

Politie, justitie en (nieuwe) sociale media

WILLY BRUGGEMAN^a

De sporen gelegd, (te) weinig reizigers, de trein gemist, de trein ontspoord?



Panopticon, 33 (3), 199-204
© 2012 MAKLU | ISSN 0771-1409 | MEI 2012

^a Voorzitter federale politieraad (Corresp. willy.bruggeman@moerbeke.be).

Sociale media zijn op korte tijd wereldwijd doorgebroken. Ben Caudron noemt sociale media een uiting van een sociologisch verschijnsel dat hij als *consumentisme* aanduidt.¹ Individualisatie werd als een volgende sociologische trend omstandig beschreven door Z. BAUMAN (1998). Ondertussen zijn de *digital natives* geboren en *smart phones* en *tablets* doen de rest.

Sociale media hebben de tussenschotten tussen 'zender' en 'ontvanger' weggenomen. Gebruikers zijn niet alleen op zoek naar informatie, maar ook naar inspiratie en sommigen willen zich vooral manifesteren. Burgerjournalistiek en 'user-generated content' krijgen een steeds grotere impact.

Op internationaal vlak werd vooral in 2011 duidelijk hoe sociale media als positieve en negatieve kracht gebruikt konden worden. De gebeurtenissen in de Arabische wereld in de eerste helft van dat jaar toonden hoe volledige bevolkingsgroepen zich indirect konden emanciperen via het gebruik van sociale media. Twitter en Facebook werden de enige kanalen waardoor informatie uit Syrië het Westen kon bereiken en waren soms de enige manieren waarop een leiderloze revolutie zich kon groeperen. Deze kracht van sociale media werd in 2011 echter ook gebruikt door de relschoppers in Engeland, die hun raids op winkels of straten coördineerden via Blackberries of via Twitter. In Egypte antwoordde het voormalige regime op de kracht van sociale media door het internet af te sluiten; en na de rellen in de UK stelde David Cameron voor om dergelijke sociale media uit de ether te halen in noodsituaties (WILLIAMS, 2011). In Nederland zorgen ondermeer jongeren die agressieve daden via Twitter aankondigen tegen scholen ('Terreurtwitteraars') bij de politie voor kopzorgen (X, 2010).

Ook in België zagen we de positieve en negatieve krachten van sociale media. Na de ramp op het Pukkelpop-festival kwam een hulpactie op gang via sociale media, en die media waren ook gedurende een tijd de enige informatiebronnen voor de festivalgangers. Tegelijkertijd zagen we hoe bijvoorbeeld hooligans in Anderlecht zich via dezelfde kanalen organiseerden om rel te schoppen.

De sociale media vormen een bijzondere uitdaging voor politie en justitie. De centrale vraag is: hoe verhouden politie en justitie en sociale media zich? Enerzijds gaat het om de

¹ Zie hiervoor: <http://www.caudron.com>.

impact van de sociale media bij gebeurtenissen waarbij een politie (en justitie) optreden wordt verwacht en de impact van de 'wisdom of the crowd' op de onveiligheid. Anderzijds betreft het mogelijke (nieuwe) opportuniteiten voor politie en justitie en mogelijke bedreigingen voor het legitiem en democratisch optreden.

Sociale media stellen de gebruiker, en niet de producent, van bepaalde boodschappen centraal en zijn toegankelijker, transparanter en minder hiërarchisch dan hun traditionele tegenhangers. Sociale media beschikken over enkele bijzondere kenmerken, die afzonderlijk niet nieuw zijn, maar die gecombineerd wel enkele specifieke effecten kunnen hebben (TOPS en ZOURIDIS, 2010). Ten eerste hebben ze een groot wervend effect en hebben ze een groot 'schoolpotentieel'. Ten tweede hebben sociale media een groot explosie-potentieel aangezien bepaalde boodschappen zeer snel verspreid en versterkt kunnen worden. Ten derde hebben ze een groot synergiepotentieel: door de logica van het samenvoegen van kleine onderdelen of bijdragen kan er een grotere werkelijkheid ontstaan. Ten slotte zijn sociale media inherent ambigu als 'drager van collectieve wijsheid', wat bijvoorbeeld een impact kan hebben op het onveiligheidsgevoel.

