

FOKUS: TEKNOLOGISERINGEN AV HUMANITÆRT ARBEID

Sosiale medier og humanitært arbeid: En god løsning på feil problem?

NILS MØRK

MSc, kommunikasjonssjef, Leger Uten Grenser

Nils.Mork@oslo.msf.org



Ny teknologi og sosiale medier har stort potensial for humanitært arbeid: de gjør humanitære organisasjoner i stand til å utvikle interaktive kart som viser behovet for hjelp; de gir mennesker i krise mulighet til varsle om hvor de er og hva slags bistand de trenger. Men hva nytter det, når kapasiteten til å *hjelp*e ikke er der?

Teknologi som gjør det mulig å kommunisere på tvers av landegrenser og kontinenter har fundamentalt endret folks oppfatning av hva som er nært, hva som er relevant og hva man kan engasjere seg i. Stadig større andeler av befolkningen i fattige land eier en mobiltelefon, og sammen med sosiale medier skaper dette muligheter for mer effektiv respons i humanitære kriser. Det er nå mulig å forutse og varsle om kriser i emning, behovskartlegging har blitt raskere og enklere, og muligheten til å kommunisere direkte med de som trenger hjelp er blitt bedre.

Et sentralt spørsmål er likevel om teknologien kan avhjelpe noen av de grunnleggende utfordringene humanitære organisasjoner sliter med i dag. Dette bidraget er et forsøk på et innside-perspektiv og ser nærmere på tre sider ved dette spørsmålet: Først, sosiale mediers potensial til å forbedre humanitære organisasjoners respons. Dernest, sosiale mediers bidrag med hensyn til å styrke stemmen til dem som trenger hjelp, og til sist, graden og typen av aktiv bruk av sosiale medier blant humanitære organisasjoner i dag.

Kan sosiale medier hjelpe humanitære organisasjoner til å forbedre sin respons?

En av de første og viktigste jobbene som må gjøres når humanitære kriser oppstår, er å få oversikt over situasjonen: behov, infrastruktur, transport, demografi. Kort sagt hvor folk er, hva de trenger, og hvordan man kan komme seg dit med riktig nødhjelp.

Haiti: bedre kartlegging med ny teknologi

Såkalte «Open-source»-plattformer har i de senere årene fått mye oppmerksomhet i humanitære kretser. I sin 2013-rapport hevder FNs sentrale humanitære samordningsenhet (OCHA) at ny teknologi kommer til å skape et «fundamentalt vannskille» når det gjelder evnen til å forbedre humanitær respons, og flytte fokus vekk fra hovedsteder og hovedkvarter over på de menneskene og lokalsamfunnene som hjelpeorganisasjoner skal hjelpe (OCHA 2013).

Etter jordskjelvet i Haiti i 2010 snakket man mye om innsatsen til en ny gruppe aktører, nemlig «volunteer and technical communities» (V&TCs) som skapte svært nyttige krisekart basert på en sammenfletting av sms-er fra haitianere i nød og satellittdata (Harvard Humanitarian Initiative 2011). Mer nylig så vi samme type initiativ etter tyfonen Yolanda på Filippinene, der MicroMappers-prosjektet, startet av Patrick Meier, skapte et lignende krisekart (se Åsveen, dette nummer; MicroMappers 2014). Erfaringer fra Leger uten Grensers arbeid i Haiti er også at bedre kartlegging styrket vår respons og gjorde oss bedre i stand til å forutse hvordan koleraepidemien ville spre seg (The Daily Dot 2012).

Samtidig indikerer våre og andre humanitære aktørers erfaringer fra både jordskjelvet og koleraepidemien på Haiti at entusiasmen for ny teknologi bør møtes med en viss skepsis.

For det første – jordskjelvet på Haiti var langt fra normen for humanitært arbeid. Et massivt jordskjelv sentrert i et urbant senter i et av verdens fattigste land skaper utfordringer som ikke primært kan løses ved ny teknologi. Det største problemet var ikke å finne ut hvor behovet var størst, men å komme til med tilstrekkelig hjelp. Våre hjelpearbeidere i felt fortalte om en situasjon der all tilgjengelig medisinsk kapasitet ble overveldet nærmest umiddelbart. Våre klinikker – eller det som var igjen av dem etter skjelvet – ble spontant fylt til over bristepunktet i løpet av minutter (Plos Medicine Community Blog 2010). Med andre ord, mangel på oversikt over behov var aldri hovedproblemet, all den tid statens og hjelpeorganisasjonenes kapasitet til å hjelpe uansett ble overveldet nærmest umiddelbart og i lang tid fremover.

