



Η Ελληνική Αστυνομία στα νέα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media)

Στρατηγική επιλογή ή / και ανάγκη προσαρμογής;

Σύνταξη-επιμέλεια:

A/A' Λουκάς Κρίκος, A/B' Ανθούλα Μπανιά, Υ/Α' Πέτρος Τάνος, Υ/Α' Ευαγγελία Κλάψα, Υπ/κας Γεώργιος Μάτσικας
Γραφείο Τύπου Υπουργείου Προστασίας του Πολίτη



Τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο σύγχρονο κόσμο

Στη σύγχρονη κοινωνική πραγματικότητα όλο και περισσότερο διαπιστώνουμε την ανάγκη του ανθρώπου για ενημέρωση και πληροφόρηση. Στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον οι νέες μορφές ενημέρωσης καταγράφονται πλέον ως «αντισυμβατικές», καθώς ξεπερνούν τις παραδοσιακές πρακτικές και τα στερεότυπα της επικοινωνίας. Οι νέες μορφές, που χαρακτηρίζονται από ένα «ιδιότυπο εγγενή πλουραλισμό», εξασφαλίζουν ταχύτητα και αμεσότητα στην ενημέρωση, κυρίως όμως ενισχύουν την εγκυρότητα και την αντικειμενικότητα, που είναι τα κυρίαρχα συστατικά στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Η αστραπιαία διάδοση του διαδικτύου (internet) μετέβαλλε ριζικά τον τρόπο διάδοσης και πρόσβασης στην πληροφορία. Στον παγκόσμιο ιστό (World Wide Web) είναι πλέον διαθέσιμος ένας τεράστιος όγκος γνώσεων και πληροφοριών.

Επανάσταση στον κόσμο του Web, αποτέλεσε η εμφάνιση της δυναμικής διαδικτυακής πλατφόρμας, στην οποία μπορούν να αλληλεπιδρούν οι χρήστες, χωρίς να έχουν απαραίτητα εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα υπολογιστών και δικτύων. Ο όρος, που χρησιμοποιήθηκε να περιγράψει αυτή την νέα γενιά του Παγκόσμιου Ιστού, είναι το Web2.0. Χαρακτηριστικό του Web2.0 είναι και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Social Media).

Με τον όρο Social Media αναφερόμαστε στις τεχνολογίες, που βασίζονται στο διαδίκτυο και παρέχουν διαδραστική επικοινωνία μεταξύ των χρηστών. Οι χρήστες μπορούν να διαμοιράζονται (sharing),





να δημοσιεύουν και να έχουν πρόσβαση σε κάθε είδους πληροφορία. Τα τελευταία χρόνια η εξάπλωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι εξίσου αστραπαλιά. Από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι το Facebook, YouTube, Twitter, με εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρείας του Facebook, τον Ιούλιο του 2010 τα μέλη της ανέρχονταν πλέον στα 500.000.000, δημιουργώντας έτσι ένα τεράστιο δίκτυο ανθρώπων και πληροφοριών.

Η πληροφορία πλέον διαδίδεται στιγμιαία και η πρόσβαση σε αυτήν απέχει μόνο ένα «κλικ» του υπολογιστή μας. Τα νέα και οι ειδήσεις μεταφέρονται σε όλο τον πλανήτη, σε πραγματικό χρόνο και σχεδόν ταυτόχρονα τη στιγμή που συμβαίνουν. Η νέα αυτή πραγματικότητα άλλαξε δραστικά τα δεδομένα στις παραδοσιακές μορφές ενημέρωσης, όπως είναι οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση, οι οποίες επαναπροσδιορίζουν πλέον το ρόλο και την παρουσία τους στο χώρο, σε μια προσπάθεια να εναρμονιστούν στα νέα δεδομένα.

Η Ελληνική Αστυνομία, ως Οργανισμός με συνεχή παρουσία στο «κοινωνικό γίγνεσθαι» και διαρκή αλληλεπίδραση με τους πολίτες, επέλεξε να εισχωρήσει στον κόσμο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η επιλογή αυτή, ως μεθοδολογία επικοινωνίας, εκτιμήθηκε ότι θα συνεισφέρει στην έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση, θα διευκολύνει την παρουσίαση του έργου της και της προσφοράς της στο κοινωνικό σύνολο και θα παρέχει τη δυνατότητα πρόσβασης των χρηστών σε χρήσιμες πληροφορίες και συμβουλές.