Het gebruik van sociale media door de overheid ontstaat vooral bottum-up. Er zijn nog weinig kaders en richtlijnen van de (internationale) overheid. Drie houdingen zijn nu mogelijk voor de leidinggevendenden: verbieden, controleren of stimuleren? De algemene vraag waar het in dit themanummer dan ook om draait is: hoe moeten politie en justitie omgaan met de gevaren en opportuniteiten die verbonden kunnen zijn met het gebruik van deze nieuwe media? Dat sociale media heel wat positieve effecten sorteren hoeft nauwelijks betoog. De specifieke gebruiksmogelijkheden en -moeilijkheden voor politie en justitie worden stilaan zichtbaar. Maar uit de praktijk blijkt dat de overheid in het algemeen, en politie en vooral justitie in het bijzonder, meer tijd nodig heeft om de sociale media te omarmen. Politie en justitie kunnen zich vooral niet onttrekken aan het brede emancipatieproces van de informatie- en communicatietechnologie. De negatieve effecten, zoals de impact op de privacy, krijgen occasioneel aandacht.

De derde houding verdient de voorkeur en wellicht is dit themanummer een ondersteuning om over de preferente positie te reflecteren.

Daarom worden een aantal aspecten in dit editoriaal belicht. Sommige ervan komen in dit themanummer meer in het bijzonder aan bod.

1. NOOD AAN AANPASSING AAN EN EEN NIEUWE ORGANISATIECULTUUR VOOR JUSTITIE EN POLITIE?

Ook leden van politie en justitie maken steeds meer gebruik van sociale media. Maar, deelnemers aan sociale media vallen, ook bij politie en justitie, uiteen in drie kampen: er zijn de 'zeloten', die inherent houden van sociale media omwille van de opportuniteiten en de ervaringen die ze aanbieden. Er zijn de 'samenwerkers', die deze media gebruiken omdat ze hun helpen hun job beter uit te voeren en er zijn de 'tegenstanders', die vooral risico's zien in het gebruik van sociale media. In welk kamp bevinden de Belgische justitie en politie zich? Op welke manier gebruiken deze twee partijen sociale media nu? Gebruiken beide partijen sociale media te veel, te weinig of net genoeg? Het lijkt er nu op dat bij politie en justitie er vooral veel 'risico aversie' heerst. Die weerstand lijkt niet gebaseerd te zijn op de potentiële (technische) veiligheidsrisico's van sociale media, maar lijkt eerder samen te gaan met een andere organisatiecultuur van beide instanties die rust op strikte controle van informatiestromen en een hiërarchische structuur.

Er zijn echter verschillende 'drivers' die het gebruik van sociale media door de politie positief zouden kunnen beïnvloeden: het kan (1) intra- en (2) inter-agency samenwerking bevorderen en (3) het verzamelen en delen van informatie versterken. Verder past het

gebruik van sociale media in het versterken van een (4) open beleid door (5) interactief diensten te leveren aan de burger, wat tot een (6) verandering in de organisatiecultuur van politie en gerecht kan leiden.

Het uitgangspunt hier kan zijn dat het gebruik van de sociale media geen echt nieuwe vragen opwerpt, maar een nieuwe uiting is van oude fenomenen. Informatie uitwisselen, privacy en veiligheidsmanagement in het gebruik van bepaalde media zijn niet fundamenteel nieuw maar vragen om een nieuwe interpretatie in een nieuwe context. Om te weten of er juist gehandeld wordt, is er nood aan duidelijke evaluatiecriteria en -procedures; er moet bijvoorbeeld een duidelijke scheidingslijn zijn tussen het private en publieke leven van politie- en justitiemensen wanneer dergelijke media gebruikt worden.

Sinds enige tijd zijn er heel wat individuele initiatieven, zoals *policing 2.0*, om van elkaar te leren uit beste en slechte praktijken. Vooral politie heeft nu recent grote inspanningen gedaan om te begrijpen wat Twitter en Facebook in zich dragen en hoe er zo goed mogelijk mee om te gaan, wat heeft geleid tot een door de toenmalige minister van Binnenlandse Zaken officiële “sociale media-strategie” voor de politie (BRUGGEMAN, 2011). In uitvoering hiervan zal de politie per definitie in een surveillancemodus deelnemen, maar ook in een dialoogmodus. Surveillantie vraagt in se om onzichtbaarheid; dialoog vergt juist het omgekeerde. Het moeilijke voor de politie is echter dat sociale media zich niet laten vangen in een hiërarchisch net.

