oppi dette spør om det samme så er vi bare en i mengden, selv om vi har noen etablerte kontaktpunkt som hjelper oss litte granne, og det har vi både til Facebook og det har vi og, altså Facebook/Instagram og det har vi og til Tiktok.»

Respondent 9

Loverket og politiets hjemler for å skape trygghet i det offentlige rom er ikke tilpasset den digitale verden. Hatspråk og trolling i kommentarfelt kan gi større skade på ytringsklimaet og deltakelse i det digitale rom enn enkelte hatefulle kommentarer som er klart lovstridige. Flere respondenter påpeker behovet for å kunne roe ned bråkmakere på nett, på samme måte som politiets tilstedeværelse i det fysiske rom. Lager noen kvalm i køen ved et utested, roes situasjonen ofte bare ved at politiet kommer. På nettet er det ikke lov for politiet å involvere seg i dialog på et kommentarfelt for å dempe gemyttene.

«Vi sliter med hva vi har lov til. Kan vi prøve å gi pålegg om å ikke være på Facebook 24 timer for vi ser at de er noen forbaskede troll i kommentarfeltet? På gata så vil det ikke vært noe problem, ikke sant, å bortvise en person som står og skriker og lager kvalm i

Majorstuekrysset. Men på Facebook, det er ingen som kan fortelle oss heller hva vi har lov til å gjøre. Jeg kan ikke gå til en jurist å spørre, du, sånn og sånn og sånn, har jeg hjemmel til å gjøre sånn og sånn og sånn? Det vet de ikke. Det, ikke sant, selv om vi ringer Kripos: Nei, vi vet ikke. Nei. Så blir det spørsmål om vi skal prøve. Tar vi sjansen?»

Respondent 2

«Vi jobber fremdeles med det da, for eksempel å gi noen et pålegg, nei du får ikke lov til å være på den serveren her lenger, du kan komme tilbake i morgen klokka seks, altså, det fungerer veldig dårlig. Da må du jo dra hjem til den personen og ta fra ham pc-en. Og så harde reaksjoner har vi ikke gitt enda. Det er jo noe sånn juridisk man må tenke litt på da, og har en vei å gå. Vi har jo også et lovverk som ikke er helt oppdatert på den digitale verden, så det byr jo på en del juridiske problemstillinger for juristene våre også som kanskje ikke har stått i de samme problemstillingene tidligere og må lære seg å tenke nytt og gå opp nye veier.»

Respondent 8

«Jeg kunne ikke stoppet deg. Jeg kunne fulgt med kanskje spesielt i det kommentarfeltet hvor du hadde, eller den kanalen, sett om du hadde dukket opp igjen, og sånn sett tatt deg på fersken. Men hvis jeg ikke har id på deg, hvis jeg ikke vet hvem du er, bruker et pseudonym, så er jeg litt sjakk matt. Men hadde jeg først vært klar over, funnet ut hvem du er, slik at jeg visste, hadde id på deg, og så gitt deg et pålegg, så hadde jeg jo. Dette er ting vi har diskutert mye hos oss, men da ville jeg jo i teorien kunne anmeldt deg for ikke å etterkomme et pålegg. Da kunne jeg sendt en patrulje hjem til deg for å ta beslag i telefonen din. Eller altså, stoppe deg. Men dette er ting vi hadde diskutert mye over kaffekoppen og sånt, med forskjellige jurister, men det er ingen som tør å være den første juristen som sier at ja – gjør det. Det fins ikke noen rettskilder på det.»

Respondent 2

Noen nettpatruljer må kommunisere på nynorsk, hvilket de opplever at særlig minoritetsgrupper med andre morsmål, ikke forstår.

«Det er jo en veldig lokal begrensning, men vi har jo kun lov til å skrive på nynorsk. Det ser jeg på som den største begrensningen. Jeg har hatt nynorsk som hovedmål, og jeg har ikke noe problem med det, men jeg vet at nærmere 75 % av brukerne i vårt politidistrikt foretrekker bokmål. Og nå vi skal konkurrere mot sosiale medier, så vet jeg at veldig mange synes det er tyngre og når målet vårt er å nå flest mulig, så er det hemmende for oss. ... Og det ser jeg på som veldig negativt. Jeg synes det hadde vært for beboerne, mye bedre og hatt en prosentandel femti-femti, om vi bare kunne hatt 25 % bokmål så tror jeg vi hadde nådd ut mye bedre ... Jeg har hatt faktisk mange venner og familie som sier sånn direkte: -Åh, hvorfor skriver dere på nynorsk, jeg gidder jo ikke lese det. -Nei, jeg skjønner det. Og spesielt folk som har ikke-etnisk norsk bakgrunn har kontaktet oss og skriver at vi lærer bare bokmål, og vi forstår ikke det her. Så det er en klar begrensning i vår mulighet til å nå mange, vil jeg si, men det fins folk som er veldig glad i nynorsk også, som sier at det handler bare om viljen til folk, og det er poenget mitt at de har ikke like mye vilje.»

Respondent 10

4.3.2. Organisatorisk struktur og ressurser

Tilstedeværelsen på de ulike plattformene påvirkes av nettpatroljenes ressurser og arbeidstid. Det er begrensende at nettpatroljene stort sett kan kommunisere på dagtid, selv om enkelte nettpatroljer forteller at de har samarbeid med operasjonssentralene som følger med på henvendelser på kvelder, netter og i helger. Responstid på henvendelser utenfor dagtid, varierer fra at operasjonssentralens operatør besvarer halvparten av alle henvendelser innen 30 minutter, til andre distrikter hvor henvendelser fredag ettermiddag ikke besvares før mandag når nettpatroljen er tilbake på jobb. Dette gjør at publikum opplever nettpatroljenes tilgjengelighet helt ulikt fra distrikt til distrikt uten at publikum kjenner til hvilke distrikt som har bedre svartid enn andre. Dette kan bidra til omdømmefall.

Kripos utvikler metoder for hvordan nettpatroljene skal arbeide, men ressurskravene til arbeidsmetodene samsvarer ikke alltid med ressursene de enkelte distriktene har til rådighet. I flere distrikter er det bare en eller to ansatte i nettpatroljen. Det er lokal ledelse i politidistriktene som avgjør hvor mye ressurser nettpatroljen skal ha og hvilke sosiale medier nettpatroljen skal være i. Flere uttrykker frustrasjon rundt at politimester begrenser ressurser i form av antall ansatte, nødvendig utstyr eller tilstedeværelse på de enkelte sosiale medier.

«For eksempelvis på de ulike plattformene, om det er Discord, eller hva det er, så er det jo avhengig av en dedikert person som sitter og kommuniserer ut med publikum, samtidig er du kanskje nødt til å ta en telefon til jourhavende jurist fordi at du plutselig havner i en juridisk problemstilling som krever at du agerer kjapt. Det må også koordineres, ved siden av det så må kanskje innholdet av det som blir publisert på den plattformen sikres som vi er nødt til, for vi har jo en handleplikt og en plikt til å foreta oss noe hvis det er nødvendig, så det er jo mange baller i luften samtidig. En person har kanskje ikke mulighet til å gjøre alle de oppgavene samtidig da.»

Respondent 8

Opplevelsen av at politiet er en tungrodd, byråkratisk og gammeldags organisasjon som generelt henger etter resten av samfunnet digitalt, deles av flere. Det bemerkes likevel at flere respondenter opplever bedre og mer foroverlent lokal ledelse enn tidligere, hvilket indikerer en positiv utvikling.

«Vi må fortsette og være dynamiske og se fremover, det må vi absolutt, det var litt sånn vi kom på Tiktok, selv om ikke vi visste helt hva Tiktok var, så vi bare at det skjedde og det kom så fort, så da kunne ikke det blir en sånn Facebook hvor vi kommer åtte år for seint igjen da.»

Respondent 4

Nettpatroljenes organisatoriske plassering i hvert politidistrikt er basert på en lokalorientert tankegang som har lite samsvar med sosiale mediers globale omfavnelse. Det illustreres for eksempel ved at en Tiktok kan få stor oppmerksomhet og mye deling på andre deler av kloden, til tross for at nettpatroljene skal være lokalorienterte og nå flest mulig i sitt distrikt.

De distriktene som har tilstedeværelse på Tiktok deler derfor kun innhold som er relevant for alle nordmenn, uavhengig av geografi. Det virker derfor underlig at flere enn bare ett distrikt

er på Tiktok, som igjen henger sammen med at lokal politimester avgjør hvilke kanaler eget distrikt skal være på.

«Tiktok, der er vi fortsatt ikke, vi har snakket mye om det, men ledelsen har vært veldig lunken til at vi skal gjøre det, og nå har vi egentlig sluttet å mase om det, for vi ser også at nå har ungdommen vært så lenge på Tiktok, nå burde vi egentlig speide etter hva er det neste?»

Respondent 2

Politiet tagges i mye mer enn de har tid, kapasitet og ressurser til å sjekke. Dette kan skape forventninger som ikke nettpatruljene klarer å oppfylle. Det finnes også en risiko for at politiet ikke får med seg viktige varslinger om fare for liv og helse. Dette kan få alvorlige følger for sårbare mennesker, på den andre siden kan tjenesten misbrukes.

«Vi stengte ned hele chattefeltet. Etter ganske kort tid etter at vi hadde åpnet, fordi det ble så mye trolling, og det skal sies at for å lage en Discord-server så kreves det ganske mye forarbeid for du skal klare å luke ut all spammingen som kommer, sånn at vi hadde laget filter for det aller meste, men de som er godt kjent med Discord vet at du kan lage deg snarveier som går ved siden av det da, som ikke blir automatisk kasta ut. Så kapasiteten vi brukte da vi var på Discord-serveren vår var rett og slett å få ut de som laget kvalme, og da blir på en måte litt av formålet vårt borte. Det var ikke derfor vi var der.»

Respondent 8

4.3.3. Plattformenes algoritmestyring

Flere i nettpatruljene opplever det problematisk at det brukes plattformer eid av utenlandske teknologigiganter. Ikke alle som henvender seg til politiet på nett vet eller leser advarsler om ikke å sende politiet sensitivt innhold på Messenger og Instagram chat, og ingen vet hva plattformeier gjør med denne informasjonen, noe som er problematisk i forhold til personvern.

«Meta kan ha egne interesser oppi dette her, som ikke alltid trenger å gå hånd i hanske med våre for eksempel.»

Respondent 9

Flere av respondentene poengterer at det er lite sammenheng mellom følgere og rekkevidde på Tiktok og Facebook, og stiller spørsmål om dette har sammenheng med at politiet ikke kjøper større rekkevidde eller markedsfører seg på plattformene.

