



UiT Norges arktiske universitet

Fakultet for humaniora samfunnsvitenskap og lærerutdanning

**Fra nærhet til avstand: En studie av nærpolitireformens påvirkning på politietatens omdømme**

Akbar, Maryam & Mohammed, Abdikani

Masteroppgave i organisasjon og ledelse STV-3901 Mai 2023



## Forord

Denne masteravhandlingen markerer avslutningen på en toårig mastergrad i organisasjon og ledelse ved Universitet i Tromsø. Denne reisen har til tider vært utfordrende, men samtidig en lærerik og givende opplevelse.

Først og fremst vil vi takke våre informanter, som tok seg tid til å delta i vårt prosjekt. Uten deres refleksjoner og innsikt, ville prosjektet vårt ikke vært komplett.

Vi vil også takke våre venner og familie for all den støtten og oppmuntringen dere har gitt oss gjennom hele masterprosessen. Uten deres støtte ville ikke dette vært mulig. Stor takk til korrekturleseren vår Kaltrina Margataj, som rettet og har bidratt med verdifull innspill.

Vi vil spesielt takke våre foreldre Mohammed Abdi, Asha Abdi, Ali Akbar og Tanveer Akbar, som alltid inspirerer og utfordrer oss til nye høyder.

Sist men ikke minst vil vi takke våre dyktige og kunnskapsrike veiledere Turid Moldenæs og Hilde Marie Pettersen, for deres raske responstid, grundige tilbakemeldinger og gode veiledninger underveis i skriveprosessen. Deres innsikt, erfaring og kompetanse er oppløftende og bemerkelsesverdig.

Avslutningsvis vil vi ta ett øyeblikk for å takke hverandre, for to flotte år med samarbeid. For å ha pushet, hjulpet og støttet hverandre i denne perioden. Det har vært en absolutt glede å samarbeide sammen.

Vi håper at denne avhandlingen er en nyttig ressurs for alle som er interessert i faget og emnet, og at den kan bidra til å fremme videre forskning og utvikling på dette feltet.



Tromsø, 15. mai 2023

Maryam Akbar

Abdikani Mohammed Abdi

## Sammendrag

Forskere i organisasjonsfeltet viser til uenigheter om hvorvidt offentlige organisasjoner skal bestrebe et fremdragende omdømme. Likevel er det avgjørende for offentlige organisasjon å ha tillit og legitimitet i omgivelsene, med bakgrunn i de hensyn offentlig sektor må ta i betraktning for å gjennomføre sitt oppdrag.

Formålet med denne masteroppgaven er å undersøke om politiets omdømme har endret seg etter innføringen av nærpolitireformen og hva som eventuelt kan forklare endringen. Gjennom en grundig gjennomgang av Politiets nasjonale innbyggerundersøkelsene som utføres i oppdrag fra Politidirektoratet, viser denne studien en variasjon i tillit og inntrykk til etaten etter nærpolitireformen. Likevel anses tilliten til politiet som høy, i motsetning til flere andre offentlige virksomheter. Politiet i Norge er preget av å ha tillit blant befolkningen på grunn av deres særegne samfunnsoppdrag og rolle i samfunnet. Tidligere omdømmemålinger viser at politiet har skåret relativt godt på omdømmemålinger, men i 2022 landet på tiende plass på ipsos sin omdømmemålingene. De siste årene har politiet vært utsatt for mye kritikk og vært preget av flere krevende enkeltsaker, som viser seg å ha en betydning for etatens omdømme. Den økte synligheten til etaten fører til at krevende enkeltsaker kan påvirke oppfattelsen av etaten i omgivelsene.

Gjennom en kvalitativ tilnærming ved bruk av datamateriale fra 3 dybdeintervjuer og dokumentanalyse forsøker studien å undersøke hvordan politiet kommuniserer seg selv internt og eksternt til sine omgivelser. Funn ved analysen viser til at politiet er en etat som skårer relativt godt på stjerne-kvalitetene til Fombrun og Van Riel, selv om politiet de siste årene har hatt ett sett med negative medieoppslag som motstrider etatens kommunikasjon, har likevel majoriteten av befolkningen fremdeles tillit til etaten.

Det er tydelig en endring i tilliten etter den etablerte tidsperioden etter reformen, likevel kan ikke nærpolitireformen anses som en enestående årsak for endrede holdninger til oppfattelsen av etaten. Studien trekker frem flere årsaker som kan ha hatt en påvirkning på resultater til sunket tillit, og derfor vil flere påvirkningsfaktorer i en kombinasjon kunne forklare endringen.

# Innholdsfortegnelse

1	Innledning .....	7
1.1	Tidligere forskning.....	9
1.2	Oppgavens struktur .....	11
2	Kontekstkapittel .....	12
2.1	Politiet som case .....	12
2.2	Politiets organisering .....	13
2.3	Reformer i politiet.....	14
2.4	Nærpolitireformen.....	16
2.5	Omdømmemålinger og innbyggerundersøkelser i politiet .....	18
3	Metode .....	19
3.1	Kvalitativ forskning .....	19
3.2	Forskningsstrategi.....	19
3.3	Forskningsdesign .....	20
3.4	Datainnsamlingsmetoder.....	20
3.4.1	Dokumentanalyse.....	21
3.4.2	Politiets Innbyggerundersøkelser.....	23
3.4.3	Intervju.....	26
3.5	Utfordringer og metodekritikk.....	29
3.6	Kvalitetskriterier .....	30
3.6.1	Reliabilitet.....	30
3.6.2	Validitet.....	31
3.6.3	Overførbarhet.....	32
3.7	Etiske retningslinjer for kvalitative metode.....	33
4	Teorikapittel.....	34
4.1	Sammenhengen mellom identitet, image og omdømme.....	34
4.2	Omdømme.....	35

4.3	Identitet .....	36
4.4	Organisasjonsidentitet og virksomhetsidentitet .....	37
4.5	Omdømmeoppskrift .....	38
4.6	Omdømmehåndtering i offentlig sektor .....	40
7.	Oversettelse av omdømmeoppskriften.....	42
4.7	Tillit og legitimitet .....	43
4.8	Omdømmeteorien “The roots of fame” .....	46
4.8.1	Synlighet .....	47
4.8.2	Distinkthet.....	49
4.8.3	Autentisitet.....	50
4.8.4	Åpenhet.....	51
4.8.5	Konsistent .....	52
4.8.6	Mottakelig.....	53
4.8.7	Oppsummering.....	53
5	Analyse del 1.....	54
5.1	Før reformen .....	54
5.1.1	Oppsummering av innbyggerundersøkelsene fra 2010 til 2015: .....	57
5.2	Etter reformen .....	57
5.2.1	Oppsummering av innbyggerundersøkelsen fra periode 2016-2022 .....	62
5.3	Oppsummerende refleksjon av innbyggerundersøkelsene.....	62
6	Analyse del 2.....	63
6.1	Politiets tillit.....	63
7	Stjerne kvaliteten til Van Riel & Fombrum .....	68
7.1	Synlighet .....	68
7.2	Distinkthet.....	74
7.3	Autentisitet.....	78
7.4	Åpenhet.....	84

7.5	Konsistens.....	89
7.6	Mottakelig.....	91
7.7	Oppsummering av stjernekvallitetene.....	93
8	Avsluttende refleksjon .....	95
9	Videre forskning .....	98
10	Litteraturliste.....	99
	Vedlegg 1 .....	106
	Vedlegg 2.....	108

## Tabelliste

Tabell 1	Søk på VG og Dagbladet: 28.04.23 .....	72
----------	--	----

## Figurliste

Figur 1	Politiets organisasjonskart (Politidirektoratet, 2022).....	14
Figur 2	Identitet, image og omdømme (Brønn & Ihlen, 2009).....	35
Figur 3	Omdømmeoppskriften (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:54).....	39
Figur 4	"The roots of fame" (Fombrun og Van Riel 2004:86; Brønn, 2019) .....	47
Figur 5	"The drivers of visibility" (Fombrun og Van Riel, 2004:111).....	49
Figur 6	I hvilken grad har du tillit til politiet? Endring 2010-2014 (Ipsos MMI, 2015:7) .....	54
Figur 7	Alt i alt, hvor stor tillit har du til politiet? 2015 (Ipsos MMI, 2016:4) .....	56
Figur 8	Alt i Alt, hvor stor tillit har du til politiet? 2015-2021 (Kantar Public, 2021:5).....	58
Figur 9	Hvilken tillit har du til politiet i Norge? 2022 (Kantar Public,2022:12).....	61

# 1 Innledning

I dagens samfunn er det forventet av både private og offentlige organisasjoner at de presenterer seg selv for å fremstå som attraktive, unike og synlige. Omdømmehåndtering identifiseres som en trend i samtidens organisasjonstenkning, som kommer til uttrykk gjennom et utvalg ulike ideer sammen med merkevarebygging, kommunikasjonsstrategier, organisasjoners samfunnsansvar og visuelle symboler. Felles for ideene og grepene som inngår i denne idestrømningen er det tydelige ekspressive aspektet, gjennom ulike tiltak og grep for å presentere organisasjoner på mest fordelaktig måte ovenfor ulike aktører i omgivelsene (Røvik, 2007:195-196). Tiden over tusenårsskifte er preget av rikelig tilgang på ideer og grep som kan klassifiseres som oppskrifter på organisatorisk omdømmehåndtering. Dette kan anses som et relativt nytt fenomen (Røvik, 2007:196)

Omdømme har tidligere hatt stort fokus på private organisasjoner, men over tid har denne ideen også spredt seg til offentlige organisasjoner. Peggy Brønn (2011) påpeker at omdømmebygging i offentlig sektor ikke kan vurderes på samme måte som i privat sektor, og det er en generell enighet om at offentlig sektor anses som et spesielt tilfelle. Derfor er det avgjørende å trekke frem de ulike hensyn som offentlige organisasjoner må ta for seg når det gjelder deres omdømme (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011:37). Omdømmehåndtering i offentlige organisasjoner ble innført som en reaksjon på assosiasjoner som lite endringsvillige, ineffektive, byråkratiske og manglende kompetanse (Wæraas og Maor, 2015:1). Nærpolitireformen har vært svært omdiskutert, ikke bare i ulike evalueringer, men også i media. I tillegg var reformen kritisert av både forskere, politikere og politifolk som ikke bidro til å dempe oppmerksomheten rundt reformen. Målet var et synlig og tilgjengelig politi, men flere hevder at det resulterte med sentralisering, ressursmangel og at politiet ikke er til stede der de bør (Dahlback, L. M, 2019). Med negativ oppmerksomhet kan det antas at befolkningens oppfatning påvirkes, særlig oppfatningen rundt politiets rolle i samfunnet og gjennomføringen av deres samfunnsoppdrag. Samtidig er politiet avhengig av befolkningens tillit for å bevare trygghet og sikkerhet i landet. Det er klart at denne tilliten kan svekkes gjennom media.

Tematikken rundt omdømmehåndtering i offentlig sektor er relevant og viktig fordi det berører viktige demokratiske, politiske og identitetsmessige problemstillinger. Denne tematikken er påfallende lite undersøkt, som fortjener større oppmerksomhet. Det har aldri vært større belastning på offentlig sektor for at de skal levere bedre tjenester, og oppfylle de



høye forventningene offentlig sektor blir utsatt for. Offentlige organisasjoner får stadig flere likhetstrekk som private organisasjoner, likevel er det særtrekk ved offentlige organisasjoner som gjør at omdømmehåndtering i offentlig sektor fungerer annerledes enn i privat sektor. Offentlig sektor har en annen rolle og misjon i samfunnet, enn private organisasjoner (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011). Bakgrunnen for den historiske utviklingen av omdømme kan ses gjennom den voldsomme økningen i omdømmebegrepets popularitet. Mellom 1989 og 2010 vises en formidabel økning på 200 prosent i aviser om begrepsbruken rundt omdømme (Wæraas, Byrkjeflot, og Angell 2011:20) Politiets omdømme anser vi som et relevant tema, med bakgrunn i etatens viktige ansvar i samfunnet. Politiet har objektiv legitimitet hos befolkningen, siden det er en aktør som forvalter maktbruk på vegne av staten. Derfor er befolkningens støtte og tillit helt aktuelt for en etat som politiet.

Tidligere forskning i offentlig sektor viser til forskning på tjenestetilfredshet i offentlig sektor, men for lite på omdømme og offentlig sektor. Forskningen på offentlig sektor er fremdeles ett relativt nytt fenomen, men noe som vises å ha fått større oppmerksomhet over tid.

### **Problemstilling**

Denne oppgaven tar for seg om nærpolitireformen har endret omdømmet til politiet. Oppgaven tar utgangspunkt i politiets nasjonale innbyggerundersøkelser, og hvordan omdømmet til politiet har blitt påvirket. Her er ønsket å identifisere om tilliten og inntrykket til befolkningen har endret seg av politiet, med sammenligning fra før og etter innføringen av reformen. Videre til vi se om endringen kan forklares i lys av Fombrun og Van Riels stjernekvalliteter.

Problemstillingen for denne oppgaven er:

*«Har politiets omdømme endret seg etter reformen, og hva kan det eventuelt skyldes?»*

Den metodiske tilnærmingen for å besvare denne problemstillingen vil være kvalitativ metode. Studiet benytter dokumentanalyse og intervju som metode. Dokumentanalysen vil utføres gjennom undersøkelse av offentlige dokumenter som er tilgjengelig på internett.

## 1.1 Tidligere forskning

Den tydelige interessen for omdømme kan gjenspeiles i den voksende forskningsinteressen og den omfattende mengde litteratur om temaet. Mellom 1999 og 2010 vises det til økning av bruk av ordet «omdømme» i mediene (Wæraas, Byrkjeflot og Angell, 2011:20). Det meste av litteraturen på omdømme tar utgangspunkt i en privat kontekst, men lite på omdømme og offentlig sektor. Boken «*substans og framturen*» har som ønske å fange utviklingen av omdømme i offentlig sektor (Wæraas mfl., 2011). Boken legger frem ulike casestudier fra blant annet norske sykehus, tinglysingen, domstolsadministrasjonen og lokal forvaltning. Disse studiene viser hvordan Norge som nasjon jobber med sitt omdømme i offentlige organisasjoner og tilpasser den “globale” omdømmeoppskriften til lokal kontekst (ibid.).

Forskning som er gjort på offentlig sektor benytter ofte det forskningsbaserte verktøyet «the Reputation Quotient instrument». RQ-verktøyet som nå kalles RepTrak-modellen, er verktøyet forskere benytter mest til omdømmemålinger siden dets opprinnelse i 1999. RepTrak-modellen baserer seg på syv dimensjoner, som er: Innovasjon, arbeidsmiljø, samfunnsansvar, økonomi, produkter og tjenester, ledelse og etikk. Prinsippene for omdømme i privat sektor kan ikke oversettes direkte til offentlig sektor (Ryan 2007). Her presiseres det at sluttresultatet for ytelse i offentlig sektor ikke handler om overskudd, men i større grad om fordeler samfunnet kan yte godt av (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011).

Gjennom et forsøk på å utvikle en modell for håndtering av omdømme i kommunene, analyserte Ryan RIs Reputation quotient analyseverktøy. Undersøkelsen var ment å undersøke hvor hensiktsmessig det var for offentlig sektor i Australia. Ryan likestiller foretaksstyring i offentlig sektor med forventninger til økonomiske resultater i privat sektor. Ryan fremhever at åpenhet er viktig i offentlig sektor, i samme grad som privat sektor. Det må påpekes at åpenhet ikke er ett ukjent fenomen i norsk offentlig sektor når det gjelder regler for økonomisk tilsyn. Med bakgrunn i at offentlig sektor ikke vektlegger profittmaksimering, er det selvsagt interesse i å vite hva pengene brukes til og hvordan de brukes (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011).

Vidaver-Cohen (2008) arbeidet med omdømmemålinger i offentlig sektor ved å tilpasse RI-verktøyet, slik at det målte omdømmet til handelshøyskoler. Disse hører inn under offentlig sektor, og argumenterer for at dimensjoner som ledelse, arbeidsmiljø, etikk og sosialt ansvar også kan brukes på målinger innen skoler (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011).

Louma-aho (2007) studerte virksomheter i offentlig sektor i Finland, og identifiserte fem faktorer som påvirker interessenters oppfatning av offentlige tjenester, som er: autoritet, aktelse, tillit, service og effektivitet. Disse faktorene ble sammenlignet med andre målinger av omdømme, blant annet Rep-Trak-modellen. Det viste seg at de var like, utenom faktoren autoritet, som definerer et mål på byråkrati og avstand (Ibid.).

Med grunnlag i ti års forskning med Rep-Trak og andre analyser ble det utført forskning i offentlig sektor i Sør-Afrika, Nederland og Danmark. Dette kom med den økende interessen for å måle omdømme i offentlig sektor. Omdømmearbeid i offentlig sektor ble tilpasset og prøvd i Norge ved hjelp av dybdeintervjuer kvantitativ forskning fra 500 eksperter og brukere. For å sikre pålitelighet ble det utført språktester og justeringer (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011: 39). Den endelig Rep-trak-modellen for offentlig sektor består av 4 kjerneelementer for omdømme, 6 dimensjoner og 23 attributter. Dette ble utført gjennom et utvalg nordmenn som, ble bedt om å nevne to offentlige virksomheter med godt omdømme, og to med dårlig omdømme. Med dette i bakgrunn ble det opprettet en liste med 50 av de mest synlige offentlige virksomhetene i Norge. Denne listen ble grunnlaget for innsamling av data for å måle omdømme til offentlige virksomheter i Norge gjennom Rep-Trak-modellen. Blant disse ble det oppført et bredt spekter av virksomheter i Norge, alt fra de som daglig har kontakt med innbyggere som Nav, og virksomheter som har lite kontakt med innbyggerne som Riksrevisjonen (ibid).

Det ble utført analyser for å fastslå omdømmet til offentlige virksomheter, de viktigste driverne og de driverne som er viktigst for en helhetlig beundring av virksomheten. Her ble det også analysert om støttende atferd, nemlig respondentenes sannsynlighet for å ha en positiv holdning om virksomheten, samarbeid med virksomheten, øke bevilgninger til den, stole på virksomheten og søke jobb hos dem. Analyse fra tidligere forskning viser at visse kommunikasjonsvariabler henger sammen med deres rangering av omdømme (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011: 42). Denne undersøkelsen viste seg å gi politiet 80,9 poeng, det kategoriseres som fremragende omdømme. Videre dette tyder på at innbyggerne har kjennskap til organisasjonen, og ett godt inntrykk (ibid).

I offentlig sektor er dimensjonen «samfunnsrolle» med 21,9% den viktigste driveren for omdømme. Den nest viktigste driveren er «Ledelse» med 16,6%, mens «tjeneste» på tredje plass har 16,6%. Som til sammen utgjør 55% av hva som er viktigst for nordmenn i forbindelse med offentlig sektor. Samfunnsrollen anses som viktig og gjenspeiles i rangering

av attributtene som inngår i dimensjonene. Det viser seg at nordmenn synes det er viktigere at det holdes høy kvalitet, behandler publikum rettferdig og er serviceinnstilt ovenfor om de er ærlige eller interessante arbeidstakere (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011: 43). «Er til å stole på» viser seg å være veldig viktig i offentlig sektor, noe som gjenspeiler betydning av tillit for organisasjoner i offentlig sektor.

Den finske forskeren Louma-aho (2007) har forsket på omdømme i offentlig sektor, og mener at organisasjoner i offentlig sektor ikke bør ha et fremragende omdømme. Dette sier hun med bakgrunn i at omdømme krever konstant pleie, og dette krever ressurser som kunne blitt anvendt på andre ting. Å ha et fremragende omdømme øker dermed forventninger, med økte forventninger og kvalitet kan de raskt bli skuffet som igjen kan føre til ett dårlig omdømme. Derfor argumenterer hun for at det er risikabelt å ha et godt omdømme for offentlige organisasjoner (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011: 47). Med å ha et nøytralt omdømme, skal offentlige organisasjoner ha tilstand av harmoni. Etersom offentlig sektor møter på samme krav til konkurranse som privat sektor, ligger det liten støtte i at offentlig sektor etterstreber et nøytralt omdømme, faktisk er det tvert imot. (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011: 48).

## **1.2 Oppgavens struktur**

Denne delen av avhandlingen vi gjøre rede for oppgavens oppbygning og innholdet i hvert kapittel. Avhandlingen deles inn i 6 kapitler. Oppgavens struktur er som følgende:

Kapittel 1. Innledningskapitlet presenterer tematikken for oppgaven, og hvorfor dette temaet er aktuelt. Det gis en konstruksjon av forskningsspørsmål og problemstilling og til slutt tidligere forskning på dette feltet

Kapittel 2. Kontekstkapitlet gir en beskrivelse av Politiet som case, og dens organisering. Videre gjøres det en kort gjennomgang av reformer i politiet og en beskrivelse av nærpolitireformen. Avslutningsvis legges det vekt på omdømmemålinger og innbyggerundersøkelser av politiet.

Kapittel 3. Teorikapitlet presenterer det teoretiske rammeverket og begreper som er relevante for avhandlingen. Vi tar utgangspunkt i nøkkelbegreper i omdømmeteorien, Byrkjeflot sin omdømmeoppskrift og Fombrun og Van Riels stjernegrener.

Kapittel 4. Metodekapitlet vil inneholde bakgrunn for valg av metode, forskningsstrategi og forskningsdesign. Deretter vil datainnsamlingsmetoden presenteres og begrunnes. Det vil gjøres en vurdering av oppgavens validitet, reliabilitet og generaliserbarhet. Helt til slutt vil det gjøres en etisk refleksjon,

Kapittel 5. Analysekapitlet er todelt og starter med en presentasjon av resultater fra innbyggerundersøkelsene, og om det foreligger en endring av omdømme. Andre del av analysen vil diskutere funnene fra innbyggerundersøkelsen og de øvrige datakildene opp mot det teoretiske grunnlaget vårt og forklare eventuell endring gjennom stjernekvantitetene til Fombrun og Van Riel,

Kapittel 6. Dette kapitlet inneholder en oppsummering av oppgavens funn og hovedrefleksjoner fra analysen, samt forslag til videre forskning.

## **2 Kontekstkapittel**

I dette kapitlet vil vi gi nærmere beskrivelse av konteksten avhandlingen er forankret i. Vi vil presentere politiet som case og etatens organisering. Videre vil det gjøres en beskrivelse av reformer i Norge og Nærpolitireformen. Samt beskrivelse av omdømmemålinger og innbyggerundersøkelser som har relevans for denne studien.

### **2.1 Politiet som case**

Offentlig sektor skiller seg fra private interessenter med bakgrunn i deres fokus på hensyn til et bredere sett av mål og verdier. Flere hensyn må veies opp mot hverandre, deriblant demokratihensyn, rettsstatlige verdier og hensynet til fellesskapet (Christensen, Egeberg, Læg Reid, Roness, & Røvik, 2015: 15). Ledere i offentlig sektor er ansvarlig overfor sine borgere og velgerne mer enn interessegrupper og aksjonærer, noe som skiller seg ut fra hensynet privat sektor forholder seg til. Der er det større grad av åpenhet, likebehandling, innsyn, forutsigbarhet og forutsigbarhet fra offentlige organisasjoner (ibid).

Politiet sin legitimitet betinges av befolkningens tillit. Denne tilliten står sterkt i offentlig sektor, nettopp med bakgrunn i de hensyn offentlig sektor må ta stilling til. Politiet kan anses som en arketypisk offentlig organisasjon, som er organisasjoner som kun eksisterer i offentlig sektor. Her betraktes og forstås innbyggere som borgere. Med bakgrunn i at det stadig er større press på offentlig sektor, og de høye forventningene som kommer med i dagens samfunn, gjør det at vi er blitt mer skeptiske til eksperter og offentlige myndigheter. Det kan

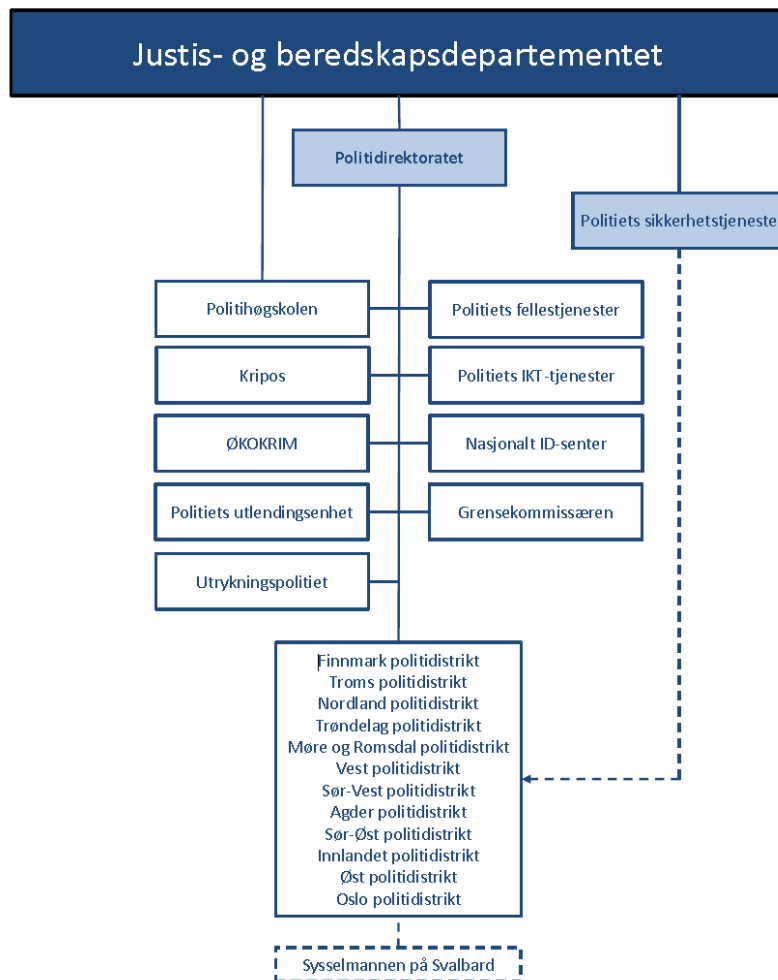
føre til usikkerhet på om disse menneskene jobber for deres eller samfunnets interesser. Folk i dagens samfunn ønsker større innflytelse over og frihet til å velge hvem som skal levere offentlige tjenester. Det kan antas at offentlig sektor står overfor mer krevende brukere, og innbyggerne har høyere utdanning, slik at de dermed stiller større krav. Dermed kan de vise misnøye med å drive lobbyvirksomhet, og ikke minst vise dette gjennom media (Wæraas, Byrkjeflot, & Angell, 2011:38-39).

Politiet er et offentlig forvaltningsorgan som skal opprettholde alminnelig orden, forebygge og forhindre straffbare handlinger, beskytte statsborgere og deres lovlige virksomhet, og etterforske lovbrudd. Organisasjonen arbeider for å opprettholde og skape trygghet i samfunnet, noe et demokrati er avhengig av. Politiet må tilpasse seg de generelle endringene i samfunnet, og være forberedt på kriminalitetsutviklingen, noe som kan være en utfordring i det komplekse og sammensatte samfunnet vi lever i. Politiet har et samfunnsoppdrag som er ulikt i forhold til andre samfunnsinstitusjoner. Politiets samfunnsoppdrag er nedfelt i politiloven av 1995 § 1: «Politiet skal gjennom forebyggende, håndhevende og hjelpende virksomhet være et ledd i samfunnets samlede innsats for å fremme og befeste borgernes rettssikkerhet, trygghet og alminnelige velferd for øvrig» (Politiloven, 1995). Staten utgjør et sentralt ledd i samfunnets samlede innsats for å skape trygghet for den enkelte, og sikre interessene til fellesskapet. Med kontinuerlig tjeneste, mobilitet, beredskapsressurser og desentralisert politi utgjør dette et av fellesskapets viktigste redskaper i arbeidet mot et trygt samfunn (Politidirektoratet, 2022).

## **2.2 Politiets organisering**

Organisatorisk er politiet underlagt Justis- og beredskapsdepartementet. Politi og lensmannsetaten er bestående av politidirektoratet, 12 politidistrikter og særorganer som er Grensekommissæren for den norsk-russiske grense, Politihøgskolen, Økokrim, Utrykningspolitiet, Kripos og Politiets utlendingsenhet. I tillegg er Politiets sikkerhetstjeneste også underlagt Justisdepartementet. Øverste ansvaret for virksomheten til politiet ligger hos Justis- og beredskapsdepartementet, hvor deler av ansvaret likevel ligger hos Politidirektoratet. Ansvarsområder som faglig ledelse, oppfølging, styring og utvikling av særorganene og politidistriktene. Hver av politidistriktene blir ledet av en politimester som har ansvar for alt av polititjeneste, resultater og budsjetter (Regjeringen, 2018). Hver av politidistriktene har en egen administrasjon og operasjonssentral.

Illustrasjon av politiets organisering:



Figur 1 Politiets organisasjonskart (Politidirektoratet, 2022)

For offentlige organisasjoner er reformer og endringer ikke et nytt fenomen, ettersom mange organisasjoner over lengre tid har vært utsatt for endringsforsøk og omorganisering. Reformen betraktes som aktive og bevisste forsøk fra politiske og administrative aktører på å endre strukturelle og kulturelle trekk ved organisasjoner. Politiet er ingen unntak, og over tid har norsk politi gjennomgått større og mindre endringer for å ivareta deres samfunnsoppdrag.

## 2.3 Reformen i politiet

Norsk politi har lenge vært et enhetlig, desentralisert og ubevæpnet nærpoliti, som har hatt fokus på lov og orden, etterforskning og påtale. Innbyggerne har i motsetning til mange andre land tillit til politiet (Bradford et al., 2009; Christensen og Lægred, 2015). Dette kan henge sammen med høy tillit til myndighetene og innbyggernes positive holdning til staten. Det

store fokuset på effektivitetshensyn og hensynet til rettssikkerhet spiller også en rolle i innbyggernes holdning til staten (Christensen, Lægreid & Rykkja, 2017: 245).

1990-tallet brakte en bølge av devolusjon i Norge, som resulterte i prosesser med å opprette og utvide offentlige etater (Christensen og Lægreid, 2001). En slik prosess kan skje av ulike årsaker, eksempelvis ved behov om spesialisert ekspertise, økt etterspørsel av offentlige tjenester eller ønske om å skape mer effektiv byråkrati. I 1998 ble det opprettet en ny offentlig politikommisjon for å evaluere forslaget om Norsk politi sin organisering, oppgaver og ressurser. Kommisjonen anbefale å opprette ett politidirektorat for å styre og koordinere politiets arbeid på et nasjonalt nivå. Forslaget fikk god politisk aksept, og med dette ble politietaten opprettet i 2001 (Christensen, Lægreid, & Rykkja, 2017: 245).

I 2000 ble politireform “Et tryggere samfunn” gjennomført, reformen var delt i to hovedfaser. Den første fasen som ble iverksatt i 1. januar 2002, dreide seg om strukturelle, organisatoriske, ledelsesmessige og tekniske endringer. Det meste synlige tiltaket i denne fasen var reduksjon i antall politidistrikter fra 57 til 27. Andre fasen ble iverksatt 1. januar 2005. Denne fasen innebærte en gjennomgang og samordning av driftsenhetsstruktur og tjenesteordninger, mer aktiv patruljetjeneste, bedre utnyttelse av fagkompetansen og effektivisering av administrasjonen og bedre ressursutnyttelse. (St.meld. nr.145 (2005-06).

Politidirektoratet ble opprettet som organ som hadde som mål å gjennomføre reformen og være en veileder og støtte for utviklingen til politidistriktene (Sørli & Larsson, 2018). Formålet med denne reformen var å fornye norsk politi, styrke ledelsen i distriktene og effektivisere helheten til organisasjonen. Det var ett ønske om synlig politi ute blant folket, som skulle oppnås gjennom å frigjøre ressurser. Politiet var ikke i takt med utviklingen av samfunnet og kriminalitetsbildet (Sørli & Larsson, 2018).

Terrorangrepet den 22 juli 2011 blir ansett som en av de mørkeste dagene i Norges historie, hvor 77 mennesker ble drept. Både politiet og politikere har i etterkant av denne hendelsen måtte tåle sterk kritikk. På bakgrunn av dette, bestemte regjeringen å nedsette en uavhengig kommisjon. 22 juli kommisjonen fikk som oppdrag å videre evaluere lærdom som kan trekkes av hendelsene om hvordan noe slikt kan skje i Norge og hvordan stå forberedt på eventuelle mulige fremtidige angrep. Gjennom en overlevering og offentliggjøring av rapporten den 13 august 2012. Kommisjonen mente at myndighetene sviktet med å beskytte mennesker på Utøya, og reelt ville sett vært mulighet å gjennomføre en politiaksjon raskere, for å stanse



gjerningspersonen. Rapporten understreker 31 anbefalinger som tiltak for å kunne styrke beredskapen. Der flere av anbefalingene pekes direkte mot politiet, blant annet for å forsterke deres operative virksomhet. Anbefalingene inneholder også behovet for aktiv styring av ressursene politiet har, med anbefaling om å etablere krav til responstid, kvalitet på responsen, men også samsvar mellom oppgaver og bemanningen. Videre anbefalte kommisjonen politiet å styrke operasjonssentralen til virksomheten. Kommisjonen understreket at det som skilte det som gikk bra til dårlig 22 juli 2011, var knyttet til politiets holdninger, lederskap og kultur (Prp. 61 LS: 9).

Tiden etter offentliggjøringen av 22. juli kommisjonens rapport, ble politiet i Norge også evaluert av andre. Videre ble det satt et utvalg som hadde som oppgave å analysere utfordringer politiet kunne stå overfor i fremtiden. Politianalysen pekte på at endringen som burde foretas vektlegger politiets organisasjonsstruktur, for å ha et politi i møte med utfordringer (NOU 2013:9). Politianalysen la vekt på to reformer som anbefaling, som burde implementeres i virksomheten. En strukturreform som la vekt på oppgavebaserte endringer og en ny struktur med formål om å frigjøre ressurser til kjerneoppgavene, samtidig lage forutsetning for et robust politi (ibid). Den andre var en kvalitetsreform som vektlegger et kunnskapsbasert og effektivt politi, med fokus på å fornye styring, kompetanse, ledelsesprosesser og ytelser. Hovedsakelig var fokuset på de strukturelle problemene som måtte endres i politiet (Christensen, Lægreid, & Rykkja, 2017:7).

## **2.4 Nærpolitireformen**

Nærpolitireformen ble vedtatt i 2015 da Solberg-regjeringen inngikk avtale med Venstre om å følge anbefalingene fra Politianalyseutvalget (Kvam, 2015:56). Den 6. mars 2015 ble forslag om nærpolitireformen fremmet for nasjonalforsamlingen og Stortinget i form av Prop. 61 LS (2014-15), Innst. 306 S (2014-15) – Endringer i politiloven mv. (trygghet i hverdagen – nærpolitireformen). Reformen føyet seg inn i en rekke av omorganiseringsprosesser med ulike hensikter, blant endringene innebar det reduksjon i antall politidistrikter og driftsenheter. De totale tjenestestedene gikk fra 340 til 221, og antall politidistrikter gikk fra 27 til 12.