Og etter jordskjelvet kom koleraen til Haiti, til et land og folk som ikke hadde hatt sykdommen tidligere og derfor var svært sårbare på grunn av uforberedt immunforsvar og manglende institusjonell evne til å håndtere kolera. En artikkel fra *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene* påpekte hvordan man brukte Twitter og andre sosiale media til å følge og forutse kolerautbruddet i Haiti raskere enn gjennom tradisjonelle epidemiologiske overvåkningssystemer (Chunara et al. 2012; Program on Humanitarian Policy and Conflict Research 2012). Dette kan skape kart og oversikt som kan sørge for at humanitære organisasjoner kommer til med riktig respons på riktig plass til riktig tid, og vi i Leger Uten Grenser dro også nytte av en slik tilnærming (The Daily Dot 2012). Når man jobber mot en raskt spredende koleraepidemi, handler slik riktig informasjon om liv og død.

Leger Uten Grenser behandlet 60 % av koleratilfellene under den første store epidemien i 2010. Tross stor innsats også fra kubanske leger døde likevel 7000 mennesker, rett foran øynene på den største ansamlingen av hjelpeorganisasjoner i manns minne.

Dette påpeker det grunnleggende problemet i Haiti. På tross av at det etter jordskjelvet var rundt 12 000 hjelpeorganisasjoner til stede i landet, var det svært få av dem som hadde kapasitet eller ekspertise til å gjøre noe meningsfylt for å stanse epidemien eller behandle de syke. Kolera behandles i stor grad med en svært gammel teknologi: rent vann. Folk på Haiti mottok tusenvis av sms-er med informasjon om faren for kolera, men det hjalp lite når majoriteten ikke hadde tilgang til rent vann eller renseanlegg. Ny teknologi eller idealistiske krisekartleggere kan ikke erstatte behovet for personell med kapasitet og ekspertise til å gjøre jobben i felt på en god og profesjonell måte (Karunakara 2010).

Den humanitære sektoren havnet her i et teknologisk-historisk dilemma: man hadde banebrytende teknologi til å skape et interaktivt kart over behov for rent vann på Haiti, men ikke ekspertise eller kapasitet til å faktisk levere rent vann til de områdene som trengte det.

Sosiale mediers rolle i å styrke stemmen til de som trenger hjelp

Sosiale mediers potensial for humanitært arbeid vurderes oftest ut fra et rent teknologisk perspektiv: tilgang til ny informasjon for kartlegging, geografisk data, behovsanalyser og annet som er nyttig for hjelpeorganisasjoner. Men sosiale medier kan også styrke stemmen til de som trenger hjelp og direkte påvirke deres situasjon. Dette kan skje på minst to måter: gjennom politisk synlighet, og gjennom å ansvarliggjøre hjelpeorganisasjoner.

Fra CNN-effekten til Twitter-effekten

CNN-effekten er en beskrivelse av moderne medias makt til påvirke staters handlingsmønstre – fra massakrene på Den himmelske freds plass til den første Irak-krigen til i dag. En lignende effekt ser vi når det gjelder medias evne til å påvirke hvem som får hjelp i humanitære kriser. «Det eneste som kunne stoppet voldshandlingene under borgerkrigen på Sri Lanka var daglige tv-bilder» (Leger Uten Grenser 2012). Sitatet er fra daværende bistandsminister Erik Solheim, ytret under et seminar vi arrangerte om Sri Lanka. Han satte fingeren på et aspekt ved vårt moderne mediesamfunn som er viktig: hvis folk flest daglig bevitner overgrep, drap eller masse mord gjennom tv-bilder hjemme i stua, vil de kreve handling.