«Vi vet jo ikke helt hvordan Tiktok fungerer, i algoritmer og det tekniske liksom med appen, og vi bare har stusset litt i det siste da at hvis du har, hva er det vi har for noe, vi har 279 000 følgere, så legger du ut noe og så er det liksom så ekstremt få som ser det du legger ut. Du treffer ikke engang ti prosent av følgerne dine. Så er det litt sånn, da er det jo ... det kan selvfølgelig være at det er kjedelig og at de ser ett sekund og så tenker de dette gidder jeg ikke se. Det er jo, kan hende vi legger ut kjedelige og for dårlige ting.»

Respondent 1

I februar 2022 lanserte nettpatroljene Sikker Chat for å styrke personvernet i dialogen med innbyggere. Sikker Chat er politiets egen chat, hvor dialog kan videreføres i henhold til sikkerhetskrav, personvern hensyn, taushetsplikt og GDPR-reglement.

Flere opplever at plattformene begrenser rekkevidde og synlighet for å presse politiet til å bruke penger på fremming av innlegg. Samarbeid med plattformene er også en begrensende faktor for hva nettpatroljene klarer å oppnå. De får varierende grad av hjelp for å stoppe eller etterforske skadelig innhold fra de ulike plattformene.

«Det er jo at det ofte er vanskelig å få tak i de sosiale medier når det er ting som haster, det er ofte utfordrende å få fjernet ting som vi ser går imot deres egne retningslinjer, der er Tiktok faktisk best å få kontakt. Mens Facebook og Instagram, der kommer vi med kontoer som helt klart er straffbare og klart ugreie, men det er vanskelig, og så er det jo i tillegg det å hente ut brukeropplysninger, men det er jo generelt problem for politiet i straffesaker. Det er en ting jeg kunne ønsket meg veldig, og at det var et tettere samarbeid mellom politiet og sosiale medier.»

Respondent 10

«Hvis du skal kontakte politiet, du har sett et eller annet på Facebook og du vil liksom kontakte politiet på Messenger, så er dette tredjeparts, ikke sant som eier, og vi kan jo slette informasjon som ligger der, og slette en logg, men den blir jo ikke nødvendigvis slettet hos Facebook. Og vi har ikke kontroll på den informasjonen og da er vi helt avhengig av at folk ikke utgir, altså folk må selvfølgelig få lov til å skrive hva de vil, men vi har jo også et ansvar i den dialogen da, når hvis vi etterspør, ønsker å se en chattelogg, hva slags bilder er det som er delt, og folk er jo ganske ukritiske og sender da, og da sitter jo vi med informasjon»

Respondent 5

I tabellen under har jeg oppsummert påvirkningsfaktorene som er hemmende for nettpatroljenes utnyttelse av affordansene.

Tabell 5: Kontekstuelle påvirkningsfaktorer – oppsummering

Kontekstuelle faktorer	Oppsummering
Juridiske klarheter	Ytringsfrihet versus sensur. Manglende hjemler og tilpasset lovverk for det digitale rom. Nynorsk krav til noen nettpatroljer hindrer deling og dialog med publikum med annet morsmål enn norsk.
Organisatorisk struktur og ressurser	Nettpatroljene arbeider stort sett dagtid ukedager. Varierende grad av bistand fra operasjonssentraler utenom åpningstid. Geografisk distriktsinndeling på nettpatroljene versus sosiale mediers globale struktur. Mangfold av politikontoer i noen sosiale medier, mens kun noen få distrikter er til stede på andre. Politidistriktsledelse avgjør tilstedeværelse, ressurser og tilgang på teknisk utstyr. Informasjonsmengden er for stor for nettpatroljene å håndtere. Aktiviteter overgår kapasitet.
Plattformenes algoritmestyring	Algoritmer styrer spredning og rekkevidde for å øke profitt. Tilbyder eier innhold, personvernutfordringer. Krevende samarbeid ved behov for å slette eller sikre lovstridig innhold.

4.4. Affordanse-effekter

I denne delen går jeg inn på hvilken effekt nettpatroljenes utnyttelse av affordansene i sosiale medier har gitt, ut fra hva respondentene forteller i intervjuene og min analyse av disse.

4.4.1. Er synlig til stede for mange

Nettpatroljene er synlig tilstedeværende for de som følger og eksponeres for deling av budskap, bilder og videoer nettpatroljene deler i sosiale medier og på Discord. Seere av livestreaminger på Twitch får kunnskap om at politiet er til stede og tilgjengelig for dialog. Effekten begrenses av befolkningens kjennskap til at det er mulig å følge, spille og chatte med dem. Befolkningen må kjenne og bruke de sosiale medier politiet er på. Store deler av befolkningen er til stede på en eller flere av plattformene politiet er tilgjengelig på, men de færreste følger politiets kontoer. De merker derfor trolig lite til politiets innsats for å skape trygghet i det digitale rom. Budskap spres til aktive følgere som liker, kommenterer eller deler innlegg. Slik bygges også følgerskaren.

Forskjellen mellom plattformenes funksjonalitet påvirker i stor grad om brukere eksponeres for innhold fra politiet hvis de ikke selv aktivt har gått inn for å følge nettpatroljene. Eksempelvis kan en populær video på Tiktok blir delt til nye potensielle følgere fordi Tiktoks algoritmer fremmer populært innhold, mens innlegg på Facebook i større grad spres via nettverk av venner og grupper som deler aktivt innhold videre. Politiet ønsker å nå alle, men ikke alle ønsker å følge politiet i sosiale medier.

«Å nå ut til barn og unge var hovedvisjonen da dette startet opp. Så ser vi jo det at vi når jo flere voksne, i hvert fall med de budskapene og sånt vi legger ut på sosiale medier, så i hvert fall oss i distriktet vårt da, så når vi jo flest voksne. Altså kjernegruppen vår er jo egentlig damer mellom 35 og 55 som vi ser i hvert fall følger oss via sosiale kontoer. Mens andre distrikter på andre plattformer som Tiktok har nådd veldig mange unge da ...»

Respondent 2

Affordansen synlig tilstedeværelse gir effekt og fordeler, men også begrensninger og ulemper. Synlig tilstedeværelse gjør at svært mange følger nettpatroljene i de mest populære sosiale mediene, men brukernes ønske om å følge politiet og plattformtilbyders algoritmestyrt påvirker visning og rekkevidde.

4.4.2. Viser politiets identitet og hverdag

Følgere av politiets nettpatroljer eksponeres for innhold politiet deler. Dette gir innblikk i politiets hverdag, i den grad politiet kan dele aktiviteter uten at personvern og taushetsplikt brytes. Dette betyr at mottakere av innholdet får et lite bilde av politiorganisasjonens felles identitet. Man kan stille spørsmål ved om dette bildet er realistisk, når sosiale medier ofte brukes til å fremvise positive sider, fremfor negative.

Politiets nettpatroljer får effekt av å utnytte de fordeler og mulighetsrom som skapes ved å selv kontrollere sitt eget narrativ, men det kan være en begrensning og ulempe om effekten er at brukerne oppfatter dette som et begrenset og lite troverdig bilde.

4.4.3. Underholder, oppdrar, informerer og advarer

Nettpatroljene har rutiner for jevnlig deling av innhold i de kanaler de er til stede på. Innhold har blitt eksponert for mange millioner brukere, også utenfor Norge. Underholdende innlegg spres lenger enn forebyggende budskap. Flere av respondentene har bemerket at de når flest kvinner mellom 25 og 45 år på Facebook og Instagram, noe som kan indikere at de indirekte påvirker barn og unge, ved at de treffer foreldre med innhold og budskap.

Noen av nettpatroljene følger med på henvendelser fra ulike geografiske områder i politidistriktet. Hvis de for eksempel oppdager at de ikke treffer innbyggere i en kommune, spisser de innhold til det området, gjerne i lokale undergrupper på Facebook.

«Det er det at vi når ungdommen på en måte som ungdommen ønsker på en måte, altså det i hvert fall de er der, og vi møter dem, nærmest ansikt til ansikt, ja og for ungdommen virker det som det er veldig bra, og hvis vi da streamer på Twitch, da og så har vi en 200-300 stykker som følger oss, og det er jo da stort sett ungdom og unge, og ja, vi får mye gode tilbakemeldinger, og folk som tar kontakt med oss i chat at det har sett oss på Twitch og sånt.»

Respondent 2

Effekten av engasjerende og underholdende budskap er at også forebyggende budskap når lenger. Fordelen er at mange får kunnskap som politiet ønsker å dele for å advare og opplyse publikum. Ulemper og begrensninger for deling er at viktig budskap kan drukne i mengden, delingen treffer andre enn de politiet helst vil treffe og algoritmestyring påvirker rekkevidde.

4.4.4. Chatter med publikum som spør, anmelder og tipser

Politiets nettpatroljer beskriver jevn økning i antall henvendelser, og forklarer dette med at det er blitt enklere å ta kontakt. Terskelen for å kontakte politiet har blitt lavere etter at nettpatroljene ble opprettet. De opplever også at de som har tatt kontakt en gang, har større tilbøyelighet for å ta kontakt igjen. Dette mener de skyldes at nettpatroljene har bedre tid til å svare hver enkelt henvendelse enn ansatte i operasjonssentralene.

«Fordi tilbudet er så enkelt og lett vint, vet at du kan skrive det fra din egen sofa når du vil hele døgnet da. Du slipper en telefonkø, du slipper å møte noen som har, operasjonssentralen der jeg jobbet før, så har vi 20 sekunder med å avgjøre hvorvidt dette er en telefonsamtale du skal fortsette eller ikke. Og i tillegg så er det jo nærpolitireformen med gullkanter da, i og med at du får samme tilbudet uansett om du bor.»

Respondent 4

«Den aller største gevinsten tenker jeg på, er når vi får de 12-13-åringene som forteller at de er utsatt for seksuelle overgrep eller at de blir utsatt for vold hjemme, fordi jeg vet at det er en gruppe som har hatt vanskelig for å ta kontakt med politiet. Jeg kan jo bare tenke selv at hadde jeg vært, da jeg var i den alderen, det kunne ikke falt meg inn å ringe politiet, det hadde vært dødsskummelt, så det å ha en veldig lavterskel inn, for de kanskje mest sårbare, det tenker jeg er den største indikatoren på at vi lykkes, for vi får nemlig de meldingene, det er jo blitt flere straffesaker ut av det.»

