Mathias Klang

Social media och staten

I takt med att Sociala Medier blir allt mer populärt ökar intresset bland myndigheter av att använda dessa verktyg i samhällskommunikationens tjänst. Det handlar inte bara om möjligheten till billig och enkel kommunikation utan Sociala Medier har ytterligare en egenskap som gör dem mycket lockande för organisationer – de är populära, de är uppskattade och de är använda av stora grupper i samhället. Det sistnämnda leder till tanken att kommunikation via Sociala Medier är kostnadseffektivt och populärt – något som står i stark kontrast till traditionell myndighetskommunikation. Ett av problemen som påpekas är kulturkrocken mellan myndigheters kommunikation och social media-användning. Social media är en konversation medan myndighetskommunikation sällan är en dialog mellan jämna parter – medborgare konverserar med varandra men kommunicerar med staten. Syftet med detta kapitel är att se vilka möjligheter och utmaningar som myndigheters användning av Sociala Medier innebär för de myndigheter som väljer att delta i dialogen och använda Sociala Medier.

Trots att Sociala Medier har kommit att inneha en självklar plats i vardagen hos individer, företag och organisationer är termen fortfarande relativt svår att definiera. Mycket av definitionsproblemet är att uppfattningen av Sociala Medier är svår att skilja från de varumärken som dominerar. För många är en applikation som till exempel Facebook synonymt med Sociala Medier – problemet är att Facebook är ett exempel på Sociala Medier men om det används som en definition exkluderas eller förvrängs vår förståelse av vad Sociala Medier är, och kan vara. Till detta måste man även lägga till att användarnas upplevelse av t.ex. Facebook inte är uniform. Sociala Medier – även specifika applikationer

– upplevs på olika sätt av olika människor. Sociala Medier-applikationer är verktyg – det är användningen som gör dem relevanta eller inte.

En av de mest använda social media-sajterna, Wikipedia (alla är inte eniga att Wikipedia är en form av social media), definierar Sociala Medier både som teknologi och som fenomen: »Sociala Medier betecknar aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och användargenererat innehåll…« En annan definition är »Sociala Medier är demokratisering av innehåll och förståelse för den roll människor spelar i arbetet med att inte bara läsa och sprida information, utan också hur de delar och skapar innehåll för andra att delta i«.

För att bättre förstå kontexten och argumentationen i det här kapitlet vill jag avgränsa Sociala Medier till två applikationer. Mycket av det som skrivs här kan appliceras i en mycket bredare kontext men utan en avgränsning blir diskussionen vag och svåröverskådlig. De applikationer jag har valt är mikrobloggningsapplikationen Twitter och nätverksapplikationen Facebook. Dessa applikationer är inte ensamma inom Sociala Medier och inte ens ensamma i sin form av Sociala Medier men de har genom sin popularitet och tillväxt kommit att symbolisera Sociala Medier idag.

Både Twitter och Facebook har intressanta kopplingar till Small World Experimenten som genomfördes av Stanley Milgram på 60-talet. Milgrams experiment syftade till att bekräfta att avståndet mellan människor inte är så långt ifrån varandra som vi tidigare trott (därav small world). Från Milgrams resultat lanserades tanken om »six degrees of separation« som menar att inga två människor är längre från varandra i ett nätverk än sex steg i nätverket. Vad detta innebär är att alla människor på jorden skulle kunna kopplas till varandra inom sex steg. Du som läser detta känner någon som känner någon… som känner President Obama! Det är en liten värld.

Twitter är en form av mikrobloggande som tillåter användaren att skriva korta texter (140 tecken). Styrkan ligger i att användare kan följa intressanta användares uppdateringar och nyheter kan snabbt sprida sig genom nätverken. Facebook började som ett sätt för vänner att hålla sig uppdaterade och blev snabbt ett sätt för människor att hitta gamla vänner. När man skapar sitt nätverk i Facebook börjar en social interaktion av spridande av uppdateringar, bilder, information och sällskapsspel.

Ytterligare en relevant teoretisk diskussion som är viktig i sammanhanget är det som har kallats för Comedy of Commons och lanserades på 80-talet av Carol Rose. Hon argumenterade att det finns vissa resurser vars värde ökar

dramatiskt i relation till antalet användare som använder resursen. Att vara ensam i världen med en telefon är meningslöst men ju fler användare i ett social media-nätverk desto mer värdefullt blir det för alla deltagare. Twitter och Facebook är värdefulla för de som använder applikationerna just för att det är många andra som gör det.

Myndigheter

När myndigheter drömmer om Sociala Medier ser de en samlingspunkt där stora mängder medborgare samlas och kommunicerar med varandra. Myndigheten drömmer om att delta på ett sätt där deras röst blir hörd, kommenterad och sprids av alla användare i nätverket. De vill dra nytta av att tekniken möjliggör kommunikation, världen är liten och fördelarna med Comedy of Commons. Svenska myndigheter var tidigt ute i arenan, t.ex. 2007 öppnade utrikesministern Carl Bildt den svenska ambassaden i virtuella Second Life. Sedan dess har flera myndigheter börjat experimentera med Sociala Medier.