Folks reaksjon kan være engasjement, innsamling, individuell handling – ofte sammen med et krav om at politikerne handler. I demokratiske land vil dette kravet bli tatt på alvor hvis mediedekningen er tilstrekkelig. Vi i Leger Uten Grenser har lenge påpekt en sammenheng mellom norsk mediedekning av kriser og norske statlige bistandsoverføringer; glemte kriser i media blir ofte glemt også av våre politikere og private givere. Undersøkelser vi har gjort tyder på at det norske folks kunnskap og kjennskap om humanitære kriser fortsatt i overveldende grad domineres av norske mediers dekning (Leger Uten Grenser 2011), og at svært få benytter seg av utenlandske medier, internett eller sosiale medier for selv å få en oversikt over humanitære kriser.

Hvordan ville opinionen og det internasjonale samfunnet reagert under folkemordet i Rwanda hvis Facebook og Twitter hadde flommet over av direkterapporter om overgrep og massakrer? Det er vanskelig å tro at handlingsforløpet ikke ville endret seg hvis folk flest i land verden over fikk direkte kjennskap til grusomhetene som fant sted, med navn og bilder av menneskene det gjaldt. Endrer dette seg med en generasjon som har vokst opp med sosiale medier? Erfaringene med den pågående katastrofen i Den sentralafrikanske republikk gir grunn til skepsis, særlig for land som fortsatt er langt fra å ha utbredt mobildekning og tilgang til ny teknologi.

De siste årene har verdenssamfunnet vært vitne til hvordan aktivister under den arabiske våren har brukt sosiale medier som en helt avgjørende plattform for å organisere seg (Lindsey 2013). Samtidig har man også måttet forholde seg til sterke autokratiske staters evne og vilje til å bruke samme medier til å avlytte hva folk mener eller å stenge tilgangen til sosiale medier. Det er for tidlig å si hvordan denne maktkampen vil utvikle seg. Hvordan forholder humanitære organisasjoner seg til dette?

Sosiale medier: ansvarliggjøring eller markedsføring?

En av de mest grunnleggende utfordringene ved humanitær bistand er at de som trenger hjelp har liten eller ingen makt til å vurdere den assistansen som har blitt gitt, klage eller gå til konkurrenten. Dette kan best belyses ved en sammenligning med markedsøkonomi eller demokrati: I en fungerende markedsøkonomi kan en forbruker alltid klage på en måte som produsenten er tvunget til å lytte til: liker man ikke produktet, begynner man heller å kjøpe fra konkurrenten. I demokratisk politikk stemmer man heller på et annet parti.

Men hva gjør man hvis humanitære organisasjoner feiler? Dette problemet er ikke nytt, og stammer fra en nærmest total frakobling mellom finansiering og kvalitet: pengene kommer ikke fra de som trenger hjelp, pengene kommer fra private eller statlige givere som sitter langt fra problemet i felt.

Resultatet er at folk på Haiti vet mindre om en hjelpeorganisasjons aktivitet i landet enn giverne i Norge (Wall & Robinson 2008), for å ta et tilfeldig eksempel. Sosiale medier lover her å være demokratiserende, og for den humanitære sektoren bør dette være spennende; her er det potensial for en direkte kanal for å ansvarliggjøre beslutningstakere i forhold til mennesker som trenger hjelp.

På tross av en del lovende prosjekter som setter folk i stand til å kommunisere sine behov direkte til organisasjonen (se f.eks. Infoasaid 2014; Humanitarian Innovation Fund 2014), er det vanskelig å se at dette er hovedprioriteringen i hjelpeorganisasjoners tilnærming til sosiale medier (Markets For Good 2013). De fleste hjelpeorganisasjoner benytter seg av sosiale medier, men da hovedsakelig som et markedsføringsverktøy; som enda en kanal for å kommunisere med reelle og potensielle givere og støttespillere. På samme måte bruker hjelpeorganisasjoner enorme mengder tid, energi og ressurser til å rapportere om sine feltaktiviteter til private og offentlige givere, langt borte fra menneskene vi faktisk skal hjelpe. Rapportering til statlige donorer er svært tidkrevende og kan bli nærmest dominerende for mange aktører. Alt dette gjøres for å være ansvarlige, og det er forståelig, til dels også nødvendig. Men hvem har hørt om en evalueringsrapport som stiles til og deles med de kolerasyke på Haiti? Hvem har satt opp en Facebook-gruppe som fungerer som en klagekanal for de man skal hjelpe i Malawi? Teknologien gjør dette mulig, men det prioriteres ikke.