Η ιστοσελίδα της Ελληνικής Αστυνομίας

Η παρθενική εμφάνιση της Ελληνικής Αστυνομίας στο διαδίκτυο έχει αφετηρία στις αρχές του 2002, μέσω της ιστοσελίδας του Υπουργείου (www.ydt.gr). Η αυτόνομη διαδικτυακή παρουσία της Ελληνικής Αστυνομίας έγινε το Ιούνιο του 2008, όταν τέθηκε σε λειτουργία η ιστοσελίδα του Σώματος (www.hellenicpolice.gr).

Ουσιαστικά ήταν η πρώτη προσπάθεια απευθείας επικοινωνίας του Σώματος με τους πολίτες, χωρίς την παρέμβαση/ παρεμβολή τρίτων.

Η ιστοσελίδα παρέχει στους χρήστες πολλαπλές δυνατότητες ενημέρωσης και επικοινωνίας. Ενημερώνονται για τις δράσεις του Σώματος. Έχουν πρόσβαση σε χρηστικές πληροφορίες και χρήσιμες συμβουλές για καθημερινά ζητήματα και κυρίως σε θέματα ασφαλείας και προστασίας. Ιδιαίτερα σημαντική έχει αποδειχθεί η χρηστική ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο (real time ενημέρωση) για την κίνηση στους δρόμους στην Αττική και Θεσσαλονίκη. Επιπλέον, μέσω της ιστοσελίδας έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν, μέσω e-

mails, με όλες τις Υπηρεσίες της Ελληνικής Αστυνομίας, να εκθέτουν τις απόψεις τους, να ζητούν και να παρέχουν πληροφορίες, να καταγγέλλουν διάφορα περιστατικά, να εποσημαίνουν αδυναμίες, να προτείνουν λύσεις κ.λπ.

Επίσημα στατιστικά στοιχεία από το Αρχηγείο της Ελληνικής Αστυνομίας, για μια σειρά θεμάτων, όπως η εγκληματικότητα, τα τροχαία ατυχήματα, τα θέματα αλλοδαπών και μετανάστευσης, τα ναρκωτικά, κ.λπ., είναι πλέον άμεσα διαθέσιμα στους επισκέπτες της ιστοσελίδας και κυρίως επικαιροποιημένα, ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Έτσι είναι δυνατή η άντληση πληροφοριών σχετικά με τη δράση της Ελληνικής Αστυνομίας, αλλά και η εξαγωγή συμπερασμάτων για ερευνητικούς ή συναφείς σκοπούς.

Τέλος, πολύ σημαντική είναι και η παροχή, μέσω της ιστοσελίδας, δημόσιων δεδομένων (raw data) σε αρχεία (σε μορφή Microsoft Excel και OpenOffice) που αφορούν τους τομείς της τροχαίας και της εγκληματικότητας. Η καινοτομία αυτή έχει χαρακτήρα κοινωνικής διαβούλευσης και ανοιχτής πρόσκλησης, καθώς παρέχει στοιχεία σε ερευνητές, φορείς και ιδιώτες προκειμένου να αναπτύξουν μελέτες, έρευνες και διαδραστικές υπηρεσίες, δηλαδή στοιχεία, τα οποία μέσα από την επεξεργασία τους συμβάλλουν στον καλύτερο σχεδιασμό της Αστυνομίας, προς όφελος του πολίτη, όσον αφορά τη βελτίωση της καθημερινότητάς του.



Τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Σε έναν τεχνολογικά ταχέως εξελισσόμενο κόσμο, η παρουσία της Ελληνικής Αστυνομίας στα ευρέως διαδεδομένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έδωσε νέα πνοή στην διαδραστική επικοινωνία, μεταξύ Αστυνομίας και πολιτών. Το γεγονός ότι η πλειονότητα της νεολαίας χρησιμοποιεί τις σύγχρονες τεχνολογίες, καθιστά τη διαδικασία αυτή ακόμη πιο σημαντική.

Η Ελληνική Αστυνομία, τον Μάρτιο του 2010, έκανε ένα τολμηρό και συνάμα καινοτόμο βήμα, με την παρουσία της στα Social Media, μέσω της έναρξης λειτουργίας επίσημου λογαριασμού στο Twitter με την ονομασία astynomia (www.twitter.com/astynomia). Η Ελληνική Αστυνομία είναι από τους πρώτους - και ελάχιστους μέχρι στιγμής δημοσίου φορείς - που υιοθέτησε τις νέες αυτές μορφές.

