



IT- og Telestyrelsen

Ministeriet for Videnskab
Teknologi og Udvikling

borger.dk

August 2011

Myndighedernes erfaringer med og planer for web 2.0-kommunikation - resultater af spørgeskemaundersøgelse.

Indhold

1. Indledning.....	2
2. Hovedresultater af undersøgelsen.....	3
Overordnede konklusioner	3
3. Detailresultater af undersøgelsen.....	6
3.1 Brug af debatmoduler, blogs, artikelkommentering, borgerpanel, chat-mulighed, Wikies m.m.....	6
3.2 Brug af sociale medier: Facebook, Twittter, YouTube, My Space og andre sociale medier	10
3.3 Myndighedernes erfaring med brug af web 2.0:.....	14
3.3.1 Formål og værdi.....	14
3.3.2 Positive og negative erfaringer	16
3.3.3 Anvendelse af brugernes bidrag og betydning for beslutninger	17
3.3.4 Borger/brugerdeltagelse.....	18
3.3.5 Censur, begrænsninger og ansvarspådragelse	19
3.3.6 Ressourceanvendelse, strategi og ekstern kommunikation om web 2.0.....	20
3.4 Gode råd om web 2.0 til myndighederne	22
3.5 Myndigheder uden web 2.0 - aktiviteter.....	24
Planer om anvendelse, syn på muligheder og barrierer	24
Bilag 1: Undersøgelsens omfang og sigte	27

1. Indledning

Formålet med spørgeskemaundersøgelsen har været at undersøge, i hvilket omfang myndighederne anvender web 2.0 og sociale medier, herunder at formidle erfaringer og gode råd. Undersøgelsen videregiver også eksempler på forskellig web 2.0-anvendelse samt gode historier, hvor offentlige myndigheder med fordel har brugt web 2.0 værktøjer i deres kommunikation. Myndigheder der ikke anvender web 2.0 er spurgt om, planer for web 2.0-anvendelse og hvilke udfordringer de ser.

Spørgeskemaet er udsendt til i alt 194 myndigheder, heraf 18 ministerier, 70 styrelser eller tilsvarende myndigheder, 98 kommuner og 8 myndigheder mv. på regionalt niveau. Der er modtaget i alt 102 svar fra 8 ministerier (44 %), 36 styrelser (51 %), 52 kommuner (53 %) og 6 regionale myndigheder og institutioner (75 %). Dette giver en samlet svarprocent på 53. Spørgeskemaet er besvaret af myndighederne i 3. kvartal 2010.

Det er et omfattende materiale, der er kommet ud af 102 svar på 27 forskellige spørgsmål, fordi der er lagt vægt på, at myndighederne har kunnet skrive frit om deres erfaringer med og syn på web 2.0.

Eksempler og erfaringer til inspiration

Under detailbeskrivelse af resultaterne er udvalgt forskellige eksempler fra besvarelsenerne på den offentlige web 2.0-anvendelse til inspiration.

IT- og Telestyrelsens videre arbejde med web 2.0 kommunikation

Udgivelse af inspirationsmagasin om e-demokrati

I august måned 2011 har Kommunernes Landsforening og IT- og Telestyrelsen i fællesskab også udgivet et inspirationsmagasin om e-demokrati – med en række cases, som formidler viden og vejledning om offentlige myndigheders anvendelse af nettet til digital borgerinddragelse ved hjælp af web 2.0, blandt andet også juridiske aspekter. Hensigten med inspirationsmagasinet er at fremme borgerinddragelse i de politiske beslutningsprocesser ved anvendelsen af digitale medier.

Magasinet kan ses her: www.itst.dk/demokrati-magasin

Pilotprojekter om business cases for web 2.0-brug

På de følgende sider er undersøgelsens hovedkonklusioner anført. En af dem er, at kendskabet til den reelle effekt af at bruge web 2.0-kommunikation er ukendt. En del af de adspurgte myndigheder giver udtryk for, at netop den potentielle effekt er uklar for dem, og de savner en business case, der kan være retningsgivende for dem i deres valg af medier og prioritering af kanaler.

IT- og Telestyrelsen har derfor forsøgt at identificere eksisterende business cases for web 2.0 brug, såvel nationalt som internationalt. Men der findes ikke umiddelbart kendte business cases. Styrelsen vil derfor

gennemføre to pilotprojekter for at udvikle business cases på konkrete web 2.0-aktiviteter. Det ene projekt skal opstille en business case for brugen af sociale medier i forbindelse med borgerrettede kampagner. Det andet projekt skal undersøge business casen ved at bruge et mix af indhold og social medie-funktionalitet til at kanalisere brugere mod selvbetjening. Der fokuseres på såvel økonomiske som ikke økonomiske effekter. Projekterne gennemføres i 2. halvår af 2011, og resultaterne vil blive offentliggjort på www.digitaliser.dk.

Aktiviteter i forlængelse af Borger.dks forretningsstrategi for brugerinddragelse og web 2.0

Myndighedernes svar har været til stor inspiration for borger.dk's fastlæggelse af en forretningsstrategi for brugerinddragelse og anvendelse af web 2.0. På denne baggrund igangsættes aktiviteter, der skal ses som innovations- og ideudviklingstiltag for at få en bedre fællesoffentlig borgerportal. Borgerne får via web 2.0 mulighed for at stille konkrete forslag til, hvordan indholdet på borger.dk kan forbedres. Næste skridt bliver en mulighed for at rate og kommentere på de selvbetjeningsløsninger, som myndighederne stiller til rådighed på borger.dk. Dette initiativ skal afdække brugermæssige udfordringer i de offentlige selvbetjeningsløsninger, og resultaterne får de myndigheder, der er ansvarlige for løsningerne, adgang til. Som et pilotprojekt vil borger.dk også gå på Facebook med henblik på profilering og markedsføring samt nyhedsformidling. Borger.dk vil i projektet have fokus på effekt af aktiviteterne. Borger.dk's forretningsstrategi for brugerinddragelse og web 2.0 kan læses på:

https://www.borger.dk/_layouts/BorgerDK/Permalink/permalink.aspx?PageId=a9fdd43f-d826-4971-a2e5-7e96bd656c39

2. Hovedresultater af undersøgelsen

Overordnede konklusioner

- Der er mange myndigheder, der er begyndt at gøre sig erfaringer med at anvende web 2.0 i deres kommunikation, og mange myndigheder gør sig overvejelser om at tage web 2.0 værktøjer i anvendelse. Der er dog endnu forholdsvis få myndigheder, der kan betegnes som drevne web 2.0 brugere med omfattende erfaring
- Det største succesområde er nærdemokratisk anvendelse af web 2.0 på de enkeltsager, der engagerer borgerne. Her er entydig succes, såfremt der er fokus på incitament for borgerne til at deltage. Emnerne for borgerinddragelse skal være konkrete og opleves relevante. Det er afgørende, at man formår at fange borgernes interesse. Det gør man typisk, hvis det berører dem personligt. Emner der har givet megen borgerfeedback er f.eks. ny skolestruktur, skolelukninger, forslag til besparelser fra borgerne og udviklingsplaner
- Der er også entydig succes med aktiv borgerdeltagelse i patientnetværk på nettet
- Der er flere eksempler på kommunale myndigheder for hvem det i stor udstrækning er lykkedes at indhente innovative bidrag fra borgerne f.eks. i forbindelse med budgetlægning og deling af innovative ideer via web 2.0
- Der mangler konkrete business cases for web 2.0 brug, der kan dokumentere den reelle effekt.

Anvendelse af borgerpaneler, debatmoduler, blogs og artikelkommentering

- Der ser ud til, at især mange kommunale myndigheder har megen gavn af elektroniske borgerpaneler. Panelerne bruges forskelligt fra mere politiske spørgsmål og udviklingstiltag til spørgsmål om brugervenlighed på hjemmesider

- ¼ af de myndigheder, der har svaret, har gjort sig erfaringer med debatmoduler og blogs. Det er ikke nødvendigvis de samme myndigheder, der har begge dele. Anvendelse af chat som en web 2.0 kommunikationsmulighed er yderst begrænset. Chatformen vurderes af flere myndigheder som meget ressourcekrævende
- Der er 16 myndigheder der svarer, at de anvender web 2.0 til at optimere og kvalificere indholdet på deres hjemmesider efter brugerbehov via en aktiv kommenterings- eller ratingfunktion (mulighed for mailsvar er ikke medregnet). Der er dog flere myndigheder, der har planer om at indføre en kommentérfunktion.

Anvendelse af sociale medier

- Anvendelsen af de egentlige sociale medier og forsøg hermed er ved at vinde stor udbredelse blandt offentlige myndigheder. Hele 49 af de 102 myndigheder er aktive på Facebook eller har/har haft korterevarende aktiviteter der
- Af de 102 myndigheder anvender 19 Twitter, og 25 myndigheder anvender YouTube
- Facebook anvendes til meget forskelligt f.eks. markedsføring, branding, kampagner og nyhedsformidling. Der er megen opmærksomhed fra myndighederne mod Facebook som en mulig henvendelseskanal til yngre målgrupper
- Hos nogle af myndighederne er der en usikkerhed at spore i forhold til effekten af Facebook-aktiviteten
- Det fremgår af svarene, at uanset om man er Facebook-aktiv eller ej, er det fornuftigt at overvåge indholdet på de sociale medier for at følge med i, hvad andre skriver om myndigheden.