Etter vedtaket var reformen preget av noe motstand og kritikk, hvor sentralisering og antall politidistrikter fikk særlig oppmerksomhet. Det var dessuten en klar oppfatning at de ti grunnprinsippene for politietaten skulle være bærende (Innst. 306 S, 2014-15:18).

Hovedformålet med reformen var å styrke politiets tilstedeværelse og beredskap i lokalsamfunnene. Dette ble beskrevet på følgende måte; «å skape et nærpoliti som er operativt, synlig og tilgjengelig, og som har kapasitet og kompetanse til å forebygge, etterforske og påtale kriminelle handlinger, og sikre innbyggernes trygghet» (Innst. 306 S 2014-15:43). Samtidig skulle reformen bidra med å etablere større og mer robuste politidistrikter, som samarbeider tettere med andre offentlige og private aktører i lokalsamfunnet. Fokuset med reformen er å øke antall politifolk og styrke deres kompetanse og spesialisering, for å bedre politiets evne til å forebygge og bekjempe kriminalitet. Nærpolitireformen inneholdt en del av forslagene vi finner i Politianalysen. Politianalysen fremmet to hovedanbefalinger, en strukturreform og en kvalitetsreform. Ved å foreta disse endringene skulle det i utgangspunktet medføre omfattende endringer i politi- og lensmannsetatens struktur og arbeidsmetoder.

Strukturreformen handlet hovedsakelig om etablering av nye politidistrikter, ny tjenestestruktur og etablering av fellestjenester. Kvalitetsreformen fokuserte mer på endring av rutiner og arbeidsmåter. For eksempel «Politiarbeid på stedet», «Etterforskningsløfte», og ikke minst nye arbeidsverktøy, som digitale løsninger og IKT. Den gjaldt også samarbeid med kommuner, hovedsakelig gjennom politikontakt og Politiråd. Kvalitetsreformen hadde også som formål å videreutvikle etatens holdninger, kultur og ledelse, på grunn av kritikk fra Gjørsv-kommisjonen. Reformarbeidet var en langsiktig omstillingsplan av politiet, som ble iverksatt høsten 2015, og implementeringen var pågående frem mot 2020. Reformen skulle styrke politiet på flere områder, men først og fremst var det fokus på å skape gode forutsetninger for et bedre politi, realisere dens potensiale, og utvikle tjenesteproduksjonen (men i bunn og grunn kan disse spores tilbake til det å skape gode forutsetninger for et bedre politi og realisere potensialet og utvikle tjenesteproduksjon (Regjeringen.no,2023)).

Flere kritikere av reformen har påpekt at den har ført til nedleggelse av mindre politistasjoner og redusert tilstedeværelse av politi i enkelte områder, spesielt i distriktene. Andre har dessuten kritisert reformen for å ha ført til en sentralisering av politiet, hvor politiets beslutninger i større grad blir tatt fra sentrale myndigheter i hovedstaden. På den andre siden har tilhengere av reformen hevdet at den har resultert i en mer effektiv politistruktur, bedre samarbeid mellom politiet og andre aktører, og styrket politiets operative kapasitet (DFØ, 2022).

## 2.5 Omdømmemålinger og innbyggerundersøkelser i politiet

Det gjennomføres jevnlig omdømmemålinger og omdømmeundersøkelse av politiet i Norge, for å måle befolkningens tillit til politiet og politiets omdømme. Disse målingene gjennomføres som regel av ulike institutter og byråer, og resultatene publiseres ofte i rapporter eller i media. Det er ulike målemetoder som foretas i gjennomføringen av disse omdømmemålingene. Et av instituttene som tilbyr omdømmemålinger for organisasjoner, spesielt de i offentlig sektor, inkludert statlige etater og offentlige tjenesteleverandører, er Ipsos. I disse målingene identifiseres en rekke faktorer som kan påvirke organisasjonens omdømme. For eksempel kan det være kundetilfredshet, tillit til lederskap, holdninger til organisasjonens rolle og ansvar, og oppfatninger av organisasjonens effektivitet. Slike målinger kan gi verdifull innsikt for organisasjoner i offentlig sektor, slik at de kan identifisere områder der de kan forbedre sin kommunikasjon og tjenestelevering, samt bygge tillit og styrke omdømme i publikums øyne.

En annen undersøkelse, som er hovedkilde for denne studien, er innbyggerundersøkelsen. Det er en årlig kartlegging av innbyggernes oppfatninger av politiet. Undersøkelsen gjennomføres av Kanter Public, som oppdrag fra Politidirektoratet. Lignende undersøkelser har blitt utført siden 2004, og utgjør dermed et viktig kunnskapsgrunnlag for politiet. Undersøkelsen ønsker å belyse og innhente innblikk i innbyggernes syn på politiet, trygghetsfølelse, bekymringer og opplevelser i eget nærområde av kriminalitet. Politiets innbyggerundersøkelser tar for seg viktige elementer ved politiets arbeid, og hvordan befolkningen oppfatter disse. Blant annet er det spørsmål om innbyggernes oppfatning av etatens tilgjengelighet, kompetanse, responstid, opplevelse av bekjempelse mot kriminalitet, og politiets forebyggende tiltak.

Innbyggerundersøkelsen er delt inn i ulike temaer, som har som formål å kartlegge befolkningens oppfatning av. Sentralt for denne studien er spørsmålene som stilles rundt befolkningens tillit og inntrykk av politiet.

I undersøkelsen fra 2015 er selve spørsmålsformulering og antall svaralternativer endret, noe som legger opp til at resultatene ikke kan anses som direkte sammenlignbare med tidligere år. Særlig er overgangen fra 4 til 5 svaralternativ som kan endre fordelingen. I undersøkelsen fra 2015 blir det introdusert et midtpunkt på svar skalaen, som er “verken stor eller liten tillit”, mens de andre svaralternativene er uendret. I innbyggerundersøkelsen fra 2015 er det også et spørsmål med ny formulering, der spørsmålet måler hvor godt eller dårlig inntrykk en person har av politiet på ulike områder. Noe som igjen gjør at spørsmålet ikke naturlig nok kan

sammenlignes med tidligere resultater. Disse endringene kan ha en påvirkning på vår analyse av innbyggerundersøkelsene, og derfor vil det være nødvendig å påpeke disse endringene. Dette kommer vi nærmere inn på i metodekapittelet (pkt. 3).

Avhandlingen vil legge vekt på spørsmålene rundt tillit til politiet og inntrykk av politiet, for å identifisere om det er endring i oppfattelse av politiet før og etter reformen. Det er også gjort noen endringer i innbyggerundersøkelsen fra 2022. Omfanget på undersøkelsen har blitt større enn før, for å styrke undersøkelsen og resultatene. Dermed er ikke tallene direkte sammenlignbare med tidligere undersøkelser. Hvordan undersøkelsen blir gjennomført er også endret, Undersøkelsen fra 2022 er gjennomført digitalt i stedet for telefonintervjuer (Politiet, 2023).

## **3 Metode**

I dette kapittelet vil vi gjøre rede for våre metodiske valg, og bakgrunnen for de metodiske valgene som gjøres. Videre vil vi beskrive de ulike datainnsamlingsmetodene vi har benyttet oss av, og hvordan disse kan være med å belyse problemstillingen. Avslutningsvis vil vi gjøre en refleksjon av datakvaliteten for denne undersøkelsen, ved å vurdere studiens reliabilitet, validitet og overførbarhet. Deretter vil det gjøres en etisk refleksjon ved bruk av metoden.

### **3.1 Kvalitativ forskning**

Den metodiske tilnærmingen for dette studiet vil gjøres gjennom kvalitative metoder. En kvalitativ studie vil gi mulighet for å gå i dybden og dermed finne nyanser i organisasjonens kommunikasjon som det ønskes et klart bilde av. Kvalitative metoder *«søker å gå i dybden, og vektlegger betydningen, mens kvantitative metoder vektlegger utbredelse og antall»* (Thagaard 2008:16). Førstnevnte metode kan ses som fortolkende med bakgrunn i at det innebærer *“ett gjensidig påvirkningsforhold mellom forskerens teoretiske utgangspunkt og tendenser i datamaterialet”* (Thagaard 2008:33). Vi ønsker å gå i dybden av en organisasjon og undersøke fenomenet omdømme, og derfor benytter vi oss av en metode som gir rom for å gå i dybden.

### **3.2 Forskningsstrategi**

Problemstillingen for denne oppgaven retter seg delvis mot å utforske og beskrive omdømme til en offentlig etat. Samtidig som det er et teoretisk bakteppe for teorier som kan forklare

endring i omdømme, er det i vårt tilfelle teori som kan forklare endring i omdømme i lys av kommunikasjon som gjøres. Thagaard (1998) beskriver den abduktive tilnærmingen som at analyse av data kan ha en sentral rolle i å utvikle ideer, og forskerens teoretiske forankring kan gi perspektiver på hvordan dataene kan forstås og tolkes:” *Abduksjon kan også knyttes til at forskerens teoretiske bakgrunn gir perspektiver for fortolkningen av dataenes meningsinnhold*” (Thagaard 1998: 174). I denne studien er forskningsstrategien abduktiv og utforskende, der vi veksler mellom empiri henting, spørsmålsstilling og teori etter hvert som ny kunnskap blir tilgjengelig gjennom undersøkelsen (Jacobsen 2015:35). I en slik studie ønsker vi fleksibilitet, siden vi nødvendigvis ikke har god nok kjennskap til empirien og teorier på forhånd.

### **3.3 Forskningsdesign**

Det er problemstillingen for oppgaven som legger føringer for valg av forskningsdesign (Jacobsen, 2015). Det skilles mellom to ulike undersøkelsesopplegg, herunder intensivt og ekstensivt. Et intensivt opplegg vil gå i dybden på et fenomen, med mål om å identifisere en grundig forståelse av virkelighetsoppfatningen og å innhente detaljer, og dermed forstå hvordan ting henger sammen. Derimot har et intensivt opplegg som formål å studere flere variabler, men med få enkelte enheter. Siden problemstillingen for denne studien er en eksplorerende problemstilling, har vi valgt å gjøre et intensivt undersøkelsesopplegg. Da er det mest aktuelt for oss å benytte en casestudie. En case kan være en organisasjon, en hendelse, et utsagn eller en gruppe mennesker i en bedrift (Andersen, 2013). I dette tilfelle er det politiet som organisasjon. Casestudie er godt egnet for vår studie, siden det gir mulighet for detaljerte beskrivelser av virkeligheten, samtidig som vi kan identifisere beskrivelser, forklaringer og utdypninger som vanskelig vil la seg bestemme på forhånd (Jacobsen, 2015).

### **3.4 Datainnsamlingsmetoder**

I denne delen av oppgaven vil vi presentere metode for datainnsamling. I denne studien benytter vi oss av ulike metoder for å besvare problemstillingen. Vi benytter dokumentanalyse, og intervju som hovedkilde som vårt datagrunnlag. Vi har gjennomgang av ulike omdømmemålinger, mediasaker, hjemmesider, strategier og rapporter. Samlet vil disse ulike metodene utgjøre datagrunnlaget.

### 3.4.1 Dokumentanalyse

I en slik metode finnes det mange ulike informasjonskilder, og generelt innen samfunnsvitenskapelige studier. I vårt tilfelle så har vi innhentet dette gjennom enten informasjon vi fikk av respondenter eller i form av dokumenter. Studier av dokumenter har en lang tradisjon i kvalitativ forskning, og er blant annet benyttet av flere ulike retninger gjennom historien (Thagaard, 2013). Dermed er ikke dokumenter en forskningskilde bare for historikere (Thagaard, 2013). Det er vanlig å skille studier av dokumenter fra data forskeren har samlet inn i feltet, fordi dokumentene er skrevet for et annet formål enn det forskeren skal benytte dem til (Thagaard, 2013). Studiet av dokumenter kalles også innholdsanalyse (Thagaard, 2013:59).

For vår studie har dokumentanalyse vært spesielt nyttig, særlig for å danne oversikt over ulike dokumenter knyttet til nærpolitireformen og politiet generelt. I tillegg til å gjøre intervjuer med noen fra etaten, vil vi foreta en dokumentanalyse av politiets hjemmeside og egne retningslinjer, strategier, verdier og dokumenter. Noen av dokumentene vi har valgt, fokuserer på en spesifikk periode. Dette gjelder særlig innbyggerundersøkelsene i perioden 2010 til 2022. Resultatene betraktes som relevante for perioden før og etter reformen, deriblant for å synliggjøre endringer knyttet til Nærpolitireformen.

På politiets hjemmesider har vi tilgang til mange dokumenter som beskriver organiseringen av etaten, spesifikke hendelser som involverer politiet, retningslinjer, samt dokumenter om politiets strategier og planer. Disse dokumentene viser blant annet politiets virksomhet gjennom nøkkeltal, mål, prioriteringer og resultater.

Dokumenter fra Politiet sin nettside:

- PDF: “Ethiske retningslinjer for politiet”
- PDF: “Politiets virksomhetsstrategi 2023-2025”
- PDF: «Arbeidsmiljøundersøkelse høsten 2020 om uønsket seksuell oppmerksomhet»
- PDF: «Politiets årsrapport 2022»
- PDF: «Politiets årsrapport 2021»

Dessuten bruker vi andre offentlige dokumenter. Det gjelder ulike NOU utredninger, stortingsmeldinger og DFØ rapporter som er relevante for denne studien.

Norges offentlig utredninger:

- NOU 2012:14 “Rapport fra 22. juli-kommisjonen”
- NOU 2013:9 “Ett politi – rustet til å møte fremtidens utfordringer — Politianalysen”
- NOU 2017:9 “Politi og bevæpning — Legalitet, nødvendighet, forholdsmessighet og ansvarlighet”

Stortingsmeldinger:

- Stortingsmelding nr.145 (2005-06): Innstilling fra justiskomiteen om politiets rolle og oppgaver;
- Innst 306 S (2014-15): Innstilling fra justiskomiteen om endringer i politiloven mv. (trygghet i hverdagen – nærpelitireformen);
- Prop.61 LS (2014-15): Endringer i politiloven mv. (trygghet i hverdagen - nærpelitireformen);
- Meld. St. 29 (2019–20) Politimeldingen – et politi for fremtiden.

DFØ Rapporter:

- DFØ “Innbyggerundersøkelsen 2021”
- DFØ-rapport 2022:6 “Evaluering - en vurdering av resultater og effekter, “

Utenom de overnevnte dokumentene, utredningene og rapportene benytter vi oss av ulike nettsider. Disse nettsidene er blant annet Stortinget, Regjeringen, Politiets fellesforbund, Politidirektoratet, politiet, og direktoratet forvaltning og økonomistyring.

Foruten innbyggerundersøkelser og offentlige dokumenter, brukes ulike artikler og medieoppslag, som suppleres med relevant litteratur. Dette bidrar til grunnleggende informasjon og innsyn, som fører til bredere forståelse for å besvare problemstillingen.

Dokumentanalysen legger særlig vekt på ulike medieoppslag som har relevans knyttet til nærpelitireformen. Medieoppslag fra ulike kanaler som fagblad og nettaviser, inkludert Politiforum, NRK, TV2, VG, Dagbladet, Faktisk, Nettavisen og Fædrelandsvennen. Vi bruker hovedsakelig nettavisene for å finne ulike typer oppslag knyttet til Nærpelitireformen, både positive og negative. Vi fant artiklene på Google ved å søke på Nærpelitireformen, der fikk vi opp ulike saker om reformen. Vi valgte å forholde oss til rundt femten artikler fordi vi har et ganske stort datamateriale vi jobber med fra før, samt er det viktig å finne relevante koblinger mellom eventuelle nedgang i perioder og forklaringsfaktorer.

For å analysere etatens synlighet har vi benyttet nettaviser, særlig VG og Dagbladet. På grunn av de store datamateriale vi forholder oss til valgte vi å hovedsakelig benytte disse to nettaviser. Vi ønsket å identifisere hvor synlig politiet er under perioder der tilliten har sunket mest. Da valgte vi å se på årstallene som viste størst variasjon i innbyggerundersøkelsene, som var nedgangen i tillit i 2018. Dermed ser vi på 2017 og 2018, for å se om nedgang i tillit kan forklares av synligheten til etaten. Dette gjør vi gjennom ulike søk, disse søkeordene ble brukt som følgende: “politiet”, “politiet kritikk”, “politiet 2017”, “politiet 2018”, “politiet 2017 kritikk”, “politiet 2018 kritikk”, og “nærpolitireformen kritikk”. Formålet med slike søk er å kunne begrense det i de ulike tidsperiodene vi ønsker å finne kilder til, og kunne sammenligne antall søketreff fra de ulike tidsperiodene. Det gjelder generelle oppslag om politiet, men også oppslag som er av kritisk karakter. Disse treffene gir oss en indikator på hvor mye politiet er omtalt i de spesifikke årene.

### **3.4.2 Politiets Innbyggerundersøkelser**

Innbyggerundersøkelsene til politiet som har blitt gjennomført på oppdrag fra politidirektoratet er en viktig datakilde for vår studie. Innbyggerundersøkelsene i denne studien blir benyttet for å måle etatens tillit og inntrykk, som vil være de mest relevante punktene for denne avhandlingen.

TSN Gallup, Kantar og Ipsos er bedrifter som har vært ansvarlig for å gjennomføre innbyggerundersøkelsene. Undersøkelsene i 2004, 2006, 2008, 2010 og 2012 er gjennomført av TSN Gallup, Ipsos gjennomførte undersøkelsene fra 2014 til 2017 og fra 2018 til 2022 gjennomførte Kantar undersøkelsene. Denne studien tar utgangspunkt i innbyggerundersøkelsene utført fra 2010 til 2022, og det er dermed resultatene i denne tidsperioden som anses som relevante for oss.

Formålet med undersøkelsen retter seg mot å kartlegge befolkningens holdninger til politiet i Norge. Sentrale temaer som går gjennom i disse undersøkelsene er tillit og trygghet, opplevelse av trygghet og bekymring for kriminalitet, samt en rekke forhold rundt kontakt med politiet. Innbyggerundersøkelsene har opp gjennom disse årene hatt noen vesentlige endringer, som kan ha en påvirkning på tolkning og sammenligning av resultatene. For å ta dette i betraktning er det dermed viktig å påpeke endringene som kan være av betydning for vår studie av politiets omdømme.



### 3.4.2.1 Endringer i innbyggerundersøkelsen

I undersøkelsen fra 2015 er spørsmålsformuleringen og antall svaralternativ endret, noe som medfører at resultatene ikke er direkte sammenlignbare med de tidligere årene. Her er svaralternativet endret fra 4 til 5, som tilsier at fordelingen er endret. Det er nå tatt inn et midtpunkt på skalaen, som er “verken stor eller liten tillit”. Resten av svaralternativene står uendret. Spørsmålsformuleringen for undersøkelsen i 2015 er «Alt i alt, hvor stor tillit har du til politiet?», mens de tidligere undersøkelsene målte tillit ved dette spørsmålet: «I hvilken grad har du tillit til politiet?» (Kantar Public, 2015). Det kan bemerkes at spørsmålet står mer åpent enn tidligere undersøkelser.

Undersøkelsen fra 2015 har også introdusert et nytt spørsmål for å måle inntrykket til politiet. Dette spørsmålet kan naturligvis ikke sammenlignes med resultatene fra tidligere år.

Spørsmålet som introduseres er: «Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av politiet når det gjelder ...». Svaralternativene er;

- å forhindre lovbrudd der det blir truet med eller utøvet vold;
- å pågripe personer som har begått innbrudd;
- å komme raskt til åstedet når de blir tilkalt etter en voldsforbrytelse;
- å behandle folk med respekt uavhengig av hvem de er;
- å ta rettferdige, upartiske avgjørelser i saker de behandler;
- å forklare sine avgjørelser og handlinger når de blir bedt om det.

(Kantar Public).

De tidligere undersøkelsene før 2015 målte inntrykk ved dette spørsmålet: «Hvor godt eller dårlig inntrykk har du av politiet?», og et eget spørsmål til kjennskap til politiet som er: «Hvor godt eller dårlig mener du at du er kjent med politiets oppgaver?» Undersøkelsene etter 2015 er helt like frem mot 2020. Det blir da flere endringer i innbyggerundersøkelsen. Fra 2015 til 2021 er det dermed like spørsmål rundt tillit og inntrykk. Disse endringene tar vi i betraktning når vi tolker og analyserer resultatene (Kantar Public).

Innbyggerundersøkelsen 2022 har hatt vesentlige endringer i både metode og utvalg. Spørsmålene har blitt stilt annerledes, men også spisset mot enkelte temaer som anses som viktige områder å innhente kunnskap for politiet. Derfor påpekes det i undersøkelsen at

resultatene ikke er direkte sammenlignbare med resultatene fra tidligere undersøkelser. Det betraktes at undersøkelsen fra 2022 skal anses som et nullpunkt og grunnlag for fremtidige målinger. (Kantar Public, 2022).

Utvalgets sammensetning er endret. Tidligere ble Norsk Gallups befolkningsdatabase benyttet, men nå benyttes folkeregisteret. Årets undersøkelse gjennomføres digitalt, istedenfor gjennom intervjuer på telefon, som ble gjort tidligere. Utvalget er også blitt betydelig større med omtrent 25 000 informanter, noe som er av vesentlig stor endring enn tidligere. De tidligere undersøkelsene har hatt et omfang på 300-600 intervjuer per politidistrikt, men årets undersøkelser viser at alle politidistrikt har minst 1000 innbyggere som har svart. Dette fører til styrking av undersøkelsene, siden resultatene blir ansett som sikrere på grunn av flere deltakere. Det er dessuten av betydning for den økte deltakelsen at undersøkelsen ble gjennomført digitalt. Til sammenligning, har undersøkelsen fra 2022 en økning av yngre aldersgrupper som har deltatt. Fra politiets side er dette ønskelig for å sikre bedre representasjon blant yngre enn tidligere (Politiet, 2023).

Spørsmålet rundt tillit har en endret formulering: «Hvilken tillit har du til politiet i Norge?». Videre er det et oppfølgingsspørsmål om endring i tillit til politiet: «Sammenlignet med for ett år siden, har du ...» Svaralternativene er: «Høyere tillit til politiet», «Lik tillit til politiet», «Lavere tillit til politiet» og «Vet ikke». Årets undersøkelse ønsker dessuten å omfatte to åpne oppfølgingsspørsmål for de har svart at de har lav tillit til etaten, og de som har svart at deres tillit har blitt lavere det siste året. Respondentene har blitt bedt om å begrunne årsaken. (Kantar Public, 2023).

Spørsmål rundt inntrykk er også endret i årets undersøkelse:

«Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om politiet i ditt nærmiljø?». Disse påstandene omhandler tematikk som effektivitet, prosessuell rettferdighet og lokal tilstedeværelse. Denne delen av undersøkelsen skal vurdere inntrykket til befolkningen på bakgrunn av 8 påstander, som det er av ønske å kartlegge nærmere. Påstandene som det spørres om i undersøkelsen er:

- politiet forebygger kriminalitet;
- politiet er tilgjengelig når man tar kontakt;
- politiet kommer når det er akutt behov for hjelp;
- politiet behandler alle rettferdig og upartisk;
- politiet behandler alle med respekt, uavhengig av hvem de er;

- politiet forklarer sine avgjørelser og handlinger når de blir bedt om det;
- politiet lytter til innbyggernes bekymringer;
- politiet informerer innbyggerne om sine aktiviteter.

(Kantar Public, 2022).

Som det nevnes i undersøkelsen er dette en relativt annerledes innbyggerundersøkelse enn det tidligere har blitt gjennomført. Derfor er endringene som er nevnt av stor betydning for oss i vår analyse og tolkning av politiets tillit og inntrykk. Likevel velger vi å benytte årets undersøkelse med i tolkningen og sammenligningen når vi undersøker politiets omdømme. Selvsagt med hensyn til de store endringene som har blitt gjort, vil resultatene rundt tillit og inntrykk være en del av vår forståelse for å forklare omdømme til politiet (Kantar Public).

### **3.4.3 Intervju**

Intervjuer kan egne seg når det er hensikt i å studere meninger, erfaringer og holdninger knyttet til et fenomen (Johannessen et al., 2020:105). For denne problemstillingen har vi benyttet oss av semi-strukturerte intervjuer, fordi vi ønsker fleksibilitet og mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål og be om utdypning der det er nødvendig. Intervjuer for en tilleggs metode vi benytter for å innhente data, fordi vi ønsker å få bredere innsikt i hva politiet legger i sin kommunikasjon og hvordan dette gjøres både internt og eksternt. I form av semistrukturerte intervjuer ønsker vi å avdekke ny informasjon som vi ikke har kunnskap til og ønsket både refleksjoner om resultatene i innbyggerundersøkelsene, samt å snakke rundt hvordan politiet arbeider med sin kommunikasjon. En slik form for intervju gjør at vi som forskere kan tilrettelegge for hver enkelt informant (Justesen og Mik-Meyer, 2010). Denne intervjuformen kan kjennetegnes ved at man har utformet en intervjuguide, og definert spørsmål og hovedspørsmål på forhånd. Det gir rom underveis i intervjuet til å følge opp med spørsmål og avklare dersom noe er uklart. En slik tilnærming gir oss som forskere muligheten til å sammenligne svarene, ettersom alle informantene snakker innenfor samme tematikk (Thagaard, 2013: 98). Motivet vårt for intervjuet var å stille spørsmål som kan til sammen med våre andre datakilder bidra med å belyse problemstillingen.

#### **3.4.3.1 Utvalg av informanter**

Politiet har en inndeling på 12 politidistrikt, der vi fikk tilgang til informanter i et politidistrikt. Vi valgte å ha strategisk utvalg av informanter, og vektla å intervju informanter

som har hatt eller har en tilknytning til kommunikasjonsenheten i Troms politidistrikt. Videre har vi forsøkt å benytte intervju sitatene i analysen for å bygge videre på det vi finner av informasjon, for å besvare problemstillingen.

Vi valgte å ha dybdeintervju med 3 informanter og ønsket å gi dybde i våre andre datakilder med direkte informasjon av de som faktisk jobber med kommunikasjonen til politiet til det daglige. Vi har valgt å intervju informanter som har hatt og har god kjennskap til utforming av politiets kommunikasjon. Da har vi valgt å intervju på ulike nivåer og roller i kommunikasjonsenheten. Ingen av våre informanter har jobbet i etaten før reformen, som gjør at sammenlignende spørsmål om før og etter reformen var vanskelig å undersøke. Likevel har våre informanter roller i etaten som krever at de kjenner godt til utforming av etatens kommunikasjon, og kan se visse ettervirkninger av reformen. Våre tre informanter har vært ansatt i etaten fra alt mellom noen måneder til 4,5 år. Det alle informantene har til felles er at de er godt kjent med innbyggerundersøkelsene og har i sitt arbeid jobbet mye med disse undersøkelsene. Vi har sørget for at informantene holdes anonyme og at svarene deres ikke skal knyttes tilbake til dem, under hensyn til personvern. Derfor har vi referert til informantene som “informant 1”, “informant 2” og “informant 3”. For å sikre at informantene ikke skal kunne gjenkjennes, har vi utelatt deres stillinger i etaten. Dermed har vi valgt å utelate informantenes rolle til etaten, foruten at de har god og bred kjennskap til etatens utforming av deres kommunikasjon. Informantene har til felles at de har kjenner godt til etatens kjernearbeid med kommunikasjon, og innehar stillinger som krever forståelse av utformingen av deres kommunikasjon.

Et intervju kan ses som en relasjon mellom informant og forsker, med bakgrunn i denne relasjonen vil informasjonen fra intervjuene være avhengig av dette (Johannessen et al., 2020:114). For å sørge for å få en god relasjon med informantene våre, tok vi hensyn til en rekke forhold. Vi tok kontakt med våre informanter på e-post, ved å presentere oss selv og fortelle litt om studiet vårt, og hva det innebærer å delta som informant. Informantene fikk mulighet til å avklare spørsmål de hadde rundt vår oppgave, og fikk avklart ting som var uklart for dem på forhånd, før de takket ja til å stille som informanter. Informantene fikk på forhånd informasjon om at deltakelsen er helt frivillig, og at de når som helst kan trekke seg. Når informantene takket ja, og vi ble enige om å ha en samtale, fikk de tilsendt intervjuguiden. Informantene fikk også et informasjonsskriv med orientering om studiet og informasjon om at Norsk senter for forskningsdata (NSD) har vurdert prosjektet. Alle

informantene fikk beskjed om at svarene blir anonymisert og lydopptakene vil tas på sikre intranett, gjennom retningslinjene til NSD. Informasjonsskrivet inneholdt også videre informasjon om at lydopptakene vil bli slettet etter sensurfrist.

### **3.4.3.2 Gjennomføring av intervjuene**

Intervjuene ble utført fysisk, nemlig for at samtalen skulle føles naturlig og komfortabel for informantene. Det ble lagt av 1 times tid for hvert intervju, og vi startet intervjuene med en presentasjon av oss selv. Dette fordi vi ønsket at intervjuene skulle føles som en avslappende samtale mellom flere individer som har engasjement rundt samme tema.

Intervjuguiden er utformet med innledningsspørsmål, nøkkelspørsmål og avslutningsvis en avsluttende/oppsummerende del. For å starte med samtalen hadde vi på forhånd utformet ark med resultater fra innbyggerundersøkelsene i den bestemte tidsperioden for undersøkelsen, som vi skulle benytte for våres analyse, og startet dermed samtalen med deres oppfatning og refleksjon rundt tidligere resultater på tillit og inntrykk. Deretter hadde vi spørsmål om etatens kommunikasjon, og videre var spørsmålene delt inn i underkategorier av stjernekvantiteter. Altså spørsmål knyttet til synlighet, distinkthet, åpenhet, autenticitet, konsistent og mottakelig. Formålet med disse spørsmålene var å finne deres kommunikasjon på disse områdene av deres arbeid. Spørsmålene i intervjuguiden var strukturert på bakgrunn av tema. Formålet var å ha en struktur slik at bearbeidingen av dataene skulle gjøres ved å samle alle svar under bolker for tema, slik at disse kunne sammenligne svarene og se likheter/ulikheter, men også egne refleksjoner fra informantene. Informantene viste stort engasjement rundt vår problemstilling, og dette engasjementet er noe vi har til felles med våre informanter.

Etter gjennomføringen av intervjuene, valgte vi å transkribere alt av data vi samlet inn. Dette var tidkrevende og opptakene varte i 45-50 minutter hver. Tjora (2021:185) mener at det ikke finnes en objektiv oversettelse fra en muntlig til skriftlig form, og dermed må transkribering gjøres ut fra hva som anses som nyttig i en konkret situasjon. Likevel anbefales det å være detaljert, da det ikke er lett å vite hva som kan ha betydning for analysen. Vi valgte å transkribere alt som ble sagt, men utelot småprat før intervjuer, pauseord, latter eller kommentarer som ikke anses som relevante for spørsmålene. Videre noterte vi ned dersom informantene virket tvilende eller usikre i svarene sine.

Vi ble enige med informantene at de skulle få et utkast med deres sitater når vi hadde skrevet analysen, slik at de kunne gå gjennom og godkjenne sitatene vi benyttet av dem. Dette fordi vi ønsket å fremvise korrekte uttalelser, og være punktlig for å unngå misforståelser av hva våre informanter har sagt under intervjuene. Informantene leste over, og godkjente sitatene vi benyttet før vi ferdigstilte resten av analysen vår. Dette gjorde vi for å kvalitetssikre sitatene, og samtidig sikre vår forståelse av informantenes uttalelser.

### **3.5 utfordringer og metodekritikk**

Det er utfordrende å vite når man har samlet nok data i datainnsamlingsprosessen, og når man skal avslutte innsamlingen. Eksempelvis er det vanskelig å vite om man har lest nok og si seg ferdig med innsamlingen. Dette gjelder også Nærpolitireformen, som fortsatt er et aktuelt tema, selv om den ble innført for flere år siden. På grunn av det økte presset på ulike offentlige etater, kan kritikk mot politiet dukke opp fra tid til tid, og ofte tilskrives tilbake til reformen.

Vår studie fokuserer på politiet, som er en organisasjon vi forholder oss til i det daglige. Derfor er vi klar over at vi har noen visse tanker og inhabilitet, spesielt siden en av oss er ansatt i en delstilling ved siden av studiene hos politietaten. Dette kan være en svakhet for oppgaven vår, siden forskerens perspektiver kan påvirke tolkningen av kilder og dermed påvirke våre funn. Vi vil likevel påpeke at forskeren som jobber i etaten, er klar over dette poenget og prøver å forholde seg objektiv fordi vi ønsker å legge frem resultater som kommer frem i undersøkelsen som sin riktige form.

Det hevdes at hvis forskeren har et begrenset perspektiv, kan utvalget av tekster bli ensidig (Thagaard, 2013). Dette kan igjen påvirke tolkningen av innholdet og føre forskeren i en bestemt retning innenfor forskerens perspektiv. I vår studie har vi forsøkt å unngå dette ved å samle inn og inkludere ulike typer dokumenter som omhandler Nærpolitireformen, slik som offentlige dokumenter, rapporter, artikler osv. som inneholder relevant informasjon om temaet. Vi har gjort vårt beste for å sikre at utvalget av tekster er så bredt som mulig, og at vi inkluderer alle relevante kilder. Det er viktig å påpeke at det er umulig å gå gjennom alle tilgjengelige dokumenter om temaet. Derfor har vi vært nødt til å begrense oss i enkelte tilfeller for å sikre at vi kunne gjennomgå og analysere det utvalget av tekster som var mest relevant for vår studie. I tillegg er det vanskelig å skulle fastslå med sikkerhet hvorvidt det er trekk ved nærpolitireformen som har ført til endringer i tillit og omdømme, eller om det

handler om store vanskelige saker. Sannsynligvis er det en kombinasjon av de to, og derfor vi bruker stjerne-kvalitetene som skal hjelpe oss til å se dette.

### **3.6 Kvalitetskriterier**

Oftest benyttes de tre kriteriene reliabilitet (pålitelighet), validitet (gyldighet) og generaliserbarhet som indikatorer på kvaliteten i forskningen (Tjora, A. 2013:202). Formålet med forskning er å utarbeide og sikre pålitelige og gyldige konklusjoner. For å gjøre dette må vi vurdere kvaliteten på datamaterialet og forsøke å øke sannsynligheten for at vi kommer frem til riktige slutninger. Dermed er reliabilitet og validitet viktige begreper når det gjelder kvalitetssikring av vitenskapelige undersøkelser. Der reliabiliteten beskriver dataens pålitelighet, mens validitetens handler om relevansen til dataen med bakgrunn i teori og problemstilling (Ringdal 2001:166).