In Nederland gaat men dan weer zo ver om aan elke meldkamer van de nationale politie in wording een ‘real time intelligence centre’ toe te voegen. Justitie blijft voorlopig achter, hoewel een aantal magistraten wel actief belangstelling tonen voor het gebruik van sociale media in relatie tot hun werkzaamheden.

Richtsnoeren voor politie en justitie zijn alleszins:

- Gebruik van gezond verstand;
- Blijf geloofwaardig, accuraat, fair, duidelijk en transparant;
- Doe niets wat niet in overeenstemming is met de wet en met de voor uw organisatie geldende deontologische/ethische code;
- Zoek naar en handhaaf consistentie;
- Blijf responsief;
- Streef naar geïntegreerd benaderen;
- Blijf dienstbaar;
- Vergeet nooit dat wat je online brengt permanent ergens geregistreerd blijft en altijd het voorwerp kan worden van nieuwe media publicaties.

De uitdagingen voor politie en justitie zitten vooral in het combineren van interne en externe aspecten, van een incident gedreven naar een algemeen benaderen van problemen, de weerstand tegen verandering die altijd aanwezig blijft, de enorme impact op al de politie- en justitiefuncties en op de structurele gevolgen (vb. het integreren van sociale media in het concept “intelligence led policing”).

Geen kleine uitdagingen dus, maar er is geen weg terug. Liever dan te blijven experimenteren, hoewel het recht op innovatie en dus ook op fouten binnen de politie-organisaties meestal daadwerkelijk erkend wordt, moet de voorkeur gaan naar het creëren van erkende waarden en het juridisch correct organiseren van deze activiteiten.

2. OPPORTUNITEITEN EN GEVAREN VAN HET GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA ALS HULPMIDDEL IN DE STRIJD TEGEN CRIMINALITEIT EN ANDERE VEILIGHEIDSRISICO'S

Enerzijds word crowdsourcing ook wel eens crime-sourcing genoemd. Anderzijds zorgt het toegenomen gebruik van sociale media voor andere opportuniteiten voor gerecht en politie, die deze als hulpmiddel kunnen gebruiken in de strijd tegen criminaliteit. Facebook, Myspace, Netlog en andere online sociale media leveren bewijsmateriaal voor verschillende rechtszaken. Profielen waarop de gebruiker zelf geen strikte privacybeperkingen heeft gelegd zijn voor iedereen, ook de speurder en de advocaat, zichtbaar. Maar is het wel volledig duidelijk wanneer informatie op een profiel-site 'publiek' dan wel 'privaat' is? Informatie die via deze kanalen privé wordt uitgewisseld moet, net als andere vormen van elektronische communicatie, opgevraagd kunnen worden – maar door wie precies, en welk vermoeden van schuld moet er zijn vooraleer de aanbieder van sociale media dergelijke informatie moet overhandigen aan politie en gerecht? Gelden er andere regels voor Belgische bedrijven zoals Netlog dan voor Amerikaanse bedrijven, die de meest belangrijke sociale media in handen hebben? En hier loert ook het gevaar van contrastrategieën om de hoek.

Rechercheactiviteiten die gebaseerd zijn op sociale media verdienen een correcte juridische basis. Alleszins zullen, zoals blijkt uit dit themanummer, nog heel wat juridische vragen i.v.m. de toepasbaarheid van de klassieke strafvordering een antwoord moeten krijgen. De vraag is of deze basis nu al voldoende voorhanden is, dan wel of deze het voorwerp moet uitmaken van (nieuwe) specifieke regelgeving, naar analogie bijvoorbeeld met de telefoontap en het bewaren van elektronische gegevens. Aangezien sociale media bij uitstek gerund worden door internationale bedrijven, moet men zich ook de vraag stellen of een Europese of globale aanpak geen betere manier is om deze vragen te beantwoorden. Heeft een aangepaste of nieuwe Belgische wetgeving hierover eigenlijk wel zin?

3. EEN NIEUWE MANIER OM MET DE BURGER TE COMMUNICEREN?

De politie beschikt over verschillende soorten informatie: (1) individuele 'case' informatie; (2) geen case-gerelateerde informatie omtrent beleid, analyses of "accountability" gegevens; (3) informatie als bewijsmateriaal. Elk van deze categorieën vraagt om een verschillende manier van communiceren.