Myndighedernes erfaring med web 2.0 kommunikation

- De mest udbredte formål med web 2.0 aktiviteter, som myndigheder med erfaring nævner, er dialog med brugerne, komme tættere på dem, nå nye målgrupper, markedsføring, synlighed og profilering
- De værdier der tilføres myndighederne er f.eks. bedre gensidig forståelse myndighed/brugere, mulighed for at imødekomme brugernes behov, den nærdemokratiske værdi, innovative ideer fra brugerne, kvalificering af indhold på hjemmesiden, synlighed, profilering og åben forvaltning
- De gode erfaringer ligger i forlængelse heraf og kan sammenfattes til synlighed, dialog, demokrati, nærhed, gennemsigtighed og forbedring af indhold
- De negative erfaringer der nævnes er ressourceforbrug og manglende succes med brugerdeltagelse. Flere af de mere drevne web 2.0 myndigheder nævner, at de ikke ser specielt negative erfaringer
- Der er generelt ikke mange myndigheder, der har haft problemer med spam og underlødige indlæg
- Der er ikke noget entydigt billede af myndighedernes ressourceanvendelse til web 2.0. Dette er naturligvis afhængigt af, hvor meget myndigheden satser på det. Under gennemgangen af detailresultater er angivet forskellige eksempler på ressourceforbrug
- De gode råd til andre myndigheder deler sig i to retninger. Den ene retning siger: Lav en gennemtænkt strategi, som forklarer hvorfor og sæt mål. Den anden retning står for en mere

pragmatisk: Bare kom-i-gang-holdning. De gode råd videregives under detailresultater af undersøgelsen.

Myndigheder uden web 2.0-erfaring – holdninger til brugen

- Der er usikkerhed hos myndigheder uden erfaring med web 2.0, om – eller hvordan - de skal gribe web 2.0 an
- Manglende ressourcer til web 2.0 aktiviteter er den mest udbredte begrundelse for ikke at give sig i kast med det
- Andre myndigheder har ikke fundet klare incitament og fordele ved at gå i gang med web 2.0 kommunikation
- Frygten for kontroltab og negativ omtale spiller i nogen grad ind.

Behov for videndeling

Der er tilsyneladende et generelt ønske om videndeling og sparring om web 2.0 blandt myndighederne hos både brugere og ikke brugere af web 2.0. Det gælder emner som business cases, strategier og retningslinjer for medarbejderes brug af web 2.0, juridiske overvejelser om ansvars pådragelse og jura i forhold til Facebook og lignende. Der peges også på emner som aktindsigt i forhold til de sociale medier med henblik på ensartet praksis, diskussion af balancen mellem privat profil og det at udtale sig på vegne af centraladministrationen og f.eks. krisekommunikation via sociale medier.

Forum for videndeling om web 2.0 og sociale medier på www.digitaliser.dk

IT- og Telestyrelsen stiller på digitaliser.dk et forum for videndeling til rådighed, hvor løbende erfaringsudveksling kan finde sted på: <http://digitaliser.dk/group/41674> ”Sociale medier erfaringer og anbefalinger”, hvor denne publikation også er lagt.

3. Detailresultater af undersøgelsen

3.1 Brug af debatmoduler, blogs, artikelkommentering, borgerpanel, chatmulighed, Wikies m.m.

Myndighedernes brug af diverse former for web 2.0-værktøjer (tallene er baseret på 102 svar, heraf er halvdelen kommunale svar)				
Debatmoduler	Blogs	Artikelkommentering og bidrag til indhold på hjemmesiden	Borgerpaneler	Chat
26 myndigheder heraf: 1 ministerium 5 styrelser 18 kommuner	22 myndigheder heraf: 2 ministerier 6 styrelser 11 kommuner 3 regioner	17 myndigheder heraf: 2 ministerier 5 styrelser 9 kommuner 1 regional mynd.	18 myndigheder heraf: 3 styrelser 13 kommuner 2 regionale mynd.	5 myndigheder heraf: 2 styrelser 3 kommuner
25 %*	22 %*	17 %*	18 %*	5 %*

* % af de besvarende myndigheder

Debatmoduler

26 myndigheder ud af 102 anvender debatmoduler, heraf 18 kommuner
2 myndigheder planlægger at oprette debatmodul
5 myndigheder har forsøgt – men med ringe succes
3 myndigheder har lukkede debatfora

Det er især kommunerne, der har taget forskellige former for debatmoduler i anvendelse. De fleste anvender debatmodulerne med jævne mellemrum. Indgangsvinklen på den kommunale front er som regel nærdemokratiske tiltag, hvor politiske emner sættes til debat (budgetdebat, ny skolestruktur, udviklingsplaner m.m.).

Eksempler og erfaringer

- Odder Kommune har været i stand til at generere 696 indlæg til politikernes spareplan blandt andet ved en kombination af anvendelsen af flere web 2.0 medier (debatmodul på hjemmesiden, Facebook med opdatering vice versa)
http://www.oddernettet.dk/site.aspx?RoomID=14&LangRef=1&Area=&topID=&ArticleID=916&MenuID=25&ExpandID=130&iframeTitle=debat&iframeurl=.%2fodder_debat%2foverview.asp%3fArticleID%3d916%26LangRef%3d1 (klik på hjemmesiden på ”Odderdebat”)
- Aarhus Kommune har f.eks. fået engageret borgerne i et forslag om at øge Aarhus Kommunes kendskabsgrad ved at ændre stavemåden fra Å til aa <http://www.aarhus.dk/politik/Debat/Aa-eller-Aa.aspx>

- IT- og Telestyrelsen har oprettet forummet: <http://digitaliser.dk>, som er fælles indgang til digitalisering for alle myndigheder, leverandører og andre, der ønsker at deltage i udviklingen af det digitale Danmark. Man kan her dele viden og ressourcer, debattere og kommentere hinandens synspunkter.

Blogs

22 myndigheder ud af 102 har blogs – de 11 er kommunale blogs

De fleste blogs er tidsbegrænsede fra sag til sag. (Et par blogs giver dog ikke mulighed for dialog eller kommentering). To kommuner nævner, at det er biblioteker, der står for dem. For kommunale blogs er det især dialog med politikere og emner som syn på udviklingsplaner, der blogges om.

Eksempler og erfaringer

- Styrelsen for Internationale Uddannelser har to blogs. Den ene blog <http://blog.udiverden.dk> tilføjer en dimension til det øvrige indhold på udiverden.dk og formidler unges konkrete oplevelser skaber mulighed for en ung-til-ung vejledning ved at lade brugerne indgå i dialog med hinanden. Der er mulighed for referencer til sociale medier. På bloggen på <http://my.studyindenmark.dk> kan de studerende fortælle om deres oplevelser. Styrelsen har dialog med brugerne gennem de spørgsmål, der stilles i fora. Dog er styrelsens forventninger til studerendes deltagelse fra flere typer udlandsophold endnu ikke helt indfriet. Indtil nu er det kun universitetsstuderende, der har produceret blogindlæg
- Eksempel på kommunal innovationsaktivitet: Syddjurs Kommune har startet et innovationsprojekt, som er igangsat som en del af budgetlægningen. Ansatte og borgere kan komme med deres indlæg til innovation. Der er på få måneder indhentet 155 innovative ideer, som ligger tilgængelige på hjemmesiden med kommentarer fra kommunen og en tovholder på hvert forslag. Aktiviteten er fortsat efter budgetlægningen som en almindelig innovationsside med blog: <http://www.syddjurs.dk/innovation>
- Sundhed.dk har i samarbejde med danske Regioner og regionerne etableret patientnetværk: <https://www.sundhed.dk/Profil.aspx?id=20265.828>, hvor patienter har mulighed for at få støtte og viden om deres sygdom gennem webbaseret kommunikation med pårørende, sundhedsfagligt personale og ikke mindst patienter med samme sygdom. Netværkene giver overblik og muligheder for, at patienten kan have en aktiv rolle i sit eget patientforløb og ”spille med”. For tiden findes netværk for kvinder med gentagne aborter, for kvinder med livmoderhalskræft samt netværk for børneinkontinens, lymfødeme og kronisk ødem, operation for svær overvægt samt seksuelle overgreb.

Artikelkommentering og bidrag til indhold på hjemmesiden

17 myndigheder ud af 102 giver mulighed for artikelkommentering og bidrag til indhold på hjemmesiden
5 myndigheder har planer om at indføre kommentérfunktion

Kommentérfunktionen tilgår som oftest den redaktionelt ansvarlige for den pågældende tekst. E-mails er ikke medtaget, ej heller tip en ven og bookmarkfaciliteter, som en del myndigheder har.