Vems röst är det?

En av de första frågorna som måste lösas när en myndighet går online är just vem som skall tala för myndigheten. I flera fall har myndigheterna haft hemsidor och andra digitala informationskanaler men ingen så dynamisk som Twitter eller Facebook. Därför är det viktigt att ställa frågan vem som för myndighetens digitala talan. Är det informatören, hemsidesansvarige, teknisk personal, handläggaren eller generaldirektören? Det finns inget generellt svar på denna fråga utan för att lösa detta måste myndigheten utreda vad deras syfte med tekniken skall vara.

Ytterligare en aspekt av Sociala Medier är att de är förhållandevis informella. Just denna informella, mer fria kommunikationsform är kanske något som myndigheten vill uppnå men samtidigt kan den leda till en svårighet att förstå betydelsen av myndighetens talan.

Ett intressant exempel kom från Göteborg där i februari 2010 Kammarrätten drogs in i en situation med en grupp på Facebook. Gruppen skapades av en anställd på Kammarrätten och var inte ämnad som en officiell sida för Kammarrätten men eftersom sidan hade kopplingar till de anställda på Kammarrätten användes deras officiella logga. En medborgare som var besviken och arg på Kammarrätten hittade gruppen, gick med och började skriva texter

som inte skulle kunna godkännas av någon myndighetssida. Problemet är att det var en grupp anställda som hade sidan och inte en officiell myndighetssida – en väsentlig skillnad juridiskt men det hindrade inte media från att skriva negativa artiklar om myndigheten som inte skötte sig.

I ett annat exempel var det en anställd på Södra Älvsborgs sjukhus i Borås som lade upp bilder på Facebook som föreställde personen själv och en nedsövd patient. Att bilderna togs var ett problem, att den anställde lade ut bilderna på Facebook visade bristande omdöme och förståelse för patienters integritet. Samtidigt är det spännande att flera kollegor till den anställde skrev positiva kommentarer på bilderna – uppenbarligen utan att tänka på patientens privatliv. Nu bevisar inte detta att Sociala Medier gör oss dummare utan bara att våra misstag blir mycket synligare. När bilderna uppdagades kontaktades traditionell media och hela den Svenska sjukvården fick en ordentlig släng med negativ publicitet.

Dessa två exempel visar att det är svårt att dra gränser mellan officiell och inofficiell kommunikation inom Sociala Medier. Här handlar det om personalen som agerar utan arbetsgivarens bemyndigande, tillstånd eller godkännande men trots det är det organisationen som tar skada av deras handlande. I dessa situationer handlar det om behovet att förtydliga för de anställda hur de ska och får agera i relation till Sociala Medier. Myndigheten är ansvarig även för handlingar som inte de har sanktionerat.

Riktlinjer för myndigheter

Naturligtvis agerar inte myndigheter i någon form av regelvakuum. Organisationen Sveriges Kommuner och Landsting (SKL) presenterade en pm med rubriken »Svenska Myndigheter och Handlingsoffentlighet« (april 2010). Där presenteras en rad riktlinjer för hur myndigheter ska använda sig av sociala medier. I dokumentet försöker de dels särskilja på tjänstemannens privata användning av Sociala Medier i relation till deras roll som myndighetspersoner. »För att kommunikationen ska anses ske i tjänsten bör det finnas ett beslut eller någon form av godkännande från behörig arbetsledare.« Samtidigt inser SKL att detta är en gränsdragning som kan vara svår för medborgaren att uppfatta och de skriver »För en utomstående är det inte alltid så enkelt att avgöra om kommunikationen sker i tjänsten eller för privata syften.«

Eftersom »Svenska Myndigheter och Handlingsoffentlighet« fokuserar på Handlingsoffentligheten (2 kap. 1 § TF) är det mesta i detta pm en diskussion om hur det befintliga regelverket bör anpassas till verkligheten med Sociala Medier. Framförallt gäller det de formella reglerna kring registrering, bevarande och gallring av offentliga handlingar. Diskussionen är principiellt viktigt men det blir något udda att diskutera en flyktig konversationsliknande medium som Twitter i relation till ett regelverk skapat i en analog, pappersbaserad verklighet. Det är inte bara mediet som är annorlunda utan hela syftet med kommunikationsformen. Det som återstår är en diskussion om hur och när en tweet (en uppdatering på Twitter) kan sparas eller gallras. Resultatet blir ett torrt formalistiskt och föga vägledande dokument om hur Sociala Medier skall utnyttjas av myndigheter.

Trots detta är det ett intressant dokument som visar skillnaden mellan det som myndigheter formellt bekymrar sig för och det som användare gör online. Skillnaden är enkel att se i dokumentets sammanfattande punkter:

- Sammanfattningsvis torde alla inlägg som görs på ett socialt medium vara att betrakta som allmänna handlingar om det sker inom ramen för myndighetens verksamhet.
- Handlingar som omfattas av sekretess får inte förekomma på sociala medier.
- Eftersom handlingar som inte omfattas av sekretess inte behöver registreras räcker det att de inlägg som görs på kommunens egen webbplats struktureras på ett sådant sätt på webbplatsen att de är lätt sökbara.
- För att myndigheten ska veta vilka allmänna handlingar som finns hos myndigheten bör den ha en förteckning över vilka externa webbplatser som myndigheten är aktiv på.
- Myndigheten bör fatta ett generellt gallringsbeslut om att handlingar som är av tillfällig eller ringa karaktär får gallras när de inte längre är aktuella.
- Det sociala mediet som »fenomen« bör bevaras som en ögonblicksbild genom att man återkommande bevarar delar av det sociala mediet under en vald tidsperiod.