Respondent 10

Men noen sperres ute når de hindrer nettpatruljene i dialog med publikum. Dette kan påvirke relasjonen mellom politiet og befolkning, som igjen påvirker omdømmet.

«Så er det jo og personer som har blitt blokkert i perioder fra å bruke vår side da, at de ikke kan samhandle med oss. Det er jo en ting i seg selv som er en litt større greie fordi vi er politi og da nekte folk tilgang til polititjeneste. Det må det også være notoritet og vurderinger rundt før det kan skje, men det skjer og innimellom.»

Respondent 1

Henvendelser i Messenger og Instagram chat logges og kategoriseres slik: tips, råd/veiledning, info, spam, klage, diverse, psykiatri, tilbakemelding og straffesak. De alle fleste havner innenfor de to første kategoriene. Henvendelser sorteres også inn per aldersgruppe og hvilken geografisk lokasjon de kommer fra, men mange av henvendelsene er det ikke mulig å lokalisere verken alder eller geografi på. Politiet har tatt et bevisst valg om at man skal kunne henvende seg anonymt, hvilket betyr at det blir enda enklere å ta kontakt for publikum, men at politiet dermed vet lite om hvem de er.

«Nei, de prater norsk. Jeg vet ikke hva de heter heller, de er anonyme, bak et pseudonym. Så sier vi da at vi møter ungdommen, og det er sånn at jeg har jo egentlig ikke et bevis for alderen deres, men vi vet jo det, når vi prater med dem da, vi hører på stemmen at det har ikke kommet i stemmeskiftet, og det er litt sånn. Vi tar det for gitt at de aller, aller fleste er ungdom. Men det sikkert noen voksne inni der også.»

Respondent 2

Anonymitet er utfordrende i situasjoner der det er fare for liv og helse. Anonyme henvendelser gjør også at det er vanskeligere å optimalisere budskap, rekkevidde og målgruppetilpasninger.

«Overraskende høy andel av de som tar kontakt, har enten fullt navn eller vi klarer å identifisere de. Det er jo en sårbarhet i seg selv at barn og unge er veldig glad i å skrive hvilken skole de går på, hvilket årstrinn, som er opplysninger som kan misbrukes. Så stort sett så finner vi faktisk ut hvem vi snakker med.»

Respondent 10

Forebyggende budskap fører til at flere anmelder eller at nettpatruljene selv oppretter sak ut fra informasjon de får. Dette medfører at statistikken for ulike kriminalitetsgrupper går opp. Slik kan det se ut som at kriminaliteten øker, mens det trolig er mørketall som avdekkes.

«Du har jo det klassiske problemet med at hvis du forebygger et budskap, så gjør du kanskje flere oppmerksom på det, og kanskje flere anmelder, og da ser det ut som kriminaliteten går opp i stedet for ned, så du har litt sånn statistiske problemstillinger der at ved å gå ut å nå mange med et budskap så risikerer du at det ser ut som du har gjort det verre. Men egentlig så har du avdekket mørketall, så det er fryktelig vanskelig.»

Respondent 10

Politiets nettpatruljer balanserer på en svært vanskelig linje mellom å forebygge kriminalitet og bedrive sensur. Ytringsfriheten står sterkt i Norge, og vi har forbud mot sensur. Tagging i

kommentarfelt gjør at kommentarer slettes. Ytringsklimaet blir kanskje mer positivt, men samtidig kan man stille spørsmål ved om politiets tilstedeværelse påvirker ytringsfriheten?

«Vi har sett en veldig kul effekt på sosiale medier, er jo at vi blir brukt til å at folk ser en ugrei kommentar, eller noe som kanskje er ulovlig, så vil de ofte tagge politiet i den kommentaren, sånn liksom, ser her politiet, og da ser vi at ofte så blir de kommentarene fjernet.»

Respondent 10

Selv om Sikker Chat er innført, får Facebook/Instagram tilgang på sensitiv informasjon som publikum melder inn på chat til nettpatruljen, tross tydelige beskjeder om ikke å skrive sensitiv informasjon.

«Jeg tror at når du først har skrevet noe, selv om vi sletter det hos oss, så kan vi ikke være trygg på at Facebook, eller Meta, eller hva de heter nå, hva de har for noe. For det er jo ikke nødvendigvis borte sånn sett. Så kan man si at på et personlig plan at det kan godt gå fint, men det er bare det er ikke sånn det skal være. Disse opplysningene skal jo ikke vært tilgjengelig for andre uansett. Det er sårbart uansett.»

Respondent 1

«Men det at folk tar kontakt med oss på chat, og en del, altså når de tar kontakt med oss første gang, så får de en sånn autoreply, hvor det blant annet at vi kan ikke garantere for informasjonssikkerheten her på Facebook, men allikevel så renner det ut av folk før vi får stoppet dem, noen har jo gjort klart hva dem skal skrive til oss gjerne, har sikkert sittet og kladda i lang tid på hva dem vil skrive, og så kommer det sendt ti meldinger på rappen med hele livshistorien før vi rekker å si hei engang.»

Respondent 2

«Folk deler mye sensitive opplysninger selv om det står alle plasser at man ikke skal gjøre det. Og Facebook/Instagram det er jo en tredjepartsapp. De opplysningene anser vi som bortimot offentlige. Nå er vi jo i gang med Sikker Chat, jeg tror faktisk vi bruker det for første gang i dag, nå var det en som ville fortelle noe, så det er veldig bra. Det løser jo litt det problemet.»

Respondent 10

Dialog gir effekter med både fordeler og ulemper. Nettpatruljene gir råd og veiledning til de som tar kontakt, og har etablert et lavterskel tilbud politiet tidligere manglet. Det har gitt bedre kvalitet i anmeldelser og verdifull informasjon til politiets kriminalitetsbilde. Samtidig risikerer politiet å påvirke ytringsrommet og medvirke til at personopplysninger kommer på avveie.

4.4.5. Bygger relasjoner

Nettpatruljene knytter relasjoner til brukere som følger, kommenterer eller tar kontakt med politiet. Flere av respondentene påpeker hvor viktig det er at alle som henvender seg til politiet møtes med respekt. Samtidig presses nettpatruljene til å jobbe raskere og mer effektivt grunnet økning i henvendelser, hvilket kan påvirke relasjonene til publikum.

4.4.6. Bygger omdømme

Politiets omdømme styrkes i den grad nettpatroljene klarer å levere gode tjenester, kvalitet i deling, dialog og relasjonsbygging. Politiets omdømme er sårbart for feil og tabber fra hele organisasjonen. Negative hendelser som deles på nett, spres i større grad enn positive elementer.

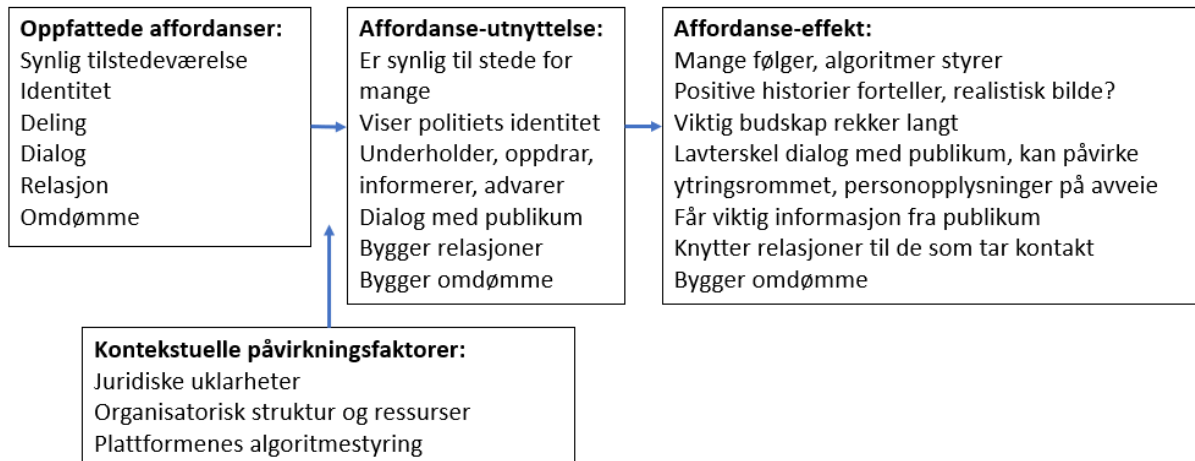
I den følgende tabellen gir jeg en oppsummering av affordanse-effekter i form av mulighetsrom og fordeler som politiets nettpatroljer får av å bruke sosiale medier, og hvilke begrensninger og ulemper arbeidet har.

Tabell 6: Affordanse-effekter – oppsummering

Affordanse-effekt	Mulighetsrom og fordeler	Begrensninger og ulemper
Er synlig til stede for mange	Svært mange følger og enda flere vet at politiet har nettpatroljer i de mest populære sosiale medier.	Algoritmer påvirker visning. Brukere trenger kunnskap om at politiet er på nett, de må ønske å følge og aktivt gjøre det.
Viser politiets identitet og hverdag	Brukere av sosiale medier ser en mer menneskelig side av politiet i disse kanalene enn i politiets kommunikasjon på Twitter, nettsider, i media og det fysiske rom. Positive historier fremheves.	Bare et begrenset bilde av politiets utfordringer kan deles. Gir dette et realistisk bilde?
Underholder, oppdrar, informerer og advarer	Engasjerende og underholdende kanaltilpasset budskap når ut til mange. Forebyggende budskap når lenger med mange følgere. Kjent rekkevidde Facebook: godt voksne, kvinner. Instagram: unge kvinner. Tiktok: norske barn og unge. Discord: flest barn og unge, flest gutter.	Viktig budskap drukner i mengden. Rekkevidde treffer i noen grad andre enn politiet helst vil nå. Plattformens algoritmestyring påvirker rekkevidde.
Flere kontakter politiet, anmelder og tipser	Skaper dialog med publikum, gir råd, veiledning og tips. Flere tar kontakt, lavere terskel for kontakt. Bedre kvalitet i anmeldelser. Tips gir verdifull etterretning som gir politiet et bedre kriminalitetsbilde. Økning i anmeldelser.	Stor gruppe anonyme. Kan påvirke ytringsrommet. Personopplysninger på avveie, løses delvis av Sikker chat. Responstid, ressurser. Noen sperres fra politiets sider hvis de hindrer dialog.
Bygger relasjoner	Knytter relasjoner til brukere som følger, kommenterer eller tar kontakt med politiet.	Økning i henvendelser presser effektiviteten, kan påvirke relasjonene som skapes.
Bygger omdømme	Styrkes av at nettpatroljene klarer å levere gode tjenester, kvalitet i dialog og relasjonsbygging.	Omdømmet er sårbart for feil og tabber som spres i større grad enn positive elementer.