Jacobsen hevder at det er noen viktige spørsmål vi kan stille oss for å finne ut om forskningen holder mål:

- har vi fått tak i det vi ønsker å få tak i? Med andre ord: validitet;
- kan vi stole på de data vi har samlet inn? Reliabilitet på oppgaven;
- kan vi overføre det vi har funnet til andre sammenhenger? Som er overførbarhet?

(Jacobsen, 2005:213).

#### **3.6.1 Reliabilitet**

Reliabilitet dreier seg om pålitelighet eller stabilitet, og fokuserer på materialets og dataens pålitelighet. Hvis reliabiliteten er høy på måten vi undersøker det på, vil vi få pålitelige resultater. For å anses som pålitelig, må undersøkelsen kunne gi identiske resultater ved bruk av samme metode (Johannessen mfl., 2010). Selv om dette er formål, er det i praksis vanskelig å opprettholde dette, spesielt innen kvalitativ forskning. Dette på grunn av endringer i samfunnet og mennesker over tid (Grønmo, 2016). Begrepet reliabilitet skiller mellom intern og ekstern reliabilitet. Ekstern reliabilitet handler om å få akkurat de samme funnene med samme undersøkelse på en annen kontekst under like forhold. Mens intern reliabilitet handler om forskeren sin fremgangsmåte for å innhente data og hvordan dette analyseres. I bunn og grunn viser reliabiliteten til i hvilken grad variasjoner i datamaterialet skyldes spesielle trekk ved undersøkelsen eller datainnsamling (Jacobsen, 2005).

I denne oppgaven har vi gjennomgått ulike dokumenter og litteratur med utgangspunkt i våre hverdagslige forutsetninger, etablerte meninger, bakgrunn og perspektiver. Disse dokumentene er åpent tilgjengelig for alle og vil kunne undersøkes av andre. Innenfor de fleste samfunnsforskningene vil forskeren ha et eller annet engasjement i temaet det forskes på. Idealet er nøytralitet og objektive observasjoner. Men naturlig nok er det ikke mulig innenfor en slik forskning, dermed vil forskerens engasjement bli betraktet som støy rundt prosjektet og dermed kan det ha en påvirkningskraft på funnene og resultatene (Tjora, 2013). Det er viktig å erkjenne at slike faktorer kan påvirke forskningen og tolkningen av kildene, og dermed utgjøre en svakhet ved denne undersøkelsen. Det er mulig at en annen forsker ville ha gjennomført samme studie og kommet frem til andre konklusjoner eller vurdert ulike trekk ved oppgaven. Det er derfor viktig å være kritisk til egen forskning og å være åpen for alternative tolkninger og perspektiver. Det er viktig å understreke at forskernes kunnskap og engasjement ikke betraktes som kun støy i prosjektet, men det kan også bli betraktet som ressurs. Men hvordan denne brukes i en analyse, må gjøres nøye og eksplisitt. Dermed er det viktig å gjøre rede for hvordan ens posisjon kan komme til å prege forskningsarbeidet (Tjora, 2013). Dette gjelder også vår studie spesielt, siden en av oss jobber på politiet, som gjør at det blir vanskelig å opprettholde absolutt nøytralitet i prosjektet. Dermed kan vi si at vi har et spesielt engasjement og kunnskap om prosjektet som kan påvirke studien og resultatene. I vår studie av politi og nærpoltireformen hadde det vært helt umulig uten noe kjennskap til organisasjonen, siden det er en organisasjon vi forholder oss til det i det daglige. Derfor er det viktig for studiens reliabilitet å nevne dette, og være oppmerksom rundt dette.

### **3.6.2 Validitet**

Som nevnt tidligere handler validitet om hvorvidt datamaterialet er gyldige for å undersøke problemstillingen, og om undersøkelsen måler det den er ment for å måle (Thagaard, 2013). For å bekrefte om det vi har samlet inn er gyldig, må vi se på testresultatene. I kvalitative metoder kan man alltid argumentere for at det ikke finnes en absolutt sannhet, men en slik bekreftelse oppnås gjennom at flertallet har enighet om et fenomen. Dette kan anses å være en form for bekreftelse når det gjelder om en ting er riktig eller korrekt. (Thagaard, 2013). På lik linje med reliabilitet er det vanskelig å måle validitet. Men hvis innsamlingen og undersøkelsesmetoden fører til relevant data for problemstillingen, er validiteten høy.

Det finnes to forskjellige måter å sjekke dette på. Den første måten er å diskutere funnene og resultatene med respondentene for å se om de kjenner seg igjen i svarene vi fremlegger. Den



andre måten er å sammenligne våre funn og resultater med tidligere forskning fra andre forskere som har jobbet med samme tematikk.

Det er selvfølgelig ulike faktorer som kan påvirke undersøkelsens gyldighet, som man må være klar over. For det første er det viktig å vurdere hvilken kunnskap respondentene har om fenomenet, som skal undersøkes. Siden resultatene vil endre seg ut ifra erfaringsnivået til den enkelte. En annen viktig ting som man må tenke på når vi skal vurdere validiteten til studien er om respondentene forteller sannheten. Under intervjuene har vi vært klare over at noen av svarene kan muligens være “politisk korrekte”, og dermed er det tatt i betraktning fra oss i vår analyse. Man er ute etter å finne riktig informasjon, i enkelte tilfeller kan det forekomme at respondentene ikke forteller sannhet, dette kan også være tilfelle med vår studie. At informantene av ulike årsaker er opptatt å fremstille politiet på en viss måte som nødvendigvis ikke stemmer overens med virkeligheten. Vi er klar over dette, og derfor er det viktig for oss å sammenligne og finne samsvar mellom informasjonen vi får av respondentene og andre kilder, eksempelvis det etaten formidler om seg selv. Det er derfor viktig drøfte dette, og gi et godt grunnlag for å se i hvilken grad dette forekommer i studiet, samt drøfte om undersøkelsesmetoden er egnet for å samle inn relevante data for oppgaven og problemstillingen.

### **3.6.3 Overførbarhet**

Tjora hevder at generaliserbarhet er godt etablert som en kvalitetsindikator for forskning som sådan (Tjora, 2013). Generalisering handler om overførbare konklusjoner fra forskningsprosjektet til et større samfunn. Det finnes uenigheter blant forskere om hvordan generalisering skal gjøres innenfor kvalitativ forskning, der enkelte har foreslått at man snakker om overførbarhet heller enn generalisering innenfor kvalitativ forskning (Tjora, 2013). Overførbarhet dreier seg om hvorvidt funnene fra en studie kan overføres til lignende situasjoner og kontekster (Thagaard, 2013). I stedet for å fokusere på generalisering, kan kvalitativ forskning heller legge vekt på overførbarhet og troverdighet av funnene (Thagaard, 2013).

Vår studie er spesifikt innenfor politiet og nærpoltireformen. Dermed blir det vanskelig å generalisere noe av våre funn, på bakgrunn av begrepet utvalg. Andre del kan være generaliserbart, eksempelvis når det kommer til omdømmehåndtering i offentlig sektor og hvordan det kan påvirke omdømme til et offentlig forvaltningsorgan. De ulike strategiene og

virkemidlene disse benytter seg av for å opprettholde tillit og legitimitet i omgivelsene. I bunn og grunn blir det vanskelig å vurdere generaliserbarhet innenfor den kvalitative metoden. Dermed vil det bli mest opp til leseren å vurdere generaliserbarheten til prosjektet. I vårt tilfelle vil det bidra til å øke forståelsen rundt teamet. I tillegg vil det være svært vanskelig å argumentere for at studiens intervjuer gir et godt grunnlag for å generalisere resultatene til hele politietaten med ca. 18000 ansatte, eller andre organisasjoner. Likevel kan man gjøre analytiske generaliseringer ved å sammenligne våre funn mot tidligere forskning. For generalisering kan sies å være avhengig av i hvilken grad man sammenligner relevante trekk, og at det er mottaker av informasjon som bestemmer hvorvidt funnene kan overføres til en ny situasjon og undersøkelse (Thagaard, 2013).

### **3.7 Etske retningslinjer for kvalitative metode**

Det finnes noen etiske retningslinjer innenfor forskersamfunnet, som er de samme for kvalitative prosjekter som for andre prosjekter. For all vitenskapelig virksomhet kreves det at forskeren forholder seg til noen etiske prinsipper. Disse gjelder internt i forskningsmiljøet, så vel som i relasjon til omgivelsene (Thagaard, 2015). De etiske reglene er knyttet til forholdet mellom forskere krever, *“at forskeren utviser redelighet og nøyaktighet i presentasjonen av forskningsresultater og i vurderingen av andre forskeres arbeid”* (Thagaard, 2015:25). «De nasjonale forskningsetiske komiteer» (NESH, 2006) har definert både regler og normer for vitenskapelig redelighet.

Disse retningslinjene finnes også for studier som innebærer behandling av personopplysninger, eksempelvis nær kontakt mellom forskere og de personer som forskeren studerer. Dette kan være deltakende observasjoner og intervjuer. Utgangspunktet er tre prinsipper man skal forholde seg til i et slikt tilfelle. Det første prinsippet er informert samtykke. NESH (2006:13) definerer det slik: *“som hovedregel skal forskningsprosjekter som inkluderer personer, settes i gang bare etter deltakernes informerte og frie samtykke”*. Det andre prinsippet er konfidensialitet, som er et grunnprinsipp for etisk forsvarlig forskningspraksis. Dette prinsippet handler om at all informasjon de gir, blir behandlet konfidensielt. Derfor må forskeren hindre bruk og formidling av informasjon som kan skade enkeltpersoner det forskes på. Anonymisering er vanligvis en måte å gjøre dette på, ettersom det stilles strenge krav til opplysninger som gjør det mulig å identifisere deltakerne (Thagaard, 2015). Det tredje grunnprinsippet er knyttet til eventuelle konsekvenser forskningen kan ha for deltakerne. Det kommer tydelig frem at *“forskeren har ansvar for å*

*unngå at de som utforskes utsettes for skade eller andre alvorlige belastninger*” (NESH 2006:12). Blant annet står hensynet til enkeltindividets fysiske og personlige integritet sentralt.

Kvalitative forskningsprosjekter og metoder betraktes som fleksible forskningsopplegg, men man må opprettholde de retningslinjene og verdiene for å ivareta gyldigheten til prosjekter som studeres. Dermed må de ulike prosessene, forskningsdesignen, innsamlingsmetoden og fremgangsmåtene i forskningsprosjektet utdypes og forklares nøye for at det ikke skal påvirke resultatene og rammeverket til prosjektet.

## **4 Teorikapittel**

I dette teorikapitlet skal vi presentere det teoretiske begrepsapparatet som blir benyttet for å besvare avhandlingens problemstilling: «Har politiets omdømme endret seg etter reformen, og hva kan det eventuelt skyldes», for å forstå og forklare en endring i politiets omdømme. Kapitlet er tredelt. I den første delen redegjør vi for noen nøkkelbegreper i omdømmeteorien. Deretter gjøre rede for det Byrkjeflotts omdømmeoppskrift, og hvordan man skal håndtere sitt omdømme generelt, og i offentlige virksomheter spesielt. Deretter gjøres det rede for hvordan man håndterer sitt omdømme generelt i omdømmeoppskriften, og i offentlige virksomheter spesielt. Her lanseres begrepene legitimitet og tillit, som er helt sentrale for vår studie av politiets omdømme. Til slutt gjør vi rede for Fombrun og Van Riels stjernekvantiteter, som vil være viktig for vår analyse dersom politiets omdømme har endret seg.

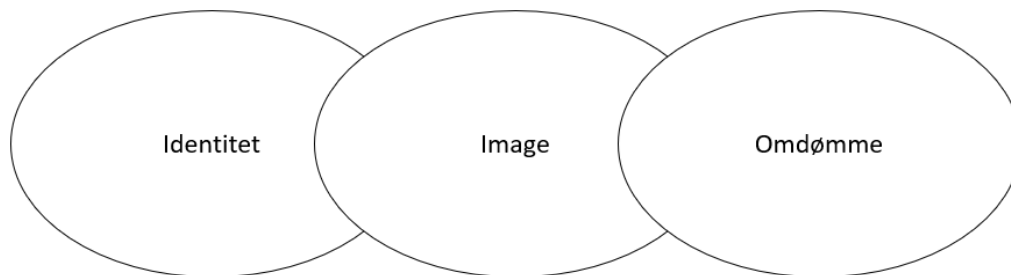
### **4.1 Sammenhengen mellom identitet, image og omdømme**

*«Omdømmebygging starter med at organisasjoner ser nærmere på sine mål og verdier. Dersom man vil styrke omdømmet, må identitet som kommuniseres utad, dessuten være forankret i organisasjonsidentitet eller hva virksomheten er innad» (Brønn & Ihlen, 2009:24).*

For å forstå konseptet omdømme, omdømmebygging og ikke minst omdømmehåndtering er det nyttig å forstå de ulike begrepene som faller under dette fenomenet. Derfor er det viktig å starte med å danne en felles forståelse av hva organisasjonsidentitet og image er (Brønn & Ihlen, 2009). Omdømme, identitet og image kan til tider i litteraturen benyttes som sammenfallende begreper, og figur 1 viser til at er en sammenheng mellom begrepene.

Likevel er det viktig å punkttere at begrepene kan benyttes som samslektede begreper og ikke sammenfallende.

Derfor vil det være avgjørende å forstå hva som ligger i begrepene identitet og image, for å ha en forståelse av begrepet omdømme. For så hvordan organisasjoner benytter seg av disse virkemidlene for å enten ivareta etablert inntrykk i omgivelsene eller endre på den eksterne oppfatningen av organisasjon.



Figur 2 Identitet, image og omdømme (Brønn & Ihlen, 2009)

Som illustrert ovenfor kan det oppfattes at begrepene i enkelte tilfeller overlapper og henger sammen, men samtidig viser Brønn & Ihlen til noen vesentlige forskjeller mellom disse. For å klargjøre og forstå forskjellene har Brønn & Ihlen (2009) definert de tre begrepene følgende: Identitet kan anses å være «et internt kjernebegrep som sier noe om profilen og verdiene som kommuniseres av organisasjonen, og ansattes syn på det». Mens Image er mer det umiddelbare inntrykket omgivelsene har av organisasjonen, noe som i sin tur danner grunnlaget for omdømmet. Dermed er omdømme “omgivelsenes oppfatning av en organisasjon over tid” (Brønn & Ihlen, 2009:13-14). Definisjonen tyder på en klar sammenheng mellom begrepene. Forskning gjennomført innenfor feltet viser også enighet blant forskere om at enhver drøfting av image og omdømme må ta utgangspunkt i identitet (Brønn & Ihlen,2009).

## 4.2 Omdømme

I likhet med image begrepet, er omdømme preget av mange forskjellige tolkninger og definisjoner av begrepet. I en undersøkelse gjort i 2006 av Barnett mfl., fant 49 ulike definisjoner av begrepet omdømme, ulike tolkning forankret i forskjellige fagfelt. Dette innebærer lite enighet om hvordan en skal forstå fenomenet, dermed er det kamp mellom ulike akademiske disipliner om å fremme sin definisjon som den etablerte definisjonen.

Dessuten oppfattes de fleste definisjonene av omdømme for å være relative nye definisjoner, som tyder på at det meste av forskning som er foretatt innenfor dette feltet er gjort i nyere tid.

Innenfor organisasjonsteori feltet blir omdømme definert som kognitive oppfatninger av virksomhet, når interessenter former ulike meninger om virksomheten. En annen er «summen av omgivelsenes oppfatning av en organisasjon» (Wæraas, 2004). Den mest omfattende definisjonen av begrepet er utarbeidet av Barnett mfl. (2006), og er følgende: «*observatørers kollektive vurdering av en virksomhet basert på oppfatninger av de økonomiske, sosiale, miljømessige konsekvensene virksomheten har over tid*» (Brønn & Ihlen, 2009:82). I bunn og grunn kan en argumentere med at omdømme handler om en ekstern vurdering, som blir gjort på organisasjonen av noen som kommer utenfra. Deretter beskriver assosiasjonene som er formet i virksomhetens omgivelser, og bedømmer organisasjonens attraktivitet, som sier noe om organisasjonens posisjon blant kunder, leverandører og investorer.

Samtidig er det viktig å merke seg at de fleste definisjonene av begrepet vektlegger at omdømme har en tidsdimensjon, som vil si at et omdømme er noe som er forholdsvis varig. Derfor vil endringer en virksomhet foretar, nødvendigvis ikke påvirke omdømmet umiddelbart. Omdømme er i utgangspunktet noe som påvirkes over lengre tid, spesielt når det gjelder å danne positive inntrykk av organisasjon. Det å bygge et godt omdømme oppfattes av mange teoretikere som en vanskelig og tidkrevende prosess, samt er det vanskelig å ivareta, fordi den ofte har tendenser til å vrake lett. Derfor vil de fleste virksomheter etterstrebe å ivareta et godt omdømme, siden fallhøyden er stor dersom forventninger i omgivelsene ikke innfris.

### **4.3 Identitet**

Største interessen rundt begrepet identitet kan spores tilbake til slutten av 1990- og tidlig 2000-tallet, det samme gjelder den teoretiske utbredelsen rundt denne tematikken. (Brønn & Ihlen, 2009). Før vi går videre med å definere identitet, er det viktig å understreke at det i litteraturen finnes det en rekke ulike definisjoner av begrepet. Men ifølge Kvåle & Wæraas (2007) handler identitet om organisasjonens «ekte» indre kjerne, herunder å fange opp organisasjonens substans. Det er gjennom dette folk opplever kontakt med organisasjonen, og dermed danner, bygger opp et inntrykk eller image av virksomheten. Det sies at organisatorisk identitet ofte dreier seg om både differensiering og identifisering. Identifisering i den forstand at det referer til den selvforståelsen organisasjonen har, medlemmenes egne

oppfatning av hva organisasjonen står for og hvem den er. På den andre siden handler differensiering om hvordan virksomheten forsøker å skille seg fra andre. For å kunne gjøre dette kreves det selvbevissthet om hvem en er, hva en står for, samtidig hvordan en oppfatter andre og hvordan andre ser på en. Røvik hevder at identitet er et rasjonelt konsept, der sammenligning står helt sentralt (Røvik,2007). En annen teoretiker som refereres til i omdømme feltet er Charles J. Fombrun, som hevder at organisasjonsidentitet viser til verdier og prinsipper ansatte assosierer med organisasjonen, og går tilbake til spørsmålet «hvem er vi?».

Videre i utviklingen av begrepet identitet, har forskere innenfor feltet argumentert at organisasjonsidentitet kan deles i to. Schultz & Hatch skiller mellom «organizational» og «corporate» identitet, som tilsier at det skilles mellom organisasjonsmessige og bedriftsmessige forhold.

- *Organisasjonsidentitet: Hva og hvem vi er.*
- *Virksomhetsidentitet: Hvem og hva vi sier og forteller at vi er.*

#### **4.4 Organisasjonsidentitet og virksomhetsidentitet**

Organisasjonsidentitet er selve fundamentet for organisasjonen som merkevare, nærmere bestemt det som posisjonerer organisasjonen overfor andre organisasjons aktører (Brønn og Ihlen,2009). Bakgrunnen for dette er å forklare «hva og hvem vi er». Albert og Whetten (1985) hevder at organisasjonsidentitet er svaret på det selvreflekterende spørsmålet «Hvem er vi som organisasjon?». Forfatterne peker ut tre dimensjoner som organisasjons medlemmene anser som organisasjonens viktigste særtrekk, disse gjenspeiler hva som er sentralt, unikt og varig ved en organisasjon. Formålet er å beskrive organisasjonens essens, og det organisasjonen selv ytrer seg som sitt viktigste særtrekk. Det er viktig å forstå at organisasjonsidentitet innehar en dynamisk karakter, som kan endres over tid, enten det gjelder utvikling eller tap av et viktig identitetslement. Samtidig kan enkelte identiteter bli værende i en organisasjon selv om det dannes nye identiteter.

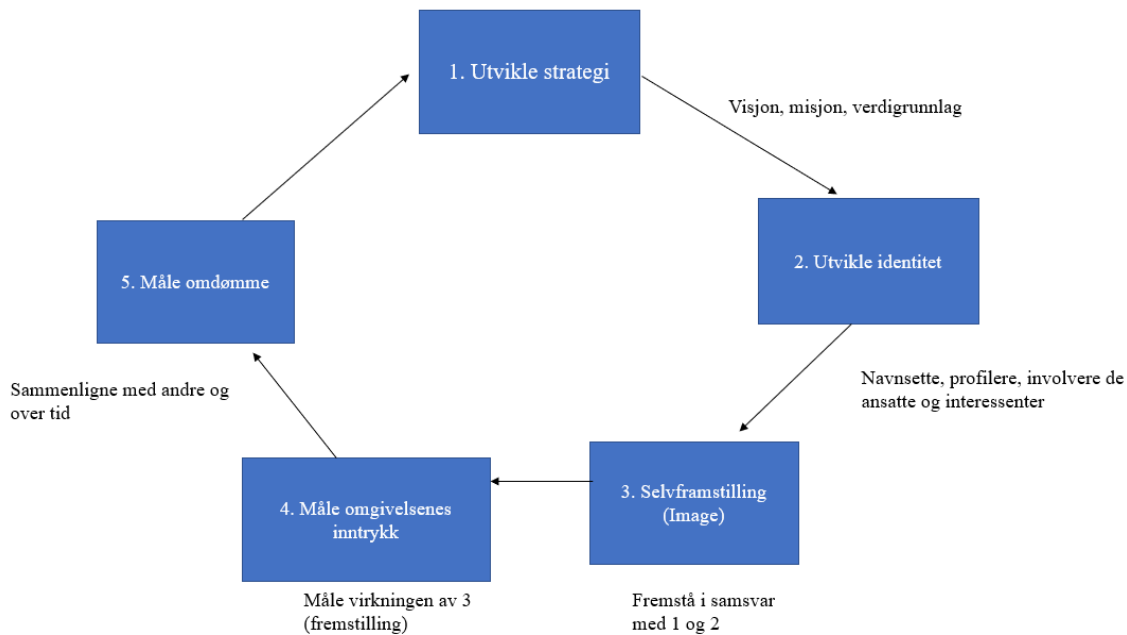
Virksomhetsidentitet eller det engelske uttrykket «Corporate Identity» omhandler hvordan organisasjonen kommuniserer utad til omgivelsene, altså «hvem og hva vi forteller andre vi er». Virksomhet er det som er “*relatert til eller organisert som en enhetlig gruppe individer*”

(Brønn & Ihlen, 2009:35) og omfatter enhver gruppering av mennesker et mål om å delta aktiviteter som gir mening. Eksempler er bedrifter, skoler, politiske partier, religiøse retninger, sportsklubber og frivillige organisasjoner. Formålet med disse verktøyene er å forme et godt inntrykk innad i organisasjonen og utad til omgivelsene og eksterne aktører. Disse sees på som en essensiell del i prosessen om omdømmebygging, fordi det handler om etablerte assosiasjoner som ansatte og interessegrupper har av organisasjon. Organisasjonsidentitet og virksomhetsidentitet er i hovedsak mye av det organisasjonen formidler til omgivelsene. I denne sammenhengen kan Fombrun og Van Riel sine stjernegrener plasseres i denne fasen av omdømmeoppskriften, fordi det handler om å kommunisere utad til omverdenen. Dette vil bli belyst grundigere videre i teorikapittelet.

## **4.5 Omdømmeoppskrift**

Harald Byrkjeflot har sammenfattet noen fellestrekk ved de oppskriftene som er i bruk gjennom idealtypen av omdømmeoppskrifter. Idealtypen bygger på både på empiriske observasjoner som er gjennomført omkring hvordan organisasjoner og relevante aktører oppfatter omdømmebygging, skriftlige framstillinger spesielt fra konsulentbransjen, men også litteratur produsert av akademikere mellom organisasjon og kommunikasjon. Derfor kritiseres enkelte måter å drive omdømmehåndtering på, og at det kan skape uintenderte eller problematiske konsekvenser for organisasjoner. Byrkjeflot er spesielt interessert i dimensjonen av offentlige-private virksomheter (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:51).

Organisasjoner kan gjennom omdømmeoppskrift forvalte sitt omdømme og kartlegge organisasjonens posisjon blant aktører og interessegrupper. Omdømmeoppskrift er en prosess for omdømmehåndtering som består av fem trinn, der det anbefales å følge en gitt fremgangsmåte trinn for trinn. De ulike trinnene vektlegger de forskjellige strategiske kommunikasjonsmidlene for å endre eller ivareta ens posisjon.



Figur 3 Omdømmeoppskriften (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:54)

Trinn 1 dreier seg om å utforme en strategi, utarbeide en visjon og en misjon for organisasjonen og deretter danne et verdigrunnlag. Dette sier noe om hva organisasjonen skal være og hva den skal stå for. Ofte innebærer denne delen av prosessen kartlegging som beskriver status av nåtids situasjonen: Hva virksomheten er og hvordan den oppfattes i omgivelsene, gjerne gjennom omdømmemålinger. Trinn 2 dreier seg om å etablere strategi virksomheten utformer, gjerne en unik og enhetlig identitet. Her handler det om identitetsutvikling og kulturbygning. Det skal formuleres på måter som skal adskille organisasjonen fra lignende organisasjoner. Poenget er å fremme essensen ved virksomheten, og organisasjonsidentiteten skal komme til syne.

Videre handler trinn 3 om selvframstilling (image), og selvpresentasjon. På basis av en strategi og en enhetlig identitet skal organisasjonen formidle hvem virksomheten ønsker å være til omgivelsene. Denne fasen beskrives ofte som organisasjonens virksomhetsidentitet, det ytre og det kommuniseres utad. Det er hovedsakelig to forskjellige måter organisasjonen kommuniserer dette på, enten verbale eller visuelle identitetsuttrykk. Eksempel på verbale kan være etablerte verdier, visjoner, stories som virksomheten formidler. Mens de visuelle kan være logo, navn, fysiske utforming osv. gjennom disse forsøker den å påvirke omgivelsene umiddelbare oppfatning av organisasjonen.

Den fjerde og femte fasen i omdømmeoppskriften handler om å måle etablerte oppfatninger i omgivelsene og assosiasjoner blant interessentene. Det fjerde trinnet refereres ofte som



image-måling. Hensynet med denne fasen er å undersøke hva slags personlighetstrekk aktører tillegger organisasjonen på et bestemt tidspunkt. I mange tilfeller brukes resultatene som et hjelpemiddel for å minske gapet mellom visjon, identitet og image. På det femte trinnet måles omdømmet, og ofte beskrives den som omdømmemåling. I denne delen vil det for eksempel gjennomføres ulike undersøkelser med formål å avdekke fellestrekk blant interessenter i hvordan de oppfatter organisasjon. Hensikten er å måle et helhetlig inntrykk basert på en mengde ulike indikatorer, eksempelvis økonomi, etikk, verdier, arbeidsmiljø osv. Ifølge litteraturen er formålet med omdømmeoppskriften kontinuerlig utvikling for å lukke gapet mellom praktisert og kommunisert praksis.

## 4.6 Omdømmehåndtering i offentlig sektor

Det er en felles enighet blant teoretikere at det fundamentalt finnes ulikheter blant offentlig og privat sektor (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:37). Disse ulikhetene gjør det helt avgjørende å ta hensyn til, for å øke forståelsen for omdømmehåndtering i offentlig sektor.

Christensen mfl. (2015) vektlegger to hovedmomenter i argumentet om at offentlige og private organisasjoner er fundamentalt ulike. For det første kan offentlige organisasjoner skille seg fra private interesser, gjennom hensyn til bredere sett av verdier og mål, hvor flere ulike hensyn må avveies opp mot hverandre. Demokratiske hensyn, rettsstatlige verdier og hensynet til fellesskapet har en annen vekt i offentlige organisasjoner enn i private organisasjoner. Det andre argumentet vektlegger at ledere i offentlige organisasjoner har et ansvar overfor borgere og velgerne mer enn ovenfor interessegrupper eller aksjonærer. Det er større fokus på åpenhet, innsyn, likebehandling, upartiskhet, og forutsigbarhet fra offentlig sektor enn hos private organisasjoner (Christensen 2015:17).

Omdømmehåndtering (Reputation management) kan defineres som det å:

*«Planmessig vise utad hvem man er som organisasjon, hva man er og hva man står for, slik at omgivelsenes oppfatninger av og tillit til organisasjonen styrkes» (Røvik 2007:196).*

Denne definisjonen bygger et skille mellom begrepene omdømme og omdømmehåndtering, på basis av to prinsipper. Det første prinsippet går ut på at organisasjonens indre trekk, er sammenkoblet nært med organisasjonens omdømme. Omdømme kan være avgjørende for å frembringe resultater for organisasjonen. Det andre prinsippet er at omdømmet kan i en betydelig grad være et resultat av sosiale fortolknings- og mening-danningsprosesser som er

konstruert i omgivelsene. Sammen vil disse prinsippene legge føringer for at omdømme kan påvirkes gjennom strategiske og planmessige tiltak (Røvik, 2007:196). Omdømmehåndtering handler om strategi, men også om de dagligdagse kommunikasjonshandlingene som bidrar til å påvirke oppfatninger i organisasjon og omgivelser på kortere og lengre sikt (Wæraas, Byrkjeflot, og Angell 2011).

Offentlige organisasjoner er deler av samfunnets politiske organisasjon. Det mest typiske eksempelet er staten, men slike organisasjoner kommer også i form av lokale, regionale og overnasjonale myndigheter. Samfunnets politiske organisasjon organiserer borgere innen et territorium på en rettsmessig måte, eksempelvis at borgere ikke kan velge om de vil være skattebetalere eller ikke. Politisk organisasjon innebærer sentralisering av makt, herunder fysisk makt, noe som muliggjør å skape samfunnsorden. Dermed å gi innbyggere beskyttelse, lov og orden og gi tilgang på infrastruktur. Det er viktig å påpeke at nødvendigheten av et samfunns politiske organisasjon ikke betyr at alle offentlige organisasjoner som eksisterer på et bestemt tidspunkt er nødvendige, ettersom tjenester offentlige organisasjoner produserer, er tjenester som også kan leveres av private organisasjoner (Christensen 2015:18).

Offentlige og private organisasjoner skiller seg fra hverandre ved at offentlige organisasjoner i moderne samfunn som regel har en folkevalgt ledelse, eller en ledelse med støtte i et folkevalgt organ. Uansett om en offentlig organisasjon ligger tett på politisk lederskap eller er på en eller flere armlengdes avstand, sitter det en demokratisk valgt politisk ledelse på toppen som de er ansvarlig over. I motsetning er private organisasjoner ansvarlig overfor et styre av aksjonærer. Den parlamentariske styringskjeden innebærer at folket er grunnlaget for all autoritet (Christensen 2015:18). Stortinget blir valgt av folket, regjeringen utgår fra stortinget og statsrådene er ansvarlige overfor sine respektive organisasjoner. Fellestrekk ved offentlige organisasjoner er at de handler på vegne av politisk valgte myndigheter og må dermed styres gjennom skrevet lov- og regelverk (ibid).

Offentlige organisasjoner kan anses ses som multifunksjonelle. Dette innebærer at de skal ivareta motstridende hensyn. Blant annet innebærer politisk styring, kontroll, representasjon og deltakelse fra berørte parter, medbestemmelse fra de ansatte, lydhørhet ovenfor brukere, åpenhet, offentlighet og innsyn i beslutningsprosesser, forutsigbarhet, upartiskhet, likebehandling, nøytralitet, tjenestekvalitet, faglig uavhengighet og kostnadseffektivitet (Christensen 2015:19). Det norske politisk-administrative systemet er ikke rendyrket flertallsstyre, en rendyrket rettsstat eller ett rendyrket markedsstyre, men nærmere en

kombinasjon av disse styringsformene. Hensynet til rettsstatsverdier må veies mot hensynet til flertallsstyre, partsstyret, fagstyret og til kostnadseffektiv drift. I motsetning til private organisasjoner står man dermed ikke overfor en bunnlinje eller et overordnet hensyn, eksempelvis inntjening, profittering og økonomisk overskudd (ibid). Den multifunksjonelle organisasjonsmodellen gjør offentlige virksomheter kritikk utsatte. Det er krevende å balansere de ulike hensynene mot hverandre, for å gjøre alle tilfredsstilt. Utfordringer som multifunksjonelle organisasjoner står ovenfor kan oppfattes som et sykdomstrekk eller et systemtrekk. I sykdomstrekk blir tvetydighet og målkonflikter ansett som en problematikk som bør elimineres, og søker dermed etter organisasjonsformer og ledelsesformer for å bidra til dette. Systemtrekk oppfatter uklare og delvis motstridende mål og organisasjonsmodeller som kjennetegn på ulikhetene mellom private og offentlige organisasjoner. I dette tilfelle blir utfordringen hvordan en organisasjon skal leve med delvis motstridende krav og hensyn, men også finne løsninger på denne problematikken. Dermed står offentlige organisasjoner overfor uløselige og varige spenninger som nødvendigvis ikke har noen enkle svar på (ibid).

## **7. Oversettelse av omdømmeoppskriften**

Offentlig sektor har tidligere vært påfallende fraværende både i omdømmebyggingsteori og omdømmemålinger. Det at generell omdømmebygging teori ikke bygges av statsvitenskapen er selvsagt ingen overraskelse. Det kan fremdeles ses som et paradoks at konkrete målinger av offentlig sektors organisasjoner gjør krav på å være tilpasset. Der det kan anses som at det tas høyde i liten grad til det mange kan anta som spesielle egenskaper ved den offentlige sektoren. Eksempelvis brukes den mest kjente og muligens mest uttalte omdømmemålingen for offentlige organisasjoner, RepTrak offentlig (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:250).

Det benyttes samme indikatorer som i private virksomheter (respekt, beundring, følelse og tillit). Dermed vil det være nødvendig for å øke forståelsen av god omdømmemåling/håndtering i offentlig sektor, å bringe inn statsvitenskapen og innsikt om offentlig sektors unike egenart og virkemåte (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:250).