Det stora med Sociala Medier är just när mediet överskrider etablerade arbetsroller och fördelningar. Naturligtvis är det viktigt att poängtera att handlingar

som omfattas av sekretess inte får förekomma på sociala medier – men det är skrämmande att diskussionen förs på denna nivå. Det är oroväckande att myndighetspersoner behöver påminnas om en så pass grundläggande princip.

Var står vi?

För att nå ut är politiker beredda att gå dit folk är och just nu hänger en stor del av samhället online. Därför ser vi politiker på Facebook och de försöker kommunicera via Twitter. Till och med myndigheter hänger på Facebook och diskuterar om de ska Twittra. Problemet är att de saknar reellt intresse, förståelse eller kunskap om vad de ska ha de nya medierna till.

En av anledningarna till att vi saknar en reell diskussion är uppfattningen att Sociala Medier saknar betydelse och är en banal kommunikation. De som kommer med den senare kritiken försöker applicera en felaktig kommunikationslogik på Twitter. Twitter är ett fyrdimensionellt cocktailparty där alla går runt och minglar och pratar om djupa och banala saker. Ineffektivt om målet är att bli full, mätt, föra djupa dialoger eller lära sig meningen med livet. Men på ett cocktailparty skapas kontakter, byggs mening och samförstånd. Fördelen med Twitter, den fjärde dimensionen, är att jag deltar utan att vara där, bidrar med mitt perspektiv, berikas och berikar. Jag är social.

Men det handlar inte om att lyssna när andra agerar. Vill man berikas måste man delta i konversationer med gamla och nya vänner. Samma regler på Twitter som på ett cocktailparty – att stå tyst och lyssna funkar inte i längden. Därför meddelar Twittrare sin banala och intressanta verklighet, kommenterar samhället omkring – allt från frukost till lagförslag.

Twitter är en konversation medan staten är en institution. Alla försök till att konversera med organisationer är dömda att misslyckas. Vi konverserar med individer och vilka individer skulle vi konversera med i staten? Vad skulle de kunna säga? Endast de med tillräckligt höga befogenheter skulle kunna säga något meningsfullt men de är troligtvis inte tillgängliga på det sättet.

När stat och företag försöker twittra ger de krampaktigt sken av en konversation men staten gör sig inte bra i avslappnade sammanhang. Utan likt en vilsen gäst i illasittande kläder hänger vissa myndigheter på Twitter. De talar med en myndig stämma, informerande från ovan, under kontorstid – ingen vill egentligen höra. De är inbjudna av plikt eller för att elakt narras med.

Konflikten kan inte undvikas när den officiella hierarkin möter idéernas marknadsplats och resultatet är givet: partyfolket skäms, skrattar lite generat och undviker dialog. Staten är dammsugarförsäljaren som inte förstår de sociala reglerna som gäller på festen. Twitter är inte en marknadsföringskanal det är en konversation.

Myndigheter och Sociala Medier

Eftersom Sociala Medier handlar om att ingå i en reell dialog är det otillräckligt av myndigheter att diskutera hur de formellt skall tillämpa analoga regelverk på digitala medier. Situationen är att användare använder mediet – de kan ägna sig åt självanalys – men i första hand använder de mediet inifrån. Naturligtvis måste myndigheter ägna tid åt att lösa dessa frågor men det får inte ske på bekostnad av den verkliga diskussionen: kan en myndighet bidra i en konversation utan att diktera och dominera diskussionen?

Myndigheter måste utveckla (och snabbt) en realistisk strategi för vad de vill få ut från sin användning av Sociala Medier. Det måste finnas klara regler för vem som talar, hur de talar och gränserna för talarens befogenhet och behörighet. Utan en tydlig sådan position kommer myndigheternas deltagande enbart vara en krystad och forcerad tillämpning av ett medium de till synes saknar kompetens till att hantera.

I strategidiskussionen bör kanske de viktigaste frågorna vara: Vad vill man och vad kan man bidra med? Och kan man göra det på användarens (dvs. medborgarens) villkor?

• • •

Mathias Klang fil. dr. är forskare och lärare vid Göteborgs Universitet. Han disputerade 2006 med avhandlingen »Disruptive Technology – The effects of technology regulation on democracy«. Hans forskning behandlar frågor kring reglering, upphovsrätt, sociala medier och rättigheter i relation till teknologi. Förutom akademiska texter bloggar Mathias aktivt på http://techrisk.se och http://digital-rights.net. Han är dessutom projektledare för Creative Commons Sverige, arbetar med upphovsrättsfrågor för Wikipedia och licensfrågor för Free Software Foundation Europe Sverige.