Eksempler og erfaringer

- Eksempel på udfoldet web 2.0 kommunikation på hjemmeside med synlige brugerkommentarer: Erhvervs- og Byggestyrelsen: På www.startvaekst.dk kan alle artikler kommenteres, rates, tagges og deles. Brugernes kommentarer er synlige
- Eksempel på mulighed for rating af artikler: Forbrugerstyrelsens portal for offentlig forbrugerinformation
<http://www.forbrug.dk/Artikler/Dine-rettigheder/Forbrugerguides/Koebeloven/Det-skal-du-vaere-opmaerksom-paa-naar-du-koerber-braende?tc=E565142D165945B0B0DFF1B8C006DE8A>
- Eksempel på artikelkommentering direkte til redaktion
Arbejdsskadestyrelsen: "Mangler der noget på siden"
<http://ask.dk/da/Nyttig%20viden/Er%20du%20kommet%20til%20skade%20pa%20arbejdet.asp>

Borgerpanel

18 myndigheder ud af 102 har oprettet et elektronisk borgerpanel
5 myndigheder har planer om oprettelse
17 af de 23 myndigheder, der har/har planer om borgerpanel er kommunale myndigheder

Panelerne bruges til meget forskelligt fra borgerinddragelse i politiske udviklingstiltag og servicetilbud hos myndigheden til spørgsmål om brugevenlighed på hjemmesiden. Som regel spørges borgerpanelet 2-4 gange om året.

Eksempler og erfaringer

- Roskilde Kommunes borgerpanel har eksisteret i 3 år og der gives mulighed for at besvare spørgeskemaer enten elektronisk eller på papir. Borgerpanelet er åbent for alle, men svarene "vægtes", så de svarer til fordelingen af borgere i kommunen i forhold til køn, alder og geografi. Panelet er et vigtigt redskab til at indsamle borgernes holdninger til den service kommunen udfører, og de tanker der er om nye tilbud fremover. Panelet består af mindst 1.400 deltagere. Såfremt der er 800 besvarelser giver det kommunen mulighed for at nedbryde svar i en række bagvedliggende variable såsom køn, alder og geografi uden at det går ud over svarenes validitet
- Flere myndigheder anvender borgerpaneler, hvor deltagerne spørges om tiltag og ideer til hjemmesiden. Panelet bruges også til at rekruttere personer til fokusgrupper og usabilitytests. Det gælder f.eks. den fællesoffentlige borgerportal borger.dk og Miljøstyrelsen.

Chat

5 ud af 102 myndigheder har chatmulighed - 2 myndigheder overvejer at indføre chat

Chat som kommunikationskanal vurderes af flere myndigheder som ressourcekrævende.

Eksempler og erfaringer:

- IT- og Telestyrelsen har på borger.dk etableret en chat, hvor borgerne kan få hjælp fra kl. 9 – 16 til spørgsmål om det offentlige. Det er vurderingen, at chat-aktiviteten er ressourcekrævende sammenlignet med telefonbesvarelse af spørgsmål. Chatten lukkes i tilfælde af travlhed ved telefonerne.
- Vejle Kommune har ungdomsrådgivning en gang om ugen i tre timer på chat
- Odder kommune benytter chat ved flere lejligheder, men har ikke specielt gode erfaringer med det ved inddragelse og politisk debat. Kommunen benytter hellere andre inddragelsesmedier som f.eks. debatforum, Facebook og borgerpanel
- Sorø Kommune har etableret chatmulighed for borgerne med hjælp til selvbetjening, også på hverdagsaftener.

Wikies

Enkelte myndigheder bruger wikies til interne formål. En myndighed har overvejelser om at starte en wiki på landbrugsområdet. Flere myndigheder opdaterer Wikipedia med emner inden for deres ressort (eksempelvis Forsvarsministeriet), eller med en generel omtale af myndigheden.

Eksempler og erfaringer:

- Brugerskabt indhold på en wiki-lignende hjemmeside: Et eksempel på meget aktiv brugerinddragelse som en forudsætning for indhold og liv på hjemmesiden er Kulturarvstyrelsens <http://www.kulturarv.dk/1001fortaellinger>. Hjemmesiden er et socialt site, hvor brugerne selv kan oprette profil, bidrage med fortællinger, udpege nye steder, vælge favoritter, lægge billeder og video op og meget mere. Borgerne kan finde kulturarv, som man ikke kender eller har savnet, få oplevelser eller genopfriske viden om dansk kulturarv. Borgerne kan selv bidrage med fortællinger om steder i landet, som de holder af via kommentarer, fotos, links, video, de kan sætte nye prikker på kortet, hvis man synes, der mangler nogle steder, og har en god historie om et sted. Fortællingerne er skrevet af 180 af landets fremmeste eksperter inden for kulturarv og historie, men sitet skal i høj grad drives frem af brugerne. Sitet vil i kraft af bruger- og ekspertdeltagelse vokse som vidensbank om kulturarv og kulturmiljøer og samtidig være en digital mødeplads for kultur- og historieinteresserede
- Kystdirektoratet henviser til artikler på wikipedia om forskellige lokaliteter gennem www.kyst.dk online, der er en visuel indgang til oplysninger fra Kystdirektoratet.

Andet

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen overvejer at åbne muligheder for to-vejs kommunikation i forbindelse med et ”moderniseringsprogram” på en mere moderne IT-plattform, for at kunne fuldføre en komplet digitalisering af kontakten til virksomhederne. En forundersøgelse viser, at brugerne ønsker og forventer dialog og medinddragelse, også i udviklingsfasen.

Eksempler og erfaringer:

- Ekspertbrevkasser: Der er f.eks. ekspertbrevkasser på www.startvaekst.dk (Danske Advokater, ASE (a-kassen for selvstændige erhvervsdrivende), Foreningen registrerede revisorer, Skat, Patent- og Varemærkestyrelsen, Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, Dansk Managementråd, Eksportrådet samt Væksthusene). Der er mulighed for at stille spørgsmål og få svar inden 24 timer, og spørgsmål og svar offentliggøres i anonymiseret form, hvis spørgeren ønsker det. Der er udarbejdet et sæt etiske retningslinjer for ”Spørg eksperten”, der er tilgængelige på hjemmesiden
- Erhvervs- og Byggestyrelsens www.boligejer.dk (spørgsmål til Danske Boligadvokater, Energitjenesten og Center for energibesparelser) Svarene offentliggøres i anonymiseret form.

3.2 Brug af sociale medier: Facebook, Twittrer, YouTube, My Space og andre sociale medier

	Svar på undersøgelsen i alt	Heraf anvendelse af Facebook	Heraf anvendelse af Twitter	Heraf anvendelse af YouTube	Heraf andre medier
Ministerier	6	2	2	2	4 (Flickr, LinkedIn og Wikipedia)
Styrelser	36	16	6	8 + 4 har planer	5
Kommuner	52	28	9	12 + 2 har planer	5
Regioner	3	3	2	3	3
I alt	102	49	19	25 + 6 har planer	17

Facebook

I alt 49 myndigheder af de 102 er aktive eller har korterevarende aktiviteter på Facebook

Facebook anvendes til markedsføring, branding, kampagner, henvendelser til særlige målgrupper (unge nævnes ofte) samt nyhedsformidling.

Der er hos nogle af myndighederne en vis usikkerhed at spore i forhold til effekten af myndighedernes anvendelse af Facebook.

Ingen myndigheder oplyser trafiktal på deres Facebook-side, og nævner kun synlige indikatorer som ”synes godt om”.¹

Eksempler og erfaringer

Bredt formål med Facebookanvendelse

- Holstebro Kommune har en mangesidet brug af Facebook. Kommunen formidler nye indslag fra Holstebro TV og kommunens borgerservice formidler nyheder, blandt andet aktuelle borgervendte nyheder fra den fællesoffentlige borgerportal borger.dk. Kommunen bruger også Facebook til at efterlyse billeder og videoer fra området, som senere kan blive vist på en permanent udendørs storskærm midt i byen. Kommunen støtter også en fællesgruppe for alle uddannelsesinstitutioner i byen. Eleverne står selv for gruppen, men kommunen har fået dem til at "snakke sammen", og giver en gave ved x antal tilmeldte. Gevinsten ved aktiviteten er etableringen af en gruppe, hvor kommunen kan bringe information til den helt unge målgruppe. Der er også ved at blive startet en bazar i byen. En borger lavede en gruppe, og kommunen har fået lov til at være med-administrator på gruppen. Der er startet en debat, hvor borgerne stiller forslag til, hvad der skal være i bazaren
- På Odder Kommunes gruppe på Facebook kan mennesker med tilknytning til kommunen komme med holdninger og ideer, finde billeder og videoer og selv tilføje videoer, billeder og starte debatter. Facebook er tænkt som et supplement til kommunens hjemmeside, et mødested hvor interesserede i Odder Kommune kan mødes og udveksle info - eller blot finde hinanden. Der har været lavet specielle Facebookgrupper i forbindelse med Kommunalvalg 2009, Ungevalg 2009 og Spareplan 2010.

Markedsføring - Facebook

- Udenrigsministeriet anvender en række sociale medier særligt til markedsføring af Danmark. Blandt andet Denmark.dk har aktiviteter på såvel Facebook, Twitter, Flickr og YouTube. På Facebook synes over 34.000 godt om Denmark.dk. En række af de danske repræsentationer har Facebook-profiler, f.eks. Ambassaden i Washington
- Udenrigsministeriet anvender også Facebook til at gøre opmærksom på udviklingspolitik. Avisen Udvikling og Turen går til de varme lande har aktive sider. Udenrigsministeriets Afrikakontor har oprettet en side på Facebook, der skal formidle viden, informationer, begivenheder og engagementer der relaterer sig til forholdet mellem Danmark og Afrika.

Kampagnebrug - Facebook

- Miljøstyrelsen bruger en gruppe på Facebook til lancering af grønne miljøtips og rekrutterer deltagere til fokusgrupper
- Fødevarestyrelsen har haft kampagnen: Clean eller klam
- Erhvervs- og Byggestyrelsen har anvendt Facebook til en iværksætterkampagne
- Allerød Kommune passer godt på de nye skoleelever i trafikken i en kampagne på Facebook, og Roskilde Kommune har haft kampagnen Roskilde Kommune som cykelby.