Studier av offentlig sektor kjennetegnes gjennom fokus på forvaltningsorganisasjoner gjennom en tanke om at «Public administration» er noe annet enn (business administration). Det kan argumenteres for at offentlig sektor har blitt mer lik privat sektor de siste 20 til 30 årene, som følge av New Public Management bølgen. Offentlig administrasjon som virksomhet har blitt mer preget av «business», og innføringen av prinsipper for

omdømmebygging kan ses som en bit av endringene som har skjedd de siste tiårene som bidrar til å forsterke likheten mellom private og offentlige organisasjoner. Likheten brukes som et argument for å overføre omdømme ideen som den er fra privat til offentlig sektor. Likevel argumenteres det for at offentlige organisasjoner fortsatt har en unik kjerne. Det historiske grunnlaget offentlige organisasjoner har, er fremdeles en viktig del av deres identitet (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:251). Med bakgrunn i at det offentlige er satt til å ivareta problemer med markedet, som private aktører nødvendigvis ikke kan håndtere blir omdømmeoppskriften kritisert. Nettopp fordi mål kompleksiteten i offentlig sektor er mye høyere enn i privat sektor. For offentlige organisasjoner er det vanskelig å overholde en enhetlig identitet, nettopp på grunn av den misjonen de har i samfunnet. Siden organisasjonen i offentlig sektor har en medfødt identitet fra før, kan det pekes på flere årsaker til problematikken med å overholde en enhetlig identitet. Offentlige organisasjoner kan ha en kompleks organisasjonsstruktur, med mange kontorer, avdelinger og underavdelinger. Det kan gjøre det vanskelig å opprettholde og koordinere en enhetlig identitet for organisasjonen. De ulike avdelingene, kontorene kan ofte ha ulike verdier og kulturer, som kan være en utfordring når det skal skapes en felles identitet som alle ansatte kan ha en identifisering med. Derfor blir koordinering og kommunikasjon helt avgjørende mellom de ulike enhetene for å ivareta en felles forståelse av mål, verdier og målgrupper innad i organisasjonen.

## 4.7 Tillit og legitimitet

*“Tillit innebærer å overlate noe av verdi til an annen person eller institusjon”* (Conradsen, S. 2023). Hovedsakelig kan tillit deles inn tre typer: generalisert tillit, partikulær tillit og institusjonell tillit. Institusjonell tillit refererer til graden av tillit som befolkningen har til samfunnsinstitusjoner, som for eksempel politiske institusjoner som regjeringen, politiet, og domstolene osv. (Conradsen, S. 2023). Forskere som studerer tillit, har forsøkt å forklare de ulike dimensjonene til virksomheter. Forskningen viser at institusjonell tillit og sosial tillit er to hovedaspekter som strukturerer systemet for å måle tillit, og disse henger ofte sammen (Tanny, 2023). Institusjonell tillit kan igjen deles inn i politisk tillit og administrativ tillit. Det er usannsynlig å oppnå høy grad av politisk og administrativ tillit, uten å ha en høy grad av sosial tillit som følger med tillit mellom mennesker i samfunnet (Taany, 2023). Offentlige organisasjoner er avhengige av tillit for å overleve, nemlig fordi tillit kan medføre konsekvenser for organisasjonen. Med bakgrunn i at veldig mye av den offentlige virksomheten finansieres gjennom skatteseddelen, dersom oppslutningen går ned vil borgere

være mindre villig til å betale skatt, stemme til valg, stille til valg, og i verste fall bli mindre tilbøyelig til å følge lover og regler. Det er i stor grad i alles interesse at offentlige organisasjoner har oppslutning fra folket.

### **Legitimitet**

To begreper som ofte kan oppfattes som beslektede begreper er omdømme og legitimitet. Selv om det finnes likhetstrekk mellom disse to begrepene, er det viktig å påpeke at det er to ulike konsepter. Legitimiteten til en organisasjon avhenger av organisasjonens kapasitet til å reflektere normer, verdier og forestillinger gjelder i omgivelsene (Røvik 2007:196).

Legitimitet og omdømme er begreper som er relaterte ettersom de definerer hvordan organisasjoner plasserer seg med sine omgivelser. Omdømme kan ha et konkurransemessig aspekt som kan involvere et potensial om forbedring, krever dermed legitimitet nivå av tillit og aksept fremfor ett nivå er maksimalt (Byrkjeflot og Wæraas 2012:29). Det er nivået av aksept og tillit som gjør det avgjørende for legitimiteten av offentlige organisasjoner når kontroversielle eller upopulære beslutninger må tas. Det kan forstås som at legitimitet ikke vesentlig betinges av lavt omdømme, når organisasjonens formål blir vurdert som hensiktsmessig og positivt. Gjennom et slikt grunnlag er det ikke nødvendig for alle offentlige organisasjoner å ha ett fremragende omdømme, men heller anses som tilstrekkelig legitime for deres oppgaver (Byrkjeflot og Wæraas 2012).

Det er to viktige trekk ved legitimitet som er grunnleggende i litteraturen om organisasjonens legitimitet. Det første er skrevet fra et sosiologisk og politisk perspektiv, der Max Weber observerte at enhetssystemet må rettferdiggjøre sin privilegerte posisjon ved å engasjere aktiviteter som fremmer legitimitet. For det andre mer spesifikt om formelle organisasjoner, bemerket sosiologen Talcott Parsons (1956) at legitimitet innebærer samsvar mellom mål og handlinger til en organisasjon og verdiene til det større systemet organisasjonen er en del av. I studier av formelle organisasjoner bygger nesten alle skrifter om legitimitet på disse prinsippene. Ifølge Parsons, krever legitimitet samsvar mellom organisasjonens handlinger og omgivelsenes verdier. Weber vektlegger at legitimitet er som en slags begrunnelse som er ment å fremme troen på at organisasjonen har en akseptert rett til å eksistere og drive sin virksomhet. Som ett resultat vil legitimitet henvise til en subjektiv tolkning av hvor godt en enhet tilpasser seg de viktige sosiale verdiene som er en del av omgivelsene (Wæraas 2019: 3).

I tross for den brede teoretiske interessen for organisasjons legitimitet, er forskningen på denne litteraturen «Heavy skew to theory development versus theory testing» (Deephouse and Suchman 2008:49). Det er relativt få studier som har søkt å finne et passende mål for begrepet legitimitet. I organisasjonsforskning kan legitimitet enten måles som en form for godkjenning fra en statlig enhet, fra en faglig forening eller media. Disse operasjonaliserer legitimitet som en numerisk variabel, i likhet med offentlig forvaltningsforskning som måler på skalaer som indikerer vurderinger på ulike nivå om effektivitet, pålitelighet og rettferdighet. I Forskningen på disse studiene er det publikum som kan vurdere og gi legitimitet (Wæraas 2019). Hovedtyngden av teoretiske og debatten om organisatorisk legitimitet tar sted innenfor organisasjonsstudier. Kjente tekster rundt legitimitet refereres vanligvis til tekster av Suchman (1995), Dowling og Pfeffer(1975) eller Meyer og Scott (2003). Fellestrekk ved visse tekstene er at de alle bygger på Weber og Parsons formuleringer om legitimitet. Likevel må det påpekes at det nødvendigvis ikke er en felles oppfattelse av selve begrepet legitimitet. Denne oppgaven vil vektlegge Suchman (1995) og Wæraas og Byrkjeflot (2011) sine formuleringer om begrepet legitimitet.

Suchman (1995) definerer legitimitet som:

*“a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions”* (Suchman 1995:574).

Ifølge Wæraas og Byrkjeflot (2012:29) anses legitimitet som en betydningsfull ressurs for organisasjoner. Legitimitet defineres som:

*«en generalisert antakelse om at en organisasjon opptrer i overensstemmelse med viktige verdier og normer»* (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:255).

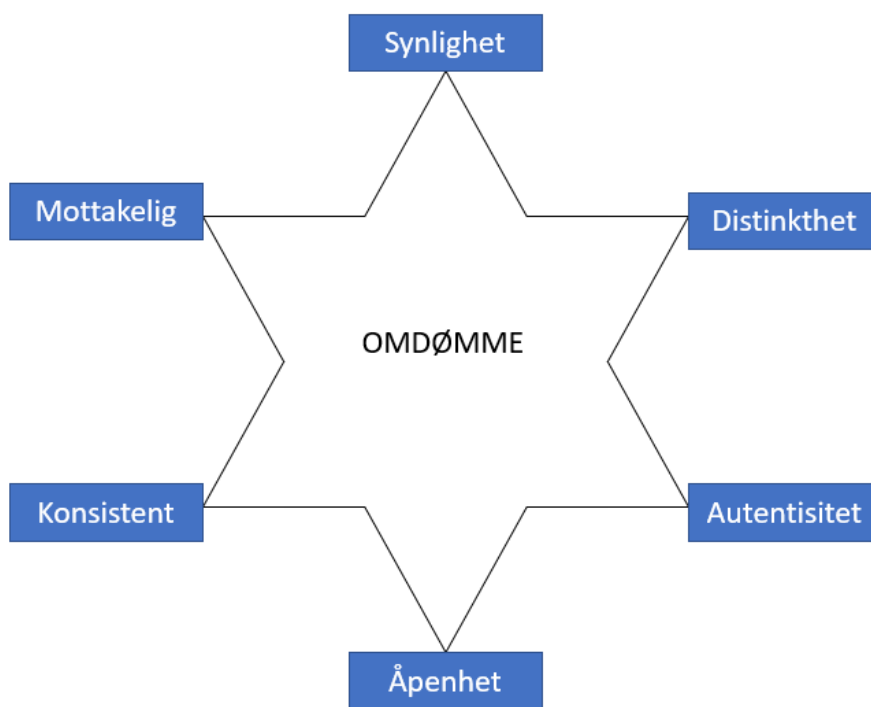
Legitimitet forutsetter et visst nivå av tillit og aksept, der legitimitet kan oppnås uten det lille ekstra. Det viktige er å kunne overholde et sett med minimumsstandarder for akseptabel atferd. Dersom man har legitimitet, tilsier dette at en organisasjon er sosialt akseptert (Wæraas, Byrkjeflot og Angell 2011:255). Begrepet legitimitet er i stor grad viktig og relevant for offentlige organisasjoner, siden det legges stor vekt på aksept og tillit fra omgivelsene for at offentlige organisasjoner skal kunne fungere på en uproblematisk måte.

I den siste delen av dette kapitlet presenterer vi Fombrun og Van Riels stjerne­kvaliteter. Oppgaven vil benytte disse kvalitetene som en måte å kommunisere på, og bruke det som et analytisk verktøy for å besvare og drøfte problemstillingen. Avhandlingen vil vektlegge aspekter av stjerne­kvalitetene som omhandler omdømme.

## 4.8 Omdømmeteorien “The roots of fame”

Her har vi valgt å trekke frem det som er mest relevant for våres studie av politiets omdømme. Stjerne­kvalitetene til Fombrun og Van Riel vil benyttes for å se hvordan etaten kommuniserer seg selv internt og eksternt, og hvordan politiet skårer på disse dimensjonene.

Charles J. Fombrun og Van Riel (2004) fremholder at enhver organisasjons omdømme er basert på seks stjerne­kvaliteter, og disse kjennetegner et godt omdømme. Med andre ord vil virksomheter med fremtredende omdømme ofte skåre høyt på alle disse kategoriene. Av den grunn anvender enhver organisasjon disse prinsippene for å oppnå et godt omdømme. Disse elementene henger sammen slik at virksomheten må ha en høy plassering på alle, for at den skal oppfattes som en virksomhet med et godt omdømme. I forhold til omdømmeoppskriften kan Fombrun og Van Riels stjerne­grener plasseres og forstås som en utdypning av det tredje trinnet i omdømmeoppskriften. Disse vektlegger kommunikasjonen en organisasjon formidler, både innad og utad til omgivelsene. Ved flere anledninger poengterer Fombrun og Van Riel at den viktigste redskapen for en organisasjon når det gjelder det å kunne påvirke sitt omdømme er synlighet. Fordi de påstår “*Ingen synlighet, intet omdømme*” (Fombrun & Van Riel, 2004). Virksomhet må første og fremst være synlige før de tilfreds­stille ulike forventninger i omgivelsene. Hoved­prinsippene som skiller virksomheter med fremtredende omdømme fra de med dårlig omdømme, er som nevnt tidligere *synlighet*. Der­nest er disse *distinkt, åpne, autentiske, konsistent og mottakelig*. Ved å studere disse kan vi danne en forståelse av organisasjoner og hva slags forhold disse har til sine omgivelser. Ivare­takelsen av ens omdømme oppfattes av mange forfattere og teoretikere som en elementær del av å forklare organisasjonens posisjon i om­verden. Å danne et godt forhold til disse bidrar til at virksomheten kan tiltrekke kvalitets medarbeidere, kunder og investorer. Som vil være helt grunn­leggende for organisasjonens overlevelse. For dette kan gjøre dem mot­standsdyktige overfor kriser og eventuelle utfordringer som opp­stå, sammen­lignet med virksomheter med et dårlig omdømme.



Figur 4 "The roots of fame" (Fombrun og Van Riel 2004:86; Brønn, 2019)

#### 4.8.1 Synlighet

I sin bok «Fame and fortune», hevder Fombrun og Van Riel (2004) at det finnes ikke ett godt omdømme uten synlighet. Studiet deres bekrefter at kjennskap til en virksomhet, kan ha en positiv påvirkning av offentlighetens oppfatning av omdømme til virksomheten. Derfor kan det forventes av bedrifter med et godt omdømme vil være mer synlige i media, enn bedrifter med dårligere omdømme (Fombrun og Van Riel 2004:87). Media kan ha en virkning som et forstørrelsesglass for omgivelsene, dermed vil medias vinkling i en sak ha påvirkning på hvordan et selskap blir oppfattet av leserne. Her er det tale om enten en positiv eller negativ vinkling (Fombrun og Van Riel, 2004).

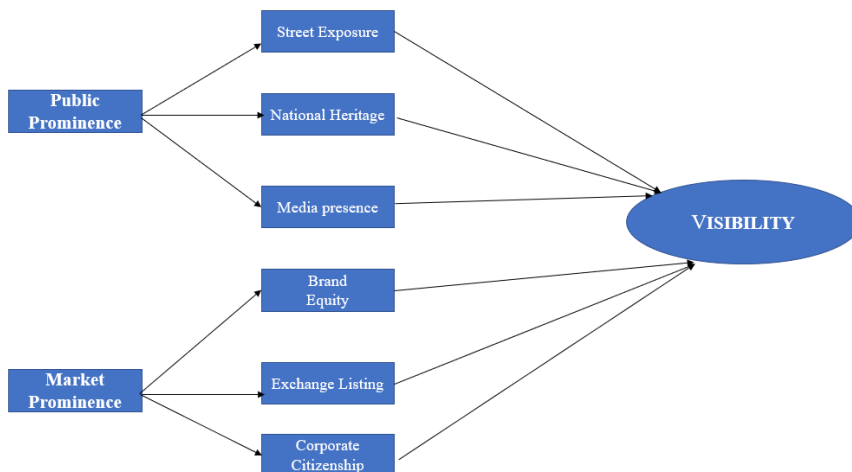
Virksomheter som blir rangert høyt i omdømmemålinger viser seg å være mer synlig i media, enn virksomheter som blir rangert lavt. Slike virksomheter er villige til å bli eksponert mer gjennom å dele ut informasjon. Samfunnets informasjonssystemer krever at virksomheter i det moderne samfunnet i større grad benytter seg av fordeler og muligheter internett kan tilby. Det kan anse som et nødvendig valg, og ikke bare frivillig, derfor vil virksomheter henge med på trendene i samfunnet. Virksomheter har egne hjemmesider, der det gis selvpresentasjon av



virksomheten, og hva som er deres kjerneaktiviteter. Nå som det har blitt presentert vesentlige sider ved eksponering, er det viktig å påpeke at ikke all synlighet kan bidra til et positivt omdømme (Fombrun og Van Riel, 2004).

En sak med negativ karakter vil dermed føre til et negativt omdømme, som dermed kan påvirke organisasjonen og påvirke omgivelsenes tanker om virksomheten. Fombrun og Van Riel (2004) mener at medieoppmerksomhet som er fortjent blir ansett som positivt. Omtale i media vedrørende engasjement rundt samfunnsansvar blir ansett som fortjent, og det vil deretter skape troverdighet for virksomheten. I motsetning til virksomheter som på egen hånd inviterer media til å skrive om dem, vil dermed ikke oppnå samme effekt. Negativ synlighet kan ha konsekvenser som i noen tilfeller varer lenge, og disse kan komme uforventet. Bakgrunnen for dette kan være hvordan samfunnet blir gjennomstyrt av nyheter som er negative, muligens fordi hukommelsen holder igjen på negative nyheter. Derfor kan virksomheter som rammes av negativ synlighet, fort ende opp i en syklus som blir utfordrende å stoppe. Fombrun og Van Riel sine undersøkelser belyste at ett negativt omdømme ikke fører til noe positivt, som igjen fører til lite synlighet (Fombrun og Van Riel 2004).

Fombrun og Van Riel (2004) skiller virksomheters fremtreden med hensyn til det offentlige rom og i et marked. Fremtredenhet i det offentlige rom skiller mellom tre faktorer som har en påvirkningskraft på synlighet: «street exposure», «national heritage» og «media presence». Fremtredenhet i markedet kan identifiseres gjennom: «brand equity», «exchange listing» og «corporate citizenship». Nedenfor er det en illustrasjon seks ulike faktorer som avgjør hvor synlig en virksomhet er, gjennom Fombrun og Van Riels «public prominence» og «market prominence». Avhandlingen vil kun legge vekt på faktorene som anses som relevante for vår analyse av politiets synlighet, disse vil bli “street exposure”, “media presence”,



Figur 5 "The drivers of visibility" (Fombrun og Van Riel, 2004:111)

- "Street exposure" omhandler den daglige eksponeringen av et selskap. Det går ut på å øke bevissthet om et selskap for kunder og omgivelsene. Der det legges vekt på kjennskap til virksomheten. Eksempelvis gjennom at en virksomhet har kontorer eller butikker på kjøpesentre eller hvert gatehjørne. Et selskap med god «street exposure» fører til at flere i omgivelsene legger merke til selskapets logo, som igjen fører til større bevissthet rundt en virksomhet.
- «Media presence» går ut på media sin påvirkningskraft, på interessentenes oppfattelse av en virksomhet. En virksomhet kan uttale seg til befolkningen gjennom kommunikasjon om hvordan de ønsker å bli oppfattet. Eksempelvis gjennom reklamer og annonseringer, der media kan tolke, forme og forsterke nyheter om virksomheten. Dette vil igjen påvirke brukerne på en negativ eller positiv måte (Fombrun og Van Riel 2004:113).

#### 4.8.2 Distinkthet

Distinkthet eller særegenhet handler om å skille seg ut fra sine konkurrenter gjennom bestemte særtrekk. Det vil si hvor tydelig identiteten til en organisasjon fremstår, både internt og for omgivelsene rundt. En organisasjon som har et godt omdømme, kan fremstå som unik gjennom sitt eget verdigrunnlag. En virksomhet som anses som unik er ofte i stand til å kommunisere internt og eksternt, samt til interessegrupper. Organisasjoner med et godt omdømme skiller seg tydelig fra andre gjennom at de fremstår som unike, på egen plattform og eget identitetsgrunnlag. For å fremme sin særegenhet kan virksomheter vise til tidligere suksessoppskrifter som baserer seg på organisasjonens kjerneverdier og til tradisjoner

(Fombrun og Van Riel 2004:133). Slike historier kan benyttes som en visjon på hva en organisasjon ønsker å bli i fremtiden. Slik kan det skapes en egen identitet ved å fremstå seg som fremtidsrettet og indikasjon på hva som er ønskelig for organisasjonen langsiktig (Fombrun og Van Riel 2004).

Fombrun og Van Riel (2004) skisserer tre ulike teknikker for å fremheve det særegne og unike i en omdømmeplattform. Disse er slagord, unik varemerke/logo og storytelling. Det hevdes at slagord blir benyttet hos organisasjoner med høy RQ-verdi og organisasjoner med lav RQ-verdi. Forskjellen i denne sammenhengen vil være rundt relevansen til slagordet ovenfor interessentene. I tillegg bør slagord inneholde deler av organisasjonens historie, og med fokus på organisasjonens posisjon i markedet de tilhører. Særegenhet hos organisasjoner kommer også frem gjennom deres kommunikasjon av bilder og logoer. Det innebærer å knytte bilde til ett selskapsnavn, som vil ha en positiv effekt hos omgivelsene. Nettopp fordi mennesker har en tendens til å knytte en logo til en virksomhet, og dermed skape en assosiasjon gjennom visuelle virkemidler. Storytelling har som formål å vise trekk som er unike hos organisasjonen. Det vil si beskrivelse av selskapet, som skapes for å kommunisere unike trekk og fordeler utad. I dagens globaliserte og internasjonalserte samfunn kan det være vanskelig å finne unike trekk (Fombrun og Van Riel 2004:148). Likevel kan det benyttes ulike virkemidler for å fremme noe særegent eller klare å skille seg ut fra sine konkurrenter.

I følge Fombrun og Van Riels (2004) forskning viser det seg at bedrifter som ble rangert høyt på omdømmeskalaen, har bygd en omdømmeplattform rundt ett særegent tema. I tillegg til logoer, storytelling og slagord, der tre temaer karakteriserte de mest populære virksomhetene. Det innebærer å ha et strategisk fokus, appellere til verdier som vekker publikums følelser og et moment som overraskende (Fombrun og Van Riel 2004) Disse elementene er med på å fremstille selskapene positivt.

### **4.8.3 Autentisitet**

Autentisitet handler om selskapets ektehet, nemlig at organisasjonens kommunikasjon og deres handlinger skal ha samsvar. Autentisiteten vil komme til uttrykk dersom det virksomheten gjør er i samsvar med kommunikasjonen som gjøres både internt og eksternt. (Fombrun og Van Riel 2004:91) Det gjelder kommunikasjon fra alle avdelinger på alle nivåer i organisasjonen ut til publikum og media. Denne dimensjonen vektlegger å bygge

troverdighet gjennom overensstemmelse mellom snakk og handling. Samtidig som det er helt avgjørende at det er etterlevelse av verdiene i arbeid og ut mot interessentene.

*“A company cannot be authentic if its employees don’t express the company’s shared values in their day-to-day interactions with the customers and suppliers, investors, and the public. They don’t have to “speak with one voice”, but surely they must “sing in harmony”* (Fombrun og Van Riel 2004:165).

Det starter med en prosess der organisasjonen finner sin identitet og den identiteten oppnår aksept hos de ansatte, bør dermed kommunikasjonen spres til de eksterne interessentene (Fombrun og Van Riel 2004:165). Det er derfor viktig for organisasjoner å presentere dette utad på en attraktiv måte. Den eksterne kommunikasjonen bør appellere til følelser ovenfor omgivelsene, gjennom beskjeder og initiativ. Det kan også være på måten et selskap besvarer kritikk, gjennom deres reaksjon på tjenester eller arbeid som har blitt utført dårlig. Dette vil ha en påvirkning på omdømme og kan være negativt dersom en virksomhet fraskriver seg ansvar. På den andre siden kan en krisetid også føre til at en virksomhet kan opparbeide omdømme, gjennom å reagere riktig og oppnå tillit. I slike tider kan omgivelsene følge med, og dersom holdningene er i takt med organisasjonens verdier internt vil dermed virksomhet bli oppfattet som autentisk. Fombrun og Van Riel (2004) mener at autentisitet handler om å minske avstanden mellom krav og plikter, Omgivelsene har en tendens til å vurdere organisasjoner ut fra følelser og hvilke bilde som bedriften skaper (Fombrun og Van Riel 2004).

#### **4.8.4 Åpenhet**

*“A transparent object is one that allows light to pass through so that others behind it can be seen”* (Fombrun & Van Riel, 2004:185).

Fombrun og Van Riel hevder virksomheter med et godt omdømme må oppfattes som åpne og transparente. I den forstand at de er villig til å formidle bredt om det som skjer internt i organisasjonen til omgivelsene. Eksempelvis kommunisere om ledelse, rutiner, arbeidsmiljø innad i organisasjonen, samt ulike aktører og interessegrupper gis tilgang og innsyn. Når det er snakk om åpenhet i denne sammenhengen menes gjerne det som går utover det lovpålagte som blir presentert til offentligheten.

Å fremstå som transparente anses som noe alle selskaper etterstreber, og ofte kommuniserer de dette uten at det stemmer overens med virkeligheten. Eksempelvis kan enkelte virksomheter oppfattes som lukket og innadvendt, selv om de presenterer seg selv som transparente. Åpenhet handler også om det som skjer internt innad i virksomheten og at prosesser er i orden og virker som de skal. Dette gjelder alt fra økonomi til lover, produkter og ansettelser osv. disse skal gjennomgå nøye av forskjellige aktører. Dermed er det organisasjonens oppgave å sørge for at de tåle en eventuell etterforskning som kan oppstå. Hvis opplysninger som ikke samsvarer med det organisasjonen kommuniserer, kan dette ha negativ påvirkning på virksomhetens omdømme. Vil tilsynelatende påvirke etablerte oppfatninger i omgivelsene av organisasjonen.

Videre har Fombrun og Van Riel påpekt fem områder som de hevder er avgjørende for transparens. Det innebærer at organisasjoner må kommunisere om disse fem områdene, slik at de oppfattes som åpne av omverden. Disse er produkter og tjenester, økonomiske forhold, visjon og lederskap, arbeidsforhold og samfunnsansvar (Fombrun & Van Riel, 2004). Det holder ikke at organisasjonen kun formidler om disse, men det skal også komme til uttrykk bl.a. gjennom ulike undersøkelser, anbudsprosesser og eventuelle granskningsrapport kan forekomme.

#### **4.8.5 Konsistent**

*“Consistency is an import characteristic of the best-regarded companies. It is achieved by adopting a reputation platform, shaping an identity around it, delivering integrated communications, and infusing the company with the spirit of its reputation-enhancing themes”* (Fombrun & Van Riel, 2004).

Å være konsistent i denne sammenhengen handler om mye mer enn bare samsvar mellom prat og praksis. Det innebærer å harmonisere alt av kommunikasjon som organisasjonen formidler, alt av dette skal peke mot en og samme retning. For å unngå motstridende kommunikasjon, som bidrar til at organisasjonen kan opprettholde et bilde blant aktører. Dette betyr at det bør være en rød tråd og sammenheng mellom handling og synlighetstiltak, og mellom identitet, kultur og omdømme. Ofte oppfattes konsistensen å summere, samt sammenhengen mellom de fire andre stjerneprinsippene. En konsistent organisasjon vil fremfor alt ha gjennomgående visjon, identitet, kultur og atferd som virksomhetens omdømme kan assosiere med ledelse, ansatte, produkter og omtale til organisasjonen (Fombrun & Van Riel, 2004).

#### **4.8.6 Mottakelig**

Mottakelighet handler om at organisasjonen evner å tilpasse sin atferd og holdning ut ifra tilbakemeldinger fra omgivelsene, altså selve dialogens kjerne. Dette vil være helt essensielt i det lange løp, fordi organisasjonen er avhengig av offentlig aksept for å overleve, og den vil ha begrenset handlingsrom uten dette. Selv om organisasjonen sies å være avhengige av offentlig «godkjennelse», er det viktig at disse ikke påvirker de kjerneaktivitetene til virksomheten. Organisasjoner bør balansere mellom det å ivareta egne interesser, og institusjonelle krav, ønsker og behov som er formet i omgivelsene.

Mottakelighet dreier seg om å kjenne sine omgivelser, der de skal være åpne for innspill gjennom å ha et system og prosesser for å håndtere tilbakemeldingene fra aktører. Kjenne sine omgivelser menes at virksomheten bør vite hvilke saker og tematikk interessegrupper sies å være opptatt, enten om det er miljø, natur eller hva det skulle være, og deretter ta hensyn til dette, og de generelle interessentene blant relevante aktører.

#### **4.8.7 Oppsummering**

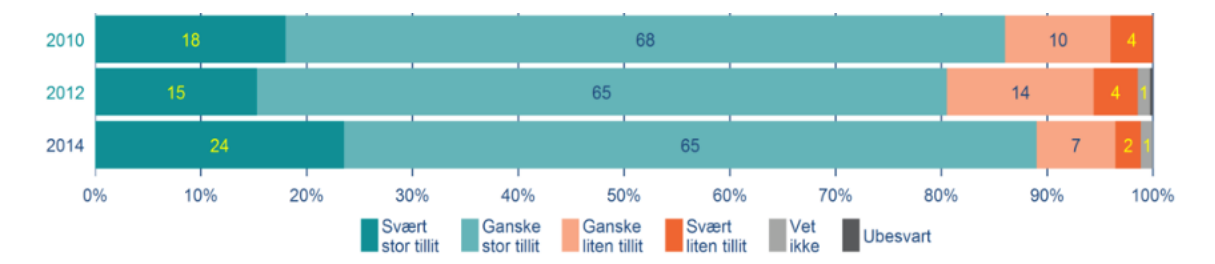
Vi har i fremstillingen ovenfor gjennomgått noen sentrale elementer og begreper innenfor omdømme litteraturen. Det er viktig å danne en felles forståelse av relevante begreper som omdømme, omdømmeoppskrift, identitet og legitimitet. Ved hjelp av de ulike definisjonene av begrepene skal vi drøfte hva som kjennetegner politiets identitetsuttrykk, og etterhvert se på ulike drivere i hvordan politiet forholder seg til aktører og interessenter i omgivelsene. De ulike driverne endrer seg avhengig av organisasjonens kontekst, og hvilken organisasjon det gjelder. Av den grunn har vi forsøkt å påpeke de viktigste forskjellene mellom private og offentlige organisasjoner. Vi har også redegjort omdømmehåndtering som et strategisk virkemiddel for organisasjoner for å bearbeide sitt omdømme, eksempelvis ved å bruke omdømmeoppskrift. Som forklarer de ulike stegene Politiet kan følge i sin omdømmehåndtering. Der skal vi undersøke hvilke uttrykk Politiet formidler om seg selv overfor omgivelsene. Disse skal hjelpe oss med å danne et bilde av Politiet som organisasjon, og deres identitet, verdier og visjoner. Den siste del av teorien tar for seg stjerne kvalitetene til Fombrun og Van Riel, også kjent som “Roots of fame”. Disse skal bidra med å belyse siste delen av problemstillingen, og se om eventuelle endringer kan forklares i lys av stjerne kvalitetene.

## 5 Analyse del 1

I dette kapitlet skal vi besvare og drøfte spørsmålet om hvorvidt og eventuelt hvorfor politiets omdømme er endret etter beslutningen om nærpolitireformen i 2015. Kapitlet er todelt, første del av analysen vil besvare spørsmålet om det foreligger en endring i tillit og inntrykk av politiet. Endringen vil bli sett ut fra perioden 2010 til 2022, som er den bestemte tidsperioden oppgaven legger vekt på. Andre del av analysen vil forklare en eventuell endring gjennom kommunikasjonen politiet gjør, sett i lys av stjerneekvalitetene til Fombrun og Van Riel.

Politiet er et avgjørende og viktig samfunnsorgan for samfunnets sikkerhet. Derfor er politiet helt avhengig av å ha grunnleggende stor tillit i befolkningen, for å kunne utføre arbeidsoppgavene organisasjon er pålagt. Befolkningens tillit og støtte til politiet er derfor en nødvendighet, for en velfungerende polititjeneste. Politiets innbyggerundersøkelser som årlig foretas, måler blant annet befolkningens tillit og inntrykk til etaten. Undersøkelsen kan gi en indikator på om reformen har hatt en påvirkning på etatens omdømme, gjennom målingene av tillit og inntrykk. For å undersøke om det foreligger noen endring i Politiets omdømme, vil det bli gjort en gjennomgang av deres tillit og inntrykk blant befolkningen fra perioden 2010 til 2022. Dette vil gi ett helhetlig bilde, for å undersøke om det finnes endring før og etter innføringen av nærpolitireformen.

### 5.1 Før reformen



Figur 6 I hvilken grad har du tillit til politiet? Endring 2010-2014 (Ipsos MMI, 2015:7)

I denne delen beskriver vi politiets omdømme i årene før reformen som ble innført, nærmere bestemt perioden 2012 til 2014. I 2012 hadde politiet en betydelig nedgang i deres tillit blant befolkningen, med 81% tillit. Sett opp mot 2010 da befolkningens tillit var oppe mot 86%. Denne nedgangen viste at tilliten hadde sunket i 12 av 27 distrikter, der nedgangen var sterkest i Nordre Buskerud med -15 prosentpoeng. Det vil være en rimelig antakelse at

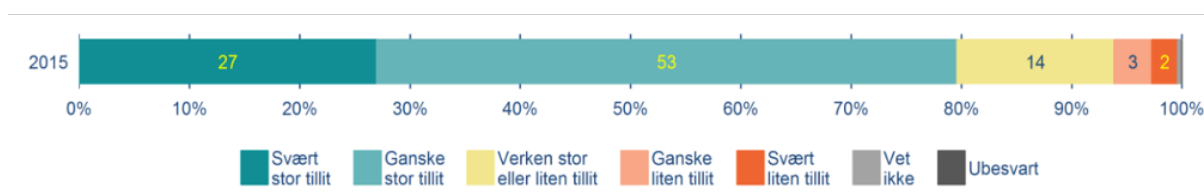
resultatet må ses i sammenheng med at det var i dette politidistriktet terrorhandlingen på Utøya skjedde. Når det gjelder befolkningens oppfattelse av politiets innsats på de ulike områdene er det tydelig at inntrykket av politiets håndtering av kriser eller ulykker har blitt betydelig dårligere. Andel med godt inntrykk av politiets håndtering av kriser eller ulykker hadde sunket fra 84% til 75% siden 2010 (PODS innbyggerundersøkelse 2012:19). Når det gjelder den generelle oppfattelsen av politiet har den siden 2010 ikke hatt noen dramatiske endringer. Oppfattelsen anses som det samme, der befolkningen mener at politiet skaper trygghet for innbyggerne, men kan anses som kritiske til politiets informasjonsevne og tilstedeværelse når det trengs.

Innbyggerundersøkelsen fra 2012 hadde også spørsmål om terrorhandlingene i Oslo og Utøya 22. Juli hadde påvirkning på holdningene til befolkningen. Her svarte 29% at hendelsene fra 22. Juli hadde gjort dem mer negative til politiet, men ett flertall på 61% mener at terrorhandlingene ikke påvirket deres holdning til politiet (PODS innbyggerundersøkelse 2012:15). Likevel mente 8% at de hadde blitt mer positive til politiet. Blant de med mer negativ holdning til politiet, var tilliten nede i 66% (Ibid.) Selv om flere fikk en mer negativ holdning til politiet som følge av terrorhandlingene, mente de som resten av befolkningen at politiet likevel skaper trygghet for innbyggerne. Deres opplevelse av politiets måte å skape trygghet på var ikke endret som følge av terrorhandlingene. Denne gruppen var mer kritiske til politiets tilstedeværelse, deres evne til å informere, det forebyggende arbeidet, håndtering av kriser og ulykker og tilgjengeligheten til politiet ved akutt behov for hjelp, enn den øvrige befolkningen (PODS innbyggerundersøkelse 2012:11).

