

## Den Sociala Polismyndigheten

Den 11 april 2019 publicerade den svenska Polisen ett videoklipp till sitt nationella Instagramkonto. I klippet presenterades myndighetens nya bilar vilket inkluderade en kort sekvens där ett antal civila polisbilars registreringskyltar synliggjordes. Instagramanvändare var snabba med att påpeka detta misstag varav en skrev: ”Gött, tack för reg. numret, nu vet jag när jag ska rycka spärren.” Polisen besvarade detta kort därefter med kommentaren: ”Skrattar bäst som skrattar sist mannen. Vi är snart i en backspegel nära dig.”

Polisens närvaro på sociala medier är en starkt debatterad fråga i samhället. Gemensamt har myndighetens konton genererat publiceringar som setts, gillats och delats miljontals gånger. Polisen använder sig av sociala medier för att vara relevanta, lättillgängliga och synliga i det vardagliga livet. Det är också ett smidigt sätt att kommunicera effektivt, detta för att etablera nya relationer samt för att stärka redan existerande sådana. Men hur påverkar egentligen de sociala medieplattformarna Polisens trovärdighet? Är det rimligt att en myndighet i förtroendeställning använder sig av medier som riskerar att skada deras auktoritet?

I mitt examensarbete, ’Den Polisiära Närvaron’, har jag valt att studera just detta. Genom att undersöka den taktik som används av Polisen i relationsbyggande syfte på Instagram klagörs också bilden över dess potentiella konsekvenser. Uppmuntran av interaktion och engagemang såväl som bemötandet av kritik har visat sig vara speciellt användbara strategier som syftar till att involvera medborgaren inom den polisiära verksamheten. Genom att kommunicera på ett personligt sätt blir Polisen därmed enklare att relatera till. Vidare råder det tuff konkurrens om att fånga allmänhetens uppmärksamhet på sociala medier. Här kommunicerar myndigheten personligt och intresseväckande för att stå ut ur mängden. I bemötande av kritik har nyttjandet av humoristiska inslag visats vara särskilt populärt.

Det var först under bearbetningen av det innehåll som Polisen publicerat till sitt Instagramkonto som jag lyckades identifiera en viktig aspekt av frågans komplexitet. I relation till sociala mediers påverkan skriver Magnus Fredriksson och Josef Pallas i sin arbetsrapport ’Den Medialiserade Myndigheten’ att plattformarna ställer krav på den kommunikation som förmedlas härigenom. Forskarna poängterar också att medier så som Facebook och Instagram är speciellt effektiva redskap inom myndigheters relationsbyggande arbete men hävdar vidare att användningen kommer med ett pris. All kommunikation som delges på medierna behöver anpassas utefter plattformarnas krav på effektivitet och underhållning, krav som enkelt kan kallas för medielogik.

I Polisens kommunikationspolicy som publicerades 2015 fastställdes vikten av att låta fakta och expertis vägleda all delgiven kommunikation, detta för att inte äventyra myndighetens trovärdighet. Att använda sig av humor för att besvara kritiska kommentarer eller att publicera vackra bilder med syftet att stärka relationen till allmänheten gör att spänningen mellan myndighet och medielogik blir allt tydligare. Statliga instanser gör sig, i större utsträckning än privata aktörer, dessutom mer mottagliga för hårdare kritik över hur de väljer att använda sociala medier. Detta kan påstås vara ett resultat av deras kontroversiella myndighetsuppdrag, något som Polisen har gott om.

Användandet av humor för att nå popularitet eller att ställa öppna frågor för att få allmänheten att vilja samarbeta kan problematiseras utifrån ett myndighetsperspektiv. Agerande likt detta öppnar för frågan om Polisen verkligen bör anpassa sig utefter medielogik. Är det acceptabelt att bortse de riktlinjer som specificerats i kommunikationspolicyn för att nå framgång på Instagram? Skulle de välja att ignorera mediets krav på att producera underhållande publiceringar riskerar myndigheten att förlora sin popularitet på plattformen. Väljer de istället att anpassa sig utefter Instagrams medielogik medföljer risken att därigenom behöva utmana de direktiv som fastställts i deras kommunikationspolicy.

I mitt examensarbete tydliggörs konflikten mellan Polisens önskan att både upprätthålla sin auktoritet och att anpassa sig utefter Instagrams krav vid flertal tillfällen. Att besvara kommentarer så som: ”Här tas det bort obekväma frågor på löpande band!” med: ”Nejdå, däremot städar vi bort trams, dumheter och juvenilt bs.”, eller att bemöta: ”Vad jag ska suppa på valborg asså. En massa hembränt!” med att skriva: ”Eller så kanske du ska växa upp...?” utmanar onekligen de krav som ställs på myndighetskommunikation. Men trots motsättningarna har detta beteende också kommit att hyllas bland Instagramanvändare. Publiceringar med humoristiska inslag får i genomsnitt motta ett högre antal gillningar än inlägg och kommentarer utan. Humor har därigenom visats vara en viktig aspekt av Polisens närvaro på Instagram då detta är ett effektivt redskap att erhålla popularitet och relevans.

Men trots att de kommentarer som nämnts ovan kan tyckas utmana direktiven som fastställts i kommunikationspolicyn medför användandet av sociala medier också positiva påföljder. Det utgör vidare en viktig del av förståelsen för varför den polisiära närvaron på sociala medier är så kontroversiell som den är. Enligt Polismyndigheten ligger det i allmänhetens intresse att det byggs starkare relationer till nationens medborgare.

Etableringen av en stark lokal närvaro har till och med specificerats som en av deras viktigaste målsättningar inför år 2024. Vidare hävdar Polisen att den personliga tonen som används på sociala medier är grundläggande för verksamhetens positiva utveckling, detta eftersom det gör myndigheten mer lättillgänglig. Men räcker detta som en ursäkt för de övertramp som dokumenterats ske? Bör detta verkligen göra oss villiga att blunda från den problematik som medföljer Polisens agerande online?

Det är svårt att bortse från det faktum att Polisen tänjer på gränserna när de försöker etablera sin närvaro på sociala medier. Även fast vi kan peka på ett antal positiva påföljder måste vi fortfarande ställa oss frågan vilken påverkan sociala medier har på Polisens trovärdighet. Bör Instagrams krav på underhållande publiceringar accepteras bara för att plattformen möjliggör starkare relationer, eller borde kommunikationspolicyn direktiv alltid följas? Frågan i sig kan verka lika komplex som svaret och det finns många faktorer som måste tas i beräkning innan en helhetsbild kan uttolkas.

Så, vad tycker du? Anser du att Polisens agerande på medieplattformar ska accepteras som resultat av dess positiva effekter, eller vill du istället se en hårdare reglering av myndighetens användning av sociala medier? Oberoende av åt vilket håll du lutar i frågan är det viktigt att vi når en lösning på problemet innan konsekvenserna av Polisens närvaro på sociala medier resulterat i ett utfall som ingen kunnat räkna med.