4.5. Oppsummering av funn

Ved å sette sammen alle funnene får jeg figuren under, som gir et helhetlig bilde av hvordan politiets nettpatruljer samspiller med sosiale medier som teknologi i en samfunnsmessig kontekst. Her ser vi hvilke affordanser som oppfattes, hemmende faktorer for hva nettpatruljene kan gjøre i sosiale medier, hvordan nettpatruljene bruker affordansene og hvilken effekt dette gir for nettpatruljene.



Figur 3: Oppsummering av funn

Figuren over viser hvordan jeg sorterer funnene mine i lys av modellen til Pozzi et al. (2014), og danner grunnlag for diskusjonen i neste kapittel.

5. Diskusjon

I dette kapittelet diskuterer jeg de empiriske funnene i prosjektet. Først diskuterer jeg funnene i lys av forskningsspørsmålet: Hvordan bruker politiets nettpatroljer sosiale medier? Videre drøftes underspørsmålene som er presentert i innledningen. Sist diskuteres og relateres funnene til teorien, forskningsområdet og begrensninger ved studien.

5.1. Funn i lys av forskningsspørsmålene

Hvordan utnytter politiets nettpatroljer sosiale medier? Gjennom analysen av hvilke affordanser som aktiviseres og gir effekt for politiets nettpatroljer kan jeg si noe om hva nettpatroljenes arbeid gir av verdi og hvordan de klarer å utnytte sosiale medier.

Nettpatroljene oppfatter følgende mulighetsrom i sosiale medier: synlig tilstedeværelse, identitet, deling, dialog, relasjon og omdømme, som de utnytter ved å være synlig til stede på de mest populære sosiale medier i Norge. Her viser de sin identitet, deler budskap og innhold for å forebygge kriminalitet, er tilgjengelige for dialog og møter publikum på en respektfull måte. I kontakten med innbyggere via sosiale medier, bygger de relasjoner og omdømme. Dette arbeidet påvirkes av juridiske hindre. Nettpatroljenes hjemler for tiltak på nett er langt færre enn i det fysiske rom. Videre påvirker organisatoriske forhold og ressurser responstid og kapasitet for deling og dialog. Nettpatroljenes ressurser og samarbeid med operasjonssentral varierer fra distrikt til distrikt. Lokalt politidistrikt tildeler ressurser og godkjenner hvilke sosiale medier nettpatroljen skal være på, mens Kripos leder metodeutvikling.

Nettpatroljene lykkes med mye av sitt arbeid i sosiale medier. Millioner har sett innhold de deler, og tusenvis av mennesker har vært i dialog med politiets nettpatroljer. Politiet verdsetter tips og etterretning som utvider politiets kriminalitetsbilde. Samtidig ser flere av nettpatroljene at deres budskap forsvinner i mengden av innhold på plattformene, og de kommersielle interessene til plattformeierne påvirker hva som fremmes av algoritmene.

Politiet får effekt av affordansene de utnytter i den grad de klarer å skape synlighet for brukerne, bygge følgerskarer og skape engasjement rundt viktig budskap. Det er derimot uklart hvem nettpatroljene treffer i sin kommunikasjon på nett. Følgertall viser at nettpatroljene treffer foreldregenerasjon i større grad på Facebook, unge voksne på Instagram og ungdom på Tiktok. Flere jenter og kvinner følger Instagram- og Facebook-kontoene, mens flest gutter chatter med politiet på Discord.

Kanaltilpasset budskap gjør at de ulike gruppene eksponeres for ulikt innhold. På Facebook deles seriøst innhold som for eksempel advarer mot svindel og kriminalitetstrender. På Instagram formidler politiet hvordan det er å jobbe i politiet, mens på Tiktok er det underholdningsfokus. Gevinsten ved tilstedeværelse på ulike plattformer er at nettpatroljene treffer ulike grupper.

Ved første øyekast synes politiets kommunikasjon i sosiale medier å være svært mangfoldig, med målgruppetilpasset innhold fra plattform til plattform. Samtidig kan det være krevende for de samme brukerne som følger politiet på ulike plattformer å forstå de ulike rollene og

budskapene politiet formidler. Sett i sammenheng med politiets informasjonsdeling på Twitter og mediefokus, stiller jeg spørsmål ved om politiets tilstedeværelse på digitale flater forvirrer mer enn det skaper trygghet? Nettpatroljene har lokalorienterte kontoer og innhold på noen plattformer og nasjonalorientert innhold på andre. Det skaper ulike oppfatninger av politiets identitet og bygger omdømme på forskjellige måter hos ulike målgrupper.

På den ene siden virker det som politiets nettpatroljer utnytter affordanser i sosiale media på en effektiv måte. Nettpatroljene har veldig mange følgere på kontoene sine. Aktivitetsnivået er relativt høyt, med jevnlig innlegg på alle Instagram-, Tiktok- og Facebook-kontoer. Noen videoer og innlegg har gått viralt med millioner av visninger og gitt stor oppmerksomhet i sosiale medier og i pressen, som gjør at enda flere får med seg budskapet.

På den andre siden synes politiets aktiviteter i sosiale medier å være tilfeldig, der politiets felles behov for å nå flere unge, løses av individuelle initiativ og «vi prøver og ser om dette er noe for oss»-mentalitet. En patrulje som la ut en video på Tiktok for å teste plattformens funksjonalitet og mulighetsrom, fikk mye oppmerksomhet. Flere nettpatroljer satset deretter på Tiktok, og de ble dermed hverandres største konkurrenter. Dette motiverer noen ansatte. Samtidig er samarbeid mellom patruljene utstrakt, og de deler innhold seg imellom, for videre spredning til alle nettpatroljenes kontoer og mellom flere plattformer. For eksempel ble gratulasjonsvideoen fra politiet på samenes nasjonaldag delt både på Tiktok, Instagram og Facebook, og alle nettpatroljenes kontoer i disse plattformene. Kan spredning av samme innhold på flere plattformer, eller ulike kontoer i samme plattform, øke faren for at publikum trøtner?

Det lokalorienterte fokuset varierer fra distrikt til distrikt. Noen nettpatroljer følger med på henvendelser fra kommunene i sitt område, og etterstreber henvendelser fra alle. Hvis de ikke får henvendelser på chat fra noen i en kommune, søker de å skape mer engasjement i sosiale medier hos befolkningen i det geografiske området. Andre tenker at det viktigste er at befolkningen vet at politiet er på nett, ikke at de følger politiet. Bør de ha en felles målsetninger som spesifiserer hvorfor politiet er på den enkelte plattform og hvordan man jobber?

Den imponerende følgerskaren politiets nettpatroljer har på Tiktok, inkluderer også mange følgere i Sverige og Danmark. Dette kan tolkes som at politiet lykkes med å underholde, men sier lite om hvordan de lykkes med forebyggende budskap.

Det synes å mangle et mottakerperspektiv i arbeidet som gjennomføres: Hvem snakker de til og hvem hører eller ser? Flere respondenter forteller at ønsket målgruppe er en annen enn nådd målgruppe. Eksempelvis når de langt flere voksne kvinner på Facebook og Instagram enn ungdom, hvilket medvirket til at noen nettpatroljer er på Tiktok, Discord og Twitch for å nå flere unge.

Respondentene forteller også at de spør følgere på Instagram om hvilke servere brukerne vil at politiet skal være på i Discord. Slik bruker de en målgruppe de har nådd på en plattform for å avgjøre hvor de skal være til stede på annen plattform. Dette kan gi mer eksponering

for en målgruppe de allerede har nådd ut til, fremfor nye. Samtidig utsetter de følgere på Instagram som ikke gamer og bruker Discord for irrelevant innhold.

Det er viktig å vurdere effekten av tiltakene i lys av befolkningens bruk av sosiale medier. Antall mennesker som daglig er innom Facebook er dalende (IPSOS, 2022a), og plattformen er lite brukt av ungdom. Den største gruppen av politiets følgere både på Facebook og Instagram er kvinner mellom 25-55 år (25-35 år på Instagram, 35-55 år på Facebook). Snapchat og Tiktok er for tiden de mest populære sosiale mediene blant ungdom. Tiktok gir lite informasjon om følgerskare, hvilket betyr at man skaper oppmerksomhet i en følgerskare man har lite kjennskap om, og dermed i realiteten famler i blinde i forsøket på å nå flere.

Funksjonaliteten i Snapchat gjør det lite hensiktsmessig for nettpatruljene å ha tilstedeværelse på Snapchat, de har derfor valgt å bruke kanalen under større arrangementer som landstreffet for russen i Kongeparken. Ved slik kortvarig tilstedeværelse på Snapchat brukes Facebook og Instagram for å rekruttere følgere inn til annen plattform.

Snapchat har i løpet av relativt kort eksistens vist seg å være en kanal som egner seg for problematisk opptrede som for eksempel kjøp og salg av narkotika, og deling av videoer og bilder med seksualisert eller voldelig innhold. Mange barn og unge bruker store deler av hverdagen sin på dette sosiale mediet alene. Jeg stiller derfor spørsmål ved om det bør gjøres mer for å utnytte dette sosiale mediet til forebygging, til tross for at det krever mye ressurser.

En felles kommunikasjonsplan for alle nettpatruljene og samarbeid om nasjonale kontoer, kan gi tydeligere og mer målrettet kommunikasjon i for eksempel Tiktok og ulike Discord-servere. Ved å jobbe mer kunnskapsbasert, kan nettpatruljene spisse sin kommunikasjon og styrke rolleforståelsen. En tydelig og helhetlig tilstedeværelse i sosiale medier er viktig, men det synes å mangle en overordnet, konkret kommunikasjonsplan som sier noe om hva man ønsker å oppnå, hvor, når, hvorfor og hvordan, i hvilke kanaler og til hvilke målgrupper. Dette vil gi nettpatruljene en felles retning. Deretter kan nettpatruljene måle både om planverket er riktig eller må justeres, og om tiltakene fungerer. Utfordringen blir å lande organisatoriske hindringer.

Den økende mengden henvendelser via lavterskel chat-tilbud i Messenger og Instagram Chat indikerer at denne muligheten for å kunne kontakte politiet er etterlengtet i befolkningen, og gjør at flere tør å ta kontakt, samt at politiet får verdifull informasjon. Bemanningen på chat er begrenset av nettpatruljenes kapasitet, arbeidstid og ressurser. Det varierer mellom distriktene hva som gis av tilbud. Jeg mener det er problematisk at befolkningen får helt ulikt tilbud fra både nettpatruljer og operasjonssentraler avhengig av hvilket politidistrikt de bor i og velger å følge på nett. Tilbudet bør være likt over hele landet.