Det er ikke overraskende at de aller fleste hjelpeorganisasjoner – Leger Uten Grenser er intet unntak – anser sosiale medier som Facebook og Twitter som verdifulle verktøy for å styrke vår rapportering til givere, mobilisere nye støttespillere, samle inn penger og legge press på myndigheter. Dette er også en viktig måte å spre informasjon om kriser som tradi-

sjonelle media ikke har korrespondenter eller ressurser til å dekke. Men hjelpeorganisasjoner har mye å lære om hvordan sosiale medier kan brukes til å kommunisere med dem dette egentlig handler om: mennesker som er berørt av kriser, naturkatastrofer eller krig.

Uten effektiv kommunikasjon med befolkningen man jobber for å hjelpe, må man heller akseptere at de gjør seg opp sin egen mening. Leger Uten Grenser publiserte i 2012 en rapport om hvordan vi oppfattes av mennesker i kriser, og resultatene viser at svært mange har oppfatninger om oss som vi vanskelig kan kjenne oss igjen i (Abu-Sada 2012). De fleste forstår at vi driver medisinsk arbeid, men vi har en lang vei å gå før vi kan stole på at folk forstår at vi er uavhengige både av FN-systemet og vestlige makter, at vi er upolitiske, at vi finansieres 90 % av private givere, at vi ikke er religiøst begrunnet, at vi ikke tar side i konflikter og så videre.

Vi har forsøkt å jobbe med dette ved å integrere sterkere og bedre kommunikasjon med lokalbefolkningen i alle prosjekter. Det gjenstår å se om vi klarer å bruke sosiale mediers gjennomslagskraft til dette. Skal vi få til det, må det prioriteres høyere – også hos oss.

Konklusjon: Mens vi venter på revolusjonen ...

Sosiale medier har allerede forandret verden, og kommer til å fortsette å gjøre det på måter vi i dag vanskelig kan forutse. Ny teknologi kan gjøre humanitær respons bedre og mer effektiv, og sosiale medier har også et stort potensial for å bidra til økt ansvarliggjøring av hjelpeorganisasjoner vis-à-vis menneskene de skal hjelpe i felt. Samtidig er det grunn til å utvise en viss skepsis med hensyn til hva teknologien kan utrette.

Humanitært arbeid i felt er vanskelig, å sørge for effektiv logistikk i kriseområder er vanskelig, å utvikle den mentaliteten og de sikkerhetssystemene som skal til for å jobbe i katastrofer er vanskelig. Ingen av disse utfordringene lar seg umiddelbart løse av nettdugnad («crowdsourcing»), interaktive kart eller Facebook. Det største problemet er rett og slett at det ikke foreligger tilstrekkelig kapasitet og evne til å hjelpe de som trenger det.

Sosiale medier kan også være en direkte utfordring for CNN-effekten og gi mennesker i krise en sterkere global stemme, en sterkere mulighet til å påvirke verdenssamfunnets politiske vurderinger. Dette er en endring som er på vei, men det virker som vi må vente på et generasjonsskifte før sosiale medier blir en kanal som kan konkurrere med tradisjonelle mediers makt til å sette politisk dagsorden.

Det er gode grunner til å være kritisk innstilt til entusiasmen for ny teknologi. Man må kunne gå før man kan løpe, og i dag er det globale humanitære systemet knapt i stand til krype, slik vi i skrivende stund

bevitner i Den sentralafrikanske republikk (Médecins Sans Frontières 2013).

Samtidig er det grunnlag for en viss optimisme. Det virker sannsynlig at sosiale medier i nær fremtid vil få en stadig sterkere ansvarliggjørende effekt. Når flere og flere mennesker som er fanget i kriser får tilgang til mobilteknologi og sosiale medier, virker det sannsynlig at de kommer til å benytte seg av muligheten til å kritisere feilslåtte hjelpeaksjoner. Særlig hvis menneskene som trenger hjelp selv kan overvåke hvordan hjelpeorganisasjoner kommuniserer den hjelpen de gir, og gi en verdifull og uan-gripelig korreks.

