

Grzegorz Wenarski

Centrum Naukowo-Badawcze Ochrony Przeciwpożarowej im. Józefa Tuliszkowskiego

– Państwowy Instytut Badawczy, e-mail: gwenarski@cnbop.pl

ROLA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W SYTUACJACH KRYZYSOWYCH ZWIĄZANYCH Z ZAGROŻENIEM POŻAROWYM W LASACH

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN ENSURING THE SAFETY OF FORESTS

Słowa kluczowe: media społecznościowe, zarządzanie kryzysowe, innowacje, pożary lasów

Keywords: social media, crisis management, innovations, forest fires

Abstract. The article contains the analysis of the positive and negative impact of the use of social media in emergency situations related to natural disasters and extreme weather conditions. The use of social media in crisis management allows supplementing the information gained by the emergency services with traditional methods. It also allows accessing many groups of people in real time and with the possibility of interaction with them. A major challenge for the rescue services is a matter of the correct use of information obtained in this way, especially to distinguish the true from the false messages. The problem of preventing the symptoms of panic in social media is also linked to this.

WSTĘP

Ekstremalne zjawiska pogodowe i klimatyczne z roku na rok nasilają się zarówno pod względem częstotliwości występowania, jak i intensywności ich przebiegu. Z tego powodu infrastruktura krytyczna oraz coraz większy odsetek ludności są narażony na skutki katastrof naturalnych oraz ekstremalne zjawiska pogodowe. Podmioty odpowiedzialne za bezpieczeństwo i ochronę ludności są zmuszone, aby poszukiwać nowych sposobów zapewnienia bezpieczeństwa w sytuacji zmniejszających się zasobów finansowych i rosnących ograniczeń. Odpowiedzią na tego typu wyzwania może być między innymi użycie nowych technologii, w tym także wykorzystanie nowoczesnych narzędzi komunikacji, jakimi są media społecznościowe.

Wśród najbardziej rozpowszechnionych w Polsce mediów społecznościowych należy wymienić przede wszystkim portal Facebook, Twitter, Nasza Klasa oraz Instagram. Do tej kategorii zalicza się również YouTube, które służy do zamieszczania plików wideo.



Ryc. 1. Ikony najważniejszych mediów społecznościowych
Źródło: www.bitemarketing.pl.

Facebook jest najbardziej popularnym portalem społecznościowym w Polsce i na świecie. Według badań z 2015 r. korzysta z niego ponad 20 milionów osób w różnym wieku, co stanowi 80% wszystkich internautów w Polsce. Ze względu na ogromną skalę użytkowników trudno o jednoznaczne określenie grup użytkowników.

Drugi z głównych mediów społecznościowych, Twitter, posiada 3,3 milionów użytkowników w Polsce. Grupa docelowa tego portalu to głównie osoby z wyższym wykształceniem pochodzące z wielkich miast. Ze względu na fakt, że korzystają z niego, m.in. dziennikarze, publicyści, szefowie korporacji, stanowi on znacznie bardziej wpływowe medium niż wynikałoby to z liczby użytkowników. [*Użytkownicy social mediów w Polsce (2016)*].

Media społecznościowe to narzędzie społecznych interakcji, co wynika z ich właściwości umożliwiających współpracę i współuczestniczenie. Dostarczają użytkownikom możliwości wymiany informacji, realizacji wspólnego zadania, bądź osiągnięcie korzyści. Ważnym aspektem ich działania jest możliwość publikowania i rozpowszechniania informacji przez każdego użytkownika, bez ponoszenia kosztów. Dzięki temu możemy mówić o zjawisku demokratyzacji mediów [Marjak H., 2014].

Użycie mediów społecznościowych w komunikacji kryzysowej przynosi wiele korzyści. Po pierwsze pozwala na zwiększenie wiarygodności organizacji wówczas, gdy jest to najbardziej potrzebne. Dzieje się tak, dlatego że zastosowanie mediów społecznościowych pozwala na wymianę informacji w czasie rzeczywistym. W związku z tym informacje mogą natychmiast dotrzeć do zainteresowanych obywateli, pracowników i mediów. Jednocześnie skłania to do dyskusji i pozwala na otrzymanie informacji zwrotnych od tych samych osób, które są najbardziej zainteresowane zaistniałą sytuacją kryzysową.

Użycie mediów społecznościowych daje również gwarancję dotarcia informacji do właściwej grupy docelowej. Brak konieczności korzystania

z pośrednictwa mediów tradycyjnych pozwala na przekazanie informacji bezpośrednio do zainteresowanych grup, bez względu na porę dnia i godziny pracy redakcji.