Relasjoner bygges til de som faktisk tar kontakt med politiet, noe som synes å gi verdifull effekt i form av flere anmeldelser og avdekking av mørketall. Samtidig utfordres personvernet, og det kan stilles spørsmål ved hva som er viktigst for samfunnet. Kripos og nettpatruljene jobber kontinuerlig og målrettet for å beskytte privatliv og personvern. Likevel er det bekymringsfullt at plattformene beskyldes for skruppelløs

overvåkningskapitalisme (Zuboff, 2019), og at politiet er en av mange offentlige organisasjoner som med sin tilstedeværelse medvirker til å forsterke deres makt.

Politiets tilstedeværelse på digitale flater har den paradoksale virkningen at man for å følge med på hva politiet som offentlig aktør formidler til befolkningen, må opprette en konto på private, kommersielle plattformer. Politiet fremmer da valgte plattformer fremfor andre, med begrunnelsene at det er mer praktisk for politiet, og de må være der folk er. Datatilsynet skriver i sin vurdering av Facebook at de ikke kan opprette side på Facebook: *«Behandlingen av personopplysninger gjennom å ha en side på Facebook, medfører en for høy risiko for brukernes rettigheter og friheter. Vi vurderer det slik at vi ved en eventuell tilstedeværelse på Facebook ikke ville ha oppfylt alle vilkårene i personvernforordningens artikkel 26 om felles behandlingsansvar, da vi vurderer avtalen mellom Facebook og oss som mangelfull.»* (Datatilsynet, 2021) Trolig har også andre sosiale medie-plattformer like problematisk behandling av data og personopplysninger (Zuboff, 2019). Dette er også respondentene opptatt av.

En av respondentene påpeker også at sosiale medier kan påvirke mental helse, og den stadig økende bruken av sosiale medier bekymrer:

«Men det er på en måte et paradoks da, i hvert fall for meg personlig i hvert fall, at vi bruker verktøyene fordi de fins, og mulighetene de gir, men aller helst så hadde jeg jo sett at folk brukte tiden sin på noe annet også, hvis de skal ha det bra.»

Respondent 1

Medietilsynets undersøkelser av barn og unges mediebruk viser at mange opplever netthets og hatefulle ytringer, men nettpatruljene vet ikke om det er nettopp disse barn og unge nettpatruljene når i sitt arbeid. Politiets målsetning om å skape trygghet i det digital rom, konkretiseres ved at nettpatruljene utnytter affordansene som er identifisert i dette prosjektet, men det er uklart om de som utsettes for hatefulle ytringer faktisk opplever større trygghet på nett av politiets tilstedeværelse. Deling av seksuelt og voldelig innhold, trusler og hatefulle ytringer er et kriminalitetsområde med store mørketall. Selv om masteroppgaven min har belyst hvordan politiet bruker sosiale medier, er det vanskelig å si noe om hvorvidt eller i hvilken grad deres tilnærming til sosiale medier faktisk skaper mer trygghet for barn og unge som vokser opp i en sammenvevd fysisk og digital verden.

Forskningsprosjektet mitt viser at politiet begrenses av juridiske uklarheter på nett. I august 2022 skal Ytringsfrihetskommisjonen presentere utredningen av de sosiale, teknologiske, juridiske og økonomiske rammene for ytringsfrihet i dagens samfunn. EU-kommisjonen utreder Digital Services Act (Commission, 2022b) og Digital Market Act (Commission, 2022a), som skal fornye de juridiske rammene for den digitale verden. Målet er å skape et sikrere digitalt rom hvor rettighetene til brukere av digitale tjenester er beskyttet, og alle får like vilkår for å fremme innovasjon, vekst og konkurransevne. Det blir interessant å se om innsatsen fører til lovendringer som tilpasser jussen til den digitale verden, og gir nettpatruljene nye mulighetsrom. Politiske føringer for å klargjøre tiltak og juridiske grenseganger, bedre regulering av plattformenes makt og økt algoritmisk transparens kan gi økte muligheter for politiet til å skape trygghet i det digitale rom.

5.2. Funn i forhold til affordanse-teori

Ved å bruke affordanse-teori til å analysere empirien har jeg vist at politiets nettpatroljer bruker sosiale medier gjennom følgende affordanser: synlig tilstedeværelse, identitet, deling, dialog, relasjon og omdømme. Kontekstuelle faktorer som påvirker utnyttelse av affordansene er juridiske uklarheter, politiets organisering og ressurser og plattformtilbyders algoritmestyring.

Prosjektet mitt gir et innblikk i hvordan affordanse-teori kan brukes for å forstå samspillet mellom teknologi, organisasjon og sosial kontekst bedre, i dette tilfellet samspillet mellom sosiale medier, politiet og den norske befolkningen. Affordanse-teorien har gitt meg verktøy til å skape oversikt over og sortere i et mangfoldig og uklart landskap, slik at jeg bedre forstår forholdet mellom nettpatroljene og teknologien de bruker. Teorien hjelper oss å forstå forholdet mellom teknologi og sosial praksis, variasjon i bruk av utnyttelse, og hvorfor ulike aktører bruker teknologi på ulike måter (Majchrzak & Markus, 2012; Pozzi et al., 2014; Strong et al., 2014; Volkoff & Strong, 2017; Wang et al., 2018). Min analyse av empirien viser at nettpatroljene oppfatter og benytter mulighetsrom i sosiale medier på ulike måter, og hvilke effekter og konsekvenser dette får.

Det overrasket meg hvor stor grad de kontekstuelle faktorene begrenset utnyttelse og effekt av affordansene. Respondentene uttrykte frustrasjon over at de ikke hadde juridisk, organisatorisk og ressursmessig handlekraft til å gjøre mer enn de så behov for og ønsket for å oppnå målsetningen om å skape trygghet på nett. I forskningslitteraturen om affordanse-teori og sosiale medier forklares ikke muligjørende og begrensende faktorer like fremtredende som det fremkommer i mitt prosjekt (Hafezieh & Eshraghian, 2017; Pozzi et al., 2014; Volkoff & Strong, 2017; Wang et al., 2018). Trolig varierer påvirkningsfaktorene både i ulike organisatoriske og sosiale kontekster, noe som kan være viktig å bemerke både tilbake til forskningsteorien om affordanser, og i fremtidige forskningsprosjekter. Politiet som offentlig organisasjon og politiets unike samfunnsoppdrag er trolig medvirkende til at nettpatroljene opplever større kontekstuelle begrensninger enn for eksempel kommersielle organisasjoner gjør i sosiale medier.

Det var lærerikt å se prosjektets funn i lys av annen forskning. Bullock et al.s forskning på britisk politisk kommunikasjon og engasjement i lokalsamfunnet fant at «visibility», «editability» og «association» ble utnyttet, men ble begrenset av organisatoriske, individuelle og teknologiske forhold (Bullock et al., 2021). I mitt forskningsprosjekt analyserte jeg ikke empirien i lys av identifiserte affordanser fra tidligere forskning (Baccarella et al., 2018; Bucher & Helmond, 2017; Karahanna et al., 2018; Kietzmann et al., 2011; Majchrzak & Markus, 2012; Treem & Leonardi, 2013), slik som Bullock et al. (Bullock et al., 2021), men brukte datagrunnlaget til å finne affordanser fremfor å bekrefte rammeverk. I prosjektet har jeg dermed belyst et bredere spekter av affordanser og påvirkende forhold innenfor de norske nettpatroljenes bruk av sosiale medier.

Norske nettpatroljer skaper verdi gjennom synlig tilstedeværelse, identitet, deling, dialog, relasjon og omdømme. Organisatoriske faktorer påvirker i stor grad hvordan nettpatroljene utnytter disse mulighetsrommene, men er mindre påvirket av individuelle og teknologiske forhold enn Bullock et al. finner i britisk politi (Bullock et al., 2021). Kripos overordnede

fagansvar for nettpatruljene med kontinuerlig metodeutvikling, gjør at nettpatruljene hele tiden søker å være oppdatert og pålogget nye muligheter. Slik jeg ser der, bestemmer dessverre lokal politidistriktledeelse ressurstilgang og tilstedeværelse i plattformer slik at befolkningen får ulike tilbud i sosiale medier, avhengig av hvilket distrikt de tilhører eller velger å følge.

Sammenlignes mitt prosjekt med Bullock et al.s artikkel (2021) ser man felles organisatoriske og juridiske utfordringer, til tross for at britisk og norsk politi navigerer innenfor ulike nasjonale lovverk. Mitt forskningsprosjekt finner også at norsk politi har mer overordnet styring over tilstedeværelsen på nett, og dermed er mindre avhengig av individuelle forhold. I Storbritannia er politiets suksess i sosiale medier avhengig av enkeltpersoners engasjement og kompetanse.

Norsk politis nettpatruljer virker relativt godt organisert. Nettpatruljene samarbeider tett og jevnlig. Jeg har pekt på at det kan være forvirrende for publikum med så mange ulike kontoer på ett sosialt medie, og helt ulik formidling på forskjellige plattformer. Den enkelt nettpatruljes tilstedeværelse på ulike plattformer styres av lokal distriktsledelse. Forskning på tysk politis bruk av Twitter viser at organisatoriske faktorer påvirker hvordan politiet lykkes i dialog med publikum (Jungblut & Jungblut, 2021). Selv om den norske politiorganisasjonen er mye mindre enn i Tyskland, og nettpatruljene ledes av hvert distrikts ledelse, er nettpatruljene i større grad enn tysk politi organisert ovenfra og ned. Det overordnede fagansvaret og metodeutviklingen fra Kripos, gjør at det blir større samsvar mellom distriktenes arbeid enn i de tyske politiorganisasjonene. Den norske politiorganisasjonen er også mindre personavhengig enn hva Jungblut og Jungblut (2021) finner i Tyskland, og Bullock et al. (Bullock et al., 2021) finner hos britisk politi. En annen medvirkende suksessfaktor som gjør at nettpatruljene får oppmerksomhet, følgere og når ut med budskap, er kanskje også at norsk politi generelt har et godt omdømme i samfunnet, sett i forhold til politi i andre land?