Ο λογαριασμός της Αστυνομίας στο Twitter δημιουργήθηκε για να





προσφέρει τη δυνατότητα στο κοινό να ενημερώνεται για θέματα αστυνομικού ενδιαφέροντος που απασχολούν την επικαιρότητα, για δράσεις και επιτυχίες της Ελληνικής Αστυνομίας (προβολή του έργου του Σώματος) αλλά και για περιστατικά που εξελίσσονται σε πραγματικό χρόνο (real time ενημέρωση). Επίσης, παρέχει χρηστικές πληροφορίες, που αφορούν τον πολίτη στην καθημερινότητά του (κυκλοφοριακές ρυθμίσεις, οδηγίες διοικητικών συναλλαγών, έκδοση εγγράφων, δηλώσεις κλοπών κ.ά.)

Το Twitter είναι μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης με την οποία επιτυγχάνεται η διαδραστική επικοινωνία με τον πολίτη, καθώς επιτρέπει σε αυτόν την άμεση υποβολή ερωτημάτων, παραπόνων, καταγγελιών αλλά και σχολιασμού των γεγονότων. Σήμερα, η πολιτική που ακολουθείται στη διαχείριση του λογαριασμού, συνίσταται αρχικά στο ότι δεν δίδονται απαντήσεις ατομικά σε κάθε χρήστη, πλην όμως αναρτώνται επίσημες ενημερώσεις, έτσι ώστε να καλύπτεται όσο το δυνατόν μεγαλύτερη θεματολογία ερωτημάτων. Επίσης τα μηνύματα προωθούνται, ανάλογα με το περιεχόμενό τους, στην Ηγεσία, τις αρμόδιες Διευθύνσεις ή Υπηρεσίες της Ελληνικής Αστυνομίας.

Ο αριθμός των followers (δηλαδή των χρηστών που επέλεξαν να παρακολουθούν τις τρέχουσες ενημερώσεις-updates) στο λογαριασμό της Ελληνικής Αστυνομίας στο Twitter, ανέρχεται αυτή τη στιγμή στους (3.780) - με αυξητικές τάσεις - γεγονός το οποίο απεικονίζει τη θετική στάση - ανταπόκριση των χρηστών του Twitter στο νέο αυτό τρόπο επικοινωνίας με την Αστυνομία.

Βέβαια, η δημιουργία λογαριασμού στο Twitter από την Ελλη-



νική Αστυνομία δεν αποτελεί πρωτοτυπία σε διεθνή επίπεδο, καθώς ήδη έχουν δημιουργήσει λογαριασμούς και Αστυνομίες ξένων χωρών, όπως η Metropolitan Police, Boston Police κ.λπ., ενώ όλο και περισσότεροι οργανισμοί και φορείς επιλέγουν να προβάλλουν το έργο τους μέσω του Twitter.

Η παρουσία της Ελληνικής Αστυνομίας στα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν περιορίζεται μόνο σε αυτά που προαναφέρθηκαν. Τον Μάρτιο του 2010 δημιουργήθηκε το κανάλι της Ελληνικής Αστυνομίας στο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης

YouTube (www.youtube.com/ellinikiastynomia), στα πρότυπα της ήδη επιτυχημένης παρουσίας των Αστυνομιών ξένων χωρών (π.χ. Metropolitan Police).

Ο επισκέπτης της ιστοσελίδας έχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε περιεκτικά και σύντομα βίντεο (διάρκειας 2 έως 4 λεπτών), με οπτικοακουστικό υλικό που απεικονίζει εκπαιδευσεις προσωπικού, δραστηριότητα Ειδικών Υπηρεσιών του Σώματος κ.λπ. Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε τις εξής Υπηρεσίες:

- ▶ Ειδική Κατασταλτική Αντιτρομοκρατική Μονάδα (Ε.Κ.Α.Μ.)
- ▶ Τμήμα Εξουδετέρωσης Εκρηκτικών Μηχανισμών (Τ.Ε.Ε.Μ.)
- ▶ Άμεση Δράση - Ομάδα ΔΙ.ΑΣ. - Ομάδα ΔΕΛΤΑ
- ▶ Ομάδα Αστυνομικών Σκύλων
- ▶ Τμήμα Ειδικής Μετεκπαίδευσης Οδηγών
- ▶ Θάλαμος Επιχειρήσεων Παρακολούθησης και Ελέγχου Κυκλοφορίας