Fødevarerministeriet har haft grundige overvejelser med bistand fra konsulentbureau om eventuel tilstedeværelse på Facebook ud fra en vurdering af muligheder, styrker og svagheder. Ministeriet har valgt kun at bruge Facebook i forbindelse med mulige konkrete kampagner.

¹ Der kan være større effekt af en Facebook-side ved at man når flere brugere i sin kommunikation end ”synes godt om” indikerer, hvis man medtager den samlede trafik til siden. Der findes på Facebook en gratis service hertil.

Målgrupper – på Facebook fordi relevante målgrupper er der

- Styrelsen for International Uddannelse har flere Facebooksider, Study in Denmark og Eurodesk Danmark (korresponderer med Ud i verden), som er oprettet på opfordring af Eu-kommissionen. Styrelsen anfører, at den til trods for, at den ikke er særlig aktiv på Eurodesk Danmark-siden på Facebook, så henvises knap 200 personer videre til www.udiverden.dk
- Forbrugerstyrelsen med www.forbrug.dk bruger Facebook til at skrive om nyheder, give gode råd og kommer tættere på forbrugerne gennem dialog. Ca. 2300 ”synes godt om” siden på Facebook.

Nyhedsformidling på Facebook

- Mange kommuner anvender Facebook til nyhedsformidling. Det gælder f.eks. Hjørring, Ringkøbing-Skjern, Syddjurs, Allerød og Haderslev Kommuner.

Arrangementer og events

- En del myndigheder bruger Facebook som kulturkalender til at annoncere kulturbegivenheder, arrangementer og events f.eks.: Jammerbugt, Sønderborg, Ålborg og Haderslev kommuner
- Enkelte myndigheder nævner Facebook i en rekrutteringssammenhæng: Albertslund Kommune (jobannoncer) og Thisted Kommune (rekruttering af ferieafløser).

Twitter

19 myndigheder af de 102 anvender Twitter

Primær anvendelse er automatisk nyhedsformidling fra myndigheden. En enkelt kommune er i tvivl om den automatiske nyhedsformidling er den rigtige måde at bruge Twitter på, og bemærker, at det virker upersonligt, og at det er information, som kan findes andre steder. Kommunen oplever, at det er svært at få brugeren til at følge dem, og gør nu forsøg med formidling af information om sundhed og fødevarer. Andre myndigheder kommunikerer om aktiviteter.

Eksempler og erfaringer

- Medarbejdere i SKAT lægger stemme til @skattefar på Twitter. Der tweets dagligt om skattefaglige emner indenfor temaerne kundeservice og brugerinvolvering. SKAT vil hjælpe borgerne med at forstå de ofte svære regler og begreber og hjælpe med at finde ud af, hvor, hvornår og hvordan man skal gøre noget i forhold til sin skat. SKAT er på Twitter ud fra et ønske om at deltage i samtaler, lytte til og lære af disse og opbygge sociale netværk som supplement til traditionel envejskommunikation
SKAT vil vise en menneskelig side af den store organisation, da undersøgelser viser, at mange borgere opfatter myndigheden som ”en stor sort boks”, hvor man er usikker på, hvad der sker indeni. Der sagsbehandles ikke
- Hjørring Kommune har ikke opsat feeds med nyhedsformidling, men prioriterer i stedet at kommunikere emner, hvor der ønskes igangsat debat og dialog
- Forbrugerstyrelsen tweeter relevante råd til forbrugerne.

YouTube

25 myndigheder (ud af de 102 myndigheder) anvender YouTube
6 myndigheder har planer om det

Nogle af myndighederne bruger mest YouTube som en teknisk lagringsplatform for små videofilm, hvor myndighedens egen hjemmeside er tænkt som primært visningssted. Som regel vises videoerne både på hjemmesiden og på YouTube. Flere myndigheder har deres egen "kanal" på YouTube.

Eksempler og erfaringer

- Informationskampagner: her anvendes YouTube ofte af myndighederne til producerede videofilm, både brede landsdækkende kampagner (HFI-afbrydere, Sikkerhedsstyrelsen), men også mere smalle og lokale kampagner Brug af cykelhjelm (Ålborg). I forbindelse med den borgerrettede eDag3 kampagne har IT- og Telestyrelsen lagt reklamefilm for borger.dk på YouTube
- Brugervejledninger og instruktionsvideoer er typiske anvendelsesmuligheder (SKATs tast selv, Erhvervs- og Selskabsstyrelsen Det digitale regnskab)
- YouTube anvendes ligeledes en del i forbindelse med valg og valgkampagner på det politiske niveau
- Nogle steder bruges YouTube som en slags fildelingstjeneste (Hjørring Kommune videoer fra børnehaver, fester m.m.)
- Denmark.dk lægger mange informationsvideoer om Danmark på YouTube.

Andre sociale medier

Linkedin, Flickr, Screenr, Blip.tv og Ning – men ikke MySpace

Flere myndigheder nævner **LinkedIn** (<http://www.linkedin.com>), hvor myndigheden har oprettet en virksomhedsprofil, hvor sigtet er rekruttering af medarbejdere. Der er også eksempler på, at medarbejdere opretter myndigheden på LinkedIn som en fælles netværkstjeneste. Tre myndigheder bruger den gratis billed-delingstjeneste **Flickr** (<http://www.flickr.com>).

Af andre gratis videotjenester, som alle (både myndigheder og borgere) kan bruge nævnes f.eks. **Screenr** (<http://screenr.com>) samt **Blip.tv** (<http://www.blip.tv>) og **Ning** (<http://www.ning.com>), hvor man kan skabe egne sociale netværker. (my.studyindenmark.dk).

Ingen af myndighederne, der har besvaret spørgeskemaet, anvender MySpace.

3.3 Myndighedernes erfaring med brug af web 2.0:

Myndigheder med erfaring med web 2.0 – detailresultater i overskrifter			
Formål med web 2.0 aktiviteter	Værdi for myndigheden	Positive erfaringer	Negative erfaringer
<ul style="list-style-type: none"> - Dialog med brugerne - Tættere på brugerne, hvor de er - Nå nye målgrupper - Markedføring - Synlighed og profilering 	<ul style="list-style-type: none"> - Bedre gensidig forståelse - Tilfredshed og personlig tilgang - Nærdemokratisk værdi (især nævnt af kommunerne) - Innovation - Synlighed, profilering og åben forvaltning - Kvalificering af indhold på hjemmesiden 	<ul style="list-style-type: none"> - Nærdemokrati - Innovation - Forbedring af indhold - Synlighed - Nye målgrupper - Uformel kommunikation - Ingen spam eller underlødige indlæg 	<ul style="list-style-type: none"> - Ressourceforbrug, men ikke et entydigt billede, (se beskrivelse) - Brugerdeltagelse - Dokumentation af effekt? - Flere erfarne web 2.0 myndigheder ser ikke specielt negative erfaringer
Myndigheder med erfaring med web 2.0 – detailresultater i overskrifter - fortsat			
Anvendelse af brugernes bidrag og betydning for beslutninger	Vil brugerne deltage	Censur og begrænsninger	Formuleret web 2.0 strategi
<p>23 myndighed. svarer ja 6 svarer "til en vis grad" 2 svarer "i mindre grad eller nej" 3 for tidligt at svare på</p> <p>i alt 34 har svaret</p>	<p>20 myndighed. svarer ja 13 "i et vist omfang" 3 nej</p> <p>i alt har 36 svaret</p>	<p>17 myndigheder svarer ja 12 har ikke deciderede begrænsninger, men stødende indhold fjernes 7 ingen censur el. begrænsninger</p> <p>i alt har 36 svaret</p>	<p>7 myndigheder har (indgår i kommunikations- web- og it-strategi) 5 er i gang med strategiske overvejelser</p>

3.3.1 Formål med web 2.0 aktiviteter og værdi

Formål

Dialog med borgerne/brugerne

Mange myndigheder nævner ønsket om at komme i dialog med brugerne, komme tættere på dem og fokusere på en mere personaliseret service.

Flere kommuner peger på de nærdemokratiske muligheder, der ligger i den uformelle kontakt mellem borgere, kommune og folkevalgte samt den åbenhed, det signalerer. En myndighed svarer, at web 2.0 ikke er noget de tænker på som noget specielt: "Det nye er, at kommunerne er mere villige til at tage dialogen end tidligere, og at vi tager borgerne og borgerdrevet innovation alvorligt".

Tættere på brugerne og nå nye målgrupper

Flere myndigheder nævner, at de vil være der, hvor brugere og målgrupper er, især i Facebook-sammenhænge, og dermed drage fordel af deres fortrolighed med de sociale medier. Her nævnes specielt unge, som er svære at nå i forbindelse med den mere traditionelle offentlige markedsføring. Der nævnes også ønsket om at borgerne skal føle, at det er "deres" hjemmeside.

Markedsføring, synlighed og profilering

En myndighed nævner, at de gerne vil fremstå som en moderne og innovativ digital kommune.

Andre peger på udvidelse af informationsmulighederne som et vigtigt formål.