Inną korzyścią z mediów społecznościowych jest to, że zapewnia efektywny sposób na zarządzanie kryzysem komunikacyjnych i pozwala na obronę reputacji organizacji. W przypadku pojawienia się w mediach tradycyjnych lub elektronicznych fałszywej lub negatywnej informacji na temat danej instytucji, użycie mediów społecznościowych może umożliwić niemal natychmiastową reakcję i odniesienie się do zarzutów. Jest to jednak możliwe w sytuacjach, kiedy organizacja na bieżąco monitoruje informacje, które pojawiają się na jej temat w mediach społecznościowych. Ważne jest również, aby reakcja lub dementi fałszywej informacji pojawiło się w tym samym miejscu, co pierwotna wiadomość, aby dotrzeć do tej samej grupy odbiorców [Prentice S., Huffman E., 2008].

Celem niniejszego artykułu jest analiza możliwości wykorzystania mediów społecznościowych w sytuacjach kryzysowych, zwłaszcza podczas katastrof naturalnych i ekstremalnych zjawisk pogodowych. Dostępność wspomnianych narzędzi oraz liczne przykłady ich efektywnego wykorzystania wskazują na konieczność pozyskiwania informacji za pomocą tych narzędzi oraz komunikacji pomiędzy administracją publiczną a obywatelami podczas sytuacji kryzysowych.

Tezy zamieszczone w niniejszym artykule stanowią w dużej mierze efekty pracy związanej z projektem pt. „EmerGent: Emergency Management in Social Media Generation”, realizowanym w latach 2014-2017 w ramach 7. Programu Ramowego Badań, Rozwoju Technologicznego i Wdrożeń Unii Europejskiej (7.PR). Projekt jest realizowany w konsorcjum 10 partnerów z różnych krajów europejskich, w tym przez Centrum Naukowo-Badawcze Ochrony Przeciwpowodziowej – Państwowy Instytut Badawczy.¹

MOŻLIWOŚCI UŻYCIA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH W SYTUACJACH KRYZYSOWYCH

Efektywne zarządzanie kryzysowe powinno składać się z 3 procesów: *przed* (analiza ryzyka, przygotowanie, planowanie, szkolenie), *w trakcie* (zarządzanie, odpowiedź taktyczna) oraz *po zdarzeniu* (odbudowa, wnioski). Istotne jest, aby działania rozpocząć znacznie przed wystąpieniem potencjalnej sytuacji kryzysowej, informując na bieżąco o kwestiach związanych z bezpieczeństwem oraz możliwych zagrożeniach. W sytuacji wystąpienia kryzysu należy za pomocą mediów społecznościowych pomóc w stworzeniu poczucia bezpieczeństwa poprzez bieżące informowanie na temat stanu zagrożeń oraz o działaniach służb. Poczucie bezpieczeństwa powinno dotyczyć nie tylko osób znajdujących się na obszarze sytuacji kryzysowej, ale także osób zainteresowanych losem narażonych na zagrożenie członków rodziny [Marjak H., 2014].

¹ Więcej informacji o projekcie oraz jego efektach znajduje się na stronie internetowej: www.fp7-emergent.eu.

Media społecznościowe od wielu lat są używane przez obywateli do wymiany informacji o zagrożeniach, przekazywania bliskim wiadomości o swojej sytuacji czy do alarmowania służb ratowniczych. Już podczas kryzysu związanego zamachami z 11 września 2001 r. w Stanach Zjednoczonych używano takich narzędzi, choć w tym okresie Facebook i Twitter jeszcze nawet nie istniały. Wraz z rozwojem technologii i popularności wspomnianych portali, ich użycie jest coraz częstsze, również w przypadku administracji publicznej.

Media społecznościowe mogą być wykorzystane przez służby ratunkowe w wielu rodzajach sytuacji kryzysowych. Znane są sytuacje związane z atakami terrorystycznymi w Paryżu w 2015 r. oraz w Brukseli w 2016 r., podczas których zarówno obywatele, jak i administracja publiczna używała ich w celu przekazywania informacji o zagrożeniach. Dzięki temu, szczególnie w sytuacji, gdzie użycie telefonu było z różnych względów niemożliwe, przyczyniło się to do uratowania wielu osób. Komunikacja ze strony administracji pozwoliła zaś na informowanie mieszkańców w czasie rzeczywistym o bieżącej sytuacji, przyczyniając się do ograniczenia symptomów paniki.

Możliwość wykorzystania mediów społecznościowych nie ograniczają się jednak do zagrożeń terrorystycznych. We wszystkich sytuacjach kryzysowych, gdy obywatele używają ich do komunikacji, również administracja publiczna powinna być obecna, aby monitorować napływające informacje, a także odpowiadać na zapytania i dementować fałszywe informacje [Berg H.P. 2010].