Περισσότεροι από (116.000) χρήστες έχουν επισκεφθεί το οπτικοακουστικό υλικό (videos), που μέχρι στιγμής έχει αναρτηθεί στο κανάλι του YouTube, αποδεικνύοντας τη θετική ανταπόκριση των χρηστών του διαδικτύου και σε αυτήν την πρωτοβουλία της Ελληνικής Αστυνομίας.

Αξίζει να αναφερθεί ότι μία ακόμα σημαντική παράμετρος των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης είναι και αυτή της «εσωτερικής» επικοινωνίας, που αφορά τα μέλη της Ελληνικής Αστυνομίας. Εκτός από τους ιδιώτες, ένα μεγάλο ποσοστό αστυνομικών αξιοποιεί καθημερινά, για υπηρεσιακούς ή ατομικούς λόγους, τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στρατηγική επιλογή ή/και ανάγκη προσαρμογής

Όλα όσα αναλύθηκαν παραπάνω μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο εκσυγχρονισμός και η μετεξέλιξη των «διαύλων επικοινωνίας» της Ελληνικής Αστυνομίας με τους πολίτες, είναι μια διαδικασία συνεχής και απολύτως αναγκαία. Η αναζήτηση και η μορφοποίηση νέων «διαύλων», αλλά και η αναμόρφωση παλαιότερων, είναι απαραίτητο να στηρίζεται σε επιστημονικά - τεχνοκρατικά κριτήρια, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα «διείδυσής» τους σε επιμέρους «ομάδες στόχους» (target groups).

Σύγχρονες μελέτες δείχνουν ότι ο μέσος άνθρωπος δέχεται, κατά μέσο όρο, (1.200) μηνύματα ημερησίως, με ορατό τον διαφαινόμενο κίνδυνο, αν όχι της ολικής απόρριψής τους, τουλάχιστον ενός μεγάλου μέρους τους. Αναδεικνύεται σαφώς η νέα τάση (που καταγράφεται ως επιτακτική ανάγκη από τους ειδικούς) της «εξατομικευμένης» ενημέρωσης και επικοινωνίας, στην οποία παραχωρούν πλέον τη θέση τους οι κλασικές πρακτικές και τακτικές επικοινωνίας.

Υπό την έννοια αυτή, η χρήση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης ανάγεται προφανώς σε ζήτημα κεντρικής στρατηγικής, για έναν Οργανισμό που επιζητά να έχει «μαζί του» την κοινή

γνώμη και διεκδικεί παράλληλα τη δυναμική παρουσία του στο χώρο αυτό. Σήμερα, που τα Social Media αποτελούν μέρος της καθημερινότητας ενός μεγάλου αριθμού ανθρώπων, η Αστυνομία αξιοποιεί όλο και περισσότερο τις δυνατότητες που προσφέρουν. Η ιστοσελίδα του Σώματος, ο λογαριασμός Twitter, αλλά και το κανάλι μας στο YouTube λειτουργούν όχι μόνο διαδραστικά, αλλά και συμπληρωματικά – επικουρικά, έχοντας ως σκοπό την ολοκληρωμένη παρουσία της Ελληνικής Αστυνομίας, σε όλο το φάσμα των νέων μορφών επικοινωνίας.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι η όλη διαχείριση και παρουσία στα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γίνεται με σεβασμό προς τους χρήστες και στο πλαίσιο της βασικής μας αρχής για αντικειμενική, έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση. Μόνο έτσι δημιουργούνται οι κατάλληλες συνθήκες και προϋποθέσεις για «υγιή» αλληλεπίδραση και εποφελή κριτική.