Det er ikke så mange myndigheder, der i forbindelse med svar på formål specifikt nævner brugerinddragelse som et middel til at kvalificere hjemmesidens indhold.

Værdi for myndighed og brugerne

Bedre gensidig forståelse, tilfredshed og den personlige tilgang

Myndighederne nævner, at en væsentlig værdi ved web 2.0 er, at det giver dem viden om brugerne og deres behov. Det ses som et middel til at skabe kundetilfredshed på de digitale kanaler og troværdighed om oplysninger for brugerne. En myndighed svarer: "På bloggen kan vi mere frigjort fortælle om et område med udgangspunkt i personlige oplevelser og fortælling".

Nærdemokratisk værdi især for kommunerne

Også i denne svarkategori peges i stor udstrækning på det nærdemokratiske element. En myndighed svarer:

"Direkte dialog med politikerne. Overordnet handler det om at øge nærdemokratiet og lade borgerne/brugerne komme tættere på kommunen ved at udnytte det potentiale nettet har til dialog, debat og social networking. Det skulle gerne kvalificere de beslutninger, som kommunens direktion og politikere tager, ligesom det gerne skulle skabe større forståelse mellem borgerne og os som kommune."

En anden myndighed nævner, at det giver debat og mere uformel dialog end tidligere tiltag. Det viser borgernes engagement, og giver samtidig borgerne en oplevelse af at blive hørt.

Innovation

Flere myndigheder er meget opmærksomme på det innovative element. Et ministerium svarer, at værdien af web 2.0 er input fra brugerne til udvikling og løbende forbedringer af politiske visioner og styringsredskaber på ministeriets område. En styrelse svarer, at web 2.0 generelt bidrager til udviklingen af deres projekter.

En kommune svarer: "Hvis vi forstår at bruge det rigtigt, så kan det berige mange processer og bidrage til innovation inden for alle områder i den kommunale organisation – måske kan man endda effektivisere ved hjælp af web 2.0?"

Synlighed, profilering og åben forvaltning i kommunerne

En kommune svarer, at den dialogbaserede kommunikation viser åbenhed og imødekommenhed og medvirker til at brande kommunen og de forskellige institutioner positivt. Reaktionen fra omverdenen har været positive.

En anden kommune svarer, at værdien er en tidssvarende hjemmeside som en del af kommunens ansigt, der dels inviterer til større trafik og dels giver større tilfredshed med hjemmesiden.

Kvalificering af indhold på hjemmesiden

En myndighed svarer, at feedback på deres data medvirker til at forøge datakvaliteten.

3.3.2 Positive og negative erfaringer

Positive erfaringer

Tilbagemeldingerne på de gode erfaringer kan sammenfattes i følgende udsagn: Synlighed, dialog, demokrati, nærhed, gennemsigtighed og innovation.

Nærdemokrati

Flere myndigheder fremhæver også her nærdemokratisk inddragelse: Der er kommet mange gode bidrag. En myndighed svarer, at borgernes meninger og holdninger er gratis hjælp til, hvordan kommunen kan gøre nogle ting bedre for at tilpasse sig til borgernes behov. En anden kommune nævner, at deres blog har givet politikerne en mulighed for at afværge påstande, der ikke har hold i virkeligheden, og at mange borgere føler sig hørt.

Innovation og forbedring af indhold

Flere myndigheder fremhæver, at de får inspiration af den direkte kontakt til brugerne. De får nye ideer til indhold. Eksempelvis svarer en myndighed, at de er glade for feed back på deres indhold, så de kan se, hvor de skal målrette deres indsats.

Effektivitet

En myndighed har kunnet henvise til en blog i besvarelsen af mange spørgsmål fra unge.

Synlighed, nye målgrupper og uformel kommunikation (især på sociale medier)

I forhold til myndighedernes aktivitet på sociale medier fremhæves af flere, at der er mulighed for at kommunikere bredere og ramme målgrupper, som man ikke har set før. En myndighed svarer, at deres nyheder når længere ud med RSS, Facebook og Twitter – derved nås en målgruppe de ellers kan have lidt svært ved at nå. Men også i forhold til sociale medier peges der fra en myndighed på, at et emne skal være konkret, nærværende og relevant nok for borgerne, for så involverer de sig: ”Hvis man bare lirer en artikel af, som ikke er skrevet til målgruppen, vi vil have i tale, så får vi ingen respons.” En myndighed er meget glad for den uformelle stil, der kan holdes på Facebook-gruppen.

En myndighed finder, at Facebook er en god markedsføringskanal for kortvarige kampagner. Det er her muligt at fokusere på intensiv drift i en kortere periode. Flere nævner, at det er gratis markedsføring.

Ingen spam eller underlødige indlæg

Der nævnes ikke større problemer med spam eller underlødige indlæg fra brugerne af bloggen.

Negative erfaringer

De væsentligste negative erfaringer vedrører udfordringer med ressourceforbrug og brugerdeltagelse.

Ressourceforbrug

Flere myndigheder nævner ressourceforbruget, og at det kan kræve en del interne ressourcer at få debatten i gang og holde den i gang, og at det kan være tidskrævende at producere indlæg. Der er imidlertid en række erfarne web 2.0 myndigheder, som ikke anser ressourceforbruget som et stort problem.

Brugerdeltagelse

Her nævner myndighederne igen betydningen af emnerne relevans for målgruppen. Brugere gider ikke blande sig, hvis temaet ikke er af stor relevans for dem/kan påvirke deres position. Der skal hyppigt nyt indhold til for at holde interessen.

Det kan være svært at få kommentarer på blogs. Det har haft den konsekvens at en myndighed har set sig nødsaget til at nedtone debatementet i deres omtale af bloggen: ”Så det mere er en slags artikeldatabase med mulighed for kommentarer”.

En styrelse svarer, at det har vist sig krævende at indgå i en dialog med alle brugere. På Facebook har det et niveau, som myndigheden kan håndtere, men de vil gerne være endnu tættere på brugerne. Men det er ikke muligt for myndigheden at yde en form for hot-line på Facebook, da deres rådgivning er juridisk, og det er en tung proces at rådgive skriftligt.

Håndtering af borgerhenvendelser flere steder: En del af henvendelserne er almindelige borgerhenvendelser, som nu skal håndteres to steder i stedet for tidligere et sted. Der er dog flere eksempler på myndigheder, som henviser til en anden mailadresse på deres Facebookside, hvis brugeren skal have et officielt svar fra myndigheden.²

Dokumentation af effekt af web 2.0 aktiviteter for offentlige myndigheder?

En myndighed svarer, at der er for ringe dokumentation af effekten af web 2.0 aktiviteter for offentlige løsninger. En anden myndighed nævner, at det kan være svært at måle den direkte effekt. Eksempelvis er det svært at måle udbredelsen på Facebook – antallet af ”likes” er eneste hint.³

Tekniske vanskeligheder og manglende tilgængelighed for handicappede

En myndighed anbefaler, at man anskaffer et standardprodukt til blogs, da de har haft problemer med en blog fremstillet specielt til dem. En kommune bemærker at tilgængelighed for blinde og svagtseende sætter mange begrænsninger i brugen af web 2.0.

Ingen negative erfaringer

Flere af de erfarne web 2.0 myndigheder nævner, at de ikke ser nogen negative erfaringer. Her fremhæves især, at hvis man ikke agerer proaktivt på de sociale medier, så opretter borgerne selv hadegrupper og lign., hvor myndigheden så slet ingen styring har på indlæg, der går ud over de etiske grænser.

3.3.3 Anvendelse af brugernes bidrag og betydning for beslutninger

23 myndigheder svarer ja til aktiv anvendelse og betydning for beslutninger 6 myndigheder svarer inden for kategorier, der kan rubriceres ”til en vis grad” 2 myndigheder svarer inden for kategorier, der kan rubriceres ”i mindre grad eller nej” 3 myndigheder svarer at det er for tidligt at svare på grund af for kort erfaring med web 2.0.

Aktiv anvendelse af borgernes svar i nærdemokratiske sammenhænge

Stort set alle svarer klart ja. I forhold til nærdemokratiske tiltag indgår svarene på lige fod med traditionelle høringsvar. De indgår dermed i det samlede billede, også i relation til innovation og ideudvikling. Det gælder alt fra kommunale høringer til indkomne besparelsesforslag fra borgerne.

En kommune nævner en meget aktiv anvendelse af paneler, idet undersøgelser i henholdsvis borger- og virksomhedspaneler bruges til at tilpasse og forbedre den kommunale service, og at de er en del af baggrunden for kommunens politiske beslutninger.

² I det aktuelle forslag til lov om offentlighed i forvaltningen har Justitsministeriets i forbindelse med lovarbejdet svaret, at loven som sådan er teknologineutral, men det bemærkes også, at sociale medier som Twitter og Facebook ikke er ”egnede til at blive anvendt til at modtage eller afsende dokumenter som led i administrativ sagsbehandling”.

³ Det er faktisk muligt at måle på antal unikke besøg på Facebook. Når man opretter en side på Facebook, får administrator hos myndigheden gratis adgang til et statistikværktøj.

En kommune nævner, at svarene ikke bare inddrages i beslutningerne: Debatten på hjemmesiden var den afgørende faktor for, at kommunen i dag er en selvstændig kommune. Samme kommune skriver, at der har været andre eksempler, hvor web 2.0 bidrag har ændret en politisk beslutning.