Organisatoriske ulikheter påvirker hvilken effekt politiet får av sin tilstedeværelse, deling og dialog i sosiale medier (Bullock et al., 2021; Jungblut & Jungblut, 2021). De norske nettpatruljenes organisering og arbeid synes også å vise dette. I Norge har lokale politimestre tatt en bevisst avgjørelse om å stenge ned sosiale mediekontoer som enkeltpersoner i politiet har hatt. Eksempler på dette er den populære Tiktok-kontoen «Bausjen» hvor politimannen Per Gladmann Sørheim delte morsomme snutter fra sin politihverdag (Bremer, 2021). Begrunnelsen for nedstengningen var at kontoen kunne misoppfattes som en offisiell konto hvor man kunne få kontakt med politiet i nødsituasjon. Avgjørelsen er forståelig, men jeg undres over om politiet i stedet for å kreve kontoen avsluttet heller burde dratt nytte av Sørheims kompetanse og erfaring ved å overta og videreføre kontoen?

Forskningsprosjektet mitt viser hvordan norsk politi bruker sosiale medier for å komme i kontakt med, være til stede, skape dialog og relasjoner med befolkningen i Norge. Målsetningen er å bygge omdømme, skape tillit og bygge omdømme. Funnene viser at politiets nettpatruljer lykkes godt med å få oppmerksomhet og dialog med brukerne i sosiale medier, men begrenses av juridiske, organisatoriske og teknologiske faktorer.

6. Konklusjon

Forskningsspørsmålene er besvart gjennom analysen av intervjuene med 10 ansatte i politiets nettpatroljer. Å bruke affordanse-teori om samspillet mellom teknologi, aktør og kontekst som analytisk verktøy gir et godt forståelsesgrunnlag for respondentenes fortellinger. Hvordan politiets nettpatroljer bruker sosiale medier har jeg belyst gjennom å svare på forskningsspørsmålene:

- Hvilke mulighetsrom oppfatter politiets nettpatroljer i sosiale medier?
- Hvordan utnytter nettpatroljene disse mulighetsrommene?
- Hvilke faktorer påvirker nettpatroljenes arbeid i sosiale medier?
- Hvilken effekt oppnår nettpatroljene i sin utnyttelse av sosiale medier?

Jeg har funnet at politiets nettpatroljer oppfatter og bruker mulighetsrom gjennom synlig tilstedeværelse, identitet, deling, dialog, relasjon og omdømme. Ved å utnytte disse affordansene får politiet mange følgere, forteller positive historier, sprer viktig budskap, får bedre kriminalitetsbilde, knytter relasjoner til publikum og bygger omdømme. Effektene påvirkes av juridiske uklarheter, hemmende organisatorisk struktur, begrensede ressurser og plattformtilbydernes algoritmestyring.

Politets nettpatrolje skaper trygghet i det digitale rom i den grad de evner å være synlig til stede i populære sosiale medier, dele budskap og skape dialog med befolkningen som trenger politiets råd, veiledning og hjelp. Politiet er synlig til stede for de som er på sosiale medier, trenger politiets hjelp og nås av politiets deling og rekkevidde. Mange tar kontakt, kommer i dialog med og får en relasjon til politiet, hvilket påvirker politiets omdømme.

Hvem politiets nettpatroljer skaper trygghet for i det digitale rom er begrenset, uklart og tilfeldig. Politets nettpatroljer er til stede i varierende grad på ulike plattformer, og arbeider uten en felles kommunikasjonsplan for elleve ulike politimestre med ulikt syn på nytteverdien av arbeidet. Underholdende innhold har lang rekkevidde og mange visninger, mens forebyggende budskap i større grad når voksne kvinner enn den viktigste definerte målgruppen; barn og unge. Likevel opplever nettpatroljene å få stadig flere henvendelser, bedre kvalitet i anmeldelser og bedre kriminalitetsbilde.

6.1. Implikasjoner og muligheter for videre forskning

Dette forskningsprosjektet gir innsikt i hvilke affordanser norsk politi oppfatter som mulighetsrom i sosiale medier og hvilke begrensninger som påvirker deres målsetning om å skape trygghet på digitale flater.

Funnene gir implikasjoner for praksis. Politiet vil i større grad skape trygghet på digitale flater hvis de øker strategisk og metodisk styring og planarbeid. De bør rydde opp i kontomangfoldet slik at målgruppene får fokus, fremfor å benytte kontoer som er funksjonelle for den enkelte nettpatrolje og hva lokal politimester tillater. Den lokalorienterte distriktsnivåorganisering fungerer i noen sosiale medier, men for brukerne er det vanskelig å skille mellom hvilket innhold som kommer hvor og hvorfor.

Politiets omdømme påvirkes av at både nettpatroljenes deling og dialog i sosiale medier, operasjonssentralenes twitring og UPs snapping er lite helhetlig. Politiet bør vurdere om nettpatroljer bør organiseres på nasjonalt plan fremfor lokalt, samtidig som de beholder best mulig samarbeid rundt om i distriktene. Det er også viktig å utvide nettpatroljenes tilbud utenfor dagtid. Enten ved at nettpatroljene arbeider i døgnturnus eller ved å utvikle samarbeid med og kompetanse på nettpatroljering i de enkelte operasjonssentralene. Dette krever mer ressurser.

Funnene viste at kontekstuelle faktorer har stor påvirkning på hva nettpatroljene kan gjøre i sosiale medier. Nettpatroljene navigerer i et digitalt landskap hvor politiet ikke har juridiske hjemler for tiltak som i den fysiske verden, og de arbeider ulikt fordi lokale politimestre kontrollerer hvilke plattformer de skal være på og hvor mye ressurser de har tilgjengelig. Slik jeg ser der, bør politiet ta tak i dette for å sikre et likt, helhetlig og tydelig tilbud til befolkningen i sosiale medier.

Prosjektet mitt bidrar inn i forskningslitteraturen med et affordanse-perspektiv på et noe utforsket landskap. Norsk politi er kommet lenger i sin tilstedeværelse på nett enn sine søskenorganisasjoner i Sverige og Danmark, som har etablert nettpatroljer med veiledning fra norsk Kripos (@onlinepatrulje, 2022; Samuelsson, 2022). Det er få studier på disse politiorganisasjonenes bruk av sosiale medier. En sammenlignende studie av nettpatroljene i Danmark og Sverige og de norske nettpatroljenes arbeid i sosiale medier, kan gi innblikk i forskjeller og likheter. Ved å bruke affordanse-teori, kan man så identifisere om det er ubenyttede affordanser for å belyse muligheter for bedre praksis.

Forskning på sosial medie-bruk i politiet har hovedsakelig fokusert på tyske, britiske og amerikanske forhold, og særlig på bruk av Twitter. Prosjektet mitt viser hvordan norsk politis nettpatroljer arbeider i ulike sosiale medier med hovedfokus på Facebook, Instagram, Tiktok og Discord. Jeg viser hvilke mulighetsrom de utnytter og får effekt av på disse plattformene, og hvilke juridiske, organisatoriske, teknologiske og samfunnsmessige kontekstuelle forhold de utfordres av.

Forskningsprosjektet mitt viser nytten av å bruke affordanse-teori i en spesifikk kontekst. Det har gitt en god teoretisk vinkling for å forstå dette området. Gjennom å analysere hvordan politiets nettpatroljer bruker sosiale medier ved hjelp av affordanse-teorien, har jeg ikke bare belyst forskningsspørsmålene. Jeg har også funnet at de kontekstuelle faktorene påvirker utnyttelse og effekt i større grad enn forskningslitteraturen om affordanse-teori beskriver. Jeg mener det derfor kan være nyttig å utforske videre om dette er unikt for norsk politis nettpatroljer. Kan vi forvente å finne det samme i andre organisasjoner som bruker sosiale medier for å nå sine målsetninger? Påvirkes offentlige organisasjoner av kontekstuelle faktorer i større grad enn kommersielle bedrifter som bruker sosiale medier? Har kontekstuelle faktorer for lite fokus i teorien om affordanse-perspektivet, eller er det tilfeldig at nettpatroljene jeg intervjuet fremhever begrensninger de ikke selv kan kontrollere?

Masteroppgaven min har gitt et innblikk i hvordan politiets nettpatroljer bruker sosiale medier. Å diskutere effekten av nettpatroljenes sosiale mediebruk er komplisert, og bør forsker videre på. Ved å undersøke hvordan norsk politi også utnytter Twitter og Snapchat,

kan man gi et mer helhetlig bilde av den norske politiorganisasjonens kommunikasjon i sosiale medier. Det kan også være interessant å inkludere kommunikasjonsmedarbeidere fra de ulike politidistriktene i en slik studie.

For å få mer kunnskap om hvordan publikum oppfatter politiets tilstedeværelse og aktivitet i sosiale medier, kan det både være nyttig så vel som informativt å gjennomføre både kvalitative og kvantitative undersøkelser av følgerne til politiets nettpatroljers kontoer i sosiale medier. Hvem er de? Hvorfor følger de politiet i sosiale medier? Hvilken nytteverdi får de av politiets synlige tilstedeværelse, deling og dialog? Det kan også være hensiktsmessig å belyse den generelle befolkningens oppfatning av politiets tilstedeværelse og forebygging i sosiale medier. Uansett om mine anmodninger om videre forskning blir belyst av andre eller ei, blir det spennende å følge nettpatroljenes arbeid videre.