W sytuacjach kryzysowych związanych z ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi, takimi jak powodzie czy pożary lasów, wykorzystanie nowoczesnych kanałów komunikacji również może przyczynić się do ułatwienia działań informacyjnych i operacyjnych służb ratowniczych. Powyższe zagrożenia powodują konieczność prowadzenia bardzo kosztownej operacji ratunkowej, która wymaga również pozyskiwania informacji o przebiegu sytuacji kryzysowej, jak również informowania lokalnej ludności o bieżących zagrożeniach oraz o działaniach służb.

Zagrożenia takie jak pożary lasu lub powodzie niosą wielkie niebezpieczeństwo dla obywateli, jednocześnie utrudniając komunikację z nimi. Związane z nimi zniszczenia, np. awaria prądu mogą uniemożliwić przekazanie informacji o aktualnej sytuacji za pośrednictwem tradycyjnych mediów elektronicznych. Rozwiązaniem może być wykorzystanie do tego mediów społecznościowych, z których większość użytkowników korzysta za pomocą telefonów komórkowych działających często jeszcze wiele godzin po awarii prądu. W sytuacji, gdy niemożliwe będzie bezpośrednie dotarcie służb ratowniczych do danej miejscowości, przekazanie informacji tą drogą przynajmniej do części mieszkańców może stać się jedyną możliwością ostrzeżenia o zbliżającej się fali powodziowej lub pożarze lasu.

Z drugiej strony, ze względu na ograniczenia terenowe oraz możliwe zagrożenia, służby nie zawsze mają możliwość zdobycia pełnej informacji na temat aktualnej sytuacji. Nie zawsze również możliwe jest monitorowanie sytuacji

kryzysowej za pomocą naocznego obserwacji, np. poprzez loty helikopterem, które dodatkowo wiążą się ze znacznymi kosztami. Alternatywne rozwiązanie w postaci wykorzystania dronów do obserwacji pożaru lub powodzi, pomimo bardzo dużego potencjału, również niesie za sobą wiele ograniczeń. W tej sytuacji służby ratownicze powinny wykorzystać dodatkowe możliwości, jakie niesie za sobą monitorowanie informacji pojawiających się w mediach społecznościowych, zamieszczanych przez mieszkańców. Dzięki temu będzie możliwe pozyskanie informacji o sytuacji w miejscach, do których służby ratownicze nie dotarły bezpośrednio.

W takich sytuacjach należy wziąć pod uwagę skłonność obywateli do samoorganizacji i samopomocy, która w dzisiejszych czasach wkracza również do sfery wirtualnej. Mieszkańcy wykorzystują media społecznościowe do wymiany informacji na temat stanu zagrożeń, możliwości ewakuacji, osób potrzebujących natychmiastowej pomocy, itp. Dobrym przykładem podobnych działań jest użycie prywatnego bloga <http://wroclawzwyboru.blox.pl> do wymiany informacji podczas powodzi we Wrocławiu w 2010 r. Interaktywność serwisu i zaangażowanie autora oraz innych mieszkańców Wrocławia, którzy przesyłali na bieżąco informacje, sprawiły, że niszowy blog stał się najszybszym źródłem informacji na temat powodzi, konkurującym z głównymi portalami informacyjnymi.

Media społecznościowe mogą również zostać wykorzystane do zaalarmowania administracji publicznej o określonych zagrożeniach czy kryzysach. Dobrym przykładem takiej sytuacji jest kwestia pożaru lasów w Indiach w 2016 r. Informacja



Ryc. 2. Wpis na portalu Facebook, alarmujący o pożarze lasu
Źródło: www.facebook.com.

jednej osoby na portalu Facebook, udostępniona następnie przez dziesiątki tysięcy innych użytkowników, pozwoliła na zaalarmowanie mediów tradycyjnych oraz władz, które do tej pory nie zajęły się sprawą, traktując ją jako niegroźne, pojedyncze incydenty. [Smetacek E., 2016].

Innym współczesnym przykładem użycia mediów społecznościowych podczas pożaru lasu jest sytuacja, która miała miejsce w maju 2016 roku w okolicach miasta Fort McMurray w Kanadzie. Ogromny pożar lasu, jaki wybuchł na terenie prowincji Alberta, rozprzestrzenił się na obszar około 590 tys. hektarów, powodując katastrofalne zniszczenia lasu. Żywiol dotarł również na tereny zamieszkane, powodując zniszczenie kilku tysięcy budynków, w tym budynków mieszkalnych. W zaistniałej sytuacji konieczna była ewakuacja kilkudziesięciu tysięcy mieszkańców okolic miasta Fort McMurray, które stało się zagrożone. Ze względu na nieprzewidywalność żywiołu dla wielu mieszkańców ewakuacja była zaskoczeniem. Spowodowało to ogromne korki przy stacjach benzynowych oraz przy wyjazdach z miast. Próbujący się ewakuować mieszkańcy używali mediów społecznościowych za pomocą telefonów komórkowych, aby zwrócić uwagę na zagrożenia oraz alarmować o pomoc.