Flere ministerier har på deres hjemmeside haft web 2.0 mulighed for borgerne til at indmelde meningsløse regler.

Svar bruges til at imødekomme brugernes behov og som bidrag til fejlrettelser

Der svares f.eks., at det giver et fingerpeg om, hvad der rører sig, og hvilke spørgsmål, der trænger sig på. Myndigheden retter i så fald deres information og vejledning til efter denne efterspørgsel. En myndighed svarer, at læring om borgerne bruges til segmentering. En anden myndighed svarer, at man forsøger at imødekomme bloggernes behov for nye ting på bloggen og retter på hjemmesiden ved nye tips og ideer fra bloggerne (også via mails).

En kommune nævner, at de anvender brugernes input i relation til produktion af en lang række videoindslag, som forbedrer formidlingen af komplicerede budskaber.

Et eksempel på at svar, der falder ind under ”bruges i mindre grad” er den måde, myndigheden arbejder med web 2.0 på. Man producerer særligt indhold til Facebook – men ikke direkte på baggrund af myndighedens brugere.

3.3.4 Borger/brugerdeltagelse

20 myndigheder svarer ”ja” – brugerne vil gerne deltage 13 myndigheders svar kan karakteriseres som: ”i et vist omfang, men ikke den store aktivitet og ikke i den størrelsesorden, som myndigheden havde forventet” 3 Myndigheder svarer ”nej” – brugerne vil ikke deltage

Ja:

Der er entydige holdninger fra ja-sigerne om, at deltagerne skal finde temaet relevant for dem. Hvis emnet berører borgerne personligt og har betydning for deres hverdag, er der gode erfaringer med aktivering. Dette gælder involvering f.eks. i forhold til planer for skolestruktur, kommuneplaner, etablering af vindmøller – altså nærdemokratiske debatter. En kommune har f.eks. modtaget 144 konkrete spareforslag i forbindelse med budgettet.

Patientnetværk ser ud til at kunne mønstre høj brugerdeltagelse. De har haft høje besøgstal og mange besøgende, som vender tilbage igen og igen. Forholdet mellem hvor mange brugere, der læser andres bidrag, og hvor mange, som selv afleverer et bidrag, har til dels været overraskende, da mange finder andres input (og svarene til dem) dækkende.

Deltagelse i borgerpanel: En kommune svarer, at borgerne gerne vil deltage i undersøgelser i borgerpanelet. Der er ikke problemer med at udskifte deltagerne ved den årlige udskiftning.

Sociale medier: En styrelse har over 2000 ”fans” på Facebook, og svarer, at der næsten altid bliver kommenteret – så der sker noget. Et ministerium svarer, at der har været stor interesse for ministerens Facebookprofil. På YouTube bliver der også kommenteret en del.

Ja – i et vist omfang

En myndighed svarer, at deres blog er velbesøgt, men kun få kommenterer indlæggene.

En anden myndighed svarer, at de kun har få kommentarer på Facebook og filmkanal, men mange benytter tilbuddene, og det betragtes som det vigtigste.

En kommune har 265 fans på Facebook og betragter det som en begrænset succes, men modsat bruger de ikke megen tid på dem, så det anses for i orden. Samme kommune vil ikke undvære Facebook eller Twitter, hvor 73 følger kommunen.

3.3.5 Censur, begrænsninger og ansvarspådragelse

Der er i undersøgelsen spurgt, om der finder nogen former for censur eller begrænsninger sted i myndighedernes web 2.0 kommunikation:

17 myndigheder svarer ”ja”

12 myndigheder svarer, at de ikke har deciderede begrænsninger, men stødende indhold fjernes

7 myndigheder har ingen censur eller begrænsninger.

Hovedparten af myndigheder, der har begrænsninger eller censur, har en tydelig disclaimer, der orienterer om begrænsninger. Begrænsninger gælder som oftest personsager, sagsbehandling, politiske spørgsmål eller racistiske/diskriminerende/injurierende/stødende udtalelser i strid med god tone. En myndighed svarer, at de sletter indlæg med angreb på navngivne personer i forvaltningen.

Flere af myndighederne uden censur finder, at begrænsninger ikke er nødvendige. En myndighed svarer, at brugerne skal have frihed til at skrive, hvad de vil – negative kommentarer kan også bruges konstruktivt.

Der er meget udbredt brug af moderatorer, som overvåger indholdet. En myndighed svarer, at de - ud over kommentarer - er opmærksomme på billeder og tjekker, at billeder og videoer ikke udstiller personer, eller at der er tilladelse, hvis der er portrætbilleder.

En enkelt myndighed ser borgernes kommentarer igennem inden offentliggørelse.

Bemærk, at mange af myndighederne i øvrigt svarer, at usagligt indhold ikke er noget stort problem.

Medarbejdernes brug af web 2.0

Flere myndigheder nævner medarbejdernes brug af sociale medier. Et ministerium har udarbejdet en basisvejledning om medarbejdernes brug af sociale medier. En kommune nævner, at de indskærper deres medarbejdere, at de skal overholde almindelig adfærdskodeks i omgangstone, og at den almindelige tavshedspligt i forhold til enkeltsager skal overholdes.

En myndighed har sagt til medarbejderne, at de skal tænke alvorligt over, hvad det betyder, når barrieren mellem privat og offentligt brydes. En region svarer, at flere hospitaler har valgt at lukke for medarbejdernes brug af Facebook, mens de er på arbejde. Andre hospitaler mener, at det er vigtigt, at medarbejdere orienterer sig også i disse kanaler.

Juridiske overvejelser om ansvarspådragelse

Det fremgår af myndighedernes svar, at der er nogen usikkerhed i relation til ansvarspådragelse.

Der nævnes blandt andet: Forholdet til Forvaltningsloven, aktindsigt generelt og på de sociale medier (blandt andet arkivering af dialog og kommentarer), sikkerhed på nettet samt forhold i relation til, hvem der skriver på vegne af myndigheden.

Der peges af nogle myndigheder særligt på, at det er svært at gennemskue de juridiske konsekvenser i relation til Facebook.

En styrelse har vurderet, at for Facebook og YouTube er der med styrelsens nuværende indhold ikke behov for ansvarsfraskrivelse – ud fra at der ikke kommunikeres noget, der er i konflikt med, hvad de kommunikerer andetsteds.

SKAT svarer om Twitter: ”Vi har diskuteret det i Kundeserviceudvalget. I Skat kan man kun støtte ret på bindende svar, så Twitter har samme status som at ringe til kundecenteret”.

Flere myndigheder nævner, at de er meget opmærksomme på ikke at lægge billeder af børn ud f.eks. på Facebook uden forældrenes accept.

Meget ofte har myndigheden haft egne jurister til at vurdere en disclaimer og debatregler. En enkelt myndighed har haft samtale med Kammeradvokaten. En kommune svarer, at de forholder sig til persondataloven, og at oplysninger om f.eks. email ikke viderebringes.

En myndighed har ændret Facebookaktiviteten fra venneside til fanside, fordi en offentlig institution ikke bør kunne få indsigt i brugernes privatliv.

Eksempler og erfaring

Rudersdal Kommune: <http://www.rudersdal.dk/Kommunen/Debat/Debatregler.aspx>

Hjørring Kommune – disclaimer: <http://www.hjoerring.dk/Politik-og-Naerdemokrati/Dialog-og-Debat.aspx>

Erhvervs- og Selskabsstyr.: Samfundsansvar.dk kommentarpol. http://blog.samfundsansvar.dk/?page_id=14

Region Midtjylland: <http://www.rm.dk/politik/politikerne+blogger/retningslinjer+for+bloggen>

Betingelser for brug af patientnetværk: <https://www.sundhed.dk/Artikel.aspx?id=20092.828>

3.3.6 Ressourceanvendelse, strategi og ekstern kommunikation om web 2.0

Ressourceanvendelse

Der er ikke noget entydigt billede af myndighedernes ressourceanvendelse til web 2.0 og sociale medier. Det er naturligvis afhængigt af, hvor meget myndighederne satser på web 2.0 og sociale medier. Det er typisk et område, hvor mange forskellige enheder hos en myndighed er involveret.

Eksempler og erfaringer

- Et ministerium anvender i gennemsnit 2-3 timer pr. uge til opdatering og kommentering (Facebook, Twitter, YouTube og Flickr)
- En styrelse anvender en fuldtidsmedarbejder til at skrive tweets, besvare henvendelser via twitter, pleje followers, hente inspiration og viden i organisationen samt udvikle politik, strategi, udvikle profiler og netværk. En anden styrelse bruger meget få ressourcer på Facebook: Anslået maksimalt 1 time om måneden, inkl. manuel posting, overvågning etc. Feeds opdateres automatisk. Der har ikke været og er fortsat ikke ressourcer til at udvikle mere avancerede sager. YouTube: Få ressourcer. Anslået maksimalt 4-5 timer om måneden (typisk klargøring og upload af filer). Blog: Få ressourcer: Anslået maksimalt 5-10 timer om måneden (inkl. dialog med forfattere, kommentarmediering, upload, tilretning etc.). En tredje styrelse bruger ca. 10 timer ugentlig til Facebook (drift og nyt indhold samt opdatering af Twitter)
- En kommune har ansat en fuldtids ”social manager”, der har til opgave at styrke kommunens profil på de sociale medier
- En anden kommune, der har en del web 2.0 aktiviteter, anvender 1-2 timer dagligt på opgaven – primært til nyheds- og debatformidling på de sociale medier samt blog-indlæg
- Flere myndigheder peger på, at RSS, Facebook og Twitter kører automatisk. Mange kommuner bruger 1-2 timer om ugen på overvågning af de sociale medier og statusopdatering af Facebook. Som regel er de sat op til automatisk opdatering af nyheder både på hjemmeside og på Facebook

- En tredje kommune bruger en time pr. uge til overvågning af Facebook i forbindelse med specifikke sager (eks. skolelukninger i kommunen), selvom kommunen ikke er engageret på Facebook.