De centrale vraag is hoe politie en gerecht nu het best gebruik kunnen maken van sociale media in de context van voormelde eigenschappen? Naargelang het publiek meer informatie deelt en opzoekt via sociale media, zal het ook meer en meer verwachten dat informatie beschikbaar zal gemaakt worden door politie en gerecht via deze kanalen. De overheid moedigt politiediensten ook aan om de mogelijkheden van sociale media maximaal te onderzoeken en optimaal te benutten. Informatie zal dus vaker voor de burger moeten toegankelijk gemaakt worden. Ook beseft de overheid steeds meer dat sociale media moeten opgenomen worden in de plannen rond crisiscommunicatie.

4. DE STEEDS DUNNERE SCHEIDINGSLIJN TUSSEN PRIVÉ EN BEROEP, HOE OMGAAN MET MISBRUIKEN EN DE NOOD AAN NIEUW LEIDERSCHAP?

Ook wordt de grens tussen privé- en beroepsleven met de dag kleiner. Het aantal zaken waarin persoonlijke publicaties van de internetgebruikers op het web een rechtstreekse impact hebben op het werk neemt gestaag toe. Ook hier gelden vooral de regels van het

gezond verstand. Er zijn enerzijds de vrijheid van meningsuiting en anderzijds de grenzen ervan. Ook leden van politie en justitie moeten beseffen dat het communiceren met vrienden, ook op het werk, doorgaans als een publiek platform mag beschouwd worden en dus toezicht door de werkgever of de eigen autoriteiten mogelijk maakt.

Maar niet alleen stelt zich de vraag hoe om te gaan met sociale media. Ook rijst de vraag hoe om te gaan met fout gebruik van sociale media en kan/moet dit bestraft worden? Uit een intern politieonderzoek blijkt alvast dat de beteugeling van de misbruiken geen ingeburgerde praktijk is doordat er nog geen rechtspraak sociale media vaststaat. Verontrustend zijn de feiten waarbij valse profielen aangemaakt worden om (bekende) personen schade te berokkenen.

Leren proberen is dus duidelijk niet voldoende. Het management van politie en justitie zal een nieuw soort leiderschap vragen: netwerk structuur, cultuur van vertrouwen, individuele vrijheid in het handelen van de medewerkers, het creëren van een cultuur van “accountability”, een sterkere burgerparticipatie (slachtoffer, getuige, dader, derde), het steunen van innovatie en het creëren van waarden. Het management van politie en justitie zal een nieuw soort leiderschap vragen dat geënt is op een netwerkstructuur, een cultuur van vertrouwen en meer individuele vrijheid in het handelen van de medewerkers.

5. MENSENRECHTEN EN SOCIALE MEDIA IN EEN INTERNATIONALE CONTEXT

Sociale media zijn dus enerzijds een bedreiging en bieden anderzijds kansen voor de politiediensten en voor justitie. Samen met de overheid zoekt de politie naar ‘best practices’ en andere nieuwe mogelijkheden om aan beide aspecten tegemoet te komen. In het algemeen kan men zich ondermeer de vraag stellen of de Belgische en Europese privacy- en databeschermingswetgeving voldoende de toegang van politie en gerecht regelt tot informatie die te vinden is op sociale media.

In Egypte antwoordt het voormalige regime op de kracht van sociale media door het internet af te sluiten; en na de rellen in de UK stelde David Cameron voor om dergelijke sociale media uit de ether te halen in nood-situaties. Moet dit kunnen, ook in België? Bestaat er een ongebreidelde recht op toegang tot sociale media? In dezelfde context moet men zich de vraag stellen of het mogelijk moet zijn om anoniem te blijven op sociale media. De redenering is dat wanneer men zich niet kan verschuilen achter een valse profielnaam, men immers minder geneigd zal zijn om tot geweld op te roepen via dergelijke media. Maar is dat wel zo? En welke impact heeft dit op het recht op vrije meningsuiting en op een nieuw concept dat opmars maakt in de EU, namelijk het recht op vergetelheid?

Vragen die deels een antwoord vinden in dit themanummer, maar ook het voorwerp blijven voor verder onderzoek en positiebepaling. Ook de Europese Unie zoekt een antwoord op deze vragen en het document betreffende ‘the future of privacy’ illustreert de complexiteit van het inschatten van de impact van toekomstige ontwikkelingen (Adviezen Europese Toezichthouder gegevensbescherming, 2011).