Ryc. 3. Wpis mieszkańca Abasandna portalu Twitter alarmujący o tym, że próbujący się ewakuować mieszkańcy zostali zatrzymani przez korki na drodze
Źródło:www.twitter.com.

Podobnych dramatycznych opisów wydarzeń jest znacznie więcej. Oprócz informowania innych mieszkańców o sytuacji na drogach, miały one na celu niejednokrotnie również wzywanie pomocy w obliczu zbliżającego się pożaru.



Ryc. 4. Wpis mieszkanki Abasand na portalu Twitter z prośbą o pomoc w ewakuacji
Źródło:www.twitter.com.



Ryc. 5. Wpis mieszkańca Abasandna portalu Twitter wraz z załączonym zdjęciem pożaru lasu alarmujący mieszkańców okolicznych miejscowości o zbliżającym się zagrożeniu
Źródło:www.twitter.com.

Duże zaangażowanie społeczeństwa i wzajemne informowanie o zagrożeniach, również z użyciem mediów społecznościowych, pozwoliło z całą pewnością uratować wiele osób oraz przyczynić się do wsparcia działań ratowniczych i gaśniczych. Pomimo ogromnych strat materialnych, jakie przyniósł ten pożar, wydarzenia w prowincji Alberta należy uznać za przykład, w jaki sposób mieszkańcy mogą pomóc sobie i innym używając mediów społecznościowych. [Ramsay C., 2016].

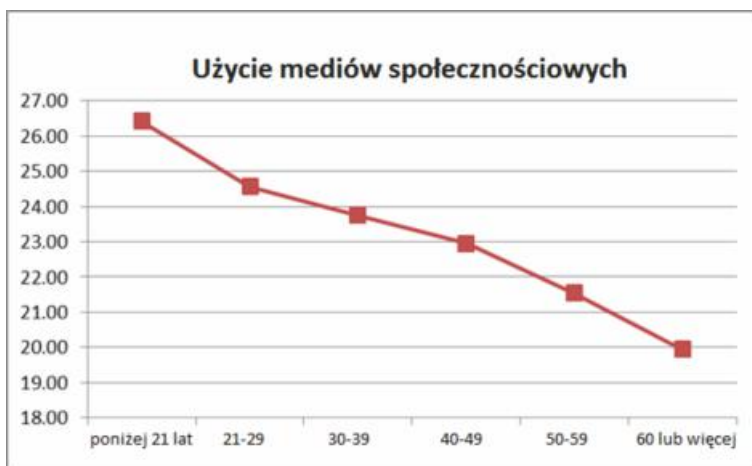
Liczne przykłady użycia mediów społecznościowych przez obywateli oraz służby ratownicze zostały zbadane również w ramach realizacji projektu EmerGent. Przypadki ich użycia pochodzące z różnych krajów i dotyczące przeróżnych zagrożeń, takich jak powódź, pożar, czy zamieszki, wskazują na wszechstronne możliwości wykorzystania tych narzędzi. [Spielhofer T. i in., 2016]

PODEJŚCIE OBYWATELI DO MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Jednym z wielu działań, jakie przeprowadzono w ramach projektu EmerGent było przeprowadzenie ankiety, w której wzięło udział 1034 obywateli (w tym 195 przedstawicieli służb ratowniczych). Przeprowadzono ją w pierwszej połowie 2015 roku w kilku krajach europejskich. Głównymi celami ankiety było zbadanie podejścia obywateli do użycia mediów społecznościowych w życiu prywatnym oraz w sytuacjach kryzysowych. Stanowi ona część badań przeprowadzonych w ramach projektu Emergency Management in Social Media Generation <http://www.fp7-emergent.eu/>.

Główne wyniki badania:

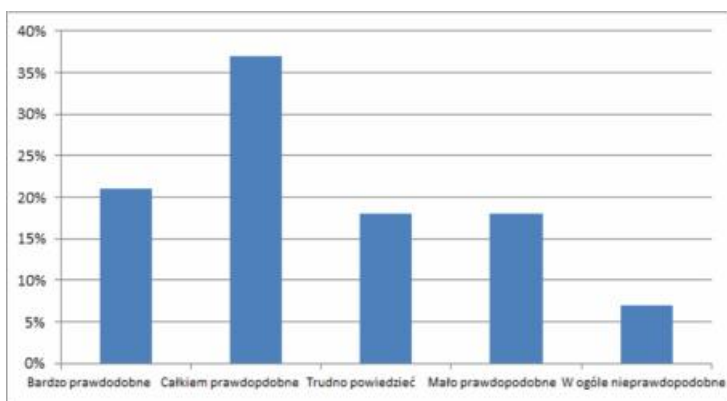
- Odnotowuje się znaczące różnice w odniesieniu do ogólnego użycia mediów społecznościowych wśród różnych grupy obywateli - dla młodych ludzi, kobiet oraz pracowników służb ratowniczych użycie mediów społecznościowych jest bardziej prawdopodobne niż dla innych obywateli.
- Generalnie, w chwili obecnej 13% obywateli nie używa smartfonów - odsetek ten rośnie wśród obywateli w wieku 50 lat lub więcej.
- Wykres nr 1 obrazuje, iż procent wskazań respondentów dla użycia mediów społecznościowych spada proporcjonalnie wraz z coraz starszym wiekiem respondentów.



