

Sosiale medier og offentlig forvaltning

Norsk Arkivråds høstseminar, 27. oktober 2010
Difi, Sissel Kr. Hansen

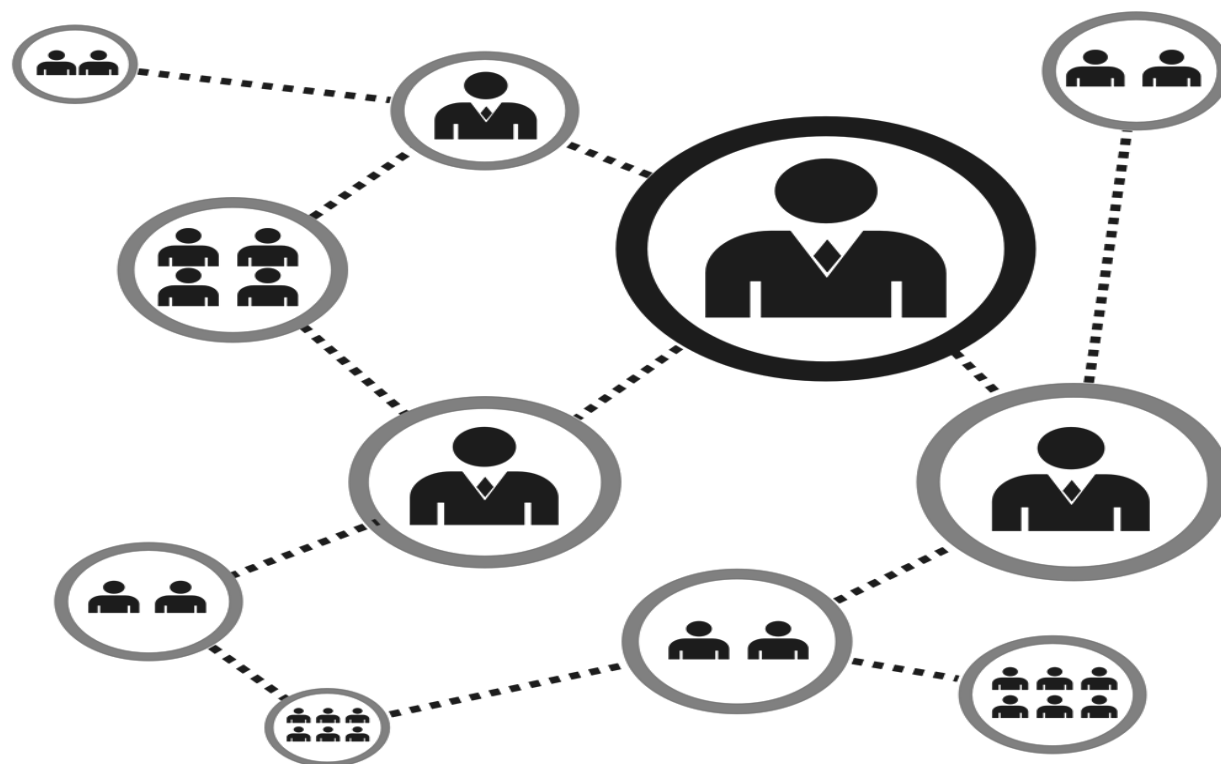
Agenda

1. Hva er sosiale medier
2. Ta stilling til sosiale medier
3. Ta i bruk sosiale medier



1. Hva er sosiale medier?

Sosiale medier er mer enn Facebook og Twitter



Sosiale medier er en formidlingskanal

- ▶ Rask og effektiv kommunikasjonskanal
 - ▶ Tilgang til store nettverk
 - ▶ Uredigert budskap
 - ▶ Målrettet budskap
 - ▶ Tilnærmet gratis i bruk
 - ▶ Lettvint
-
- ▶ ... men sosiale medier er kun et supplement