6. EN DE TOEKOMST?

Vermeien in toekomstverwachtingen is in deze niet eenvoudig. Te vermelden is wel de denktank die nu in navolging van het Evaluatierapport tien jaren politiehervorming werd opgericht en zich buigt over een mogelijke toekomstvisie voor de politie (BRUGGEMAN *et al.* 2010). Eén van de aspecten die besproken wordt is juist het omgaan met nieuwe sociale media en technologische ontwikkelingen (zoals RFID). Toch is het noodzakelijk om oriëntatie te zoeken voor toekomstige ontwikkelingen bij politie én justitie. Dit is meer

dan zomaar de toekomst ondergaan (future policing), maar ook een mogelijkheid om de toekomst mee op te bouwen (policing the future) en om bepaalde nefaste toepassingen (zoals overdreven 'big brother policing') te vermijden. Er zal ook voorkomen moeten worden dat vooral de politie verstrikt geraakt in allerlei 'hypes'. Daarom zal zij vooral moeten bouwen op goede praktijken, zowel in eigen- als in het buitenland. Een kritische en realistische kijk kan bijdragen tot het op waarde schatten van ervaringen en focus leggen op die toepassingen die het openbaar bestuur effectiever en efficiënter maken. Niet alles draagt daar toe bij. De politie hoeft ook niet altijd vooruit te lopen en met elke hype mee te gaan. Wat zeker is, is het feit dat door de sociale media politie en justitie zullen geconfronteerd worden met steeds grotere informatiestromen, waarbij menselijke interactie steeds meer afhankelijk wordt van technologie. De grote vraag is of dat leidt tot meer samenhang en menselijkheid, dan wel tot situaties die het politie- en justitiedossier steeds ingewikkelder en moeilijker maken. De grote uitdaging zal zijn om de driehoek *veiligheid-mensenrechten-wettelijkheid* in balans te houden. Dit is niet alleen een zaak van wettelijkheid, maar en misschien vooral ook een zaak van deontologie en integriteit. Het vertrouwen van de burger in politie en justitie kan als gevolg van sociale media veel vlugger en massaal onder druk komen te staan. Van politie en justitie mag verwacht worden dat ze zich 'gewoon' blijven gedragen en toch blij geven van het nodige aanpassingsvermogen, wat niet alleen een zaak is van creativiteit maar van flexibiliteit en realisme. Dit is een zaak van strategie en aanpassingsvermogen, zowel individueel als voor de respectievelijke diensten. Kiezen voor een hoog ambitieniveau zal niet volstaan: er zal vooral oordeelkundig op sociale media moeten geïnvesteerd worden. En misschien kunnen de nieuwe media meer een voorbeeld nemen aan de oude.

Een aantal van deze aspecten komen in dit themanummer aan bod, andere blijven vragen die elders of in een later nummer een antwoord moeten krijgen. Daarom en dus last but not least: ook bij dit tijdschrift ligt een grote verantwoordelijkheid. Er is absoluut nood aan onderzoek en meer wetenschappelijke ondersteuning, mede op basis van onderzoek. Een open uitnodiging dus voor onderzoekers om deze oproep aan te grijpen.

REFERENTIES

- Adviezen van de Europese toezichthouder voor gegevensbescherming, PB 22.6.2011, C 181/1.
- BAUMAN, Z. (1998). *Work, consumerism and the new poor*, Berkshire. Open University Press.
- BRUGGEMAN, W., DEVROE, E. en EASTON, M. (2010) *Evaluatie van 10 jaar politiehervorming*, Antwerpen: Maklu.
- BRUGGEMAN, W. (2011). Naar een nieuw concept sociale media voor de Belgische politie, *Panopticon*, 32, 6, 37- 42.
- COUDRON, Ben, zie: <http://www.caudron.com/>.
- TOPS, P. en ZOURIDIS, S. (2010). Sociale media: wisdom of the crowds and social disorder, pearls in policing. (in druk).
- WILLIAMS, C. (2011). *Facebook and Twitter blackout during riots would 'threaten public safety'*. Verkregen op 10 februari, 2012., via <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/8765655/Facebook-and-Twitter-blackout-during-riots-would-threaten-public-safety.html>
- X. (2011). Terreurtwitteraars bezorgen Nederlandse politie voor kopzorgen, *De Morgen*, 1 oktober 2011, 12.