Wyk. 1. Użycie mediów społecznościowych

Źródło: Opracowanie własne CNBOP-PIB na podstawie www.fp7-emergent.eu.

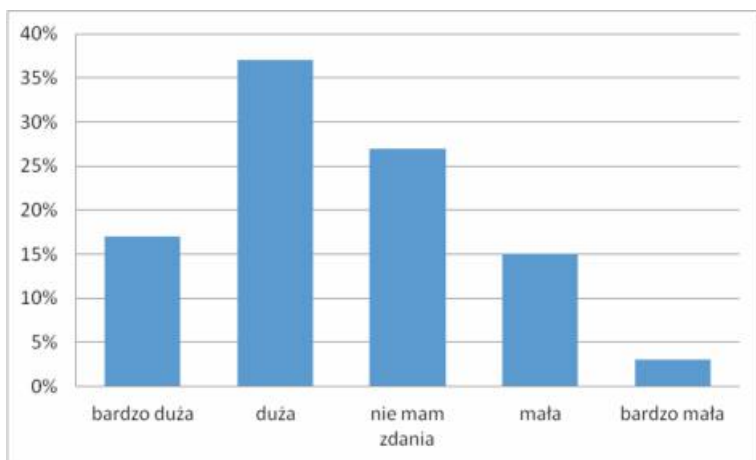
- Kobiety wykazywały znacznie bardziej pozytywny stosunek do użycia mediów społecznościowych przez służby ratownicze w czasie wystąpienia sytuacji kryzysowych - podobnie jak obywatele posiadający dzieci w wieku poniżej 18 lat.
- Nieco ponad 1/4 respondentów (27%) używała mediów społecznościowych w przeszłości na potrzeby dzielenia się informacjami w czasie wystąpienia zagrożenia lub sytuacji kryzysowej, jakkolwiek kobiety dokonywały tego częściej (jedna na trzy kobiety) niż mężczyźni (jeden na pięciu).
- 43% obywateli używało mediów społecznościowych w przeszłości do wyszukiwania informacji w czasie wystąpienia sytuacji kryzysowej - częściej były one wykorzystywane na potrzeby pozyskiwania informacji na temat warunków pogodowych lub ostrzeżeń, warunków pogodowych, zniszczeń oraz fotografii lub video świadków zdarzenia.



Wyk. 2. Prawdopodobieństwo użycia mediów społecznościowych przez respondentów do poszukiwania informacji w czasie wystąpienia zdarzenia niebezpiecznego lub sytuacji kryzysowej

Źródło: opracowanie własne CNBOP-PIB na podstawie www.fp7-emergent.eu.

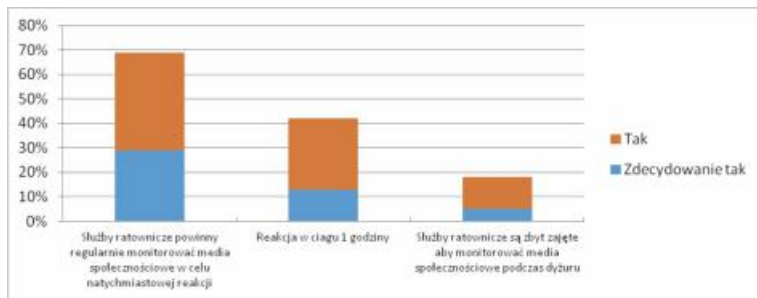
- Powyższy wykres wskazuje, że 58% obywateli sądzi, iż mogłoby użyć mediów społecznościowych w przyszłości do poszukiwania informacji w konsekwencji wystąpienia sytuacji kryzysowych takich jak: wypadek, wyłączenie prądu, trudne warunki pogodowe, powódź lub trzęsienie ziemi - jedynie 25% respondentów uważa, że jest to mało prawdopodobne.
- 16% obywateli ściągnęło aplikację na smartfona, która mogłaby pomóc w przypadku wystąpienia katastrofy lub sytuacji kryzysowej - wśród nich najczęściej używano aplikacji z ostrzeżeniami, aplikacji pogodowych, aplikacją ostrzegających przed trzęsieniem ziemi lub aplikacji dotyczącej numerów alarmowych.