Innbyggerundersøkelsen fra 2014 viser til en økning i tillit blant befolkningen, der 89% svarer at de hadde svært eller ganske stor tillit til politiet. Økningen ligger hos de som svarte at de hadde svært stor tillit, med en betraktelig økning siden 2012 på 8,5 prosentpoeng. Kritikken av politiets håndtering av terrorhandlingene i 2011 førte til en svekkelse i deres tillit, men i 2014 ser vi at tilliten gjenvunnet og andel med tillit er høyere enn den var i 2011 (Ipsos MMI, 2014:3). Inntrykk og tillit kan ofte være høyt korrelert, noe som også er tydelig i denne undersøkelsen. De fleste typer virksomheter vil andel godt inntrykk være høyere enn andel som har tillit, bakgrunnen for dette er at det krever mindre å ha ett godt inntrykk enn å opparbeide tillit. For enkelte virksomheter er tillit sterkt knyttet til det man driver med, spesielt når det handler om å forvalte mye penger eller makt. Politiet er derfor avhengig av tillit for å utføre samfunnsoppdraget de forvalter. Slike typer virksomheter er politiet,



forsvaret, Norges Bank eller domstolene. Eksempelvis vil ofte mange ha høy tillit til store banker, fordi det ligger tillit hos dem for at de kan forvalte penger, mens inntrykket av dem vil variere. Inntrykket kan ligge i at man er misfornøyd med kundeservicen, dermed kan inntrykk anses som en emosjonell variabel i sammenligning med tillit. Da kan man ikke sammenligne andelene direkte, men innbyggerundersøkelsen fra 2014 viser forskjellene på tvers av distriktene. I 2014 hadde Nord-Trøndelag den høyeste andelen godt inntrykk med 85%, mens tillitsnivået var relativt lavere. Politidistrikter med lavere andel godt inntrykk sammenlignet med tillit er blant annet Troms politidistrikt, 76% andel med inntrykk og 92% andel med tillit (Ipsos MMI, 2014).



Figur 7 Alt i alt, hvor stor tillit har du til politiet? 2015 (Ipsos MMI, 2016:4)

Undersøkelsen fra 2015 viste stort sett en positiv utvikling i befolkningens inntrykk til politiet, men det er imidlertid variasjoner mellom distriktene. Som nevnt tidligere har det vært endringer i både spørsmålsformuleringen og antall svaralternativer for innbyggerundersøkelsen fra 2015, noe som kan påvirke sammenligningen. 80% svarte i denne undersøkelsen at de hadde svært eller ganske stor tillit til politiet, mens 14% svarte at de verken hadde stor eller liten tillit og 5% svarte at de hadde svært liten eller ganske liten tillit. Sammenlignet med 2014 der 89% hadde svært eller ganske stor tillit, mens 9% svarte at de hadde svært eller ganske liten tillit til politiet (Ipsos MMI, 2015:3). De som svarer svært stor tillit har økt med 3 prosentpoeng siden 2014, men andelen som svarer ganske stor er noe lavere. 2% svarer at de hadde svært liten tillit og den er stabil. Dersom vi ser på andel som svarer ganske liten tillit, er den 4 prosentpoeng lavere enn i fjor. Dette tyder på at en del av de som svarte ganske stor eller ganske liten i fjor svarer “verken stor eller liten tillit”. Samlet sett ser det ut til at tilliten til politiet fortsatt styrkes i måling for 2015 (Ipsos MMI, 2015:7).

I 2015 er det nytt spørsmål om Inntrykk av politiet på ulike områder, og naturlig nok kan ikke dette sammenlignes med de tidligere resultatene rundt inntrykk. Innbyggerundersøkelsen fra 2015 viser at befolkningen hadde høyest andel godt inntrykk på områder som “å behandle folk med respekt uavhengig av dem de er”. Der 73% av befolkningen hadde godt inntrykk av

politiet på dette området. 62% svarte godt inntrykk på område “å ta rettferdige, upartiske avgjørelser i saker de behandler”. 56% hadde godt inntrykk av politiet når det gjelder “å forhindre lovbrudd der det blir truet med eller utøvet vold” og 54% hadde godt inntrykk på område “å forklare sine avgjørelser og handlinger når de blir bedt om det”. Området med lavest andel godt inntrykk viste seg å være “å pågripe personer som har begått innbrudd”, med 35% godt inntrykk og en andel på 28 hadde dårlig inntrykk. Når det gjelder “å komme raskt til åstedet når de blir tilkalt etter en voldsforbrytelse” var det lav andel som hadde godt inntrykk med 46% og en ganske høy andel som hadde et dårlig inntrykk med 16% (Ipsos MMI, 2015:10).

### **5.1.1 Oppsummering av innbyggerundersøkelsene fra 2010 til 2015:**

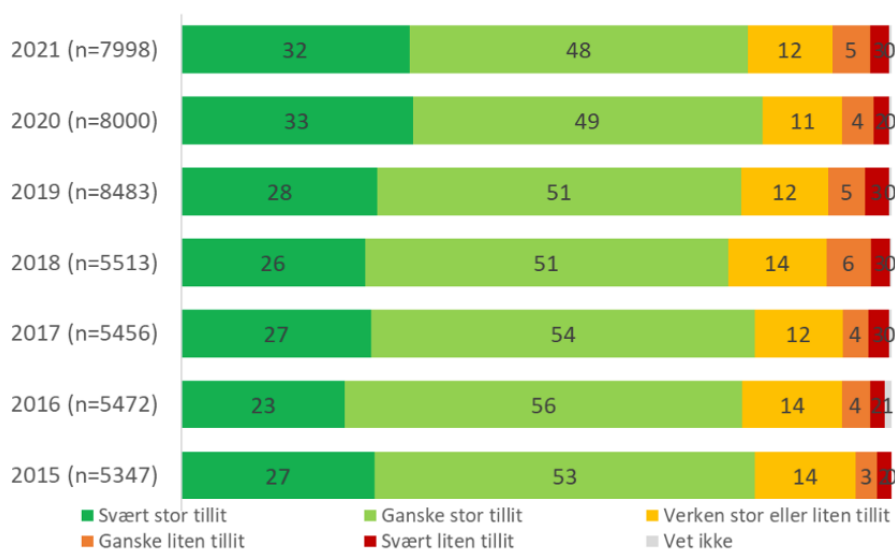
Hovedinntrykket av målingene som ble gjort i innbyggerundersøkelsen i tidsperioden 2010 til 2015 viser til tillitsnivået til politiet har på sitt høyeste ligget på 89% i 2014 og sitt laveste på 81% i 2012. Det samlede hovedinntrykket er at politiet har relativt høy tillit blant befolkningen, og at tallene i perioden før reformen ligger ett sted mellom 81% til 89%.

Variasjonen kan skyldes forskjellige hendelser, som for eksempel forslag om nærpolitireformen og forbedring av politiet. I tillegg ble det satt i gang undersøkelser for å finne ut hvordan politiet kan effektiviseres for å forhindre at terrorangrepet i 2011 gjentar seg. Disse initiativene kan være en påvirkningsfaktor til økt tillit til politiet.

Resultatene fra 2015 var på 80 % tillit, men som nevnt ovenfor er tallene ikke direkte sammenlignbare. Grunnet endringer i undersøkelsen, og revidert i vesentlig grad med bakgrunn i tidligere gjennomføringer av undersøkelsene. Imidlertid var de fleste av spørsmålene fra tidligere undersøkelser inkludert, slik at det er mulig å følge utviklingen over tid (Ipsos MMI, 2015:5).

## **5.2 Etter reformen**

Denne delen av vil ta for seg perioden etter innføringen av nærpolitireformen, med dette er ønsket å undersøke perioden fra 2016 til 2022. Da er hensikten å identifisere om reformen har påvirket omdømmet til politiet, og finne eventuelle forklaringsfaktorer, med vekt til den generelle mediekritikken som kom i den perioden.



Figur 8 Alt i Alt, hvor stor tillit har du til politiet? 2015-2021 (Kantar Public, 2021:5)

Det første året etter reformen viste ingen store endringer i inntrykket og tilliten folk hadde til politiet. Så godt som hele befolkningen følte seg trygge i Norge, med små forskjeller mellom politidistriktene. I 2016 var det en marginal økning i tillit til politiet sammenlignet med året før, fra 80 prosent i 2015 til 81 prosent (Ipsos MMI, 2016). Når det gjelder inntrykket av politiet i 2016, er det stort sett uendret, men et område som viser seg å bli dårligere enn året før er responstiden. Andelen som var fornøyd med politiets responstid har sunket med 12 prosentpoeng, altså fra 60 prosent til 48 prosent i 2016.

I 2017 fikk politiet en positiv økning i tillit og inntrykk fra den norske befolkningen. Samlet sett hadde 83 prosent av befolkningen svært eller ganske stor tillit til politiet, med 20 prosentpoeng økning fra året før. Siden 2014 var dette høyeste nivået i tillitt for politiet. Ingen av distriktene opplever signifikante endringer i den samlede tilliten til politiet, men Oslo har høyest tillit til politiet, mens Finnmark har lavest.

Når det gjelder politiets tilgjengelighet og synlighet, varierte dette mellom distriktene og alderen på befolkningen. Det viste seg at de i alderen 18-39, er signifikant mer fornøyd med politiets synlighet, responstid og tilgjengelighet enn de eldre, mellom 40-60+ år (Ipsos MMI, 2017). Innbyggerne i Finnmark er fornøyd med politiets synlighet, tilgjengelighet og kontakt, mens Oslo melder om lave nivåer for synlighet og kontakt. Disse to distriktene bytter imidlertid plass når det gjelder responstid. I Finnmark hadde en andel på 48 prosent som mente at politiet kom raskt til stedet, mens i Oslo var andelen på 64 prosent, åtte prosentpoeng over landsgjennomsnittet.

Etter en god periode med økning i innbyggerundersøkelsene, hadde tilliten til politiet sunket i 2018. Tilliten hadde sunket til 77 prosent, som er det laveste registrerte målet på fire år. Dette er en nedgang på seks prosentpoeng fra 2017. For å identifisere en større nedgang i tilliten til politiet må en tilbake til før reformen ble innført. Det kan være flere faktorer som har forårsaket denne nedgangen, og en naturlig indikator kan være negativ medieomtale. I tillegg ble nærpolitireformen møtt med kritikk både fra fagfolk og den generelle befolkningen. For eksempel kalte forskere Vanja Lundgren Sørli og Paul Larsson ved Politihøgskolen reformen for «fjernpolitireformen». De mente at nærpolitireformen «fjernet politiet fra folket» og gjorde politiet mer fjernt fra folket enn før (Larsson & Sørli, 2018). Dette året inneholdt også flere profilerte saker som enkelte mente illustrerte kritikken av nærpolitireformen. Flere enkeltsaker dukket opp som tydet på manglende evne og dårlig håndtering av situasjoner, samt ikke evne til å pågripe gjerningsmennene bygget videre på dette. Et eksempel er Hagen-saken som pågikk over lengre tid og fikk stor oppmerksomhet i media og blant publikum. Den etablerte oppmerksomheten og trykket fra forskere og media la grunnlaget for en offentlig granskning av politiet, der flere saker dukket opp. Saker knyttet til politiets responstid i noen hendelser ble tatt opp av ulike medieoppslag, eksempelvis en hendelse der politiet brukte 50 min på å komme seg til en voldshendelse (Killingberg, A., 2018). Slik negativ omtale i media kan ha påvirket befolkningens oppfatning av politiet, og dermed resultatene i innbyggerundersøkelsen.

Nordland og Trøndelag hadde det beste inntrykket av politiet, mens Oslo, som hadde skåret best de siste årene, viste seg ikke lenger på toppen. Finnmark sammen med Sør-Øst hadde det dårligste inntrykket. På landsbasis er det ingen store endringer når det gjelder responstiden fra året før. Halvparten av innbyggerne hadde ganske eller svært godt inntrykk av politiet når det gjaldt å komme raskt til åstedet når de er tilkallet etter en voldsforbrytelse. Alt i alt ifølge undersøkelsen er innbyggerne mindre fornøyd med politiet i 2018, sammenlignet med 2017. Andelen fornøyde er redusert 2-15 prosentpoeng, avhengig av bakgrunnen for kontakten med politiet.

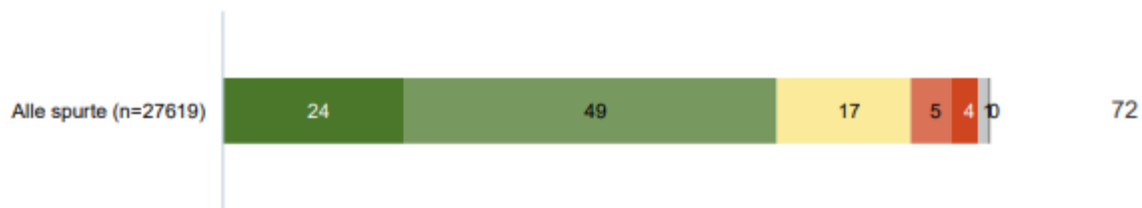
Resultatene fra politiets innbyggerundersøkelse fra 2019 viste en økning i tilliten til politiet sammenlignet med året før. Den totale tilliten i 2019 var på 79 prosent, som er en økning med 2 prosentpoeng (Kantar, 2019). Resultatene tyder på at tilliten ble påvirket av hendelser som hadde fått stor medieoppmerksomhet gjennom året. En mulig forklaring på hvor tilliten ikke stabilisert seg, kan være politiets håndtering av konkrete hendelser eller situasjoner der de

ikke rykket forventningene i omgivelsene. Den høyeste tilliten til politiet var i Oslo med 85 prosent, mens den laveste var i Finnmark, med tillit på 70 prosent. Dette er 9 prosentpoeng lavere enn deres nærmeste politidistrikt, Troms, som hadde en tillit på 79 prosent. (Kantar, 2019). Inntrykket til politiet, hadde de siste årene vært lavere enn tilliten. Responstiden har fått spesiell oppmerksomhet etter reformen, og politiet mottok en del kritikk rettet mot dette, både av den generelle befolkningen og forskere. Dette kommer også tydelig frem i innbyggerundersøkelsen, der halvparten av innbyggerne hadde ganske eller svært godt inntrykk av politiet når det gjelder å komme raskt til stedet der en eventuell kriminell handling skjer.

Videre på innbyggerundersøkelsen fra 2020, så viste den at tilliten til politiet har stabilisert seg etter en periode preget av uro og kritikk, spesielt i media. Tilliten til politiet var relativt høy i dette året, og økte med 3 prosentpoeng fra 2019. Vi må tilbake til 2016 for å finne lignende resultater. Denne oppgangen skyldes en økning på 5 prosentpoeng i andelen som oppga å ha svært stor tillit til politiet, noe som utgjorde 33 prosentpoeng og var det høyeste registrert de siste seks årene (Kantar, 2020). En mulig forklaring kan være oppmerksomheten rettet mot politiet på grunn av korona-pandemien. Politiet fikk en viktig rolle i arbeidet og håndteringen av pandemien, og positiv medieomtale og færre høyprofilerte saker kan ha bidratt til denne økningen i undersøkelsen. Tillit økte også i de ulike politidistriktene. I likhet med året før rangerte Oslo politidistrikt høyest med andelen som oppgir ganske eller svært stor tillit til politiet, en score på 87 prosent, det er en økning på 2 prosentpoeng fra året før. Finnmark rangeres nok en gang dårligst med 73 prosent tillit til politiet, selv dette var en oppgang fra året før. Troms politidistrikt kom på tredjeplass og hadde en score på 83 prosent, som er 10 prosentpoeng mer enn Finnmark. Resultatene knyttet til responstiden er uendret fra 2019, men 50 prosent av befolkningen har et ganske eller svært godt inntrykk av dette (Kantar, 2020).

I 2020 opplevde politiet økt tillit og bedre inntrykk blant folk flest. Derfor var det viktig å opprettholde dette positive bildet i årets innbyggerundersøkelse. Resultatene fra undersøkelsen i 2021 viser at 81 prosent av innbyggerne svarte at de hadde ganske eller svært stor tillit til politiet, selv om det er en nedgang på 2 prosentpoeng fra 2020. Andelen som hadde ganske eller svært lite tillit, ligger som tidligere på under 10 prosent. I gjennomsnitt var det innbyggerne i politidistriktene i Oslo, Sør-Øst og Innlandet som oppga å ha høyest tillit til politiet. Lavest tillit hadde innbyggerne i Finnmark som i tidligere målinger og Agder i 2021.

Imidlertid ser vi at tilliten ble betydelig svekket i politidistriktene i Oslo, Sør-Øst og Agder sammenlignet med 2020. En positiv utvikling i 2021 var at de fleste innbyggerne hadde et godt inntrykk av politiets tilgjengelighet og synlighet. Over 70 prosent opplevde at det var enkelt å komme i kontakt med politiet ved ulike behov. 60 prosent mente at politiet ankom raskt til stedet ved akutt behov for hjelp, og 59 prosent opplevde at politiet var synlig i deres nærmiljø (Kantar Public, 2021).



Figur 9 Hvilken tillit har du til politiet i Norge? 2022 (Kantar Public, 2022:12)

Innbyggerundersøkelsen fra 2022 ble gjennomført på en annerledes måte enn tidligere, og tallene er derfor ikke direkte sammenlignbare. Likevel tenker vi å si noe om de ulike funnene fra undersøkelsen. I 2022 var innbyggernes tillit til politiet i Norge på 72 prosent, 49 prosent av de hadde ganske høy tillit til politiet (Kantar Public, 2022). Mens 11 prosent av befolkningen oppga å ha lavere tillit til politiet enn for et år siden. Tilliten varierte mellom politidistriktene, lavest tillit i likhet med i de siste årene var Finnmark med 63 prosent. Mens høyest tillit til politiet var Trøndelag politidistrikt med 76 prosent og Oslo politidistrikt 75 prosent. Når det gjelder politiets synlighet, oppgir 44 prosent av innbyggerne at de observerte minst ukentlig i sitt nærmiljø, i tillegg var 43 prosent av innbyggerne fornøye med politiets synlighet. I denne kategorien rangerte Finnmark høyest med 53 prosent og lavest i Øst-politidistrikt (Kantar Public, 2022).

Noe som er verdt å bemerke seg med undersøkelsen fra 2022, er at det forsøkes å kartlegge hvorfor noen har fått endret holdninger til politiet det siste året. De som oppgir at de har fått lav tillit eller at tilliten deres har blitt lavere til politiet har blitt begrunnet gjennom fritekstsvar. Der tilskrives noen saker eller hendelser som har gått om igjen som en årsak til at tilliten deres har sunket. Disse er direkte sitert slik:

- Flere enkeltsaker hvor politiets etterforskning har blitt kritisert, for eksempel rettsskandalene Baneheia og drapet på Karmøy

- En generell oppfatning av manglende prioritering av vinningskriminalitet, henleggelse av saker, manglende ressurser, gjerne knyttet til nærpolitireformen
- Negativ oppfatning av holdninger blant politiets ansatte, internsaker, varslinger, seksuell trakassering, mm.
- Oppfatninger om konsekvensene av nærpolitireformen
- Bevæpningen av politiet og flere skuddhendelser, bruk av våpen.
- Politiet og rusreformdebatten, tilknytning til Norsk narkotikapolitiforening

(Kantar public, 2022:15).

De overnevnte sakene har det siste året hatt mye medieoppslag, og vært tematikker som politiet blir knyttet tilbake til. Vi kommer nærmere inn på disse sakene og politiets rolle vedrørende disse hendelsene i den videre analysen.

### **5.2.1 Oppsummering av innbyggerundersøkelsen fra periode 2016-2022**

Fra 2021 til 2022 var det en nedgang med ti prosentpoeng, men tidligere kan dette skyldes endringer i gjennomføringen av undersøkelsen. Dermed kan ikke 2022 direkte sammenlignes med de andre årene. Dessuten ser vi en tendens i perioden etter reformen, der resultatene varierer mer enn før reformen. Det er i denne perioden vi ser den dårligste og beste målingen av tillit siden 2010. Når det gjelder hvilke politidistrikter som rangeres høyest og lavest, ser vi ofte at Finnmark politidistrikt spesielt etter reformen scorer lavest i tillit, men Oslo politidistrikt scorer høyest i denne kategorien. Det samlede hovedinntrykket er dermed varierende av ulike årsaker, og det er ingen stabile resultater for etaten i den perioden. Selv om det pekes på konkrete hendelser i omgivelsene som kan forklare nedgang i tilliten.

### **5.3 Oppsummerende refleksjon av innbyggerundersøkelsene**

Resultatene fra innbyggerundersøkelsen gir omgivelsene en indikator på hvordan politiet oppfattes i samfunnet i løpet av ett år. Politiet ønsker gjennom undersøkelsen å identifisere etablerte meninger av samfunnet de tjenestegjør for. Etter gjennomgang av resultatene fra årstallene før og etter nærpolitireformen, er det en tydelig variasjon på tillit og inntrykk. Tillitsnivået i tidsperioden før reformen ligget på sitt laveste med 81 prosent og høyeste med 89 prosent, som viser at befolkningen hadde høy tillit til etaten. Likevel var det mange som mistet tillit og hadde tvil når terrorangrepet tok sted 22 juli, men tilliten ble raskt gjenvunnet til neste undersøkelse. Etter implementeringen av nærpolitireformen har dermed tilliten vært

noe varierende. På sitt laveste i perioden etter reformen har tillitsnivå vært på 77 prosent i 2018, men på sitt høyeste har tilliten vært på 82 prosent, her ser vi store variasjoner. Dersom resultatene fra 2020 skal tas betraktningen vil dette resultatet anses som sitt laveste med 72 prosent. I oppsummering så er tilliten etter reformen vært noe varierende, og tillitten var høyere før reformen. Når det er sagt er viktig å understreke at det kan være flere faktorer som kan påvirke tilliten, endring i tillit kan tyde på endring i politiets omdømme over tid..

I tillegg kan det være vanskelig å fastslå en direkte sammenheng mellom nærpolitireformen og endringer i tilliten til etaten. Likevel viser tallene fra innbyggerundersøkelsen en endring i resultatene mellom perioden før og etter reformen. Tilliten før reformen kan sies å være høyere enn perioden etter iverksettelse av nærpolitireformen. Perioden før reformen hadde en gjennomsnittsmåling på 83 prosent i tillit, mens etter reformen er det en gjennomsnittsmåling på 79 prosent. Dessuten kan disse variasjonene være forårsaket av andre faktorer, det kan være enkeltsaker, endring i undersøkelsen og andre hendelser eller utfordringer i samfunnet.

## **6 Analyse del 2**

I den videre delen av avhandlingen ønsker vi å knytte informantenes synspunkter og deres tanker rundt innbyggerundersøkelsene opp mot betydningen av tillit til politiet. Som forklaringsfaktor for variasjon i omdømme vil vi benytte Fombrun og Van Riels stjernegrener ved å drøfte elementer i politiets kommunikasjon opp mot stjerne kvaliteten.

### **6.1 Politiets tillit**

Innbyggerundersøkelsen viser at befolkningen har tillit til politiet. Graden av tillit kan variere, og vil avhenge av ulike faktorer. Politiets legitimitet betinges dermed av befolkningens tillit til at politiet utfører de oppgaver de er satt til og at de i tjenesteutførelsen bruker de metoder og maktmidler de er ment å benytte (NOU 2017:9).

I løpet av de siste tiårene har begrepet tillit blitt et sentralt begrep i forestillingen om politiet. I politiets innbyggerundersøkelser, har tillit vært et sentralt spørsmål. Begrepet tillit har til en viss grad tatt plassen til begrepene “makt”, “frykt” og “autoritet”, som tidligere kan anses som dekkende for innbyggernes forhold til politiet. For å ha et velfungerende samfunn er det derfor viktig at befolkningen har tillit til politiet. Dette styrker rettssikkerheten til befolkningen, og verner mot forhold basert på frykt og makt. Befolkningen ønsker å stole på



at etaten gjennomfører sine oppgaver på en rettferdig og hensiktsmessig måte. Videre kan tillit til politiet tilsa at befolkningen også har tillit til myndighetene. Informant 1 forteller at tilliten befolkningen har til politiet, har en sammenheng med hvordan deres tillit til myndighetene er, og hvordan dette har en sammenheng. *“De store spørsmålene som tillit til politiet, henger mye sammen med tillit til myndighetene i landet. Det er ikke alt vi tenker at er av vår fortjeneste, men at det henger sammen med andre ting i samfunnet”* - Informant 1.

I DFØ sin innbyggerundersøkelse fra 2021 forsøkes det å finne indikatorer på befolkningens tillit til institusjoner. I en del av undersøkelsen legges det vekt på å undersøke graden av tillit til de ulike institusjonene, politiske myndighetsorganer og andre samfunnsinstitusjoner. Det kommer tydelig frem at mange i landet har høy tillit til Stortinget, regjeringen og domstolene. Det er antydning at befolkningen har “mest” tillit til domstolene og politiet (DFØ, 2021). Det er domstolene som skal drive den dømmende virksomhet. Statens myndigheter skal “sikre domstolenes og dommernes uavhengighet og upartiskhet”, jf. grl. § 95. Dette understreker det faktum at befolkningen stort sett anser de offentlige myndighetsorganene som tillitsfulle.

Eksempler på hvordan tillit har fått stor betydning i etaten ser vi blant annet i Politiets strategi 2010-2015 (politidirektoratet 2009b) (Sørli & Larsson, 2018:326). Strategien fremlegger to satsingsområder der den ene er Trygghet og tillit. Bakgrunnen for dette satsingsområdet ble begrunnet med at politiets oppgaveløsning forutsetter et godt samarbeid med befolkningen, og for å lykkes kreves det av politiet å møte brukerne på en profesjonell måte. Operativ mediehandbok for politiet fra 2010 inkluderte også tillit: *“Politiet er avhengig av et godt omdømme og befolkningens tillit for å kunne løse sine oppgaver. Omdømme og tillit skapes gjennom det daglige arbeidet og ved å sørge for åpen kommunikasjon gjennom media”* (Politidirektoratet 2010b). Dermed fremgår det den særlige betydningen av tillit ansett som et nødvendig verktøy for politiets oppgaveløsning, som vektlegges (Sørli & Larsson, 2018:326).

Hvert år har om lag halvparten av innbyggere vært i kontakt med politiet. Gjennom dette dannes det meninger, erfaringer og oppfatninger av etaten, knyttet til de egne og andres interaksjoner med politiet. Disse påvirkes og økes av medieoppslag enten i positiv eller negativ kontekst, som til slutt resulterer med dårlige målinger. En forklaringsfaktor for nedgang i 2017 og 2018 i innbyggerundersøkelsen for politiet kan være trykk fra ulike media som påvirket befolkningens oppfatning av organisasjonen. Kritikken fra både politifolk, politikere og forskere, eksempelvis i 2018 sa AP-leder Jonas Gahr Støre følgende om nærpolitireformen i Stortinget: *“Elleve av tolv politidistrikter sier at politiet ikke er til stede*

*der de bør være, og at saker grove voldshandlinger blir liggende”* (Dahlback, L. M, 2019).

Slike kommentarer av ulike politikere, og spesielt fagpersoner, setter forutsetninger som påvirker innbyggernes oppfatning av etaten. Samt kritikk siktet til politiets håndteringsevne i høyprofilerte saker i ulike medieoppslag og nyhetskanaler (Dahlback, L. M, 2019).

Offentlige organisasjoner ønsker legitimitet i sine omgivelser, noe som gjør det helt avgjørende for politiet å ha grunnleggende tillit og aksept i samfunnet (Byrkjeflot og Wæraas 2012:29). Det vil dermed være nødvendig å overholde en minimumsstandard for akseptabel atferd, for at etaten skal anses som en etat med legitimitet. For en etat som politiet viser innbyggerundersøkelsene at store deler av befolkningen har tillit til organisasjonen, og dermed innehar etaten legitimitet fra sine omgivelser. Legitimitet for politiet er helt avgjørende, for å løse etatens oppdrag på en effektiv måte. Dersom etaten ikke overholder og jobber med å opprettholde deres tillit i samfunnet, vil det i lengden få konsekvenser og skape misnøye blant befolkningen. Dermed kan det svekke legitimiteten og påvirke viljen til samarbeid, noe som er viktig for å få samfunnet til å samarbeide for å unngå maktbruk under deres oppdrag. Politivoldsaken i Kongsberg har hatt stort oppslag i nyhetene de siste dagene, der en politibetjent er tiltalt for vold og brudd på tjenesteplikten. Overvåkningsbilder fra hendelsesstedet viser at en politibetjent benyttet vold og slettet bevismateriale fra mobiltelefonen til en som var vitne til hendelsen (Hultgreen, Politiet slettet bevis, 2023). Denne saken har skapt sterke inntrykk på media, og en slik hendelse kan føre til misnøye i tilliten befolkningen har til politiet. Konsekvensen er blant annet at det påvirker eller skader legitimiteten til politiet, og at hendelsen tyder på myndighetsmisbruk, ifølge mediene. Den fornærmede i saken uttaler følgende på nyhetsartikkelen som er publisert på dagbladet: «*Vår tillit til politiet på Kongsberg er ikke stor*» (Hultgreen, 2023). Spesialenheten har videre bedt politidirektoratet og politimesteren i Sør-øst politidistrikt vurdere saken administrativt (ibid.)

Med tillit vil befolkningen ha nok tiltro til at etaten utfører sitt samfunnsoppdrag på riktig måte. Innbyggerundersøkelsene gjennom årene 2010 til 2021 viser til at nivået av tillit var lavest i 2017 der 77% av befolkningen hadde stor eller svært stor tillit til etaten (Kantar, 2017). Høyest resultat på tillit denne tidsperioden var i 2014, der 89% hadde stor eller svært stor tillit (Ipsos MMI, 2014). Dersom innbyggerundersøkelsen fra 2022 tas i betraktning, var tillitsnivået på 72%, som er det laveste tallet på tillit innbyggerundersøkelsene noen gang har identifisert. Det er ingen grunn til å utelate at ulike faktorer kan ha påvirket resultatet. Det kan være medieoppslag av ulike saker, og det kan ha bakgrunn i endringer i undersøkelsen. Disse

tallene viser fremdeles at majoriteten av befolkningen har tillit til etaten, og at tilliten fremdeles er på et jevnt nivå.

Til tross for uenigheter om at omdømme er viktig for offentlige organisasjoner, kan vi referere til de årlige omdømmemålingene og rangeringene som gjøres av de offentlige organisasjonene og dermed påpeke viktigheten av å ha et godt omdømme selv for offentlige organisasjoner. Politiet vektlegger disse innbyggerundersøkelsene i stor grad, og de anses som viktig for styringen og utviklingen til politiet: *“Innbyggerundersøkelsen har som sagt mye å si for oss. Med å identifisere ting vi må jobbe med, å sette inn tiltak på det”* - Informant 1. Disse innbyggerundersøkelsene blir jobbet med grundig hvert eneste år, og er en styringsindikator for etatens videre arbeid og forbedring. *“Vi går gjennom disse hvert år, altså rapporterer på tallene til kommunikasjon. Det er en styringsindikator for oss”*-Informant 1.

I våre samtaler om resultatene fra innbyggerundersøkelsene, er det en felles enighet fra informantene at resultatene fra undersøkelsene er av stor betydning for politiet. Informantene viser enighet om at disse tallene blir jobbet grundig med og det brukes mye tid på å forstå bakgrunnen for resultatene. Det uttales: *«Vi har jobba masse med tallene fra innbyggerundersøkelsen, vi rapporterer på disse til POD, alle politidistriktene gjør det. Hvorfor de er som de er, og hva vi kan forbedre oss på ... og ser om det er ting vi kommer dårlig ut på, og vi må jobbe mer med. "Da kommer vi med eventuelle tiltak på det. - Informant 1.*

Videre forteller informant 1 hvordan kommunikasjonsenheten jobber med å analysere resultatene fra innbyggerundersøkelsene og hvordan politiet kan forbedre seg utifra resultatene. Etaten benytter resultatene direkte som styringsindikator for å identifisere områder som trenger forbedring og dermed kommer med eventuelle tiltak der det er nødvendig.

Informant 2 oppfatter de tidligere resultatene rundt tillit og inntrykk til politiet som positive. Ved å se på nivået av tillit befolkningen har, i kontrast til politiet i andre land, mener informanten at politiet står i en særstilling. Dette vil som nevnt ha sammenheng med tillit til myndighetene. I “Politietmeldingen” – et politi for fremtiden” påpekes det at norsk politi har tillit som er jevnt over høy, sammenlignet med andre statlige institusjoner og sammenlignet med politiet i andre land (Meld. St. 29 (2019–20)). *«Jeg har jobbet mye med disse resultatene, hovedrefleksjonen er jo at politiet har meget høy tillit, veldig høy skår. Kanskje*

*overraskende høy, det er to ting man kan sammenligne seg selv med, det er politiet i andre land, og andre offentlige myndighetsutøvende etater/organisasjoner. Denne undersøkelsen bekrefter at norsk politi internasjonalt er i særstilling ... Når det gjelder sammenligning med andre myndighetsutøvere, er det overraskende høy tillit. Har dette noen betydning? Ja fordi tillit er det viktigste verktøyet vi har, det er ikke våpen eller maktmidler “- informant 2.*

Informant 2 forteller videre hvordan tillit anses som det viktigste verktøyet for etaten, og at det ikke er våpen eller maktmidler. Etaten er avhengig av tilliten til befolkningen, for å fungere på en uproblematisk måte. Som nevnt tidligere henger tilliten til politiet sammen med myndighetene. Derfor er det slik at tilliten befolkningen har hos politiet bør komme frivillig. Tilliten bør komme av måten politiet utfører sine oppgaver og at politiet må kommunisere godt for at tilliten ikke skal kunne svekkes. Gjennom politiets kommunikasjon ønsker etaten å være åpne og ærlige slik at innbyggerne velger å ha tillit.

Informant 1 fra kommunikasjonsenheten snakker videre om en mulig forklaring for resultatene fra innbyggerundersøkelsen fra 2022. Informant 1 forteller hvordan den nyeste undersøkelsen muligens er en bedre målt undersøkelse, på bakgrunn av et større utvalg av informanter med omtrent 20 000, opp mot tidligere undersøkelser som var omtrent 8000 informanter. Innsamlingen av svar ble tidligere gjennomført gjennom telefonintervjuer, mens det nå gjennomføres digitalt. Politiet blir i den nye undersøkelsen også målt på flere områder som i møte med politiet, opplevelse av politiets forvaltningstjenester, en ny del som omhandler digital trygghet, og spørsmål knyttet til sosial bakgrunn. Det kan argumenteres for at et større utvalg vil kunne gi politiet mer informasjon fra enda flere innbyggere. Det vil igjen være resultater som gir mer dybde, og kan vise innbyggernes erfaring til politiet som mer korrekt da utvalget er større. *“Der er det store endringer, men det handler ikke om at det er lavere tillit. Tidligere undersøkelsene har nok ett svakere datagrunnlag, det betyr ikke at det er dupp i tilliten, men at det kanskje har blitt gjort en bedre undersøkelse»* informant 1.