Αναμφισβήτητα τα σύγχρονα δεδομένα και οι τάσεις - αντιλήψεις στον τομέα της «εξατομικευμένης» επικοινωνίας, δημιουργούν νέες προοπτικές και ορίζοντες και στο χώρο της Αστυνομίας. Στην κατεύθυνση αυτή μπορούν να ενταχθούν μια σειρά προτάσεων, όπως η δημιουργία ενός blog της Αστυνομίας, που θα λειτουργεί ως «δεξαμενή σκέψης και δημιουργικής ανταλλαγής απόψεων» (think tank). Αναρτήσεις επιστημονικών άρθρων, απόψεις και προτάσεις υπηρεσιακών παραγόντων, εγκληματολόγων, εξειδικευμένων επιστημόνων και «ειδικών» (experts) θα αποτελούν το πεδίο ενός εποικοδομητικού διαλόγου στρατηγικής ανάλυσης και σύνθεσης, καθώς θα παρέχουν τη δυνατότητα ανταλλαγής απόψεων, σχολιασμού και κρίσεων από τους ενδιαφερομένους.

Με βάση τα προαναφερόμενα προκύπτει εύλογο το ερώτημα: «η υιοθέτηση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης από την Ελληνική Αστυνομία αποτελεί στρατηγική επιλογή ή/και ανά-



γκη προσαρμογής στα νέα δεδομένα;»

Βέβαια, η απάντηση στο ερώτημα αυτό εκτιμούμε ότι δεν μπορεί να είναι μονοσήμαντη ή μονοδιάστατη, καθώς η μία παράμετρος προφανώς δεν αναρρεί την άλλη. Προσπαθώντας ωστόσο να απαντήσουμε, θα πρέπει να επισημάσουμε ότι τα τελευταία χρόνια η επικοινωνία στην Ελληνική Αστυνομία χαρακτηρίζεται από μία συνειδητή εξωστρέφεια και ικανότητα ευελιξίας

και προσαρμογής στις εναλλακτικές μορφές. Έχουμε κατανοήσει, ότι στον τομέα αυτό θα πρέπει να ακολουθήσουμε το δρόμο της «γνώσης» και της «προόδου», μέσα από ένα ολοκληρωμένο σχεδιασμό, που περιλαμβάνει και την προσαρμογή - αξιοποίηση των νέων «ευκαιριών».

Υπό την έννοια αυτή, η χρήση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δεν θα μπορούσε παρά να αποτελεί προϊόν αναλογικής σύνθεσης αλλά και σύγκλισης των δύο παραμέτρων. Η ανάγκη προσαρμογής, στο πλαίσιο όμως μιας κεντρικής στρατηγικής επιλογής, είναι η έκφραση που αποδίδει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την εξέλιξη αυτή.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε, ότι η επικοινωνιακή διαδικασία είναι μια σημαντική μορφή ελέγχου και κριτικής της Αστυνομίας, από την πλευρά της κοινωνίας. Μέσα από τη διαδικασία αυτή, οι πολίτες αξιολογούν την Αστυνομία και αναπαράγουν ή μη, την εμπιστοσύνη τους στο Θεσμό. Από την άλλη πλευρά, σε όλα τα δημοκρατικά πολιτεύματα, η Αστυνομία για να είναι αποτελεσματική, οφείλει να επιδιώκει ευρεία κοινωνική συναίνεση στην παρουσία και δράση της. Συνεπώς η επικοινωνιακή προσέγγιση απαιτεί πολλές φορές λύσεις και αναπροσαρμογές, που ορισμένοι εύκολα θα απέρριπταν ως τολμηρές, ξεχνώντας ότι η αναγνώριση της προσφοράς της Ελληνικής Αστυνομίας είναι συνάρτηση πολλών παραγόντων, που δεν αποτιμώνται μονό με ποσοστά ή μετρήσιμα μεγέθη.

Οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι οι μέθοδοι επικοινωνίας, που επιλέγονται - προκρίνονται κατά περίπτωση, αξιολογούνται με βάση κυρίως την κοινωνιολογική τους επίδραση. Θεωρούμε λοιπόν ότι τα μέχρι στιγμής αποτελέσματα, από τη χρήση των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δικαιώνουν τις επιλογές μας και επαληθεύουν τις προσδοκίες μας. Επιβεβαιώνουν ότι η Ελληνική Αστυνομία, είναι διαχρονικά μέτοχος της «κοινωνικής πραγματικότητας», όπως αυτή συνδιαμορφώνεται στο πλαίσιο της εξελικτικής της πορείας. Και είναι προφανές ότι ο επικοινωνιακός τομέας της Ελληνικής Αστυνομίας δεν θα μπορούσε να απουσιάζει από την προσπάθεια αυτή.]