Her ligger den viktigste årsaken til optimisme: humanitær teknologi-agendaen har tusenvis av mennesker bak seg, nettopp mennesker som lider i kriser, katastrofer og krig i dag, som allerede har eller snart får tilgang til sosiale medier og en mobiltelefon.

Presset må komme fra de som har mest å vinne på endring – menneskene vi forsøker å hjelpe.

Litteratur

- Abu-Sada, Caroline (red.) (2012) *How People in Crises Perceive Humanitarian Aid*. New York: Doctors Without Borders/Médecins Sans Frontières (MSF), Humanitarian Outcomes, og NYU Center on International Cooperation.
- Chunara, Rumi, Jason R. Andrews & John S. Brownstein (2012) Social and News Media Enable Estimation of Epidemiological Patterns Early in the 2010 Haitian Cholera Outbreak. *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 86(1): 39–45.
- Harvard Humanitarian Initiative (2011) *Disaster Relief 2.0: The Future of Information Sharing in Humanitarian Emergencies*. Washington, D.C. og Berkshire, UK: UN Foundation & Vodafone Foundation Technology Partnership.
- Humanitarian Innovation Fund (2014) Piloting Accountability Systems for Humanitarian Aid in Somalia. Tilgjengelig på: <http://www.humanitarianinnovation.org/projects/large-grants/drc-somalia>. Lesedato: 05.03.2014.
- Infoasaid (2014) What we did. Tilgjengelig på: <http://www.infoasaid.org/what-we-do>. Lesedato: 04.03.2014.
- Karunakara, Unni (2010) Haiti: where aid failed. *The Guardian*, 28.12.2010.
- Leger Uten Grenser (2011) Medieanalyse: Glemte kriser. Tilgjengelig på: <http://www.legerutengrenser.no/sites/default/files/rapporter/Glemte-Kriser-2011.pdf>. Lesedato: 05.03.2014.
- Leger Uten Grenser (2012) Speaking out or shutting up? Humanitarian dilemmas from Sri Lanka to Somalia. [Frokostseminar] Oslo, 20.06.2012.
- Lindsey, Richard A. (2013) What the Arab Spring Tells Us About the Future of Social Media in Revolutionary Movements. *Small Wars Journal*, 9(7).
- Markets for Good (2013) The Ultimate Accountability in Humanitarian Aid. Tilgjengelig på: <http://www.marketsforgood.org/the-ultimate-accountability-in-humanitarian-aid/>. Lesedato: 02.03.2014.

- Médecins Sans Frontières (2013) Central African Republic: Open Letter. Tilgjengelig på: <http://www.msf.org/article/car-open-letter-un>. Lesedato: 23.01.2014.
- MicroMappers (2014) Tag Tweets to Support Typhoon Relief Efforts in Philippines! Tilgjengelig på: www.micromappers.com. Lesedato: 05.03.2014.
- OCHA (2013) *Humanitarianism in the Network Age*. New York: FNs sentrale humanitære samordningsenhet (OCHA).
- Plos Medicine Community Blog (2010) MSF in Haiti: Rapidly responding to the emergency medical needs of Haiti's earthquake victims. Tilgjengelig på: <http://blogs.plos.org/speakingofmedicine/2010/01/17/msf-in-haiti-rapidly-responding-to-the-emergency-medical-needs-of-haiti%E2%80%99s-earthquake-victims/>. Lesedato: 24.03.2014.
- Program on Humanitarian Policy and Conflict Research (2012) The Promise of Social Media for Humanitarian Action? Tilgjengelig på: <http://hpcrresearch.org/blog/hpcr/2012-05-10/promise-social-media-humanitarian-action>. Lesedato: 23.02.2014.
- The Daily Dot (2012) How Doctors Without Borders is mapping the world's epidemics. Tilgjengelig på: <http://www.dailydot.com/news/doctors-without-borders-sxsw-ivan-gayton/>. Lesedato 22.02.2014.
- Wall, Imogen & Lisa Robinson (2008) Left in the dark: The unmet need for information in humanitarian responses. *Policy Briefing #2*. London: BBC World Service Trust.