Dermed er det viktig å poengtere at endringer i omgivelsenes oppfatning av politiet, uavhengig av hva slags effekt disse har, kan ofte knyttes til to ting. Den ene faktoren som nevnt tidligere, handler om hva politiet selv gjør på daglig basis, for eksempel håndtering av saker og hendelser. Dette påvirker i bunn og grunn befolkningens oppfatning av politiet. Den andre faktoren har mindre å gjøre med politiet og mer med politikere og de valgene som tas av folkevalgte forsamlingen kan også påvirke hvordan politiet blir oppfattet av omgivelsene

og befolkningen. Et eksempel på dette kan være økningen i inntrykket og oppfatningen av politiet i 2014. Funnene i 22.juli kommisjonen la føringen for en politireform, de neste årene var tematikken stadig mer på dagsordenen og fikk stor oppmerksomhet. At politiet og hele etaten skulle forbedres og effektivisere for å hindre at lignende hendelser ble kommunisert og presentert på ulike kanaler. Altså forskjellige organer, eksempelvis i Stortinget og regjeringen formidlet aktivt et forbedringsforslag, som kan være en forklaringsfaktor for den positive oppgangen i innbyggerundersøkelsen så kort tid etter terrorangrepet. Forventningene var at det skulle ta lang tid å innhente og opparbeide seg tillit fra innbyggerne etter en slik hendelse.

Gjennom samtale med kommunikasjonsenheten i Tromsø politidistrikt, vises det tydelig til at innbyggerundersøkelsene er av stor betydning, og et viktig grunnlag som former deres strategier og tiltak. Samtalene med informantene har bidratt til en bredere forståelse av hvordan undersøkelsen legger føringer for å identifisere områder der etaten må fokusere på.

## **7 Stjerne kvaliteten til Van Riel & Fombrun**

I denne delen av analysen ønsker vi å benytte Fombrun og Van Riels stjernegrener for å forklare omdømmet til etaten. Det vil gjøres gjennom å beskrive deler av politiets kommunikasjon og videre diskutere om kommunikasjonen etaten gjør kan forklare en eventuell variasjon i omdømme/tilliten til politiet etter nærpolitireformen. Denne delen av oppgaven blir besvart gjennom vårt datamateriale fra nettsider, intervjuer, medieoppslag, ulike strategier og retningslinjer.

### **7.1 Synlighet**

Fombrun og Van Riel (2004) påstår «uten synlighet, intet omdømme» (Fombrun & Van Riel, 2004). En organisasjons synlighet blir ansett som et viktig element i deres omdømme. Politiet er en etat som ofte er blitt eksponert for synlighet, både ønsket og uønsket synlighet. Som nevnt tidligere kan vi skille mellom positiv og negativ synlighet, det viser til at all synlighet ikke er godt for en organisasjons omdømme. Fombrun og Van Riel illustrerer ulike faktorer som avgjør hvor synlig en virksomhet er, Dermed vil vi prøve å kartlegge hvordan politiet er synlighet og hvor deres synlighet er mest tydelig. Nærpolitireformen hadde blant annet som formål å øke politiets synlighet og tilstedeværelse i lokalsamfunnene. Synligheten til politiet

er et viktig element for å skape trygghet og forebygge kriminalitet. For organisasjoner vil deres synlighet bidra til å øke bevisstheten om organisasjonens mål og arbeid, bygge tillit og økt troverdighet i omgivelsene.

Innbyggerundersøkelsen fra 2022 viser til at det er en felles enighet blant befolkningen at det oppfattes som viktig med synlig politi. 44 % av innbyggerne opplever å observere politiet minst ukentlig i nærmiljøet sitt. En andel på 43% av innbyggerne er fornøyde med politiets synlighet (Kantar public, 2023). Likevel er det en andel på 12% som mener de ser politiet sjeldent, og er misfornøyde med politiets synlighet (ibid.). Dersom vi ser dette i kontrast med Ipsos sine omdømmemålinger har politiet de siste årene falt i omdømmemålingene. I 2020 fikk politiet førsteplass på Ipsos sin årlige måling blant etater som har best omdømme, i 2021 ramlet etaten på tredje plass og i 2022 havnet politiet på tiendeplass (Johansen, L., 2022). Gjennom 2020 til 2022 har politiet gått fra første plass til en tiendeplass, som er en drastisk endring for etaten i denne omdømmemålingen. Disse årene har politiet gjennomgått flere store saker som kan ha hatt en påvirkning på befolkningens inntrykk på etaten, og hvorfor etaten har gått fra førsteplass til en tiendeplass.

Synlighet for politiet kan ofte referere til politiets tilstedeværelse i samfunnet, en slik form for tilstedeværelse kan være å forebygge kriminalitet og skape trygghet i samfunnet. Politiet kan gjennom sin «Street exposure» være synlig med patruljering i nabolag og på offentlige steder. Det gjelder også å være synlig på arrangementer der store folkemengder er samlet, for å skape trygghet. Informant 1 forteller hvor viktig den lokale tilstedeværelsen er for politiet, og for etaten vil politibilene som patruljerer være en viktig del av denne synligheten for omgivelsene. *“Lokal tilstedeværelse er viktig for oss .... også tror jeg politibilene som kjører rundt er viktig synlighet i ett lokalsamfunn”* – informant 1.

Informant 2 forteller videre hvordan det er et ønske å være synlig på en forebyggende måte, spesielt der mange mennesker er samlet på store arrangementer. Dette vil skape orden og trygghet for omgivelsene, der uniformert politi er tydelig til stede. *«Jeg synes de er flinke med å vise synlighet når det skjer stor ting, er det store ansamlinger med mennesker, festivaler, demonstrasjoner og arrangementer. Der mange mennesker er samla, er politiet flinke på å være synlig på en forebyggende og god måte»* - Informant 2.

Et av formålene med nærpolitireformen var synlig og tilgjengelig politi. En kan dermed argumentere at det er uhensiktsmessig å fjerne politistasjoner (Justis- og

beredskapsdepartementet 2015:6). Etter vedtakelsen av reformen var konklusjonen at 15 politistasjoner og lensmannskontorer over hele landet skulle enten nedlegges eller slå sammen med andre politidistrikter. I 2017 fikk politidirektøren mandat til å beslutte endringer i den lokale tjenestested strukturen, og resultatet ble en kraftig reduksjon i antall tjenestesteder. Der det gikk fra 340 til 221, det ble sagt at dette antallet gjenspeilet innstilling fra politidistriktene. Dette hadde store konsekvenser for politiets «Street exposure» og synlighet i enkelte områder. Ved å fjerne disse og erstatte tjenestestedene med begrenset politipatruljer som kjører innom ett område en til to ganger om dagen. Kan det ha hatt en påvirkning på den daglige synligheten til politiet og det kan virke som motstridende med formålet med ett "nærpoliti".

I tillegg er dette en forklaringsfaktor i hvorfor mange oppfatter politiet mindre synlig i perioden etter nærpolitireformen. Fordi en del av synligheten kan være gjennom kontorer og fysiske bygninger som et tegn på deres tilstedeværelse i omgivelsene. Noen av politidistrikter må dekke mye større landareal etter reformen enn før, som naturlig nok fører til svekkelse i politiets tilstedeværelse i enkelte lokalområder. På grunn av at enkelte distrikter må forholde seg til et større område, vil dette påvirke responstiden til politiet. Som er noe politiet har fått mye kritikk får, i ulike sammenhenger og knyttet til forskjellige saker.

Selv om politipatruljer og synlighet av uniformerte polititjenester er viktig for å kunne respondere raskt på kriminelle handlinger, er det mindre enighet om hvorvidt dette bidrar til publikums tillit og trygghetsfølelse. En dansk undersøkelse viser faktisk at økt synlighet i form av uniformerte politifolk og biler, kan ha negativ innvirkning på publikums tillit og trygghetsfølelse (Holmberg, 2004). Forklaringen bak dette var at i Norden så assosieres synlig politi med at noe farlig pågår eller er i ferd med å skje (Holmberg, 2004). Dette var funnene til den danske krimiløperen Lars Holmberg, i en undersøkelse for å avdekke hvilke innvirkning tilstedeværelse og synlige politi har til tillit. Samtidig er viktig å understreke at forskning varierer fra land til land, og dermed er det ikke slik at undersøkelsen er sammenlignbar med norske forhold.

Politiet er en etat som ofte kan bli utsatt for medieoppslag, som kan variere om det er positiv eller negativ synlighet av etatens omdømme. Media sin vinkling på saker om etaten kan ha en påvirkning på hva slags inntrykk leserne kan få, ettersom hvordan saker fremstilles i ulike nyhetsartikler.

Politiet trenger ikke aktivt å søke etter synlighet i mediene, da etaten har et særegent samfunnsansvar som gjør at de får synlighet i medier. Informant 2 forteller hvordan politiet er utsatt for bred synlighet og hvor mye som dekkes av media med omtalelser av etaten uten at etaten selv aktivt søker etter denne typen synlighet. *«Aldri jobbet i en plass der det var så lett å bli synlig, enorm synlighet, politiet er jo veldig synlige. Politiet har veldig stor synlighet i media, og poenget er at vi trengte ikke å jobbe så veldig mye med det»* - informant 2.

Informant 3 påpeker videre at det ikke trengs en aktiv strategi for å få oppmerksomhet i mediene, sammenlignet med organisasjoner i private virksomheter. Private virksomheter jobber med synlighet i medier på en annen måte, enn en offentlig etat som politiet som ofte er utsatt for negativ og positiv synlighet fra omgivelsene selv. *«Politiet trenger ikke å jobbe aktivt med en synlig strategi i mediene, sånn som i andre private virksomheter ... Det er nesten sånn at vi må holde tilbake, men at vi jobber bevisst med hvordan vi ønsker å fremstå, og det finnes media instruksjoner og den type ting»*. -Informant 3.

Informantene har en felles enighet om at det derimot jobbes aktivt med hvordan de fremstår i media, derfor holdes det medietreningskurs i etaten for de som er synlig i media. Det gjør at de av dem som er synlig i media vet hvordan de skal fremstå i ulike situasjoner. Dette anses som viktig for hvordan etaten ønsker å fremstå overfor omgivelsene, fordi synlighet i medier kan ha en påvirkning på befolkningens inntrykk. *«Vi holder jo medietreningskurs, for påtalejurister og for innsatsledere sånn at de vet hvordan de skal fremstå når de er i media»* – informant 1.

Derfor anser politiet det som en viktig oppgave å fremstå som profesjonelle overfor media og at de skal gjenspeile deres samfunnsansvar på best mulig måte. Politiet ønsker ikke kun å fremstå som en organisasjon med godt omdømme, men vektlegger det å faktisk oppbevare tillit fordi det er en viktig del av etatens oppgave for å fungere godt i samfunnet. Informant 1 forteller hvordan omdømme er et sjeldent ord som blir brukt, men hvordan betydningen av tillit er det som vektlegges. Nettopp fordi etaten prøver å faktisk ha generell tillit, og ikke gjør det for å fremstå. *«Men dette handler ikke om omdømme, omdømme er ett sjeldent ord vi bruker, men det handler om tillit. For oss er det to forskjellige ting egentlig, vi gjør ikke det for å fremstå, men faktisk for at folk skal ha tillit. Det føles litt ut som fasade, med omdømme, det handler om tillit for oss»* - Informant 1.



Nedenfor blir det gjort noen søk for å undersøke hvor synlig politiet er i VG og Dagbladet. Ved enkelt søk på VG og Dagbladet med søkeordene illustrert nedenfor, prøver vi å kartlegge hvor synlig politiet er på nyhetene til disse nyhetskanalene. Denne illustrasjonen gir oss en indikator på omtale om politiet med de spesifikke søkeordene. Politiet har en klar rolle i samfunnet, som gjør at de kan være sårbare og utsatt for kritikk fra omgivelsene.

Søkeord	Treff i VG	Treff i dagbladet
Politiet	450 000	229 000
Politiet Kritikk	25 500	31 700
Politiet 2017	18 900	7480
Politiet 2018	11 000	8 740
Politiet 2017 kritikk	956	387
Politiet 2018 kritikk	1170	407

Tabell 1 Søk på VG og Dagbladet: 28.04.23

Med søkeordet «politiet» var det 450 000 oppslag i VG sine nyheter og 229 000 oppslag i dagbladet med omtale av politiet. Dette sier oss dermed ikke noe om oppslaget er av positiv, nøytral eller negativ karakter. En slik metode å søke på vil bare gi en indikator på at politiet er en etat som blir omtalt i mediene, og da er det tydelig at politiet har flere oppslag i VG.

Det er ikke ukjent at politiet er en etat som det stilles høye krav til, med bakgrunn i deres samfunnsansvar. Politiets oppgave med å bevare sikkerheten til befolkningen og bekjempe kriminalitet, noe som fører til at etaten er i søkelys for mediene. Ved de ulike søkene med spesifikke søkeord, får vi et innblikk i hvor mange saker som ble skrevet i årsperioden 2018, da tilliten ble målt på 77% i innbyggerundersøkelsen. Disse årstallet er interessante å se på, da det kan refereres til mange nyhetsoppslag i 2017 og hvorvidt dette kan ha en påvirkning på folks oppfatning for tillitsnivået i 2018. *«Et negativt oppslag vil kanskje ikke påvirke tilliten til politiet, men det kan påvirke undersøkelsen. Med tanke på at man kan huske en hendelse, som gjør at man svarer annerledes på undersøkelsen, men politiet vil fremdeles være dem som blir ringt dersom noe skjer – informant 1.*

Informant 1 argumenterer for hvordan et negativt medieoppslag kan ha innflytelse for inntrykket befolkningen har av politiet, og hvordan et medieoppslag kanskje kan være årsaken til at noen svarer som de gjør i undersøkelsen. Videre kan en tenke seg at inntrykket kan påvirkes av enkeltsaker eller hendelser knyttet til politiet, hvor en kan endre sitt helhetlige

bilde av etaten. Likevel har politiet en unik rolle i samfunnet, som gjør at politiet blir varslet dersom en hendelse oppstår

Videre i figuren illustreres det antall oppslag med «kritikk» i artiklene. Ved en gjennomgang av disse oppslagene viser det tydelig til overskrifter som inneholder kritikk av politiet på ulike områder. I tillegg ble det i den perioden tatt opp ulike saker, spesifikt uløste saker. Hard kritikk mot politi i disse sakene, som er både nye og gamle saker, eksempelvis Baneheia, Hagen og Nygaard-sakene. Spesielt de to førstnevnte var det mange forskjellige oppslag på og oppmerksomheten rundt gjenopptakelsen av Baneheia-saken, og forsvinningen av Anne-Elisabeth Hagen. Den pågikk i flere måneder og år etter hendelsen skapte mye negativ mediasynlighet for politiet. Flere enkeltsaker hvor politiets etterforskning har blitt kritisert. Som vi viste innledningsvis funnene i innbyggerundersøkelsen 2022 var politiets håndtering og etterforskning av enkeltsaker som Baneheia og drapet på Karmøy en av grunnene til at enkelte mistet tillit til politiet (Kantar public, 2022:15). Dermed var det generelle medietrykket relativt høy i denne perioden, og hvordan etaten ble fremstilt i mediene. Eksempelvis på VG, i likhet med andre nettaviser skrevet mye om Nygaard-saken, der vitner ikke ble tatt på alvor og tips som aldri ble fulgt opp (Cantero mfl., 2018). I tillegg var det en del oppslag om “fjernpoliti” i ulike mediekkanaler, som en direkte kritikk mot reformen (Roalsø, M, 2018). Disse fremførte en kritikk som kan ha påvirket samfunnets oppfatning av politiet.

En direkte konsekvens av dette er at færre personer på nasjonalt nivå er helt eller delvis enige i at politiet er synlige i deres lokalområde, sammenlignet med tidligere år. I 2017 var det 57 prosent som oppga for å være helt eller delvis enige, mens i 2018 var tallet 54 prosent. De siste innbyggerundersøkelsene tyder også på at det ikke har vært noen forbedringer på dette området for politiet.

For å identifisere oppslag som omhandler nærpolitireformen, ble det gjort ett søk med søkeord “nærpolitireformen kritikk”, antall treff resulterte i 103 oppslag. Disse artiklene inneholder kritikk av reformen, for ulike årsaker. For å vise den store oppmerksomheten etaten har hatt rundt nærpolitireformens implementering, derav mye av synligheten er av negativ karakter. Ett av sakene som identifiseres gjennom dette søket, er med tittel: “*Polititopp innrømmer store utfordringer med nærpolitireformen*”, fra mai 2019. Oppslaget handlet om assisterende politidirektør som hevdet store utfordringer med nærpolitireformen, og at det har vært for mye på en gang (Sandnes, A, 2019).

Flere lignende oppslag har blitt identifisert etter reformen, blant annet en artikkel med tittel “*Ap trekker støtten til politireformen: Går i feil retning*”. Artikkelen fra august 2019, varsler at Arbeiderpartiets leder Jonas Gahr Støre hevder at politireformen går i feil retning, og partiet trekker støtten til reformen (Johnsen mfl., 2019). Slike oppslag kan bidra til å sette inntrykk hos omgivelsene, spesielt siden viktige talsperson uttaler seg om hvordan reformen har bidratt til utfordringer eller at reformen går i feil retning. Slike negative oppslag kan være med på å forme inntrykk av reformen og kan som nevnt tidligere være en årsak til at befolkningen får en dårlig oppfatning av håndtering av reformen. Som vist til tidligere har oppfatninger knyttet til konsekvenser av reformen og oppfatninger av manglende prioritering av reformen vært årsaker som knyttes til endret tillit hos noen innbyggere. Dette forsterker hvordan negativ synlig bidrar til å danne oppfattelser, som i politiet sitt tilfelle kan være betydelige på grunn av synligheten etaten har.

Det er vanskelig å fastslå en direkte sammenheng mellom nærpolitireformen og endringer i etatens synlighet. Men det er tydelig at det har vært endringer etter innføringer av reformen, spesielt med hensyn til politiets synlighet i ulike medieoppslag. Noen forskere hevder at reduksjonen i antall politidistrikter kan ha gjort politiet mindre synlige, i form av etaten «Street exposure» og kan svekke tjenestetilbud og trygghet til innbyggerne (Sørli & Larsson, 2018). Når det er sagt, er det viktig understreke at i noen tilfeller er det nødvendigvis ikke sammenheng mellom avstand til nærmeste politistasjon eller politiets synlighet og grad av tillit i befolkningen. Dette ble konkludert i en undersøkelse gjennomført av den finske forskeren Juha Kääriäinen i 2008. Med andre ord er tilstedeværelse og økt synlighet nødvendigvis ikke en avgjørende indikator for tillit (Juha Kääriäinen, 2008).

## **7.2 Distinkthet**

Distinkthet eller særegenhet for organisasjoner handler om å skille seg fra konkurrenter og lignende virksomheter gjennom bestemte særtrekk. En suksessfull omdømmeoppskrift er ofte å fremheve det unike ved organisasjonen ved å danne en klar og tydelig organisasjonsidentitet. Organisasjonsidentitet formidles hovedsakelig gjennom to måter: det visuelle og det verbale identitetsuttrykket. Disse er strategiske virkemidler som har til hensikt å påvirke interessenters bilde og inntrykk av organisasjonen.

Politiet er en stor og bred organisasjon som har et svært spesifikt oppdrag i samfunnet. Dette skal i utgangspunktet gjøre det vanskelig å forveksle organisasjonen med andre. I tillegg har

etaten hatt et aktivt forhold til å kommunisere sine verdier, visjoner og målsetninger på sine nettsider. Politiet skal ivareta samfunnets interesser i opprettholdelse av ro, orden og sikkerhet, passe på at lover og reguleringer overholdes, samt etterforske og påtale rettskrenkelser (Gjone, 2022). Dette understrekes blant annet i politiloven av 1995 §1 som sier følgende: «*Politiet skal gjennom forebyggende, håndhevende være et ledd i samfunnets samlede innsats for å fremme og befeste rettsikkerhet, trygghet og alminnelige velferd for øvrig*» (Politiloven,1995, §1).

Bestemmelsen beskriver politiets grunnleggende samfunnsrolle. Ved å fremme borgernes rettsikkerhet, trygghet og alminnelige velferd, har politiet et særegent ansvar i samfunnet. Navnet og logoen til etaten har sammenheng med dette og at det er et offentlig myndighetsorgan, brukes til å fremme budskapet rundt samfunnsoppdraget.

Slik presenterer de samfunnsoppdraget sitt: «*Politiet skal sørge for rettsikkerhet, trygghet og velferd i samfunnet gjennom å forebygge, avdekke og stanse kriminell virksomhet. Politiet skal også utøve myndighet og hjelpe innen de ulike oppgavene politiet har ansvar for*» (Politiets virksomhetsstrategi 2023-2025).

«*Trygghet for innbyggere og virksomheter er kjernen i politiets samfunnsoppdrag. Både opplevd trygghet og lav risiko for å bli utsatt for kriminalitet har stor betydning for livene våre. Trygghet og tillit henger tett sammen. Vi er avhengig av tillit hos innbyggerne for å utføre oppgavene godt, og ha legitimitet i samfunnet. Tilliten innbyggerne har til oss, bygger på jobben vi gjør. Også jobben vi gjør sammen med andre. Politiets oppdrag utfordres stadig av endringer i samfunnet og hos kriminelle. Utfordringene setter samfunnsikkerheten under press*» (Politiets virksomhetsstrategi 2023-2025).

Dette vektlegger politiet med sitt samfunnsoppdrag, og kommuniserer om rettsikkerhet, trygghet og velferd i omgivelsene med hensikt å forebygge kriminelle virksomheter. Borgernes personlige sikkerhet står sentralt. Dette er noe som også er aktivt i deres kommunikasjon rundt deres samfunnsoppdrag. Deres verbale identitetsuttrykk er med å uttrykke dette, og det har en direkte kobling til deres rolle i samfunnet. Altså at organisasjonens eksistens skal være i tråd med det som er ønsket av arbeidet organisasjonen skal gjennomføre, og politiet vektlegger det etaten er ment å gjøre for samfunnet.

Verdier er abstrakte og prinsipielle forestillinger om hva som er ønskelig å oppnå, og de skal bidra til å styre atferden til ansatte og skape en felles forståelse for hva organisasjonen står

for. Dette inkluderer også normer og regler som skal prege samhandlingen mellom medarbeidere, ansatte og ulike interessegrupper i omgivelsene (Brønn & Ihlen,2009). Politiets kjerneverdier blir nedfelt i et dokument på etatens nettsider, ved navn: “Etiske retningslinjer for politiet”. Etiske retningslinjer i politiet handler om integritet, åpenhet, habilitet, respekt, medarbeiderskap, lederskap og mot (Politiet, 2018).

I politiets etiske retningslinjer legges det vekt på at de ansatte i etaten skal jobbe i tråd med deres retningslinjer, og at deres arbeid skal sikre opprettholdelsen av befolkningen tillit: *“Som ansatt i politi- og lensmannsetaten skal vi arbeide for fellesskapets beste i tråd med lover, regler og våre verdier. Valgene vi tar på jobb angår ikke bare oss selv, men også våre kollegaer og de menneskene vi møter i jobben. Vi skal derfor utføre våre oppgaver og opptre på en måte som opprettholder politiets tillit i befolkningen”* (Politiet, 2018)

Verdigrunnet til politiet er uttrykket som utsagn. Det er fire verdier som rettes som alle ansatte og en verdi som retter seg i tillegg spesielt mot ledere i politiet. Disse verdiene skal gjenspeile arbeidet til politiet, hvor medarbeiderne skal kjennetegnes ved disse verdiene. Politiets kjerneverdier er: Tett på, respekt, helhetsorientert og modig. Nedenfor står verdiene skrevet med hva hver enkel verdi innebærer, og hva som forventes av atferd som medarbeider i politiet.

- “Jeg er tett på” - Er tilgjengelig, engasjert, løser problemer og hjelper andre.
- “Jeg viser respekt” - Er profesjonell, anerkjenner mangfold, behandler alle likeverdig, opptre på en måte som styrker politiets tillit.
- “Jeg er helhetsorientert” - Er nyskapende og endringsvillig, deler kunnskap og erfaring, handler til fellesskapets beste og bidrar til å løse politiets samfunnsoppdrag
- “Jeg er modig” - Tar ansvar, initiativ, fatter og gjennomfører beslutninger, tydelig og gir tilbakemeldinger og forstår og håndterer risiko.
- “Ledere i politiet skal ...” - Motivere og utvikle medarbeidere, skape resultater i samhandling med andre og sette retning og drive endring

(Politiet,2018).

De fem kjerneverdiene er ment å gjennomsyre arbeidet til etaten og etterleves av medarbeiderne i etaten. Verdiene er nedskrevet i “jeg” form, og det kan anses som en måte å treffe den enkelte bedre, og en engasjerende form å utforme verdier på. Politiets verdier kan anses som en blanding av menneskelige, profesjonelle og tradisjonelle rettsstatsverdier. Dette

ettersom offentlige organisasjoner har en særegen rolle i samfunnet, hvor ulike hensyn må tas i betraktning ved deres arbeid. Disse verdiene kan derfor gjenspeiles til verdier som ofte blir benyttet av andre offentlige organisasjoner også. Politiets verdier kan sammenlignes med forsvaret. Forsvaret sine verdier er: Respekt, ansvar og mot (Kvåle & Wæraas, 2017:55). Verdigrunnlaget som forsvaret identifiserer seg med er i stor grad lik som noen av politiets verdier. Likevel har politiet konkretisert sine verdier annerledes. Dette gjelder ordlyden av verdiene, og måten verdiene konkretiseres. Ordlyden av verdiene kan ses som en måte å identifisere seg med. Som nevnt har politiet 4 verdier som gjelder alle, men også særlig en verdi i tillegg som legger vekt på ledere i etatene. Der det forventes av ledere at de skal motivere og utvikle sine medarbeidere. En form for styring på ledere i politiet har et særegent ansvar i å skape resultater i samarbeid med andre og sette retning for endring.

Dermed er ikke verdigrunnlaget til politiet helt særegent da moderne offentlige organisasjoner ofte kan tilskrive seg slike prinsipper på grunn av rollen deres i samfunnet. Verdigrunnlaget til politiet virker likevel som passende for deres arbeid, og dette er prinsipper som er nødvendige for at politiet skal ivareta sitt samfunnsoppdrag.

Informant 1 forteller betydningen av verdiene i møte med omgivelsene. *“Verdiene våre er ganske viktig, at vi viser respekt og er ordentlige folk. At det gjøres en rettferdig jobb, det er ikke alltid lett heller. Så man gjør feil i politiet, så må man være ydmyke for det”*. Informanten understreker verdienes formål i organisasjonen og hvordan ansatte forholder seg til disse i ulike saker og hendelser. Videre forteller informanten om politiets samfunnsansvar, og uttaler følgende: *“Vi må forvalte samfunnsansvaret vårt godt, fordi folk har tillit til oss, Det er superviktig for oss. Vi ønsker jo at folk skal ha tillit, og det må vi gjøre med å vise respekt og være ydmyk der vi trenger og ikke ta offerrolle”* - Informant 1. Sammenhengen mellom samfunnsansvaret og tillit forklares videre av informanten, hvordan disse kan påvirke hverandre og ikke minst at det er viktig å ha tillit blant innbyggerne. Det legges spesiell vekt på verdiene for å imøtekomme og opprettholde tillit til omgivelsene.

Disse kan anses å være organisasjonens fremste identitetsuttrykk eller identitetsmarkører, og formålet er å oppnå umiddelbar gjenkjennelse og positive assosiasjoner knyttet til organisasjonen. Logoen består av et våpenskjold, spesifikt Norges riksvåpen supplert med navnet «Politiet eller politi», som til sammen utgjør logoen. Siden Norges riksvåpen benyttes av andre offentlige forvaltningsorganer, kan vi dermed ikke si at det er unikt kun for politiet, men at det skaper assosiasjoner til et myndighetsorgan.

Et område organisasjon skiller seg ut og fremstår som distinkt er at politiet er statens maktmonopol. Dette gir etaten til retten til å utøve fysisk makt under gitte forutsetninger. Politiet er også en slags monopolsituasjon når det gjelder de tjenestene som etaten tilbyr, særlig med vekt på at etaten har hovedansvar for å sørge for sikkerhet i samfunnet. Det betyr at ingen andre etater tilbyr de samme tjenestene som politiet. Dette er noe organisasjoner vektlegger i deres kommunikasjon, spiller veldig på hvilken kunnskap og informasjon etaten besitter og deretter tilbyr til innbyggerne og samfunnet for øvrig.

Siden det ikke finnes lignende virksomheter, sammenlignes politiet med andre nærliggende offentlige etater i ulike omdømmemålinger. Selv om disse organisasjonene ikke nødvendigvis har de samme egenskapene og rollene i samfunnet, er de det nærmeste man kommer når det gjelder å sammenligne politiet med andre organisasjoner. Forsvaret nevnes ofte i denne sammenhengen av forskjellige årsaker. Muligens er det at begge er hierarkiske, uniformerte, statlige maktmidler i organisasjonene. Til tross for dette sier politiet selv at: *«På grunn av det spesifikke samfunnsoppdraget etaten har, gjør det vanskelig å sammenligne organisasjonen med andre offentlige»* (Informant 1). Politiet synes å være såpass distinkt at det blir vanskelig å sidestille organisasjonen med mange andre virksomheter. Det de pleier å gjøre er isteden å sammenligne norsk politi, med for eksempel mot dansk og svensk politi i forskjellige evalueringer. Dette gir politiet indikasjoner på hvor godt norsk politi blir sett på i forhold til politi i nabolandene, med relativt like kulturer og systemer.

I ulike omdømmemålinger blir politiet ofte sammenlignet med nærliggende offentlige etater, selv om de ikke nødvendigvis ikke har de samme formålene og egenskapene. Informant 3 sier at *“Det er jo andre offentlige organisasjoner som er naturlige å sammenligne seg med”*. Dette skyldes at etatene forvalter og ivaretar samfunnet og innbyggerne på et eller annet vis. Forsvaret blir ofte nevnt i denne sammenhengen, videre sier informant 3 at *“For forsvaret for eksempel. Men ikke nødvendigvis sånn strategiarbeid, at man analyserer fordi man har en så særegen rolle”*. Begge organisasjonene er hierarkiske, uniformerte og statlige maktmidler, dette kan ses som en sammenligning, og til at de er mer sammenlignbare med hverandre enn andre.

### **7.3 Autentisitet**

Organisasjonens troverdighet og dens ekthet er tydelig gjennom det som kommuniseres og de etablerte verdiene, normene og retningslinjene i virksomheten. Mange organisasjoner danner

tillit ved å ty til organisasjonens identitet, det som omtales av Brønn og Ihlen som «*organisasjonens bankende hjerte*» (Brønn & Ihlen, 2009:165). Autentisitet handler om å være og fremstå som ekte, gjennom å opprettholde samsvar mellom kommunikasjon og handling på alle nivåer i organisasjonen. Med andre ord skal det ikke være et gap mellom hvem en er, hva en står for og hva en gjør. Hvis virksomheten klarer å opprettholde nødvendig overensstemmelse mellom prat og praksis, vil organisasjonen fremstå som troverdig, og dermed bygge omdømmet (Angell et.,2011). Et maktorgan som politiet som har ansvar for å ivareta sikkerhet, trygghet og kontroll både for virksomheter og innbyggere, forventes det at organisasjonen fremstår som ekte og troverdig. Dette oppnås som sagt gjennom å unngå usammenhengende kommunikasjon.

For å finne ut om politiet er troverdig og autentiske skal vi hovedsakelig forholde oss til deres hjemmeside, og det de presenterer om seg selv. Dette kan være verdier, retningslinjer, prinsipper og strategier. Deretter se på hvordan deres handling samsvarer med det organisasjonen formidler utad. De fleste organisasjonene kommuniserer gjennom virksomhetens grunnverdier, og prinsipper. Disse skal gjenspeile organisasjonen, og er noe alle må kunne identifisere seg med i alle situasjoner. Grunnverdiene knyttes til organisasjonens identitet og danner grunnlaget for strategien (Brønn & Ihlen, 2009).

Som nevnt ovenfor er politiets verdier grunnleggende for arbeidet til etaten, som setter føringen for hvordan ansatte skal opptre uavhengig av situasjoner. Informantene forteller videre hvordan verdiene benyttes for å gjennomstyre arbeidet som gjøres. “*Verdiene skal gjennomstyre arbeidet vårt, og vi jobber bevisst, men ikke super konkret*” – Informant 1. Videre forteller informant 2 at verdiene ikke blir benyttet utad til omgivelsene like mye som de blir brukt internt “*Vi brukte ikke verdigrunnlaget aktivt i møte med andre, brukte det en del internt*”. – informant 2. Dette kan tolkes som at verdiene er en del av den kulturen ansatte i politiet har, og kanskje disse verdiene er holdninger som knyttes mot verdiene. Videre forteller informant 3 de ansatte har i etaten er bevisste i sine roller, og at verdiene kanskje kommer ubevisst og naturlig. Samtidig som at mange i politiet har utdanning fra politihøgskolen og at verdisynet allerede formes derfra. “*Jeg tror de aller fleste som jobber her, er bevisst i sin rolle om hvordan de ønsker å gjøre jobben sin, sånn at det faller ganske naturlig. Veldig mange her har også gått i politihøgskolen, og at det er kanskje verdisyn som man kanskje har med seg*”. – informant 3.



I likhet med andre virksomheter har politiet utviklet egne strategier og etiske retningslinjer som etaten må forholde seg til. Politiets strategi for perioden 2023 til 2025 som presenteres på deres hjemmeside. Deres overordnede strategi bygget videre på identiteten til organisasjonen, altså dette samfunnsoppdraget politiet har, og utfordringer og muligheter det medfører, som blitt kalt for strategiske drivere. Mens de mer konkrete målene for denne perioden inkluderer tilgjengelige polititjenester, beredskap mot alvorlige samfunnstrusler og trygghet i det digitale rommet.

Etaten sitt samfunnsoppdrag skal ifølge dem selv bidra til trygghet og tillit. Trygghet for innbyggere og virksomheter er kjernen i politiets samfunnsoppdrag. Det gjelder både opplevd trygghet og lav risiko for å bli utsatt for kriminalitet. Dermed vil den etablerte strategien bidra til å løse samfunnsoppdraget, samt gi retning og mål for politiet. Det første punktet i strategien for 2023-2025 er tilgjengelige polititjenester. Et tilgjengelig politi betyr at innbyggerne og virksomhetene har tilgang til det de trenger, at politiet forebygger kriminalitet og skaper trygghet og tillit i samfunnet (Politiet, 2023). Internett og digitale rom har fått større fokus i de siste årene fra politiet. Spesielt med nye kriminalitetsformer og utfordringer for folk flest, har politiet tvunget til å legge mer vekt og dette i deres strategi og skape trygghet for befolkningen.