Wyk. 3. Dostępność informacji wymienianych za pośrednictwem mediów społecznościowych w opinii respondentów

Źródło: opracowanie własne CNBOP-PIB na podstawie www.fp7-emergent.eu.

- Wykres nr 3 wskazuje, że 54% obywateli uważa, że informacje wymieniane za pośrednictwem mediów społecznościowych w czasie wystąpienia sytuacji kryzysowych są łatwiej dostępne niż za pomocą tradycyjnych kanałów komunikowania się, takich jak TV, radio czy strony internetowe.
- Podobnie, 77% respondentów uważa, że informacje dostarczane za pośrednictwem mediów społecznościowych są szybciej dostępne w czasie wystąpienia sytuacji kryzysowych niż za pośrednictwem tradycyjnych kanałów komunikowania się.
- Jedynie 13% ankietowanych uważa, że informacje dostarczane za pośrednictwem mediów społecznościowych są bardziej dokładne aniżeli informacje wymieniane za pośrednictwem tradycyjnych kanałów komunikowania się, prawie połowa badanych (44%) nie zgadza się z tym stwierdzeniem.
- Wykres nr 4 pokazuje, że 42% obywateli spodziewałoby się informacji zwrotnej w ciągu godziny, gdyby zwróciło się z pilną prośbą o pomoc lub informację na stronie mediów społecznościowych lokalnych służb ratowniczych.



Wyk. 4. Oczekiwania respondentów w sytuacji zgłoszenia incydentu służbom ratunkowym poprzez media społecznościowe

Źródło: opracowanie własne CNBOP-PIB na podstawie www.fp7-emergent.eu.

- Wykres nr 4 pokazuje, iż 69% obywateli zgadza się, że służby ratownicze powinny regularnie monitorować swoje konta społecznościowe, aby mogły szybko reagować na zgłoszenia - podczas gdy 18% uważa, że służby ratownicze są zbyt zajęte, aby monitorować media społecznościowe w przypadku wystąpienia zdarzenia niebezpiecznego lub sytuacji kryzysowej.
- Ogólnie odnotowuje się niską świadomość wśród obywateli co do istnienia usług świadczonych za pośrednictwem mediów społecznościowych takich jak Twitter i Facebook - w związku z tym jedynie 6% obywateli stwierdziło, iż posiada dużą znajomość usługi Twitter Alerts, podczas gdy jedynie 3% respondentów posiada dużą znajomość usługi Facebook SafetyChecks.
- Jednakże znajomość usługi Twitter jest znacznie większa w przypadku tych, którzy używają Twittera w życiu codziennym - 32% badanych, którzy używają Twittera często jest zaznajomiona z ww. usługą.
- Jedynie 4% regularnych użytkowników Facebooka (tych, którzy używają go często) stwierdziło, że są zaznajomienie z usługą Facebook SafetyChecks. [Reuter Ch. i in., 2016].

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W SYTUACJACH KRYZYSOWYCH – KORZYŚCI I ZAGROŻENIA

Włączenie mediów społecznościowych do wykorzystania w organach administracji publicznej odpowiedzialnych za zarządzanie kryzysowe może pozwolić na zwiększenie jego efektywności. W dobie rozwoju nowoczesnych technologii media społecznościowe mogą pomóc poprawić komunikację zwłaszcza z młodszym pokoleniem, które znaczną część informacji pozyskuje za pomocą tych kanałów komunikacji. Wprowadzenie mediów społecznościowych do codziennego użycia w komunikacji z obywatelami niesie ze sobą wiele potencjalnych korzyści. Z drugiej strony należy jednak pamiętać o zagrożeniach, jakie się z tym wiążą i jak należy ustrzegać się błędów.

Wśród potencjalnych korzyści użycia mediów społecznościowych w sytuacjach kryzysowych przede wszystkim należy wymienić możliwość natychmiastowego informowania obywateli o zdarzeniu oraz o bieżącej pracy służb na miejscu.

Dzięki udostępnianiu przez część użytkowników portali społecznościowych informacji o lokalizacji, możliwe staje się planowanie ewakuacji w oparciu o posty z użyciem geolokalizacji, co pomaga szybko i precyzyjnie odnaleźć osoby zagrożone.

Media społecznościowe mogą zostać również wykorzystane przez służby ratownicze do rozpowszechniania informacji o osobach zaginionych, miejscach zbiórki, itp.

W związku z tym, że urządzenia mobilne mogą działać wiele godzin po wystąpieniu np. awarii prądu, portale społecznościowe będą stanowić często jedyne możliwe kanały masowej komunikacji z ludnością zagrożoną powodzią lub pożarem.

