

Best Practice uit Fairbanks (Alaska, USA)

Inleiding

Tijdens de recentste jaarlijkse ontmoeting "*international association of chiefs of police*" waren er diverse uiteenzettingen van "*best practices*" in alle domeinen van de politie-opdrachten. Een presentatie die veel bijval kende was deze van de korpschef van Fairbanks (Alaska, USA) over zijn relaties met de **plaatselijke pers**.

Synthese van de presentatie

Zoals wel meer steden en gemeenten maakt de stad Fairbanks periodiek (in casu: wekelijks) een krant om te communiceren met de lokale bevolking over allerlei thema's; Ook de politie maakt telkens indien nodig gebruik van dit communicatiemiddel.

Vroeger schreef de politie haar artikels voor deze krant autonoom, met als bedoeling haar acties aan te kondigen (vb bij manifestaties), haar acties te verklaren (vb na incidenten), of vb om een strategie toe te lichten.

De impact was minimaal of soms zelfs contraproductief. Integendeel, mensen vonden altijd dat de politie met de verkeerde zaken bezig was, of dat de beschreven strategie niet de juiste was (beste stuurlied staan aan wal, weet je wel). Om maar te zwijgen over de reacties van zij die quasi altijd moeten klagen, de "*Citizens against virtually everything*".

Om deze reden is de nieuwe korpschef van strategie veranderd. **Telkens de politie nu een artikel publiceert in de "streekkrant", zal ze dit samen doen met een partner**, in een gezamenlijk artikel, vb. een artikel bestaande uit twee luiken.

Enkele voorbeelden ter verduidelijking:

- als ze communiceren over een verkeersactie aan de school, zal het artikel evenveel de schooldirecteur aan het woord laten, die vb ook wijst op de gevolgen van een eerder ongeval aan school;
- als ze communiceren over een operatie inbraakpreventie (waarvan de resultaten meestal niet onmiddellijk "indrukwekkend" zijn), zullen ze dit samen doen met vb iemand van het buurtcomité (of vroegere slachtoffers) die inderdaad wijst op het inbraakprobleem van de buurt;

De impact op het **imago** was naar eigen zeggen fenomenaal. Alleen al het feit dat de probleemstelling vanuit de "**community**" komt, en dat de politie dus duidelijk reageert op vraag van de "community" en dat iemand van de "community" hen ook nog eens bedankt, snoerde in Fairbanks zichtbaar de mond van de meeste critici. Zowat iedereen moest toegeven dat de politie inderdaad "**community-oriented**" werkte....

De korpschef wees wel op het feit dat deze nieuwe strategie wel meer voorbereiding vereist dan vroeger : eerst gezamenlijk overleggen over de boodschap, zien dat er geen tegenstrijdigheden worden verkondigd, best de lokale overheden betrekken etc..

En omdat in se de politie het meeste belang heeft in deze gezamenlijke communicatie, werd er zelfs al meermaals overeengekomen dat de politie ook het andere luik van het artikel schreef, en gewoon voorafgaand ter goedkeuring voorlegde aan de partner in kwestie. (*Deze laatste werkwijze lijkt mogelijk*

op "meer werk", maar de korpschef van Fairbanks liet toch verstaan dat deze methode ook zijn voordelen heeft en niet perse tijd kost).

Bron : Patrick Stevens, verbindingsofficier Verenigde Staten (LOBEUS)