Politiet har også noen etiske retningslinjer som legger føringer for hvordan politiet skal opptre i ulike situasjoner. På grunn av maktapparatet til politiet, og spesielt det å forvalte makt, settes det krav til den enkeltes vurderings- og handlingsevne. Derfor er det ifølge politiet viktig at medarbeidere i politiet har et bevisst forhold til etikk og hva som er god moral og hvordan man bør handle (Politiet, 2023). De etiske retningslinjene i politiet handler om integritet, åpenhet, habilitet, respekt, medarbeiderskap, lederskap og mot. Målet er å utvikle en positiv og god organisasjonskultur der medarbeidere er etisk bevisste og reflekterte i sitt daglige arbeid. Politiet mener at dette er et virksomhetsansvar, et lederansvar og et personlig ansvar for alle medarbeidere (Politiet, 2023).

At politiet beskriver seg selv på denne måten skaper tillit i omgivelsene og hos innbyggerne. En annen måte politiet skaper tillit på er å imøtekomme de ulike kravene som omverden stiller, eksempelvis som nevnt tidligere dette kan innebære å gjennomføre undersøkelser for å fange oppfatningen omgivelsene har av etaten. Deretter justere seg etter tilbakemeldingene som de får.

Politiet skriver på sine sider at et av hovedmålene de arbeider med er øke tilgjengeligheten til politiet, dette er ett av målene i strategien deres. Likevel tyder ulike undersøkelser på at tilgjengelig politi har vært et problem, der innbyggere opplever at de ikke er til stede der de trengs. For eksempel viser innbyggerundersøkelsen fra 2019 at 54 prosent av befolkningen sier helt enig eller delvis enig om at politiet kommer raskt til stedet ved akutt behov for hjelp (Kantar Public, 2021). Dette understrekes av lanseringen av begrepet “fjernpoliti begrepet”, som ble brukt av ulike forskere og politikere som kritikk mot nærpolitireformen og til politiets responstid. De hevder at nærpolitireformen har ført til at politi har blitt fjernere fra folket enn før, og dette har negativ innvirkning på både etterforskningsprosessen og forebyggende tiltak (Sørli og Larson, 2018). Hvis dette fortsetter, kan det føre til et større gap mellom praksis og prat, og i verste fall at etaten fremstår som at organisasjonen ikke handler i tråd med det de formidler. Det kan føre til at politiet mister tillit i omgivelsene, dermed kan dette påvirke hvordan politiet gjennomføre sitt daglige arbeid. Altså innbyggerne må kunne stole på prosessene og rutinene i organisasjonen og det virksomheten utarbeider. I tillegg har etaten en sterk forbindelse til lover og regler, og ulike eksterne kontrollorganer etterprøver og har tilsyn i de forskjellige prosessene og rutinene i organisasjon. Dette skaper tillit i omgivelsene. Særlig det juridiske aspektet ved etaten skaper troverdighet og pålitelighet. Motsigelser eller usammenhengende forbindelser mellom organisasjonen kommunisere og det som faktisk skjer i praksis vil uten tvil ha en negativ effekt på den etablerte tilliten i omgivelsene.

Som de aller fleste organisasjonene, er politiet opptatt av å ivareta en god og trygg arbeidsplass. Dette kommuniseres på deres hjemmeside. I en arbeidsmiljøundersøkelse foretatt høsten 2020 tyder på at organisasjonen ikke klarer å opprettholde prat og praksis både internt i virksomheten og utad. Funnene i undersøkelsen var at 904 eller 6,6 prosent av medarbeidere fortalte at de vært utsatt for ulik type seksuell trakassering det siste året (Politiet,2023). Omgivelsene har høy forventning knyttet arbeidsmiljø til etaten, grunnet av samfunnsposisjonen, maktmidlene politiet har og det arbeidet som virksomheten bedriver. Dette begrunnes også som ett faktor i innbyggerundersøkelsen 2022, der innbyggere som har endret tillit til etaten mener det er på grunn av “Negativ oppfatning av holdninger blant politiets ansatte, internsaker, varslinger, seksuell trakassering, mm.” (Kantar Public, 2022). Det viser til at enkelte innbyggere har fått mindre tillit til etaten på bakgrunn av deres interne arbeidsforhold.

Oppdagelsen av inkonsekvent kommunikasjon i arbeidet og det som formidles innebærer mer trykk fra omgivelsene og eventuelt at etaten mister tillit. I de siste årene har det oppstått høy aktuelle saker som danner tvil i autentisiteten og tyder på usammenhengende kommunikasjon fra politiets side. Eksempelvis politiets forhold til organisasjonen Norsk Narkotikapolitiforening (NNPF) har vært svært omdiskutert i det siste. Enkelte har anklaget ansatte i politiet for å bedrive med rolleblanding, de skal ha tatt på seg oppdrag for organisasjonen i uniform og arbeidstiden i flere anledninger. Et av de tilfellene var i skoledebatter, hvor det menes at de skulle forsøke å nekte Unge Venstre å diskutere og distribuere materiell om ruspolitikken. Politidirektoratet besvart hendelsene for å avklare situasjonen, der de har avkreftet anklagene (Bu, F. 2019).

Blant hovedoppgavene til politiet er å oppbevare sikkerheten og tryggheten til befolkningen, men i likhet er det også å verne ytringsfriheten til samfunnet. Det at politiet grep inn i Unge venstres kampanje, kan anses som at etaten motsier prinsippet de er ment å ivareta. Her kan det virke som det danner et gap mellom prat og praksis. Vi har identifisert noen eksempler på inkonsistent kommunikasjon i politiets arbeid og det de formidler, dette kan føre til økt press fra omgivelsene og i verste fall gi opphav til at befolkningen mister tillit til etaten og de ulike rutinene og prosessene. Dette kan direkte påvirke samarbeidet mellom innbyggerne og politiet, noe etaten er avhengig av for å utføre oppgavene godt. Ikke minst kan slike saker være med på å sette spørsmålstegn ved autentisitet til etaten. Fordi det kan virke som etaten ikke bevarer de prinsippene de er satt til, selv om politiet er en organisasjon som må ta hensyn til flere prinsipper samtidig.

I løpet av de siste årene har det oppstått flere aktuelle saker som kan sette tvil om autentisiteten og påliteligheten til politiets kommunikasjon. Et eksempel på dette er politiets forhold til organisasjonen NNPF, som har vært svært omdiskutert i det siste. Enkelte har anklaget politiansatte for rolleblanding, og hevder at de har påtatt seg oppdrag for organisasjonen i uniform og arbeidstiden ved flere anledninger. Ett av tilfellene var under skoledebatter, det hevdes at de har forsøkt å nekte Unge Venstre å diskutere og distribuere materiell om ruspolitikk. I en pressemelding besvarte Politidirektoratet hendelsen for å avklare situasjonen og avviste anklagene. Videre skrev de at de ikke kjenner seg igjen i beskrivelsen (Bu, F, 2019). Selv om etaten har avvist anklagene, ser vi i innbyggerundersøkelsen 2022, at et av årsaken til at folk har mistet tillit politiet var etatens

forhold til NNPF (Kantar Public, 2022). Allikevel alvorlige beskyldninger mot politiet som har påvirket innbyggernes oppfatning.

I likhet med å sikre trygghet og sikkerhet for alle, er å verne om ytringsfriheten et hovedoppgavene til politiet. Dermed har den særegenhet i det arbeidet etaten bedriver og utfører. Hvis politiet har grepet inn i Unge Venstre kampanje, vil dette utvilsomt være i strid med prinsippet om at etaten skal ivareta ytringsfriheten. Dette kan skape et gap mellom det arbeidet som forventes av politiet gjennom det organisasjonen formidler og det de faktisk gjør i praksis. Politiet har en spesiell rolle i samfunnet, og det er viktig at de oppfattes som en seriøs, ærlig og pålitelig aktør som jobber for å ivareta samfunnets sikkerhet. Politiet må dermed unngå hendelser og situasjoner som kan true deres autenticitet, da dette kan føre til at etaten ikke lenger anses som en troverdig organisasjon.

Politiet er avhengig av at innbyggerne stoler på de ulike prosedyrene og rutinene i organisasjonen for å kunne gjøre en god jobb i å opprettholde ro og orden. Det er svært viktig at innbyggerne har tillit til politiets arbeid for å opprettholde tilliten i samfunnet. For eksempel viser innbyggerundersøkelsen fra 2022 at under 70% av innbyggerne har et positivt inntrykk av at politiet tar rettfærdige upartiske avgjørelser. Videre viser undersøkelsen at 6 av 10 innbyggere har et positivt inntrykk av politiets evne til å forhindre lovbrudd der det trues eller utøves vold. Dette viser i bunn og grunn at omgivelsene klarer å stole på de ulike rutinene og prosedyrene til etaten. Hvis denne delen for mer nedgang, vil dette ha store konsekvenser for tilliten til etaten og deres evne til å gjennomføre deres samfunnsoppdrag (Kantar public, 2022).

I Norge har politiet opparbeidet seg relativt høy tillit og troverdighet i befolkningens oppfatning. Gjennom å etablere tydelig overensstemmelse mellom det som formidles og det som gjøres i praksis av organisasjonen. Dette kommer også frem på ulike undersøkelser, eksempelvis i 2020, i en undersøkelse gjennomført av Ipsos havnet politiet på førsteplass i kategorien "*kompetanse og fagkunnskap*" (Grindem, K., 2020). 72 prosent svarer at de har et meget eller ganske godt inntrykk av politiet (Ipsos, 2020). I de fleste undersøkelsene scorer politiet godt i denne kategorien, som kan betyr at samfunnet stoler på kunnskapen, informasjonen og eventuelle nyhetsoppdateringer som fremlegges rundt hendelser og saker fra politiet. I tillegg til kunnskapen som politiet sitter med, som ingen andre, verken private eller offentlige organisasjoner har tilgang til, har politiet myndighet og maktmidler som ikke kan observeres i andre offentlige etater. Etaten støtter seg til kompetansen og erfaringen

organisasjon, som gir de større handlingsrom siden det ikke finnes konkurrerende organisasjoner når det gjelder posisjon, kunnskap og makt. Dette kan innebære at etaten ikke lett påvirkes av spesifikke hendelser eller saker som tyder på inkonsistent kommunikasjon. Men hvis kommunikasjon uten sammenheng pågår over lengre tid vil det danne tvil til de ulike prosessene og rutinene i etaten, vil påvirke tilliten omverden har til politietaten. Informant 1 forteller hvordan etaten ikke jobber for å opprettholde et image, men heller jobber med å svare redelig dersom de står overfor kritikk. Det vektlegges i stor grad at de ansatte i etaten skal være ydmyke ved tilfeller det gjøres feil og beklage. *“Vi jobber ikke for å opprettholde et image, det blir litt korttenkt. Vi prøver å svare ut redelig og fair når vi får kritikk. Er det noe i kritikken som er relevant for oss, prøver vi å være ydmyk dersom vi gjør feil og beklage”* – informant 1.

Innbyggerundersøkelsen fra 2022 tyder på at enkelte tviler på de ulike rutinene og prosedyrene i etaten, som i verste fall kan føre til at enkelte saker ikke anmeldes. Befolkningen anser i denne undersøkelsen at det finnes en generell oppfatning av manglende prioritering i ressurser, henleggelse av saker og manglende prioritering i vinningskriminalitet som gjerne knyttes tilbake nærpolitireformen. Dette begrunnes videre som en av årsakene til at enkelte har fått mindre tillit til etaten. Dersom innbyggere ikke anmelder kriminelle saker kan det ses som at befolkningen ikke har troa på at politiet kan løse hendelsene, og igjen vil ha en innvirkning på legitimiteten til etaten. I innbyggerundersøkelsen fra 2022 punkteres dette med at i snitt 32% som ikke opplever å bli tatt på alvor når de anmelder en sak (Kantar Public, 2022:52). Dette varierer selvsagt fra sak til sak, men likevel er det en stor andel mennesker som opplever å ikke bli tatt på alvor. Disse er grunnleggende elementer av arbeidet til politiet, og at etaten skal bevare sikkerheten til samfunnet, noe som kan føre til en problematikk dersom enkelte ikke opplever å ha tillit til at etaten mangler prioritering i sine ressurser.

## 7.4 Åpenhet

Dette sier politiet om hvordan de forholder seg til prinsippet åpenhet:

*“Det kan vi helt klart være, vi kan ikke si at vi er veldig åpne, men vi prøver virkelig å være transparente. Man får økt tillit ved å være åpen, men det er problematisk i noen tilfeller, som for eksempel av personvern hensyn eller at man sitter på informasjon som kan skade en straffesak, forskjellene fra sak til sak. Hvis det skjer en hendelse og det er etterforskning kan*

*det være at vi kan være åpne om hvem det er, andre ganger kan vi ikke være åpne om det fordi det kan påvirke vitner. Vi har dilemmaer hver uke, om hva vi kan være åpne om" -*

Informant 1.

Informant 1 forteller hvordan etaten prøver å være transparente og at åpenhet kan gi økt tillit. Derfor må etaten ta hensyn til at deres åpenhet ikke skal skade en straffesak. Likevel er det dilemmaer som må veies opp mot hverandre på grunn av ulike hensyn som må betraktes før etaten kan vise åpenhet. Blant disse hensynene utgjør det lovverk og forskrifter som begrenser etatens mulighet til å være åpen.

Åpenhet fremstilles av Fombrun og Van Riel som et sentralt kjennetegn ved de organisasjoner som scorer høyt på omdømmemålinger. Hvis virksomheten fremstår som transparent vil flere tilskrive den som "ordentlig" eller at de ikke har noe å skjule fra publikum. Når man skal gjenkjenne organisasjoner med et godt omdømme vil virksomheten dermed ofte fremstå slik det er nevnte tidligere i oppgaven. Fombrun og Van Riel beskriver det som:

*"A transparent object is one that allows light to pass through so that others behind it can be seen" (Fombrun & Van Riel, 2004:185).*

Åpenhet i kommunikasjonen med publikum skal være noe alle organisasjoner etterstreber og arbeider mot. Åpenhet i denne sammenhengen henviser til mer enn det loven tilsier at en organisasjon skal formidle. Å gi innsyn til aktører og interessegrupper i ulike prosessene og rutinene internt i organisasjonen er derfor en del av å være en transparent virksomhet. Det finnes noen organisasjoner som på grunn av deres posisjon og rolle ikke kan være helt åpne. I den forstand at de må begrense hva de formidler til offentligheten. Enkelte kan argumentere for at politiet er et eksempel på en slik organisasjon. Likevel til tross for at politiet er begrenset med hva de kan være åpne om, finnes det lover som regulerer åpenheten til det offentlige i Norge.

*"Det er ganske mye lovverk som egentlig regulerer åpenhet i det offentlige i Norge. Så det er ikke bare retningslinjer, det er faktisk lov som fordriver veldig mye åpenhet.*

*Offentlighetsloven, det er sånn at folk kan be om innsyn i dokumenter, i eposter og egentlig veldig mye. Hva som utgis der, så lenge det ikke er ut av offentlighet, så lenge det ikke er begrenset eller hemmelig eller at det er sikkerhetsklarert på noen vis så deles det" -*  
informant 3.

Informant 3 forteller hvordan offentleglova av 2006 gir rett til innsyn, men påpeker også hvordan det er begrensninger dersom det er hemmelig informasjon. Offentlighetsloven markerer verdien av prinsippet om innsyn i forvaltningens saksdokumenter. Bakgrunnen er at allmennheten skal ha muligheter til kontroll gjennom innsyn i ulike former for fristilte offentlige virksomheter. Retten til innsyn er en av de viktigste grunnsteinene for demokratiet. Informasjon og åpenhet er nødvendig for å engasjere og aktivisere borgere. Kritikkverdige forhold kan forhindres gjennom innsyn og politiet har en lovfestet plikt til å føre postjournal. Som hovedregel har politiet en plikt til å lete frem opplysninger som allmennheten ber om innsyn i. Unntak fra dette kan være begrunnet med at opplysningene er underlagt taushetsplikt.

Politiets rolle i samfunnet er tydelig definert og detaljert beskrevet i organisasjonens identitet og deres jobbeskrivelse. Dette gjelder spesielt samfunnsansvar og oppdrag, samt det som blir kommunisert internt og offentlig. Politiet skal ifølge politidirektøren Marie Benedicte Bjørnland sørge for *rettssikkerhet, trygghet og velferd i samfunnet gjennom å avdekke, forebygge og stanse kriminell virksomhet* (Politiet,2023). Dermed vil ulike lover og retningslinjer sette føringer for i hvilken grad av åpenhet organisasjonen kan opprettholde overfor omgivelsene. Som statens maktmonopol med mye makt, forventer befolkningen åpenhet, og politiet må derfor til en viss grad tillate åpenhet for å skape tillit til omgivelsene og innbyggerne. Dette hindrer blant annet maktmisbruk, og fremmer borgernes rettssikkerhet. Foruten åpenhet, har politiet en generell og aktiv informasjonsplikt. Med unntak av informasjon som er underlagt taushetsplikt, skal politiet etter omstendighetene oppgi korrekte og tilstrekkelige opplysninger til allmennheten.

Som nevnt tidligere i oppgaven belyser Fombrun & Van Riel en organisasjon fem områder som en organisasjon må kommunisere om for å bli oppfattet som transparent. Vi skal se nærmere på disse strategiene i regi av politiets føring av kommunikasjon. På deres hjemmeside er det blant annet publisert ulike dokumenter, evalueringer, rapporter, statistikk og mye mer. Der finner vi informasjon og uttransporteringer. Det vil si antall personer som ble sendt av Norge, grunnet ulovlig opphold i landet. (Politiet,2023). Politiet deler denne type opplysninger fordi de er underlagt offentlighetsloven, som gir innbyggere innsyn til ulike opplysninger. Enten gjennom statistikk, rapporter knyttet direkte til politiet, eller opplysninger som er relevante for befolkningen. Dessuten er politiet også villig til å dele informasjon som ikke nødvendigvis er offentliggjort av ulike grunner.

«Men jeg tror det er mye mer åpent enn det mange tror, du får egentlig tilgang til veldig mye informasjon hvis du spør» - Informant 3.

Dersom f.eks. tall og data ikke er analysert godt nok, vil en usikkerhet å offentliggjøre informasjonen være tilfellet. Dette grunnet usikkerheten som kan spre seg til befolkningen, som kan være en konsekvens av forventningene omgivelsene har til organisasjonen.

Politiet deler på deres hjemmeside forskjellige opplysninger knyttet til organisasjonen, og dens arbeid. For eksempel finner vi årsrapporter fra 2022 - 2015, som beskriver politiets virksomhet i året som har gått gjennom nøkkeltall, mål, prioriteringer og resultat (Politiet, 2023). I tillegg finner vi dokumenter knyttet til ressursanalyser fra 2012-2021 i første omgang, så for perioden 2004-2011. Disse dokumentene beskriver altså politiets utgifter til ressurser og bemanning. Ifølge politiet selv skal analysene øke kunnskapen om bruken av ressurser, og at de brukes på best mulig måte (Politiet.no/ressursanalyse). En kan argumentere at gjennom disse dokumentene legger politiet frem sine økonomiske forhold til offentligheten. Selv om det er forventet av politiet å presentere disse til myndighetene, må det ikke formidles til innbyggerne. En mulig forklaring kan være at dette er politiets måte å innhente seg tillit i omgivelsene, ved å gi innsyn til politiets økonomiske tilstand, og hva politiet bruker deres ressurser på. Når det gjelder å kommunisere om hva som skjer i virksomheten, altså organisasjonens arbeidsmiljø er noe som fremheves av politiet formidler utad til omgivelsene. Politiet kommuniserer om dette på to forskjellige steder, den ene er politiets årsrapporter, men dette er ikke grundig nok. Den andre måten er ulike arbeidsmiljøundersøkelser for å få klarlagt arbeidsforholdene i hele etaten. I en arbeidsmiljøundersøkelse i 2020 gjennomført av politiet viste at 904 personer, altså 6,6 % av etatens ansatte, hadde opplevd uønsket seksuelle interaksjoner i 2020 (Politiet, 2023).

Det at en andel på 6,6 prosent av etatens ansatte blir utsatt for uønsket seksuell oppmerksomhet av andre medarbeidere, tyder på at ansatte ikke følger de etablerte etiske retningslinjene organisasjonen formidler. *“ Dette er 904 for mange. Vi har nulltoleranse for seksuell trakassering i politiet. Politiet skal være en god og trygg arbeidsplass for alle, dette viser at vi ikke er det, ”* sier politidirektør Benedicte Bjørnland. Politiet ønsker at arbeidsplassen skal være god og trygg for alle medarbeidere, men at denne undersøkelsen viser at det ikke er helt slik det er ønsket. Denne undersøkelsen kan vise at politiet ønsker å vise åpenhet, gjennom å publisere undersøkelsen offentlig, selv om dette kan gi negative holdninger til etaten, eller at det setter etaten i et dårlig lys.



Likevel kan politiet sees på som en lukket organisasjon, med bakgrunn i det strenge lovverket og forskriftene som begrenser hva etaten kan være åpne om. Informant 2 fremhever at *“politiet er ganske lukket og det er veldig mange begrensninger for politiet om muligheten til å være åpen. Til lover og forskrifter som gjør det vanskelig å være åpen, så politiet er ganske lukket etat og en for lukket etat”* - informant 2.

At politiet er en lukket etat er også noe som oppfattes av enkelte innad i organisasjonen. Men etter en nærmere undersøkelse av offentliggjort informasjon, forekommer det en tydelig åpenhet om tjenestens interne organisatoriske forhold. Et mangfold av dokumenter, rapporter og undersøkelser om fremtidige planer og forbedringsarbeid i organisasjonen har blitt publisert. Dette innebærer blant annet dokumenter og undersøkelser knyttet til tjenester og produkter, utgifter og ressursbruk, ledelse og lederskap og arbeidsforholdene innad i organisasjonen. Enkelte kan argumentere for at myndigheten har lovpålagt politiet å dele tilstrekkelig informasjon om organisasjonen, deres rutiner og prosesser.

Dermed er disse rutine og prosessene også tilgjengelige for interne og eksterne aktører. Det gjelder selvfølgelig ikke sensitiv informasjon knyttet til spesifikke saker, hendelser eller dokumenter, grunnet taushetsplikt osv. Hvis nødvendig kan spesialitetene undersøke disse prosessene, der funnene presenteres til offentligheten. Dette gjelder generelt offentlige organisasjoner, men spesielt her skiller politiet seg fra andre virksomheter. Fordi de gjennomgår nøye av forskjellige aktører og interessenter, med bakgrunn i rollen virksomheten har i samfunnet. I tillegg er det viktig å påpeke at uansett virksomhet, enten det er i offentlig eller privat sektor, vil de aldri bli fullstendig transparente. Selv om det legges stor vekt på åpenheten uavhengig av marked og aktører, vil dette aldri kunne oppnås fullstendig.

Dette skyldes at den vil alltid være preget av strategisk kommunikasjon som formidles til publikum, samt lovpålagte begrensninger. Og selv om politiet er underlagt i offentlighetsloven, som i utgangspunktet gir alle rett til innsyn i politiets dokumenter. Vil dette ikke føre til fullstendig åpenhet. Vi ser for eksempel ulike saker der det etterspørres om større åpenhet, og i enkelte tilfeller har anonymiseringen gått for langt ifølge enkelte. Der personer som søkte om å få gjennomføre intervjuer og observasjoner med patrulje i yrkesøyemed og steder er anonymisert (Hognestad, L, 2022). At innbyggerne etterspør mer åpenhet om politiet, kommer også tydelig frem i forskjellige undersøkelser. I 2020 i en undersøkelse gjennomført av Ipsos svarte 53 prosent av deltakerne at de har et meget godt eller ganske godt inntrykk av politiet når det gjelder åpenhet og kommunikasjon (Ipsos,

2020). Disse tallene viser klart, at åpenhet er et område politiet kan forbedre og etterstrebe, og muligens brukes aktivt som et virkemiddel for å ivareta tilliten interne og eksterne aktører har til organisasjonen i sin helhet.

## 7.5 Konsistens

Konsistens er et viktig kjennetegn ved organisasjoner med godt omdømme, da det handler om å harmonisere all kommunikasjon som formidles. På samme måte som autentisitet, er det viktig å etablere samsvar mellom prat og praksis. Men i motsetning til autentisitet handler konsistens om et mer helhetlig nivå, alt av organisasjonen kommuniserer peker mot samme retning. Fombrun og Van Riel påpeker at konsistente virksomheter leverer integrert kommunikasjon (Fombrun & Van Riel, 2004).

*“Consistency is an import characteristic of the best-regarded companies. It is achieved by adopting a reputation platform, shaping an identity around it, delivering integrated communications, and infusing the company with the spirit of its reputation-enhancing themes”* (Fombrun & Van Riel, 2004:145).

Selv om alle organisasjoner forsøker å være konsistente, er det spesielt viktig for politiet som organisasjon. Generelt sett har politiet som mål å håndheve, beskytte borgere og sikre samfunnets trygghet. Dermed er det grunnleggende for etaten at budskapet ikke fremstår som utydelig for innbyggere. Hvis det forekommer kan det muligens danne usikkerhet rundt politiets rolle i samfunnet, og vil eventuelt gjøre arbeidet til politiet vanskeligere. For å unngå dette jobber etaten aktivt med å forene alt det som kommuniseres. «På nasjonalt nivå jobber vi veldig godt med det» - Informant 1. Politiet er en stor organisasjon som kommuniserer gjennom ulike kanaler og tar i bruk ulike virkemidler i deres kommunikasjon, noe som kan presentere visse utfordringer. Derfor forventes det av at organisasjonen er aktiv og effektiv i å opprettholde et konsistent bilde på alle arenaer, som også kom fram i intervjuene vi gjennomførte.

Det ble påpekt at endringer som ble gjort etter reformen, bidro til å forenkle en samlet kommunikasjon til politietaten. «Før reformen var det 56 forskjellige måter å gjøre det på, også ble det 12 politidistrikter» - Informant 1. En av tankene bak nærpolitireformen var å organisere politiet på samme måte over hele landet. Hvis de ulike politidistriktene organiseres på samme måte, vil dette forenkle samarbeidet og kommunikasjonen mellom distriktene. I

kommunikasjonsenheten samhandler de med andre distrikter, og tar innspill fra andre for å sørge for at det samme kommuniseres. Dette hindrer usammenhengende kommunikasjon fra distrikt til distrikt, og at det holdes konsistent og likt gjennom hele organisasjonen. Likevel forteller informantene i enighet at kommunikasjonen som gjøres har rom for lokale endringer” *Vi har en felles policy for hele etaten, også er det absolutt rom for lokale tilpasninger”* - informant 2.

Når det gjelder å forene det visuelle identitetsuttrykkene med det etaten formidler, og spesielt farger som spillere en viktig rolle for det politiet kommuniserer utad. Blå fargen har sterk assosiasjon til politiet, dette ser vi også på nettsiden til politiet. I omdømmesammenheng forbindes farger med ulike type symbolikk og betydning. Blåfargen er forbindes ofte med seriøsitet og alvor, dette er nemlig hvordan politiet vil fremstå.

Politiet har et samfunnsoppdrag som krever at deres kommunikasjon preges av seriøsitet og alvor. Det er viktig for organisasjonen å unngå eventuelle forvirringer som kan oppstå blant innbyggerne. Politiet har derfor utviklet verdier og prinsipper som er tilpasset dette, og understreker organisasjonens formål.

Nettsiden til politiet er dominert av blått og grått, som er fargene for nøytralitet, nøysomhet og ydmykhet. Dette er verdier som beskriver politiets rolle i samfunnet og hvordan de skal forholde seg til det ansvaret etaten har. *«Det var viktig for oss å bidra til å være konsistent, at vi har sanne og troverdige budskap»* - Informant 2. Sanne og troverdig budskap, dette så vi i håndteringen av koronapandemien, og hvilken rolle etaten fikk. Muligens var dette årsaken til at politiet fikk mer tillit i 2020, nettopp på grunn av rollen de håndterte. At de fremstår som seriøs og viktig organisasjon for samfunnet i krisetider. Dette kan knyttes tilbake til samfunnsoppdraget til etaten, og hvordan politiet under denne perioden bidro til å bevare trygghet for befolkningen.

Å være en stor organisasjon kan være utfordrende når det gjelder å forene all kommunikasjon. Likevel ser vi en tydelig og konsistent blå og grå linje i politiets kommunikasjon. Politiet oppfattes i de fleste tilfeller som en seriøs organisasjon, som har ansvar for å håndheve loven og formidle fakta og informasjon på en pålitelig måte. Politiet tar også aktivt i bruk sine verbale og visuelle identitetsuttrykk i kommunikasjon for å opprettholde dette.

Dermed ser vi en gråblå tråd i det politiet formidler, basert på seriøsitet, nøytralitet, alvor og ydmykhet i tilfeller der det begås eller forekommer feil. *«Så gjør man feil i politiet, så må*

*man være ydmyke for det»* - Informant 1. Dette er også den oppfatningen flest folk har knyttet til politiet, en seriøs, alvor, nøytral og alvor organisasjon. Som kan betyr at organisasjonen lykkes med å forene de ulike områdene i det etaten formidler til internt og eksternt interessegrupper.

## **7.6 Mottakelig**

Fombrun og Van Riel påstår at en organisasjon skal ha en evne til å være mottakelig, med en evne til å tilpasse sin atferd og holdning ut ifra tilbakemeldinger fra omgivelsene. En offentlig etat som politiet er derfor avhengig av offentlig aksept for å overleve, som vil begrense etatens handlingsrom utifra dette konseptet. Det anbefales toveis kommunikasjon mellom interessentene, være mottakelig til tilbakemeldingene, og besvare bekymringer omgivelsene kan ha. For politiet vil evnen til å være mottakelig være en måte å identifisere mulige problemområder på og dermed kunne hindre kriser fra å oppstå. Mottakelighet innebærer å kjenne til sine omgivelser, med rom for innspill gjennom prosesser for å håndtere tilbakemeldingene. Kommunikasjonsenheten i Troms politidistrikt jobber aktivt med å være tilgjengelig for innbyggerne, med hensikt om å bygge gode relasjoner med lokalsamfunnet. Dette har som tidligere nevnt en sammenheng med tilliten befolkningen har til etaten. Etaten ønsker å benytte tilbakemeldinger fra omgivelsene for å lære og forbedre sine tjenester *«Vi ønsker å få tilbakemeldinger for å lære av eventuelle feil, samtidig som det er en viktig kilde til informasjon for å forbedre tjenestene våre»* - Politidirektør Benedicte Bjørnland (Politidirektoratet, 2021).

Innbyggerstemmen er et prosjekt som har som formål å analysere hvordan etaten skal jobbe for å imøtekomme behov, krav og forventninger innbyggerne har (Politiets fellesforbund, 2022). Noe av bakgrunnen for dette prosjektet er behovet for å tenke nytt for å sikre at politiet kan nå ut til ulike grupper av befolkningen. Undersøkelser viser at politiet blir oppfattet som lite tilgjengelig for befolkningen. Prosjektet har lagt til rette tre situasjoner der politiet kan involvere innbyggerne: involvere innbyggere som «medprodusent» når det arbeides med forebygging, saksbehandling, etterforskning og att som gjøres til daglig i etaten. For det andre å involvere innbyggerne som en «medieutvikler» når etaten forbedrer sine tjenester, utvikling av nye løsninger og nyskaping i politiet. Sist, men ikke minst involvering av innbyggere som en «medvirker» når det lages planer, tas beslutninger, utvikling av strategier og prioriteringsområder for satsing i etaten (Digitaliseringsdirektoratet, 2023).

Politiets kanalstrategi fastsetter at etaten skal sette innbyggerne i sentrum, og har testet ut involveringen av innbyggerne med initiativer som forebyggende råd på politiet.no og nærmiljøprat i Tønsberg kommune (ibid.). Dette gikk fra å være et prosjekt til å bli et viktig arbeid for politiet, som har som mål å skape endring for etaten. I 2022 var det planlagt å identifisere og frigjøre ressurser for å ivareta arbeidet med innbyggerinvolvering (ibid).

Informant 1 forteller oss hvordan etaten har fokus i stor grad på tilbakemeldinger fra befolkningen. Der det særlig legges vekt på at innbyggerne skal ha mulighet til å fremme sitt perspektiv, og at det skal tas hensyn til *«I det siste har vi også begynt med noe vi kaller innbyggerstemmen, det er et prosjekt for å lytte mer til folk og skape arena for tilbakemeldinger fra befolkningen ... der vi inviterer inn innbyggere, der de forteller hvordan de opplever oss»* - Informant 1.

Videre forteller informant 3 om fokuset om innspill og at etaten ikke har svarene på alt. Det vektlegges at det er nødvendig med innspill for å få nye perspektiver og lytte på omgivelsene for løse fremtidige problemstillinger. *«Innbyggerne i sentrum, og handler om at man i mye større grad må ta innbyggernes perspektiv ... Det skal vi ha veldig mye fokus på fremover, å få innspill, være mer ute vi trenger å lytte da vi ikke har svarene på alt»* - Informant 3. Politiet legger ønsker videre samhandling mellom kommunene, og anser dette som et viktig område for etatens oppgaver. For å løse samfunnsoppdraget etaten har, vil samhandling med kommunene være et grep som kan ha fordeler for både etaten og kommunen *«I hver kommune har vi også faste politiråd, der vi møter kommunene og hører deres utfordringer og hvordan vi kan løse disse utfordringene sammen»* - informant 1.

Informant 2 mener at det tidligere har vært liten grad av kundefokus og lite involvering av andre parter *«Liten grad av kundefokus lite brukerfokus og nesten ingen involvering, så kom det i nærpolitireformen at politiet skal en systematisk samhandling med kommunene så det var en forbedring som kom og det opplever jeg blir tatt på veldig stort alvor»* - Informant 2. Videre vil nærpolitireformen ha en effekt når det gjelder samhandling og fokuset på involvering av omgivelsene.

I politiets virksomhetsstrategi 2023 til 2025, vektlegges det særlig fokus på digital trygghet i sine strategiske mål for de kommende årene. På bakgrunn av den økt digital kriminalitet, er det et ønske å være i forkant av denne kriminaliteten. Informant 1 uttaler at *«en av våre*

*strategier nå er jo digital trygghet, derfor er det nødvendig for å høre med brukergruppene selv. Vi inviterer inn skoleklasser/eldre, hvordan de forholder seg til digitale tjenester, hvordan de opplever å navigere seg i det digitale» - informant 1.*

Politiet jobber for å ha samhandling med de som benytter seg av digitale tjenester, gjennom dialog med innbyggerne og andre samarbeidsaktører om utvikling av løsninger og tjenester (Politiet,2023). Trygghet i det digitale rom er et satsingsområde etaten har sett et større behov for å dekke, da dette er et voksende område folk tar i bruk. Innbyggerundersøkelsen fra 2022 viser til at flertallet føler seg i hovedsak «ganske trygge», likevel er forholdsvis mange bekymret for identitetstyveri, svindel og bedrageri på nett. Synlig politi på digitale tjenester anses som utelukkende positivt, og politiet blir lagt merke til på de ulike digitale plattformene (Kantar Public, 2023). Med utbredelsen av bruken av digitale tjenester er det derfor viktig at politiet får innspill fra omgivelsene som benytter seg av disse mediene. Som tiltak benyttes blant annet Innbyggerstemmen for å dekke dette behovet. Naturlig nok har dette fått økt etter reformen, med bakgrunn i samfunnsutviklingen og de teknologiske fremskrittene i samfunnet. Der de fleste organisasjonene opplever et behov for å digitalisere og effektivisere virksomheten, samt redusere kostnadene.