Media społecznościowe mogą być wykorzystane również w działaniach prewencyjnych i edukacyjnych, zwiększając świadomość obywateli w kwestii zagrożeń, jak również do uzyskiwania informacji o problemach i wyzwaniach ze strony obywateli. Dzięki stałej aktywności profilów na portalach Facebook lub Twitter, administracja publiczna przyczynia się również do zwiększenia świadomości obywateli na temat użycia mediów społecznościowych w sytuacjach kryzysowych oraz miejsc, gdzie należy szukać informacji w sytuacji wystąpienia zagrożenia.

Media społecznościowe niosą jednak ze sobą określone ryzyka, również w sytuacjach kryzysowych. Jednym z nich jest kwestia wiarygodności informacji, które są za ich pomocą przekazywane. Bardzo ważnym problemem dla użytkowników portali społecznościowych jest bardzo szybkie rozprzestrzenianie się informacji niesprawdzonych, często nieprawdziwych lub celowo zmanipulowanych. Szybkość i swoboda przekazywanych wiadomości, które są ważnymi zaletami tych mediów, są również problemem, nie tylko w kwestiach związanych z zarządzaniem kryzysowym. Dodatkowym zagrożeniem, jakie

to za sobą niesie, jest ryzyko rozprzestrzeniania się paniki, szczególnie w przypadku braku natychmiastowej reakcji administracji publicznej.

Obecność służb ratowniczych na portalach społecznościowych oznacza konieczność stałego ich monitorowania, a także interakcji z innymi użytkownikami. Obywatele mogą spodziewać się natychmiastowej odpowiedzi na pytania lub informacje o zagrożeniach, w związku z tym nie powinno się pozostawiać mediów społecznościowych tylko do użycia w sytuacjach kryzysowych.

Dodatkowym ryzykiem związanym z użyciem mediów społecznościowych jest zagrożenie rozpowszechniania poufnych informacji (np. o działaniach służb), które może utrudnić działania ratownicze.

PODSUMOWANIE

Media społecznościowe stanowią ważne narzędzie komunikacji dla coraz większych grup ludności. Dostępność tych narzędzi za pomocą telefonów komórkowych stanowi dodatkowy czynnik, który wpływa na sposób i częstotliwość ich użycia przez obywateli. Szczególnie dla młodszego pokolenia stanowią one ważny kanał służący nie tylko komunikacji z rówieśnikami, lecz również do uzyskiwania informacji o bieżących wydarzeniach. Ze względu na szeroką dostępność oraz szybkość, z jaką przekazywane są informacje, portale społecznościowe mogą uzupełniać działania komunikacyjne administracji publicznej w sytuacjach kryzysowych.

Liczne przykłady użycia mediów społecznościowych w trakcie zdarzeń takich jak pożary, powódzie czy zamachy terrorystyczne wskazują, że można dzięki nim pozyskać informacje, które innymi kanałami, tj. media tradycyjne, przekazywane są ze znacznym opóźnieniem. W związku z tym, stanowią one cenne narzędzie zarówno dla obywateli, jak i służb ratowniczych.

Praktyczne aspekty użycia wykorzystania portali, takich jak Facebook czy Twitter, wskazują na wiele korzyści jakie ze sobą niosą. Należy wśród nich wymienić przede wszystkim możliwość komunikacji w czasie rzeczywistym między obywatelami a służbami, ciągłość komunikacji przy wystąpieniu awarii, np. wyłączenia prądu czy wykorzystanie informacji zamieszczanych przez mieszkańców do oceny stanu zagrożenia.

Z użyciem mediów społecznościowych wiążą się również liczne ryzyka, które należy brać pod uwagę, zwłaszcza, gdy wykorzystujemy je w komunikacji w sytuacjach kryzysowych. Znany problemem jest kwestia rzetelności zamieszczanych informacji, które mogą być celowo lub w sposób niezamierzony nieprawdziwe. Również selekcja ważnych informacji w sytuacji, gdy o danym wydarzeniu pisze jednocześnie kilkaset lub kilka tysięcy osób może stanowić poważne wyzwanie, zwłaszcza dla służb ratowniczych, które miałyby na tej podstawie podejmować ważne decyzje.

Wspomniane ryzyka i ograniczenia należy brać pod uwagę w zarządzaniu komunikacją, jednak nie powinny stanowić one podstawy do decyzji o niekorzystaniu

z tych narzędzi. W sytuacji, gdy znaczne grupy obywateli traktują media społecznościowe jako główne źródło pozyskiwania i wymiany informacji, użycie tego typu narzędzi wydaje się być niezbędne również przez podmioty administracji publicznej odpowiedzialne za bezpieczeństwo.