Sosiale medier er en lyttepost

► Holder deg oppdatert og orientert

- Fagområder
- Nettverksbygging
- Diskusjoner
- Debatter

► Økt borgermakt

- Interessegrupper
- Motstandere
- Støttespillere



Sosiale medier er en delingsarena

► Kunnskapsdeling

- Internt mellom kollegaer
- Utad med fagmiljøer
- Involvering av brukere

► Andre vurderer og setter karakter på virksomheten

- Rating
- Få innholdsprodusenter
- De fleste lytter, vurderer og anbefaler
- Brukeropplevelsen blir viktigere, mer synlig og få større konsekvenser



Sosiale medier er dugnadsarbeid

Samproduksjon

- ▶ Tekstutvikling
- ▶ Wikier
- ▶ Crowdsourcing



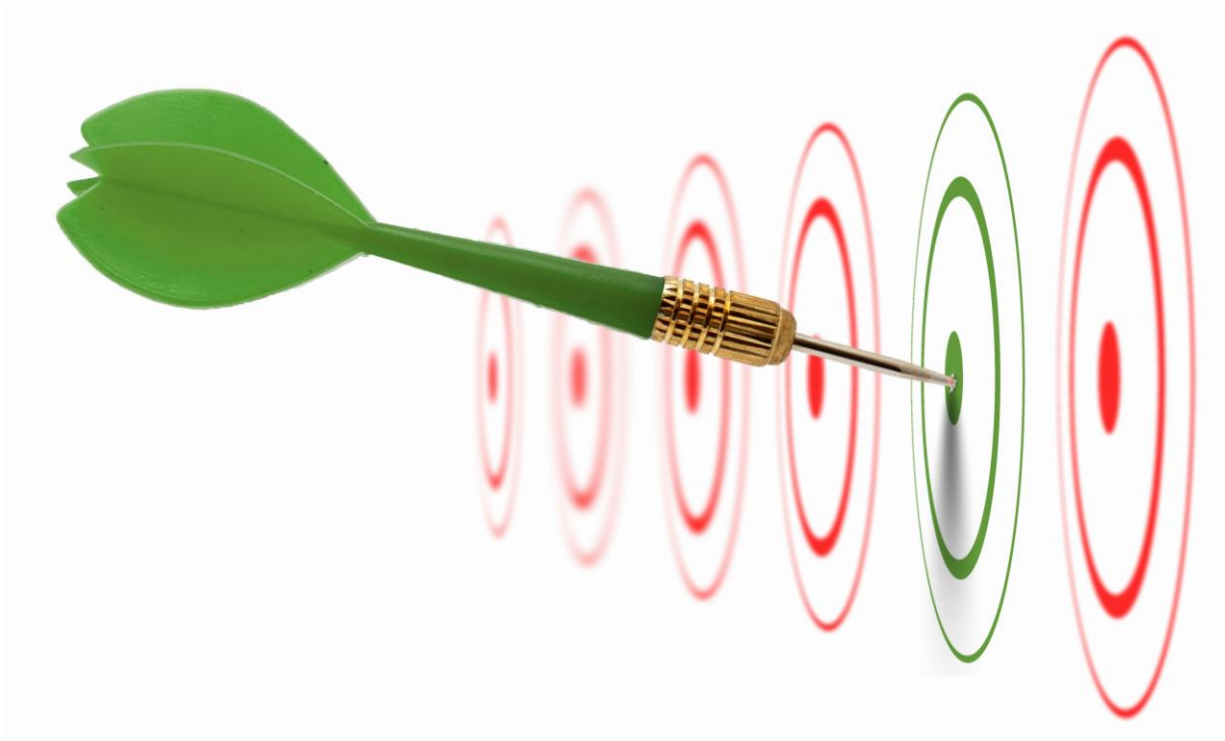
- ▶ Brukermedvirkning
 - ▶ Involvering av berørte brukere
 - ▶ Tett dialog
- ▶ Betaversjoner og testløsninger
 - ▶ Brukertestning
 - ▶ Tilbakemeldinger

Sosiale medier endrer måten vi jobber på

Eksempelvis:

- ▶ [Kunnskapsnettverk.no](http://kunnskapsnettverk.no)
- ▶ [statsbudsjettet på Wikipedia](#)
- ▶ [Tromsø kommunes nettside Gata mi](#)
- ▶ data.norge.no
- ▶ chatfunksjoner, blogger, samskrivingsverktøy, etc.