Litteraturliste

- @onlinepatrulje. (2022). *POLITIETS ONLINE PATRULJE GÅR I LUFTEN 1. APRIL* Facebook. <https://www.facebook.com/onlinepatrulje>
- Akkaya, C., Fedorowicz, J. & Krcmar, H. (2019). *Successful practices for using social media by police departments: A case study of the munich police*. 27th European Conference on Information Systems (ECIS 2019). <https://mediatum.ub.tum.de/1487615>
- Alnes, J. H. (2020). *Hermeneutikk*. snl.no. Hentet 18.05 fra <https://snl.no/hermeneutikk>
- Andersson, A., Hedström, K., Siegert, S. & Sommar, C.-J. (2021). *Teachers Falling off the Cliff: Affordances and Constraints of Social Media in School*.
- Andersson, A., Hedström, K., Siegert, S. & Sommar, C.-J. (2021). *Teachers Falling off the Cliff: Affordances and Constraints of Social Media in School*.
- Avison, D. & Fitzgerald, G. (2003). *Information systems development: methodologies, techniques and tools*. McGraw-Hill.
- Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H. & McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, 36(4), 431-438. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.07.002>
- Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H. & McCarthy, I. P. (2020). Averting the rise of the dark side of social media: The role of sensitization and regulation. I(Bd. 38, s. 3-6). Elsevier.
- Bremer, H. (2021, 07.05). «BAUSJEN» STOPPET. VG. <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/eK3009/politimann-maatte-fjerne-tiktok-videoer>
- Bucher, T. & Helmond, A. (2017). *The Affordances of Social Media Platforms*. Teoksessa Jean Burgess, Thomas Poell, & Alice Marwick (toim.). I. *The SAGE Handbook of Social Media*.
- Bullock, K. (2014). *Citizens, community and crime control*. Springer.
- Bullock, K. (2018). The police use of social media: Transformation or normalisation? *Social Policy and Society*, 17(2), 245-258. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S1474746417000112>
- Bullock, K., Garland, J. & Coupar, F. (2021). Police-community engagement and the affordances and constraints of social media. *Policing & Society*, 31(4), 373-385. <https://doi.org/10.1080/10439463.2020.1831498>
- Chen, Q., Xu, X., Cao, B. & Zhang, W. (2016). Social media policies as responses for social media affordances: The case of China. *Government information quarterly*, 33(2), 313-324. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.04.008>
- Commission, E. (2022a). *Digital Markets Act (DMA)*. European Union. Hentet 07.05 fra https://ec.europa.eu/competition-policy/sectors/ict/dma_en
- Commission, E. (2022b). *The Digital Services Act: ensuring a safe and accountable online environment*. European Union. Hentet 07.05 fra https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en
- Datatilsynet. (2021). *Datatilsynet velger å ikke bruke Facebook*. Datatilsynet. Hentet 16.04 fra <https://www.datatilsynet.no/aktuelt/aktuelle-nyheter-2021/datatilsynet-velger-a-ikke-bruke-facebook/>

- Dekker, R., van den Brink, P. & Meijer, A. (2020). Social media adoption in the police: Barriers and strategies. *Government information quarterly*, 37(2), 101441. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.101441>
- Dini, A. A., Wahid, F. & Sæbo, Ø. (2016). Affordances and constraints of social media use in eParticipation: perspectives from Indonesian politicians.
- Feeney, M. K. & Porumbescu, G. (2021). The limits of social media for public administration research and practice. *Public administration review*, 81(4), 787-792. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/puar.13276>
- Fowler, B. M. (2017). Stealing thunder and filling the silence: Twitter as a primary channel of police crisis communication. *Public relations review*, 43(4), 718-728. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.007>
- Fromm, J., Mirbabaie, M. & Stieglitz, S. (2020). *A Systematic Review of Empirical Affordance studies: Recommendations for Affordance Research in Information Systems*. Twenty-Eighth European Conference on Information Systems (ECIS2020), Marrakesh, Morocco. https://www.researchgate.net/profile/Milad-Mirbabaie-2/publication/341426317_A_Systematic_Review_of_Empirical_Affordance_Studies_Recommendations_for_Affordance_Research_in_Information_Systems/links/5ebfa0d7a6fdcc90d67a3c45/A-Systematic-Review-of-Empirical-Affordance-Studies-Recommendations-for-Affordance-Research-in-Information-Systems.pdf
- Gibson, J. J. (1986). *The ecological approach to visual perception*. Lawrence Erlbaum.
- Hafezieh, N. & Eshraghian, F. (2017). *Affordance theory in social media research: systematic review and synthesis of the literature*. 25th European Conference on Information Systems (ECIS 2017). https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2988394
- Hauge, K. K. (2020). *Politiets nettpatrolje – En studie av hvordan Sør-Vest politidistrikt bygger relasjoner med publikum gjennom dialog på sosiale medier* [Master, Universitetet i Oslo]. <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-82985>
- Haugseth, J. F. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Universitetsforl.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, 35(2), 441-456. <https://doi.org/10.1017/S0038038501000219>
- Inderhaug, E. (2021, 20.09). Nettpatroljen i Vest ble hedret for TikTok-suksess. *Politiforum*. <https://www.politiforum.no/nettpatroljen-sosiale-medier-vest-politidistrikt/nettpatroljen-i-vest-ble-hedret-for-tiktok-suksess/218441>
- IPSOS. (2022a). *Sosiale medier tracker Q4'21*. IPSOS. (2021). Ipsos Social Media Tracker Q2 2021. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2021-04/ipsos%20SoMe-tracker%20Q1%2721.pdf>
- IPSOS. (2022b). *Status for sosiale medier i Norge. Ipsos SoMe-tracker Q1'22* https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2022-04/Sosiale%20medier%20i%20Norge_Ipsos%20SoMe-tracker%20Q1%2722_presseinfo.pdf
- Jacobsen, D. I. (2013). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (2. utg.). Fagbokforlaget.
- Jungblut, M. & Jungblut, J. (2021). Do organizational differences matter for the use of social media by public organizations? A computational analysis of the way the German police use Twitter for external communication. *Public administration (London)*. <https://doi.org/10.1111/padm.12747>
- Kantar. (2022). *Politiets innbyggerundersøkelse 2021*. K. Public. <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelsen-2021.pdf>

- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karahanna, E., Xu, S. X., Xu, Y. & Zhang, N. A. (2018). The needs–affordances–features perspective for the use of social media. *MIS quarterly*, 42(3), 737-756.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25300/MISQ/2018/11492>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kripos. (2017). *Etablering av tilstedeværelse på internett*. Kripos.
- Kvale, S. (1996). *InterViews*. SAGE Publications Inc.
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M. & Rygge, J. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg. utg.). Gyldendal akademisk.
- Majchrzak, A., Faraj, S., Kane, G. C. & Azad, B. (2013). The contradictory influence of social media affordances on online communal knowledge sharing. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(1), 38-55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jcc4.12030>
- Majchrzak, A. & Markus, M. L. (2012). Technology affordances and constraints in management information systems (MIS). *Encyclopedia of Management Theory*, (Ed: E. Kessler), Sage Publications, Forthcoming.
<https://doi.org/https://ssrn.com/abstract=2192196>
- Medietilsynet. (2020). *BARN OG MEDIER 2020* (ISBN 978-82-8428-003-5). Medietilsynet.
<https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>
- Medietilsynet. (2022). «Man må ha tykk hud eller unngå å være på nettet» (ISBN: 978-82-8428-025-7). Medietilsynet.
<https://www.medietilsynet.no/fakta/rapporter/webrapporter/web-man-ma-ha-tykk-hud-eller-unnga-a-vare-pa-nettet/>
- Myers, M. D. (1997). *Qualitative Research in Information Systems*. Hentet 26.09 fra
<https://www.qual.auckland.ac.nz/?fbclid=IwAR2IXgN5aqhUYeRTcPXSpVvb8KpM5ZMI M9Zz1HSPLnTBNUw1EBNTFagoMfA#Citation%20Information>
- Politidirektoratet. (2017). *Politiet mot 2025 - virksomhetsstrategi for Politi- og lensmannsetaten*. Politidirektoratet.
- Politidirektoratet. (2018a). *Politiets strategi for sosiale medier*. Politidirektoratet.
- Politidirektoratet. (2018b). *Språk og innhold: Twitter i operasjonssentralene*.
https://www.politiet.no/globalassets/dokumenter/pod/retningslinjer-sprakoginnhold-twitter-i-operasjonssentralene_pod20182.pdf
- Politidirektoratet. (2019). *Kanalstrategi - et tilgjengelig og effektivt politi - for borgerne!* Politidirektoratet.
- Politidirektoratet. (2020). *Behovsanalyse - Et tilgjengelig og effektivt politi for borgerne*. Politidirektoratet.
- Politidirektoratet. (2021). *Økt tilgjengelighet for innbyggerne - Politiets kanalstrategi (2021-2025)*. Politidirektoratet.
- Politiet. (2022). *Politiets nettpatroljer*. Politiet. Hentet 01.04 fra
<https://www.politiet.no/rad/trygg-nettbruk/politiets-nettpatrolje/#undefined>

- Politiloven. (1995). *Lov om politiet*. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1995-08-04-53>
- Pozzi, G., Pigni, F. & Vitari, C. (2014). *Affordance theory in the IS discipline: A review and synthesis of the literature*. AMCIS 2014 Proceedings. 2., <https://aisel.aisnet.org/amcis2014/SocioTechnicalIssues/GeneralPresentations/2>
- Samuelsson, P. (2022, 14.04). Umeåpolisen John ska patrullera på nätet för att upptäcka brott. SVT. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/vasterbotten/umeapolisen-john-ska-patrullera-pa-natet>
- Strong, D. M., Volkoff, O., Johnson, S. A., Pelletier, L. R., Tulu, B., Bar-On, I., Trudel, J. & Garber, L. (2014). A theory of organization-EHR affordance actualization. *Journal of the association for information systems*, 15(2), 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.17705/1jais.00353>
- Sun, J. (2019). What and How Do Companies Benefit From Social Media? A Review of Seven Company Case Studies. <http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-201909192902.pdf>
- Sæbø, Ø. (2021, 07.01). *Informasjonssystemer* [Forelesningsnotater]. Canvas.
- Sæbø, Ø., Federici, T. & Braccini, A. M. (2020). Combining social media affordances for organising collective action. *Information Systems Journal*, 30(4), 699-732.
- Thagaard, T. (2009). *Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitativ metode* (3. utg. utg.). Fagbokforl.
- Treem, J. W. & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143-189. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>
- Van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- Volkoff, O. & Strong, D. M. (2017). Affordance theory and how to use it in IS research. I *The routledge companion to management information systems* (s. 232-245). Routledge.
- Wahid, F. & Sæbø, Ø. (2015). *Affordances and Effects of Promoting eParticipation Through Social Media*. Cham. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-319-22500-5_1.pdf
- Walquist, H. (2021). *Pålogga politi - En studie av muligheter og utfordringer med digitalt forebyggende politiarbeid* [Master, Universitetet i Oslo]. <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-92025>
- Walsh, J. P. & O'Connor, C. (2019). Social media and policing: A review of recent research. *Sociology compass*, 13(1), e12648. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/soc4.12648>
- Wang, H., Wang, J. & Tang, Q. (2018). A review of application of affordance theory in information systems. *Journal of Service Science and Management*, 11(01), 56. <https://doi.org/https://doi.org/10.4236/jssm.2018.111006>
- Webster, J. & Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS quarterly*, xiii-xxiii. <https://www.jstor.org/stable/4132319>
- Xue, S. & Churchill, D. (2019). A review of empirical studies of affordances and development of a framework for educational adoption of mobile social media. *Educational technology research and development*, 67(5), 1231-1257. <https://doi.org/10.1007/s11423-019-09679-y>
- Zuboff, S. (2019). *Overvåkningskapitalismens tidsalder*. Spartacus.
- Aalen, I. & Iversen, M. H. (2021). *Sosiale medier* (Ny utgave, 2. utgave. utg.). Fagbokforlaget.