LITERATURA

- Berg H.P. (2010), *Risk Management: Procedures, Methods and Experiences*, RT&A #2(17) (vol. 1) 2010, June.
- Kędzierska M., Banulska A., Sobór E. (2014), *Zarządzanie kryzysowe w gminach i powiatach - stan faktyczny i oczekiwania w świetle badań ankietowych*, *Bezpieczeństwo i Technika Pożarnicza* 2014, 1, 129–143.
- Marjak H. (2014), *Potencjał i rola mediów społecznościowych w zarządzaniu kryzysowym na kolejnych etapach sytuacji kryzysowej*, *Logistyka* 5/2014, 1009-1018.
- Prentice S., Huffman E. (2008), *Social Media's New Role in Emergency Management*, [dostęp: 08.01.2016].
- Ramsay C., (2016), *Fort McMurray wildfire: Residents take to social media as situation intensifies*, [dostęp: 27.10.2016].
- Reuter Ch., Ludwig T., Friberg T., Moi M., Akerkar R., Praetzel-Wanczura S., Gizikis A., O'Brien T. (2016), *Usage Patterns of Social Media in Emergencies*, www.fp7-emergent.eu, [dostęp: 28.07.2016].
- Smetacek E. (2016), *Uttarakhand Forest Fire: How I Used Social Media to Protect India's Himalayan Foothills from Burning Down*, <http://the-ipf.com/2016/05/10/uttarakhand-forest-fire-social-media-india/>, [dostęp: 17.07.2016].
- Spielhofer T., Junge K., Cullen J., Drabble D., Hahne A.S., Bizjak G., Akerkar R., Reuter Ch., Kaufhold M.-A., Plasota T., Wenarski G., Gizikis A. (2016), *Impact of Social Media for EMS and citizens using EmerGent concepts*, www.fp7-emergent.eu, [dostęp: 28.07.2016].
- Szymonik A. (2011), *Fazy zarządzania kryzysowego*, *Logistyka* 2011. 5, (2011), 228–233.
- Użytkownicy social mediów w Polsce* (2016), www.brief.pl, [dostęp: 28.07.2016].

Strony internetowe:

1. www.facebook.com
2. www.twitter.com
3. <http://www.fp7-emergent.eu/>

STRESZCZENIE

Celem niniejszego artykułu jest analiza pozytywnego i negatywnego wpływu użycia mediów społecznościowych w sytuacjach kryzysowych związanych z katastrofami naturalnymi oraz ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi.

Media społecznościowe stają się coraz bardziej powszechną formą komunikacji, zwłaszcza dla młodszego pokolenia, również podczas sytuacji kryzysowych. Obywatele w coraz większym stopniu używają ich do wymiany wiadomości o zagrożeniach, przekazywaniu informacji do bliskich czy do alarmowania służb ratowniczych. Również administracja publiczna coraz częściej wykorzystuje te narzędzia, aby monitorować sygnały o zagrożeniach oraz informować obywateli o bieżącej sytuacji.

Wykorzystanie mediów społecznościowych w zarządzaniu kryzysowym pozwala na uzupełnienie informacji zdobywanych przez służby ratownicze metodami tradycyjnymi. Ponadto pozwala dotrzeć do wielu grup ludności w czasie rzeczywistym i z możliwością interakcji.

Poważnym wyzwaniem dla służb ratowniczych jest kwestia poprawnego wykorzystania informacji uzyskanych tą drogą, a zwłaszcza odróżnienie wiadomości prawdziwych od

fałszywych. Wiąże się z tym również problem zapobiegania wystąpienia symptomów paniki w mediach społecznościowych.

Tezy przedstawione w publikacji opierają się w dużej mierze na doświadczeniach w realizacji projektu „EmerGent: Emergency Management in Social Media Generation”, realizowanego w ramach 7. Programu Ramowego UE, w którym udział bierze CNBOP-PIB.

SUMMARY

The purpose of this article is to analyze the positive and negative impact of the use of social media in emergency situations related to natural disasters and extreme weather conditions.

Social media are becoming more and more common form of communication, especially for the younger generation, also during emergencies. Citizens use them to exchange messages about the risks, communicating information to relatives, or to alert the emergency services. Also, public administration starts using these tools to monitor signals about the risks and to inform citizens about the current situation.

The use of social media in crisis management allows supplementing the information gained by the emergency services with traditional methods. It also allows accessing many groups of people in real time and with the possibility of interaction with them.

A major challenge for the rescue services is a matter of the correct use of information obtained in this way, especially to distinguish the true from the false messages. The problem of preventing the symptoms of panic in social media is also linked to this.

The theses presented in the publication are based largely on the experience in the implementation of the project "Emergent" , under the 7th Framework Programme, in which CNBOP-PIB takes part.