2. Ta stilling til sosiale medier



Hva skal vi med sosiale medier?

► Formål

- Overordnet kommunikasjonsarbeid – omdømmebygging
- Prosjektarbeid og kampanjer
- Arbeidsverktøy for kunnskapsmedarbeidere

► Målgrupper

- Hvor treffer vi målgruppene våre?
- Velg kanal på grunnlag av kunnskap om målgruppene

► Budskap

- Nå ut med egne uredigerte budskap
- Korrigering av faktafeil og misforståelser

Hvilke sosiale medier passer for oss?

► Kanalvalg

- Som i all annen kommunikasjonsvirksomhet
- Vurder målgruppe mot kanal

► Aktuelle kanaler i sosiale medier

- Diskusjonsforum
- Blogger
- Mikroblogger
- Wikier
- Nettsamfunn
- Delingsmedier og sosial bokmerking

Hvordan skal vi bruke sosiale medier?

- ▶ Ta et strategisk valg
- ▶ Bruk sosiale medier med kløkt
- ▶ Ta mediene på alvor – vær der fullt og helt

Bruk sosiale medier til å

- ▶ formidle
- ▶ lytte
- ▶ dele
- ▶ delta

Forvaltningens særpreg

- ▶ Personvern og informasjonssikkerhet
- ▶ Saksbehandling
- ▶ Privat eller profesjonell rolle
- ▶ Arkiv og journalføringsrutiner
- ▶ Forvaltningspolitiske føringer

3. Ta i bruk sosiale medier



Sjekk nettidentiteten

- ▶ Kartleggvirksomhetens nettidentitet
- ▶ Man har en nettidentitet uavhengig av om man er aktiv i sosiale medier eller ikke
- ▶ Gir mulighet til å finne egne målgrupper og pressegrupper i sosiale medier
- ▶ Gir verdifull innsikt i eget omdømme

- ▶ Mange overvåkingsverktøy tilgjengelig

Sørg for god forankring

- ▶ God forankring gir
 - ▶ aksept for bruk av sosiale medier
 - ▶ trygghet i bruk av dem
 - ▶ klare rammer og ansvarsforhold
- ▶ Frihet under ansvar er en forutsetning for å lykkes

Start forsiktig

► Forsiktig tilnærming

- Prosjektarbeid
- Intern testarena
- Betasider

► Initiativ forplikter

- Følg med
- Følg opp

► Husk å se kanalene i sammenheng med hverandre

Styr brukernes forventninger

- ▶ Fortell brukerne hvordan virksomheten vil være tilstede i kanalen
- ▶ Bruk kanalens profil- /presentasjonsside og si noe om:
 - ▶ Aktivitetsnivå
 - ▶ Responstid
 - ▶ Toleransegrense – hva slags informasjon man ikke aksepterer
 - ▶ At dere ikke driver saksbehandling i sosiale medier
 - ▶ At brukerne ikke må dele personlig informasjon
- ▶ ...man må ikke svare umiddelbart, men man må

gi respons.

Lag retningslinjer

- ▶ Retningslinjene kan inneholde:
 - ▶ Målet med å bruke sosiale medier
 - ▶ Hvem som bestemmer kanalvalg og oppfølging av tilstedeværelse
 - ▶ Prosedyrer
 - ▶ Krav til oppfølging og innsats
 - ▶ Skillet mellom privat og profesjonell rolle
 - ▶ Språk, tone og etikette
 - ▶ Rammer for bruk av sosiale medier i arbeidstiden
 - ▶ Husk ytringsfriheten!
- ▶ Vær forberedt på kritikk
 - ▶ Kritikk er bra
 - ▶ Spam og sjikane er ikke bra
 - ▶ Liten interesse er det vanligste problemet

Klar, Ferdig, Gå!



www.difi.no/sosiale-medier/veileder-i-sosiale-medier