Formuleret web 2.0 strategi

I forhold til de 102 myndighedssvar er det begrænset, hvad der findes af konkrete web 2.0-strategiformuleringer. 7 myndigheder nævner, at web 2.0 er en del af deres kommunikationsstrategi, web-strategi eller it-strategi. 5 myndigheder er i gang med at udarbejde strategiske overvejelser om web 2.0. En myndighed pointerer, at web 2.0 ikke bør have en selvstændig politik, men i stedet bør indtænkes i mange af kommunens strategier og konkrete tiltag.

En del myndigheder er ved at udarbejde retningslinjer for brug af sociale medier. Det fremgår ikke helt klart af besvarelsene, om det er generelle strategiske retningslinjer for myndighedens kommunikation i relation til sociale medier, eller det er retningslinjer for medarbejdernes brug af sociale medier (eller begge dele).

Eksempler og erfaringer

- Borger.dk's forretningsstrategi for brugerinddragelse og web 2.0:
https://www.borger.dk/_layouts/BorgerDK/Permalink/permalink.aspx?PageId=a9fdd43f-d826-4971-a2e5-7e96bd656c39
- SKAT har udarbejdet en politik for skattefar på Twitter:
<http://www.skat.dk/SKAT.aspx?oId=4650&vId=203928>

Ekstern kommunikation om web 2.0

Myndighederne er spurgt om, hvordan de kommunikerer om deres web 2.0 aktiviteter til borgerne/brugerne og omverdenen, og i hvilke medier.

De fleste myndigheder svarer, at kommunikationen herom først og fremmest sker elektronisk, hovedsageligt på hjemmeside og i nyhedsbreve. Enkelte peger på søgemaskineoptimering, feed og bannerreklamer. Andre bruger netværk og samarbejdspartnere til at kommunikere om web 2.0. Flere myndigheder nævner viral markedsføring, hvor Facebook og YouTube udnyttes til at videreformidle budskaberne på frivillig basis. En del myndigheder udarbejder almindelig pressemarkedsføring via pressemeddelelser, omtale i lokalaviser og information på kommunens infoplakatstandere samt traditionel papirannoncering.

Eksempler og erfaringer

Odder Kommune lavede i forbindelse med kommunevalget i 2009 en samlet pakke med information på hjemmeside, debatforum, videoportrætter af kandidater, elektronisk ungevalg, Facebook-gruppe, gratis hjemmeside og mulighed for blog til kandidaterne samt netTV på valgaftenen med interviews, baggrund og analyser og resultat af ungevalg.

3.4 Gode råd om web 2.0 til myndighederne

Myndighederne er hver især bedt om at videregive tre gode råd til andre. Svarene deler sig i to modsatte retninger:

Gode råd til myndigheder, der overvejer at gå i gang med web 2.0-aktiviteter (deler sig i to modsatte tilgange)	
<u>Lav en gennemtænkt strategi - hvorfor web 2.0 og mål</u> <ul style="list-style-type: none">• Ha' en strategisk fokus, lav ikke web 2.0 fordi I synes I skal have det• Organisationen skal have ejerskab til projektet, afstem forventninger internt inden opstart• Afklar målgruppesegmenter, hvem skal man nå med hvilket budskab?• Afklar målgruppens behov – hvordan skal det præsenteres, og hvordan sikrer man sig brugerinddragelse, hvis det er ønskeligt• Afklar egne behov, får man sagt det man vil, og får man udnyttet brugerinputs?• Tænk over at andre bliver medbestemmende over indholdet i det øjeblik, du sender det af sted• Vurder fra sag til sag om det er hensigtsmæssigt at anvende sociale medier, varier indsats i forhold til segmenter• Afklar hvem skal overvåge, hvem skal have besked, hvem skal besvare.	<u>Kom i gang</u> <ul style="list-style-type: none">• Lad ikke usikkerheden ved web 2.0 hæmme, men overvej dog risici, forebyggelse og håndtering• Prøv det af, spring ud i det• Just do it, I mister mere ved ikke at være der• Slip kontrollen og nyd eller i hvert fald anerkend, at debat, dialog og det sociale liv på nettet ikke lader sig styre, men reelt er kaos• Kom i gang og prøv det og se, hvad der sker• Man skal ikke være så bange for spam og andre uønskede ting, der er ikke så meget af det, som man frygter, og det er forholdsvis nemt at holde sig fri af• Vær proaktiv tilstede på nettet ellers agerer borgerne selv (hadegrupper på Facebook)• Vær facilitator og stil ”inddragelsesværktøjer” til rådighed, lav dækkende baggrundsinformation om debattemnet• Sæt den ”frække” afstemning og det ømtålige emne til debat. Ellers kan man lige så godt glemme det.

Gode råd om brugerdeltagelse:
<ul style="list-style-type: none">• Sæt dig i brugernes sted – lever noget, der angår brugernes situation – find noget, der er værd at snakke om for brugerne – og overvej om din ide er egnet• ”Rom blev ikke bygget på én dag – det tager lang tid at opbygge et socialt netværk – men når det er der, er det meget brugbart• Vi bruger begrebet return on involvement (web 2.0 bog)• Vær tålmodig – f.eks. føles blogging ofte som envejskommunikation• Det betaler sig at alliere sig med nogen, der har forstand på at få ens blog til at være funktionel• Man skal ikke tro, at brugerne kommer af sig selv – der skal arbejdes for det – deltag selv aktivt for at få respons• Gå brugerne i møde i jeres kommunikation – stil dem spørgsmål og henvend jer direkte til dem.• Konkurrencer er gode at promovere med• Vær opmærksom på at det kræver en ekstra indsats at følge op på indlæg fra borgerne, og det er dårlig etik at lade være.

Gode råd om ressourcer:

- Mange påpeger behovet for ressourcer:
- Afsæt ressourcer (genuin) involvering kræver indsats og det tager tid
- God web 2.0 kræver tid/ressourcer til drift, vedligehold, overvågning, teknisk hjælp mm. som så mange andre aktiviteter
- Det kræver tid løbende at vedligeholde Facebook og lignende steder. Sker der ikke noget på siden, springer mange hurtigt fra.

Gode råd om web 2.0's hype

- Frigør jer fra web 2.0 hypets tyranni og vurder selv, hvad der er relevant for jer
- Benyt ikke web 2.0 blot fordi det er muligt, men fordi det er relevant
- Gør jeres formål klart først – brug ikke bare mediet for mediets skyld
- Spring ikke med på hvad som helst – (f.eks. Second Life).

Gode råd om web 2.0 og spilleregler:

- Sørg for at have styr på spillereglerne for deltagelse på jeres website: Hvad må man skrive, og hvornår må I slette brugernes indhold
- Sørg for fælles spilleregler for medarbejdernes brug af web 2.0, så der ikke bliver for meget anarki
- Gør medarbejderne tydeligt klart, hvad de skal være opmærksomme på, med det formål at beskytte dem mod at komme i uforudsete situationer, som kan have betydning for deres forhold til arbejdspladsen, chef og kollegaer, samt risikoen for at komme til at offentliggøre sager og synspunkter, som ikke var beregnet for offentligheden, og hvad deraf følger. Men det er følsomt, idet det på ingen måde må have karakter af censur
- Klarhed over, hvem, der udtaler sig. I de sociale medier kan der let opstå tvivl om, hvem der f.eks. står bag et indlæg eller en besked. Sørg altid for at der ikke kan opstå tvivl om, hvorvidt du udtaler dig på egne eller arbejdspladsens vegne.

3.5 Myndigheder uden web 2.0 - aktiviteter

Planer om anvendelse, syn på muligheder og barrierer

Myndigheder uden erfaring med web 2.0 - planer om web 2.0 i % (baseret på 67 svar)			
ja	Gør sig overvejelser	Nej	Ved ikke
27 % 18 myndigheder (1 min., 8 styrelser, 9 kommuner, 1 region)	40 % 27 myndigheder (1 min., 6 styrelser, 18 kommuner, 1 region)	31 % 21 myndigheder (2 min., 12 styrelser, 7 kommuner)	1 % 1 myndighed (styrelse)

Planer om web 2.0

Myndighedernes overvejelser om konkret brug af web 2.0 drejer sig især om indførelse af en kommentérfunktion, enten synlig/usynlig for brugerne (6 myndigheder). Tre myndigheder nævner, at oprettelse af borgerpanel er på vej. En del overvejer anvendelse af Facebook under en eller anden form.

Mange myndigheder svarer, at anvendelse af web 2.0 indgår i deres overvejelser i forbindelse med videreudvikling af deres webstrategi.

Der er stor usikkerhed hos myndigheder uden erfaring med web 2.0, om - eller hvordan - de skal gribe web 2.0 an. Det gælder både de myndigheder, der svarer, at de har planer om web 2.0 samt de myndigheder, der gør sig overvejelser.