Vedlegg

For å vise hvordan jeg har gått frem i forskningsprosjektet, legger jeg ved følgende informasjon i de kommende vedleggene.

1. Informasjonsskriv og samtykkeskjema som er sendt ut respondentene
2. Intervjuguide
3. NSD-godkjenning
4. Oversikt over nettpatruljenes kontoer i sosiale medier

Vedlegg 1 – Informasjonsskriv og samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet

”Politiets muligheter og begrensninger i sosiale medier”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan politiet oppfatter muligheter og begrensninger i sosiale medier. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Politiet har de siste årene økt sin synlige tilstedeværelse i sosiale medier, blant annet gjennom å opprette nettpatruljer i alle distrikter. Nettpatruljene som har forebyggende arbeid i sosiale medier som en av sine viktigste oppgaver. Nettpatruljene skal patruljere på nettet, forebygge kriminalitet ved å dele informasjon og forbyggende budskap, og være et sted hvor innbyggerne enkelt kan ta kontakt med politiet for å få råd og veiledning, og selv kunne tipse politiet. Nettpatruljer innhenter informasjon fra publikum og kommuniserer ut budskap til befolkningen på ulike sosiale plattformer.

Jeg ønsker å undersøke politiets nettpatruljers muligheter og begrensninger for kommunikasjon i sosiale medier, i lys av Affordance Theory - teorien om teknologiske muligheter og begrensninger i informasjonssystemer. Sosiale medier er en type informasjonssystem (IS) med ulike interessenter; det sosiale mediet, aktørene som bruker det, eier, kommersielle aktører og konteksten rundt.

Det er en masterstudie som skal søke å svare på forskningsspørsmålet: Hvilke muligheter og begrensninger oppfatter politiet i sosiale medier.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Oppgaven gjøres som en del av masterstudiet i teknologi, menneske og samfunn ved Universitetet i Agder.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

For å kunne svare på forskningsspørsmålet vil jeg intervju ansatte i politiets nettpatruljer. Du er blitt spurt fordi du jobber i politiets nettpatrulje og derfor kan bidra til utforskning av forskningsspørsmålet med din kunnskap, kompetanse og erfaring.

Hva innebærer det for deg å delta?

Metode for å samle inn data er semistrukturerte intervjuer. Å delta i studiet innebærer å bli intervjuet om sosiale medier i cirka en time. Samtalen vil bli ført med utgangspunkt i overordnede temaer og spørsmål. Intervjuene vil bli foretatt digitalt. Jeg tar lyd/bildeopptak og notater fra intervjuet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Ved Universitetet i Agder er det kun meg og min veileder Øystein Sæbø som vil ha tilgang til dine opplysninger.

I selve oppgaven vil respondentene bli anonymisert. Informasjon om hvem respondentene er, vil bli lagret adskilt fra øvrige data. Deltakerne vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjon.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene slettes når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er desember 2022.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet personopplysninger om deg
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Agder har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan du finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Universitetet i Agder ved professors Øystein Sæbø, institutt for informasjonssystemer
- Universitetet i Agders personvernombud: Ina Danielsen

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med: ·
NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på
telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Øystein Sæbø
Veileder

Karine Wigh
Student

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet politiets muligheter og begrensninger i sosiale medier, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- at professor Øystein Sæbø ved institutt for informasjonssystemer og student Karine Wigh kan gi opplysninger om meg til prosjektet – hvis aktuelt

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

Signeres av prosjektdeltaker, dato

Vedlegg 2 – Intervjuguide

Informasjon om prosjektet: Bakgrunn og formål

- Undersøke affordanser (muligheter og begrensninger) politiet oppfatter i sosiale medier og hvordan disse utnyttes i en samfunnsmessig kontekst.
- Intervjue ansatte i politiets nettpatroljer for å undersøke hvordan de oppfatter muligheter og begrensninger i teknologien de bruker i kommunikasjon med publikum og hvordan de utnytter disse affordansene.

Start opptak

- Informer om anonymitet og taushetsbelagt informasjon
- Informer om opptak og få muntlig samtykke

Bakgrunnsopplysninger

- Navn, alder, stilling
- Hvor lenge har du jobbet i politiets nettpatrolje?
- Hvilken (eventuell) annen arbeidserfaring har du fra politiet?
- Hvilken (eventuell) annen arbeidserfaring / utdanning som er relevant for arbeid i sosiale medier?

Politiet i sosiale medier

- Hvorfor er politiet aktive i sosiale medier?
- Hva er målsetningen med politiets arbeid i sosiale medier?
- Hvilke sosiale medier bruker dere? Hvis endringer, årsak?
- Hvilke arbeidsoppgaver består din arbeidshverdag av?
- Fortell hvordan dere jobber på de ulike plattformene dere er til stede på. Facebook, Instagram, SnapChat, TikTok, Discord, ...
- Hvorfor valgte dere disse plattformene?
Hva er fordelene med plattformene?
Hva er ulempene med plattformene?
- Hvilke målgrupper arbeider dere mot?
- Treffer dere målgruppene dere ønsker? Hvorfor, hvorfor ikke?
- Hvordan måler dere effekten av arbeidet i sosiale medier?
- Hvordan oppfatter du at dere lykkes i sosiale medier?
- Hvilken nytteverdi har arbeidet?

- Hvilke begrensninger møter dere i teknologien?
Facebook, Instagram, SnapChat, TikTok, Discord, ...
- Hvordan opplever du at politiet som organisasjon utnytter muligheter i sosiale medier?
- Er det muligheter i teknologien som ikke er utnyttet? Hvorfor, hvorfor ikke?
Hva begrenser politiets arbeid i sosiale medier?

Teknologi og samfunnskontekst

- Hvordan opplever du at deres arbeid i sosiale medier påvirker politiets tillit i befolkningen?
- Hva tenker du om aldersgrensene i sosiale medier? Påvirker disse deres arbeid?

- Hvordan påvirker personvern og taushetsplikt politiets arbeid i sosiale medier?
- Hva tenker du om at politiet som offentlig aktør bruker en kommersiell plattform?
- Hvordan påvirker netthets, hatspråk, mobbing, ulovlig deling av bilder, andre negative elementer i sosiale medier deres arbeid?

Avslutning

- Er det noe jeg ikke har spurt om, som du tenker er relevant?
 - Spørsmål?
 - Uklarheter?

Stopp lydopptak

Takk for deltakelse!

For å få deltakerne til å

1. utdype: Hva mener du med ...?
2. nyansere: Hvordan opplevde du? Hva er dine reaksjoner på?
3. presisere: Er det din mening at ...?
4. konkretisere: Be om eksempler.

Vedlegg 3 – NSD-godkjenning

Vurdering

 Skriv ut

Referansenummer

793112

Prosjekttittel

Politiets oppfattelse av affordanser i sosiale medier

Behandlingsansvarlig institusjon

Universitetet i Agder / Fakultet for humaniora og pedagogikk / Institutt for religion, filosofi og historie

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Øystein Sæbø, oystein.sabo@uia.no, tlf: 90207352

Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

Kontaktinformasjon, student

Karine Wigh, ksolbe99@stud.uia.no, tlf: 48944000

Prosjektperiode

03.12.2021 - 31.12.2022

Vurdering (1)

16.12.2021 - Vurdert

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet med vedlegg den 16.12.2021, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD. Behandlingen kan starte.

DEL PROSJEKTET MED PROSJEKTANSVARLIG

For studenter er det obligatorisk å dele prosjektet med prosjektansvarlig (veileder). Del ved å trykke på knappen «Del prosjekt» i menylinjen øverst i meldeskjemaet. Prosjektansvarlig bes akseptere invitasjonen innen en uke. Om invitasjonen utløper, må han/hun inviteres på nytt.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 31.12.2022.

Vedlegg 4 – Politiets nettpatroljer i sosiale medier

[Politiets nettpatrolje - Agder, @politietagder \(Instagram\)](#), @politiagder (Twitter)

[Politiet i Finnmark, @politifinnmark \(Instagram\)](#)

[Politiet i Innlandet, @innlandetpd \(Snapchat\)](#), @politiinnlandet (Twitter) [@politietiinnlandet \(Instagram\)](#)

[Politiets nettpatrolje Møre og Romsdal, @forebyggendesm \(Snapchat\)](#), @politiMRpd (Twitter)

[Politiets nettpatrolje – Nordland, @politinordland \(Instagram\)](#), @politinordland (Twitter)

[Politiets nettpatrolje - Oslo, @nettpatroljen \(Instagram\)](#), @nettpatoslo (Snapchat), @oslopolitiops (Twitter)

Minecraft: PolitiOslo1, PolitiOslo2, PolitiOslo3

Fortnite: PolitiOslo1, PolitiOslo2, PolitiOslo3

[Politiets nettpatrolje - Sør-Vest, @politisorvest \(Instagram\)](#), @politikongepark (Snapchat), @politietsorvest (Twitter), @politietsorvest (TIKTOK), @politietsorvest (Facebook) Discord: Nettbetjent Sør-Vest#1067

[Politiets nettpatrolje - Sør-Øst, @politietsorost \(Instagram\)](#), @politietsorost (Twitter)

Minecraft: PolitiSorOst1, PolitiSorOst2

Fortnite: PolitiSorOst1, PolitiSorOst2

[Politiets nettpatrolje - Troms, @politietitroms \(Instagram\)](#), @polititroms (Twitter)

[Politiets nettpatrolje Trøndelag, @politietitrondelag \(Instagram\)](#) [@politietitrondelag \(TikTok\)](#)

[Politiets nettpatrolje - Vest, @politivest \(Instagram\)](#), @politivest (Snapchat) [@politivest \(TikTok\)](#), @politivest (Twitter)

Fortnite: PolitiVest1

Minecraft: PolitiVest1

[Politiets Nettpatrolje – Øst, @nettpatroljen_ost_pd \(Instagram\)](#), @politietost (twitter)

Fortnite: PolitiØst1, PolitiØst2

Kripos sin nettpatrolje - Denne nettpatroljen støtter distriktene og patruljerer også i flere forum og nettsamfunn. Du finner de her:

Fortnite: PolitiKripos1

Minecraft: PolitiKripos1

Twitch: nettbetjent_kripos

Discord: PolitiKripos1 #0322

Discord: PolitiKripos2 #9355

Discord: PolitiKripos3 #3858

Discord: PolitiKripos4 #2658

Gå inn på Kripos sin Discord-server [her](#)

Oversikten er hentet fra politiets nettsider (Politiet, 2022).