Som diskutert tidligere er politiet opptatt av tilbakemeldinger og ønsker at innbyggerne skal bidra til å forebygge kriminalitet. Dette gjør etaten på sine nettsider, ved å klikke på “Tips politiet”, som ligger enkelt tilgjengelig på startsiden til nettsiden. Her gir politiet innbyggerne mulighet til å tipse politiet om kriminelle handlinger som har skjedd, eller fremtidige kriminelle handlinger. Som en måte å bidra til å samarbeide og forebygge kriminalitet, på denne fanen ligger alt av informasjon til hvordan du melder ifra om tips og telefonnumre for akutt hjelp. Dette kan anses som en måte å vise mottakelighet på, da dette er noe politiet gjør aktivt tilgjengelig for befolkningen med å gi tips og at politiet ønsker å gi befolkningen mulighet til å være en del av det forebyggende arbeidet (Politiet, 2023).

## **7.7 Oppsummering av stjerne-kvalitetene**

De seks stjerne-kvalitetene som ble nevnt tidligere, kjennetegner organisasjoner med et godt omdømme. Politiet baserer seg på organisasjonens identitet, deres visjon og samfunnsoppdrag når de forholder seg til sitt omdømme og hvordan de ønsker å fremstå. Dette er noe politiet legger stor vekt på i sin kommunikasjon og i det de formidler utad til omgivelsene.

De etablerte retningslinjene og verdiene er noe organisasjonen ønsker at andre skal assosiere og forbinde med etaten. Men det kan være tilfeller der dette ikke samsvarer med virkeligheten og det som skjer internt i organisasjonen. Eksempelvis har det vært tilfeller av uønsket seksuell oppmerksomhet i organisasjonen, noe som tyder på et dårlig arbeidsmiljø. Slike hendelser kan og vil påvirke politiets omdømme og tillit hos både ansatte og samfunnet de jobber for.

Likevel kan det argumenteres for at politiet skårer relativt høyt på de ulike kvalitetene, og dermed har de aller fleste innbyggerne tillit til etaten, slik det også kommer frem i innbyggerundersøkelsene. Når det gjelder synlighet, har politiet høy synlighet, spesielt i media. Etter nedleggelsen av tjenestesteder som en del av reformen, kan ha ført at organisasjonens "Street Exposure" og tilstedeværelse i enkelte områder har blitt redusert. Synlighet i mediene kan nok sies å være preget av negativ synlighet, som vi har sett mange oppslag der etaten kritiseres. Denne kritikken kan skyldes politiets samfunnsoppdrag og posisjon i samfunnet, som betyr mindre rom og aksept for å gjøre feil.

Videre ved å kommunisere utad om seg selv og gi innsyn til ulike prosedyrer og rutiner så fremstår politiet som åpen og transparent. Det er tydelig og tilgjengelig på politiets nettsider, der vi finner mange ulike dokumenter, som handler om organiseringen av organisasjonen og det som skjer internt, samt er viktig å påpeke at ulike lover og regler setter føringer for det etaten kommuniserer om seg selv. Distinkthet er også en viktig faktor når det gjelder politiets identitet, og det er muligens her politiet skiller seg mest fra andre organisasjoner og scorer høyest i denne kvaliteten. På grunn av sin spesielle rolle og posisjon i samfunnet, kunnskap og makt. I tillegg ser det ut til å være ingen tydelig inkonsistent i alt det organisasjonen formidler, altså når det gjelder deres verbale og visuelle identitetsuttrykk. Organisasjonen virker mottakelig fordi den er villig til å lytte på innbyggerne og har opprettet ulike kanaler for å imøtekomme de tilbakemeldingene de får av publikum. Det viser etaten gjennom deres store vekt på innbyggerundersøkelsene, som er en del av det som legger føringer for deres videre arbeid.

Til slutt fremstår organisasjonen som ekte og autentisk, på grunn av hvordan den fremstiller seg selv og etaten nær tilkobling med loven og seriøsitet. Det er imidlertid også viktig å huske at politiets autentisitet og troverdighet kan ha blitt påvirket av hvordan de håndtere

enkeltsaker, som kan skade innbyggernes tillit til organisasjonen som helhet og til de ulike prosessene og rutineene til politiet. Dette kom også frem i innbyggerundersøkelsen.

Alt i alt kan man argumentere for at politiet gjør det godt og skårer høyt på de fleste av stjerne-kvalitetene, selv om det kan forekomme tilfeller der det er usammenhengende kommunikasjon, og der praksis ikke alltid samsvarer med det etaten formidler gjennom deres verdier og retningslinjer. Det at etaten skårer på disse stjerne-kvalitetene kan være en årsak til at majoriteten av befolkningen fremdeles tilskriver sin tillit til etaten.

## 8 Avsluttende refleksjon

Denne studien har tatt for seg en problemstilling om politiets omdømme har endret seg etter nærpolitireformen, og hva som eventuelt kan forklare endringen. Gjennom grundig gjennomgang av innbyggerundersøkelsene før og etter nærpolitireformen, identifiserer denne studien en endring i tilliten til politiet. Årene før reformen har tilliten til politiet vært relativt høy, og undersøkelser har vist at politiet har sikret høy tillit hos befolkningen.

Det vises til variasjon i Oslo skårer høyest på de fleste årene når det gjelder tillit til politiet, mens Finnmark skårer lavest. Det skal også nevnes at når det gjelder synlighet, så er Finnmark målt relativt høyt. En kan argumentere at dette poengterer bare at det nødvendigvis ikke er direkte kobling mellom tillit til politiet og synlighet. I tillegg viser undersøkelsene at mindre kommuner har mindre tillit, sammenlignet med større kommuner. Det er nettopp derfor Oslo ofte er målt ganske høyt når det gjelder tillit til politi.

Det vises til nedgang i tillit etter nærpolitireformen, men om endringen kun er på grunn av reformen er vanskelig å si, siden det er andre viktige faktorer som også kan argumenteres som årsaker for endrede holdninger i tilliten til etaten. Likevel viser innbyggerundersøkelsen fra 2022 at enkelte har fått senket tillit til etaten det siste året på grunn av oppfatninger om konsekvenser av nærpolitireformen og en generell oppfatning om manglende prioritering knyttet til nærpolitireformen. Dette viser til at nærpolitireformen kan være en av årsakene, men likevel er det viktig å påpeke at det ikke er en enestående årsak til endret tillit.

Nedgangen i tillit i innbyggerundersøkelsene og politiets resultater på omdømmemålingen til Ipsos kan ses i sammenheng, og da er det tydelig at det skjer endringer i befolkningens oppfattelse av etaten. Politiet har siden 2020 gått fra 1 plass på ipsos sine omdømmemålinger til 10 plass i 2022-målingen. Dette gir sterke indikatorer på at det foreligger en endring i tilliten, og muligens oppfattelsen omgivelsene har av etaten.



Som konsekvens av nærpolitireformens implementering, har politiet stått overfor mye kritikk de siste årene. Mye av denne kritikken har rettet seg mot flere deler av reformen, og blant annet at politiet har blitt fjernere fra folk. Formålet med “nærpolitireformen” har vært å ha et synlig, tilgjengelig og nært politi, men det at politiet har blitt mer sentralisert har ført til at enkelte lokale områder og distrikter ikke lenger har like gode forutsetninger til polititjeneste som tidligere. Dermed kan dette ha påvirket responstiden, og spesielt mindre byer og tettsteder, muligens er det på grunn av at avstanden disse har til politidistrikter har blitt større etter reformen. Det fremkommer også i innbyggerundersøkelsen 2022 at de minst sentrale kommunene og de som sjelden ser politiet opplever i mindre grad at politiet bidrar til deres trygghet.

Synligheten til etaten kan ses å ha blitt påvirket av reformen, med bakgrunn i den lokale tilstedeværelsen og den økende oppmerksomheten som retter seg mot politiet. Det har ført til at etaten ofte er i søkelys i mediene, og over de siste årene har etaten blitt utsatt for mye kritikk. Her kan det refereres til negative medieoppslag som direkte omhandler reformen, ulike enkeltsaker der politiet kritiseres for deres håndtering av en sak, eller om det er saker som handler om at politiet kritiseres for deres interne arbeidsforhold. Saker av slik negativ karakter kan vise til motstridelser av det etaten er ment å stå for og deres samfunnsoppdrag. Oppfatningen innbyggerne har av etaten og ikke minst samarbeidet mellom borgere og politi, noe som er avgjørende for politiet når det gjelder først og fremst forebygge, men også etterforske.

Derfor argumenteres det i organisasjonsfaget at all synlighet ikke er bra synlighet, fordi en organisasjon fortene kan bli utsatt for kritikk, i Politiets tilfelle vil etaten alltid være i søkelys nettopp på grunn av arbeidet de er ment å forvalte. Deres særegne rolle i samfunnet gjør at de er i større grad utsatt for å bli fulgt med på, og forventningene omgivelsene har til etaten fører til en enorm synlighet. Dette skårer som referert til tidligere politiet godt på, men det er også ett reelt faktor at samfunnsutviklingen kan ha en påvirkning på organisasjoners synlighet. Da flere og flere organisasjoner benytter seg av digitale tjenester og er tilgjengelig på flere plattformer som også er med på å fremme synligheten deres. Dermed blir det lettere å følge med organisasjoner og hva de formidler av informasjon der. Politiet har en vanvittig synlighet, noe som kan forklare hvorfor enkeltsaker av negativ karakter kan være så avgjørende for etaten.

De offentlige organisasjonene på grunn av deres identitet og misjon, kan enkelte argumenteres kan ikke fri seg i omdømmesammenheng. Altså de har en identitet fra før, “medfødt”, dermed kan det bli vanskelig for offentlige organisasjoner å endre eller justere på seg betydelig etter kravene i omgivelsene, sammenlignet med private organisasjoner. Der de er villig til å endre organisasjonens misjon og identitet, for å overleve eller for økonomiske goder og overskudd.

Politiet skårer likevel relativt bra på de fleste stjerne-kvalitetene som forklarer at de tross alt har høy tillit i samfunnet. Om denne tilliten har en sammenheng med befolkningens generelle høye tillit til myndighetene kan sees som sammenhengende. I Norge og Norden spesielt har de aller fleste høy tillit til samfunnsinstitusjoner og myndighetsorganer, og dette gjelder spesielt politiet. Undersøkelsen viste at politiet hadde høyere tillit enn både Stortinget og Regjeringen, og at det var kun domstolen som hadde høyere tillit enn politiet (DFØ, 2021). Selv om til tider dette varierer, altså i noen perioder kan tillit synke av ulike årsaker, vil den fremdeles være relativt høyt sammenlignet med andre offentlige organisasjoner. Dette trekkes tilbake til at etaten har en unik rolle i samfunnet, og deres arbeidsoppgaver er preget av å ha tillit i omgivelsene. Etaten vektlegger prinsipper om tillit, og at det ikke handler om å fremstå, men at befolkningen faktisk skal ha tillit.

Som vi nevnte innledningsvis om hvorvidt offentlige organisasjoner og politiet skal og bør fokusere på sitt omdømme, vil pågå til evig tid. Det handler om i hvilken grad politiets arbeid skal dreie seg om å ivareta sitt omdømme. Det kan argumenteres at politiet er nesten helt avhengig av å fokusere på sitt omdømme for å opprettholde tillit i omgivelsene. Dette betyr ikke å skape en fasade eller å fremstille organisasjonen annerledes enn det den egentlig er, slik som noen gjør i privat sektor. Der forekommer frikobling og hykleri mellom prat og praksis. Men i stedet betyr det å aktivt tilfredsstille kravene til interessentene og innbyggerne, som vil skape tillit og legitimitet i samfunnet for etaten. Politiet er avhengig av tillit og legitimitet blant innbyggerne, for å i det hele tatt kunne gjennomføre deres myndighet. Dermed at tilliten synker i enkelte tilfeller, vil det ha en påvirkning i legitimiteten politiet har i samfunnet. Analysen viser at faktorer som påvirker tilliten er sammensatte, og varierende nevnt gjentakende ganger ovenfor. Derfor er det vanskelig å begrense påvirkningsfaktorene til en eller noen få indikatorer, men heller en helhet av flere årsaker som til sammen utgjør årsaken til varierende tillit.

## 9 Videre forskning

Prosjektet vårt tar utgangspunkt i ett før og etter studie, i en begrenset periode med innføringen av Nærpolitireformen, som er fra 2010 til 2022. Det gir oss godt og grunnleggende datamateriale for å kunne studere endringer i omdømmet til politiet. Likevel hadde det vært spennende å studere og eventuelt inkludert tidligere innbyggerundersøker, for å danne et større bilde. Samt sett på hvilken innvirkning en reform har hatt på politiets omdømme, sett fra et større tidsrom.

Store endringer og omstruktureringer skjer sjelden raskt, men heller gradvis over tid. Effekten av endringene kan være synlig i organisasjoner flere tiår etter at de er iverksatt, så det er ikke nødvendigvis mulig å se alle virkninger av Nærpolitireformen i de første årene etter innføringen. Det ville derfor vært svært interessant å studere og undersøke temaet om per år, når endringer og implementeringen av reformen er synlig i politiet.

## 10 Litteraturliste

- Alvesson, M. (2002). *Organisasjonskultur og ledelse 1.utgave*. Abstrakt forslag.
- Atkinson, C. (2017). *Legitimacy in Public administration*. Hentet fra Atkinson, Christopher. (2017). Legitimacy in Public Administration. 10.1007/978-3-319-31816-5\_1134-1.
- Blavig, F. &. (2004). *Politi og trygghet - Forsøk med nærpoliti i Danmark*. København: Jurist- og økonomforbundets Forlag.
- Brønn, P. S. (2019). *Åpen eller innadvendt mdømmebygging for organisasjoner 2.utagve*. Oslo: Gyldendal Norsk forslag AS.
- Brønn, P. S. (2009). *Åpen eller innadvendt omdømmebygging for organisasjoner*. Oslo: Gyldendal Norsk forslag AS.
- Christensen, T. &. (2020). *Organisasjonsteori 3.utgave*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Christensen, T. L. (2015). *Organisasjonsteori for offentlig sektor: Instrument, kultur, myte 3.utgave*. Oslo: Universitetsforlget.
- Christensen, T. L. (2017). Reforming the norwegian police between structure and culture: Community police or emergency police. Public policy and Administration.
- Deephouse, D. L. (2005). *An Exmaniation of differences Between Organizational Legitimacy and Reputation*. Journal of management studies .
- Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelig metoder*. Fagbokforlaget.
- Jacobsen, D. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode 3.utgave*. Oslo: Cappelen Damm AS.
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* . Høyskleforlaget.
- Jacobsen, D. I. (2012). *Organisasjonsendring og endringsledelse*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Jacobsen, T. &. (2020). *Hvordan organisasjoner fungerer 5.utgave*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Johannessen, A. C. (2020). *Forskningsmetode for økonomisk administrative fag 4.utgave*. Abstrakt forlag.
- Justesen, L. &.-M. (2010). *Kvalitative metoder i organisasjon- og ledelsestudier*. København: Hans Reitzels forlag .

- Kristiansen, M. (2011). Reformen av den offentlige forvaltning . I A. & Berg-Sørensen, *Organiseringen av den offentlige sektor grundbog i offentlig forvaltning* (ss. 245-303). København : Hans Reitzels forlag.
- Kvam, B. (2015). *Politirelaterte forskning i ved forstand. Rapport 1-2015*. Bergen: Uni research Rokkansenteret .
- Kvåle, G. &. (2017). *Organisasjon og identitet et symbolsk persepektiv* . Oslo : Det Norske Samlaget.
- Kääriäinen, J. (2008, September 2). Why Do the Finns Trust the Police? *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*. *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, ss. 141-159.
- Luoma-aho, V. (2007). *Neutral Reputation and Public sector organisations*. Reputation review.
- Ringdal, K. (2001). *Enhet og mangfold: samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ringdal, K. (2013). *Enhet og mangfold samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode, 3. utgave*. Bergen : Fagbokforlaget.
- Røvik, K. A. (1998). *Moderne organisasjoner: trender i organisasjonstenkingen ved tusenårsskiftet*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostand & Bjørke AS.
- Røvik, K. A. (2007). *Trender og translasjoner ideer som former det 21. århundrets organisasjon* . Oslo : Universitetsforlaget .
- Suchman, M. (2008). Legitimacy in organizational institutionalism. Hentet fra: [https://www.researchgate.net/publication/265540595\\_Legitimacy\\_in\\_Organizational\\_Institutionalism](https://www.researchgate.net/publication/265540595_Legitimacy_in_Organizational_Institutionalism)
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. I *The academy of management Review Vol.20, NO.3* (ss. 571-610). University of Wisconsin-Madison. Hentet fra: <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sørli, V. &. (2018). *Politireformer: Idealer, realiteter, retorikk og praksis* . Oslo: Cappelen Damm Akademisk .
- Tanny, T. F. (2023). Dimensions of trust: A review of trust in Government . *Indian Journal of Public administration*.
- Thagaard, T. (1998). *Systematikk og innlevelse* . Bergen-Sandviken: Fagbokforlaget .
- Thagaard, T. (2008). *En innføring i kvalitativ metode 3.utgave*. Fagbokforlaget.

- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse en innføring i kvalitativ metode 4.utgave*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Tjora, A. (2013). *Festival*. Cappelen Damm Akademisk .
- Tjora, A. (2021). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Gyldendal.
- Whetten, A. &. (1985). Organizational identity. I *Research in organizational behavior* (ss. 263-295). Greenwich: JAI Press.
- Wæraas, A. &. (2012). Public sector organizations and reputation management: Five problems. *International Public management journal* 15(2).
- Wæraas, A. (2015). *Organizational Reputation in the public sector*. New York: Routledge.
- Wæraas, A. (2019). Public sector communication and organizational legitimacy. I *Wiley Handbook of public sector communication*. Wiley.
- Wæraas, A. B. (2011). *Substans og framturen*. Oslo: Universitetsforlaget .

## Andre kilder:

- Bu, F. (2019). *Kampanjen "legalize it": Politiet skal ikke hindre dette*. Hentet fra: <https://www.tv2.no/nyheter/innenriks/politiet-skal-ikke-hindre-dette/10812278/?code=wGduEGB-ZWsMm4pe&state=eWhWTVRRVUIXVIRNSWRNN345WGhVRThINzVtbjE0Z0NvNDFR V2VQTjFPRw%3D%3D>
- Cantero, Christina., Hem, Mikal & Bjørnstad, H Nora. (2018). *Nygaard-saken: Hard kritikk mot politiet*. Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/BJK7Me/nygaard-saken-hard-kritikk-mot-politiet>
- Conradsen, Stein, (2018). Tillit. Hentet fra: <https://snl.no/tillit>
- Dahlback, L. M (2019). Hva er konsekvensene av politireformen? Hentet fra: <https://www.faktisk.no/artikler/06w23/hva-er-konsekvensene-av-politireformen>
- Direktoratet for forvaltning og økonomistyring. (2022:6) Evaluering av nærpolitireformen – en vurdering av resultater og effekter. Hentet fra: <https://dfo.no/rapporter/dfo-rapport-20226-evaluering-av-naerpolitireformen-en-vurdering-av-resultater-og-effekter/hovedfunn-og-vurderinger-oppsummering>

Direktoratet for forvaltning og økonomistyring. (2022) *Innbyggerundersøkelsen 2021*. Hentet fra: <https://dfo.no/undersokelser/innbyggerundersokelsen-2021>

Digitaliseringsdirektoratet. (2023). *Politidirektoratet: Innbyggerstemmen*. Hentet fra: <https://www.digdir.no/stimulab/politidirektoratet-innbyggerstemmen/3287>

Grindem, Karianne/Ipsos (2020). *Politiet på topp i omdømmeundersøkelse*. Hentet fra Politiforum: <https://www.politiforum.no/omdomme/politiet-pa-topp-i-omdommeundersokelse/206026>

Gjone, Gunnar, 2022: *Politiet*. Hentet fra: <https://snl.no/politiet>

Grunnlova. (1814). Kongeriket Norges grunnlov. (LOV-1814-05-17-). Lovdata. Hentet fra: [https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1814-05-17-nn#KAPITTEL\\_5](https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1814-05-17-nn#KAPITTEL_5)

Hognestad, Liv Iren, (2022). *Mer åpenhet i politiet*. Hentet fra: <https://www.fvn.no/mening/kronikk/i/RG5jdA/mer-aapenhet-i-politiet>

Hultgreen, (2023). *Politiet slettet bevis*. Hentet fra: <https://www.dagbladet.no/nyheter/politiet-slettet-bevis/79109005>

Innst.306 (2014-2015): Innstilling fra justiskomiteen om i endring i politiloven mv. (Trygghet i hverdagen - nærpolitireformen). Hentet fra: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Stortinget/2014-2015/inns-201415-306/?lvl=0>

Ipsos MMI. (2014). *Politiets nasjonale innbyggerundersøkelse*. Rapport fra en landsdekkende spørreundersøkelse. Rapport nr. 1/2014. Oslo: Ipsos MMI. Hentet fra: <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelse-2014.pdf>

Ipsos MMI. (2015). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Ipsos MMI. Hentet fra: <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelse-2015.pdf>

Ipsos MMI. (2016). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Ipsos MMI. Hentet fra: <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelse-2016.pdf>

Ipsos MMI. (2017). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Ipsos MMI. Hentet fra <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelse-2017.pdf>

Johansen, L., (2022). *Kva skjer hos politiet*. Hentet fra:

<https://www.liberaleren.no/2022/12/03/kva-skjer-hos-politiet/>

Johnsen, Alf B., Mosveen, Eirik & Solberg, Trond, (2019) *AP trekker støtten til politireformen: Går i feil retning*. Hentet fra:

<https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/rAewP0/ap-trekker-stoetten-til-politireformen-gaar-i-feil-retning>

Justis- og beredskapsdepartementet 2015:6. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/justis--og-beredskapsdepartementets-strategi-for-a-bekjempe-ikt-kriminalitet/id2413705/>

Kantar TNS (2018). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Kantar TNS. Hentet fra

<https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelsen-2018.pdf>

Kantar (2019). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Kantar. Hentet fra

<https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelsen-2019.pdf>

Kantar (2020). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Kantar. Hentet fra

<https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersakelsen-2020-endelig.pdf>

Kantar Public (2021). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo: Kantar Public. Hentet fra

<https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/innbyggerundersokelsen-2021.pdf>

Kantar Public (2022). *Politiets innbyggerundersøkelse*. Oslo. Kantar Public. Hentet fra

<https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/politiets-innbyggerundersokelse-2022.pdf>

Killingberg, A., (2018). *Brukte 50 minutter til voldshendelse, ikke holdbart*. Hentet fra:

<https://www.fosna-folket.no/nyheter/i/8B5Bar/brukte-50-minutter-til-voldshendelse-ikke-holdbart>

Meld. St.29 (2019-2020): Politimelding – et politi for fremtiden. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-29-20192020/id2715224/>

NESH. (2006). FORSKNINGSETISKE RETNINGSLINJER FOR

SAMFUNNSVITENSKAP OG HUMANIORA, JUSS OG TEOLOGI. Hentet fra:

<https://www.forskningsetikk.no/globalassets/dokumenter/4-publikasjoner-som-pdf/tidligere->



[versjoner/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-humaniora-juss-og-teologi-2006.pdf](#)

NOU (2013:9): Ett politi – rustet til å møte fremtidens utfordringer. Oslo: Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2013-9/id730815/>

NOU 2012:14 «Rapport fra 22.juli-kommisjonen». Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2012-14/id697260/>

NOU (2017:9): Politi og bevæpning. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing---nou-20179-politiet-og-bevapning/id2554465/>

POD (Politidirektoratet). (2010). *Politiets nasjonale innbyggerundersøkelse TNS Gallup rapport*. Hentet fra: <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/politiets-nasjonale-innbyggerundersokelse-2010.pdf>

POD (Politidirektoratet). (2012). *Politiets nasjonale innbyggerundersøkelse*. TNS Gallup rapport. Hentet fra: <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/innbyggerundersokelsen/politiets-nasjonale-innbyggerundersokelse-2012.pdf>

Politidirektoratet (2021), *Ressursanalyse for 2021 utgifter og bemanning i politiet*. Hentet fra <https://www.politiet.no/globalassets/04-aktuelt-tall-og-fakta/bemanning-ressurser-og-dekningsgrad/ressursanalyser/ressursanalyse-2021.pdf>

Politidirektoratet (2022). *Politiets årsrapport 2021*. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/contentassets/80197702ddb144e8a016a040e656751f/politiets-arsrapport-2021.pdf>  
<https://www.regjeringen.no/contentassets/80197702ddb144e8a016a040e656751f/politiets-arsrapport-2021.pdf>

Politidirektoratet (2023). *Politiets årsrapport 2022*. Hentet fra:

<https://www.politiet.no/globalassets/05-om-oss/rapporter/politiets-arsrapport-2022.pdf>

Politiet (2018). *Etiske retningslinjer for politiet*. Hentet fra:

<https://www.politiet.no/globalassets/05-om-oss/04-jobb-i-politiet/00-jobb-hos-oss/etiske-retningslinjer-for-politiet.pdf>

Politiet. (2023). *Tips politiet*. Hentet fra: <https://www.politiet.no/tjenester/tips-politiet/>

Politiet, 2023. *Politiets utgifter til ressurser og bemanning*. Hentet fra:

<https://www.politiet.no/om-politiet/tall-og-fakta/ressursanalyse/>

Politiet, 2023. *Uttransporteringer*. Hentet fra <https://www.politiet.no/om-politiet/tall-og-fakta/uttransporteringer/>

Politiet (2023). *Politiets virksomhetsstrategi 2023-2025*. Hentet fra:

<https://www.politiet.no/globalassets/05-om-oss/03-strategier-og-planer/politiets-virksomhetsstrategi-2023-2025.pdf>

Offentleglova. (2006). Lov om rett til innsyn i dokument i offentlig verksemd. (LOV-2022-12-20-115). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2006-05-19-16>

Politi-loven. (1995). Lov om politiet (LOV-1995-08-04-53). Lovdata.

Offentleglova. (2006). Lov om rett til innsyn i dokument i offentlig verksemd. (LOV-2022-12-20-115). Lovdata. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2006-05-19-16>

Prop 61 LS (2014-2015). Endringer i politi-loven mv. (trygghet i hverdagen – Nærpolitireformen). Oslo: Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon.

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/prop.-61-s-2014-2015/id2398784/>

Regjeringen (2018). *Politiets oppgaver og organisering*. Hentet fra:

<https://www.regjeringen.no/no/tema/lov-og-rett/innsikt/politiet/id713373/>

Roalsø, M. (2018). *Forskere mener at nærpolitireformen har blitt en fjernpolitireform*. Hentet fra: <https://www.nrk.no/norge/forskere-mener-naerpolitireformen-har-blitt-en-fjernpolitireform-1.14326093>

<https://www.nrk.no/norge/forskere-mener-naerpolitireformen-har-blitt-en-fjernpolitireform-1.14326093>

Sandnes, Ådne H. (2019). *Polititopp innrømmer store utfordringer med nærpolitireformen*.

Hentet fra: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/4qEmKq/polititopp-innroemmer-store-utfordringer-med-naerpolitireformen>

St.meld. nr.145 (2005-06). Hentet fra: <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Stortinget/2005-2006/inns-200506-145/?lvl=0>

<https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Stortinget/2005-2006/inns-200506-145/?lvl=0>

## Vedlegg 1

### **Intervjuguide: kommunikasjonsenheten i Troms Politidistrikt**

Først vil vi starte med å takke deg for at du stiller til intervju. All data vi innhenter her vil bli behandlet anonymt, og svarene du gir vil ikke kunne knyttes tilbake til deg som enkeltindivid. Videre ønsker vi da din tillatelse til å ta opptak av denne samtalen, for å forenkle bearbeidingen av datamaterialet, samtidig å ha korrekte sitater.

Vi kan starte med å gi deg en beskrivelse av hensikten med vår avhandling:  
Problemstillingen vår er todelt og den går som følger: «Har politiets omdømme endret seg etter reformen, og hva kan det eventuelt skyldes»

Studie vårt ønsker å finne ut om inntrykk/oppfatningen til politiet har endret seg etter nærpolitireformen og evt hva som kan forklare endring i omdømme. Da er hovedformålet fra våre informanter, å undersøke hvordan dere kommuniserer.

Vi ønsker veldig gjerne å starte denne samtalen med å legge frem resultatene dere har fra innbyggerundersøkelsene. Da vil vi starte med en refleksjon rundt disse.

Spørsmål knyttet til resultater fra innbyggerundersøkelsene:

Spørsmål 1: Hvor lenge har du jobbet i politiet?

Spørsmål 2: Hvordan oppfatter dere disse resultatene?

Spørsmål 3: Har resultatene vært diskutert internt?

Spørsmål 4: Har gjorde dere noe aktivt med deres kommunikasjon som følge av reformen og de tilbakemeldingene dere fikk gjennom innbyggerundersøkelsene?

Innledende spørsmål:

Spørsmål 5: Hva tenker du generelt om kommunikasjonen av politiets oppgaver og aktiviteter. Er det noe spesielt dere vil formidle med dere kommunikasjon? Evt noen forhold dere vektlegger spesielt?

Spørsmål 6: Har dere en kommunikasjonsplan?

Spørsmål 7: Er den nasjonal? Kan den lokalt endres på?

Spørsmål 8: Finnes det noen normer/regler/retningslinjer som den skal kommunisere, og er det rom for lokale friheter for deres kommunikasjon?

Nøkkelspørsmål:

Synlighet:

Spørsmål 9: Tenkte du bevisst rundt hvordan dere er synlig i bybilde?

Spørsmål 10: Hvor synes du at dere er mest synlige? gjerne gi eksempler.

Spørsmål 11: Har du opplevd at synligheten deres har endret seg etter innføringen av nærpolitireformen? På hvilken måte eventuelt?

Spørsmål 12: Hvordan opplever dere synligheten deres i media? Jobber dere bevisst med det?

Distinkthet:

Spørsmål 13: Hvilket inntrykk ønsker dere å formidle utad om dere/Politiet?

Spørsmål 14: Sammenligner dere dere med andre organisasjoner? Hvilke og evt. hvorfor?

#### Åpenhet:

Spørsmål 15: Hvordan forholder politiet seg om prinsippet om åpenhet, når dere har egne retningslinjer å forholde dere til?

Spørsmål 16: Hvilken type informasjon kan dere være åpne om? Er dette problematisk?

Kunne dere vært mer åpne? Hvordan?

#### Autentisk:

Spørsmål 17: Arbeider dere bevisst med verdiene deres når dere utformer kommunikasjon/står i vanskelige saker? Kan dere gi eksempler?

Spørsmål 18: Er dere verdigrunnlag noe dere bevisst tenker på i møte med deres interne og eksterne aktører? Gjerne gi eksempler på situasjoner.

Spørsmål 19: Hvordan jobber dere å bygge opp deres inntrykk, dersom dere får negativt medieoppslag?

#### Konsistent:

Spørsmål 20: Hvordan jobber dere med å samhandle/forene alt av det organisasjonen formidler?

#### Mottakelig

Spørsmål 21: En viktig egenskap ved organisasjoner som har godt omdømme er deres evne og mulighet til å være mottakelige for innspill og tilbakemeldinger fra publikum/kunder/'folk flest'. Hvordan kan dere imøtekomme et slikt krav? Er det mulig? Ønskelig?

#### Oppsummering:

- Hva ønsker du at vi kaller deg i avhandlingen?
- Er det noe du ønsker å legge til, eller andre kommentarer?

## Vedlegg 2

### Vil du delta i forskningsprosjektet

#### «Politiets omdømme»

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å studere omdømmet til politiet. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### Formål

Formålet med vår masteravhandling er å finne ut om inntrykket/oppfatningen til politiet har endret seg etter nærpolitireformen og evt. hva som kan forklare endring i omdømme. Som en forklaringskraft ønsker vi å se nærmere på hvordan politiet kommuniserer gjennom Fombrun og Van Riels stjernegrener for ett godt omdømme. Disse stjernegrenene brukes for organisasjoner som skårer best i omdømmemålinger.

Problemstillingen for oppgaven er: *«Har politiets omdømme endret seg etter reformen, og hva kan det eventuelt skyldes?»*

#### Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Universitetet i Tromsø er ansvarlig for prosjektet.

#### Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Utvalget blir trukket strategisk, som vil være relevante for å gi dybde i problemstillingen. Utvalget skal være personer som jobber innen kommunikasjonsavdelingen til Troms politidistrikt.

#### Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at du deltar i ett semi-strukturert intervju. Intervjuet vil ha varighet på en time. Intervjuet vil innebære spørsmål om deres kommunikasjon og intervjuguide vil bli sendt elektronisk på forhånd. Dine svar fra intervjuet vil bli registrert elektronisk, gjennom lydopptak 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 skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Det vil kun være studentene som er ansvarlig for masteravhandlingen som vil ha tilgang til lydopptakene som blir tatt. Navnet og kontaktopplysningene dine vil erstattes med en kode som lagres

på egen navneliste adskilt fra øvrige data. Datamateriale vil bli lagret på en sikker enhet, og ved prosjektslutt vil slettes.

Maryam Akbar og Abdikani Mohammed Abdi vil ha tilgang til datamateriale, og vil transskribere lydopptakene.

### **Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?**

Prosjektet vil etter planen avsluttes 15. Mai 2023 Etter prosjektslutt vil datamaterialet med dine personopplysninger anonymiseres. Anonymisering av dine personopplysninger vil bli gjort ved å transkribere lydopptaket, og dermed gi kode til navnet.

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitet i Tromsø har Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

### **Dine rettigheter**

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

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

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

- *Hilde Marie Pettersen, Veileder/Prosjektansvarlig*
- *Abdikani Mohammed Abdi, Student*
- *Maryam Akbar, Student*
- Vårt personvernombud:

Hvis du har spørsmål knyttet til vurderingen som er gjort av personverntjenestene fra Sikt, kan du ta kontakt via:

- Epost: [personverntjenester@sikt.no](mailto:personverntjenester@sikt.no) eller telefon: 73 98 40 40.

Med vennlig hilsen

*Prosjektansvarlig*

Hilde Marie Pettersen  
(Forsker/veileder)

Abdikani Mohammed & Maryam Akbar

## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet [*Politiets omdømme*], og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

å delta i intervju, å bli tatt opp i lydopptak

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

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