En myndighed i kategorien: Gør sig overvejelser, svarer: ”Der er mange bud og gode meninger blandt konsulenter og andet godtfolk, men hvad er det rigtige? Det bliver ofte en trossag. Offentlige erfaringer er begrænsede og dårligt dokumenterede.”

En kommune med overvejelser om Facebook svarer: ”Det er her vi kan møde borgerne, men vi er også i tvivl om det er særligt attraktivt at følge nyheder fra en kommune”.

Eksempler og erfaring

En kommune vil afklare web 2.0-anvendelse via en temadag for webredaktion, hvor der blandt andet skal drøftes: Borgergrupper på web 2.0 som snævre interessegrupper, de kommunalt ansattes brug af sociale tjenester – når bureaukrati møder netværk – hvor er grænserne, informationskampagner på web 2.0 – borgernyheder samt kobling af fysisk miljø og web 2.0.

Myndigheder uden planer om web 2.0 – hvorfor ikke

Manglende ressourcer er et svar som går igen som begrundelse for beslutningen om ikke at anvende web 2.0. Andre svar berører merværdi af web 2.0-initiativer, typisk at incitamenterne ikke har været klare nok endnu. En myndighed svarer, at de endnu ikke har set de gode eksempler på web 2.0 tiltag i det offentlige.

Flere myndigheder på styrelsesniveau peger på, at web 2.0 ikke egner sig til deres fagområde med forskellige begrundelser: De har ikke direkte borgerkontakt, det passer ikke på myndighedens målgruppesegment. Flere nævner, at de er bekymret for åbenhed – der træffes afgørelser i tvistsager eller behandles ankesager, der kan indklages for domstolene, hvorfor det nøje skal overvejes, hvordan man sikrer en lødig og seriøs kommunikation.

Endelig nævner nogle myndigheder på de juridiske aspekter af anvendelsen af de sociale medier samt usikkerhed på censur/ikke censur i forhold til medarbejderne.

Eksempler og erfaring

En styrelse med mange digitaliseringsaktiviteter har forskellige strategier på deres sites. Styrelsen har undersøgt potentialet og merværdien i web 2.0 tiltag, og de har endnu ikke fundet de gode argumenter for at anvende ting som debat, wikis og chat: ”Lige så skeptiske, vi er overfor web 2.0, lige så store muligheder ser vi i web 3.0. Det giver mulighed for:

1. Skræddersyet information til brugerne dér, hvor de er, ved hjælp af opmærkning og distribution af indhold.
2. Ressourceoptimering i forhold til de offentlige websites (fx de kommunale), som kan trække opdateret indhold fra mange kilder og lave mash ups af data og tekst på tværs af det offentlige.
3. Distribution i en fleksibel form, der kan tilpasses en bred vifte af medier (fx forskellige mobile services), der imødekommer brugernes behov.

Kort sagt – vi finder, at det i langt højere grad er velegnet til offentlig information. Det offentlige er ét stort rum af informationer, der er forbundet på kryds og tværs, og som web. 3.0 giver mulighed for at sætte i spil.”⁴

Myndigheder uden web 2.0 – syn på muligheder

De muligheder i web 2.0, som ikke-brugere nævner, er primært den tættere dialog med brugerne og muligheder for at nå interessegrupper mere præcist (eks. yngre brugere) samt muligheder for at møde brugerne der, hvor de er. Myndighederne nævner også de gode muligheder for feed back til myndigheden samt brugernes mulighed for indbyrdes dialog. Også markedsføring eller branding af myndigheden nævnes som en mulighed.

Det er flere af ikke-brugernes opfattelse, at web 2.0 er bedst i forhold til enkeltstående sager, især i kampagnerelaterede sammenhænge. Flere myndigheder ser gode muligheder i elektroniske borgerpaneler foruden målgrupper med fordel kan inddrages i de faglige diskussioner via blogs på hjemmesiden.

Eksempler og erfaring

En myndighed svarer, at der er mulighed for at borgere kan komme med forslag til nye selvbetjeningsløsninger og forbedringer af de eksisterende løsninger. Det er endog muligt, at borgerne kan give hinanden gode råd.

Myndigheder uden web 2.0 – syn på barrierer

Bemærk, at det er ikke-brugere af web 2.0, der svarer på barrierer her. Den helt store barriere som ikke-brugere nævner, er ressourceanvendelse og manglende ressourcer til web 2.0-aktiviteter. Det nævnes, at der kan opbygges forventninger hos brugerne, som ikke kan opfyldes, hvis ressourcer til jævnlig aktivitet og overvågning mangler. Det kan føre til tab af troværdighed.

Flere nævner manglende ledelsesmæssig eller politisk vilje samt utilstrækkelig viden hos medarbejdere og ledere. Også frykten for kontroltab og negativ omtale spiller ind som en barriere.

Der peges også på vanskeligheder i at afgrænse, hvilke medier, der skal bruges, om Facebooks levetid og et modelune, der hurtigt kan gå i en anden retning.

Endvidere nævnes utilstrækkeligt afklarede juridiske problematikker. Også spørgsmålet om sagsbehandling og forventninger til svar fra myndigheden i relation til anvendelse af Facebook er nævnt foruden nødvendigheden af at sikre, at borgernes rettigheder i forhold til persondataloven og forvaltningsloven ikke overtrædes i et åbent forum, hvor alle kan deltage.

4 Officielt betegnes web 3.0 som det semantiske web. Det betyder, at data/tekster er semantisk mærket op i standardiserede taksonomier, så de kan anvendes intelligently på mange forskellige måder og mange forskellige steder. Perspektiverne i web 3.0 er mulighederne for at sætte store datamængder i spil. Det offentlige sidder inde med enorme mængder data, der, hvis de er opmærket/tagget efter fælles standarder, kan anvendes på mange flere måder, mange flere steder og i mange nye former for funktionalitet og mash ups. Forudsætningen for, at det kan fungere effektivt på tværs af systemer og myndigheder, er, at det offentlige bliver enige om en fælles standard for opmærkning af data.

Eksempler og erfaring

En myndighed opfordrer til offentliggørelse af en positiv business case såfremt den findes. En anden myndighed har diskuteret web 2.0 meget, og kan slet ikke se behovet. En tredje myndighed stiller imidlertid også sig selv spørgsmålet: ”Men hvorfor svarer vi kun på debatindlæg i trykte aviser, når selv samme indlæg er på avisens site – og debatten faktisk ruller her?”

Bilag 1: Undersøgelsens omfang og sigte.

Formålet med spørgeskemaundersøgelsen har været at undersøge i hvilket omfang myndighederne anvender web 2.0 og sociale medier, herunder at samle og videregive ideer og eksempler på gode historier, hvor offentlige myndigheder med fordel har brugt web 2.0 værktøjer i deres kommunikation.

Det har endvidere været væsentligt at indhente viden om de udfordringer, som myndighederne ser i web 2.0 og endelig at få videregivet erfaringer med, hvad man ikke kan bruge web 2.0 til.

Web 2.0 definition i undersøgelsen:

I undersøgelsen er web 2.0 defineret som en fællesbetegnelse for nogle egenskaber ved en række forskellige former for kommunikationsværktøjer, hvor man udnytter internettets muligheder til dialogbaseret kommunikation med brugerne. Det kan være dialog mellem en afsender og modtager og/eller f.eks. mellem modtager – modtager. Konkrete eksempler på web 2.0 værktøjer er debatfora, blogs, artikelkommentering og netværksbaserede sociale medier som Facebook, YouTube og Myspace. Også mikroblogging (Twitter) og for eksempel Wikis, hvor brugeren er medproducent af indholdet, er web 2.0. Man kan have implementeret disse værktøjer på egne sites, og/eller henvise til eller bruge værktøjer på andre hjemmesider, fx have sin egen kommenter-funktion med mulighed for, at brugerne kan dele deres kommentar via Facebook eller Twitter.

Undersøgelsens omfang og svarprocent

Spørgeskemaet er udsendt til i alt 194 myndigheder, heraf alle ministerier, 70 styrelser mv., 98 kommuner og 8 myndigheder mv. på regionalt niveau. Spørgeskemaet er besvaret af myndighederne i 3. kvartal 2010.

Der er modtaget i alt 102 svar fra 8 ministerier, 36 styrelser mv., 52 kommuner og 6 regionale myndigheder og institutioner. Dette giver en svarprocent på 53.

Der er i undersøgelsen spurgt om:

1. Brug af debatmoduler, blogs, artikelkommentering, borgerpanel/brugerpanel, chat-mulighed, Wikies m.m.
2. Brug af sociale medier, Facebook, Twitter, YouTube, My Space, andre sociale medier
3. Myndigheder uden erfaring med web 2.0: Planer om anvendelse, syn på muligheder og barrierer
4. Myndigheder med erfaring med web 2.0: Strategi, formål, værdi, brugerdeltagelse, gode og dårlige erfaringer, ressourceanvendelse, kommunikation, censur/begrænsning, ansvarspådragelse samt gode råd.

Det er et meget omfattende materiale, der er kommet ud af 102 svar på undersøgelsens 27 forskellige spørgsmål, fordi spørgeskemaet ikke har haft faste svarkategorier. Der er i stedet lagt vægt på, at myndighederne har kunnet skrive mere frit om deres erfaringer med og syn på web 2.0.