

A decorative graphic on the right side of the page. It features three concentric circles in shades of blue, with a larger one at the top, a smaller one in the middle, and a very large one at the bottom right. Thin blue lines extend from the top left towards the circles.

# Upplýsingastefna Stjórnarráðsins

## Samfélagsmiðlar

Skýrsla og tillögur til ráðuneytisstjóra

Vinnuhópur um samfélagsmiðla og  
upplýsingastefnu Stjórnarráðsins

Maí 2012



## Efnisyfirlit

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Formáli .....                                                        | 4  |
| Inngangur .....                                                      | 6  |
| 1. Hvernig getur Stjórnarráðið nýtt sér samfélagsmiðla? .....        | 7  |
| „Það eru allir á Facebook“ .....                                     | 7  |
| Þar sem fólk er flest ... þar eiga ráðuneytin að hafa rödd .....     | 7  |
| Kostir sem erfitt er að hafna .....                                  | 7  |
| Leyfið markhópunum að koma til mín .....                             | 8  |
| Það er frá svo mörgu að segja .....                                  | 8  |
| 2. Drög að leiðbeiningum um notkun ráðuneyta á samfélagsmiðlum ..... | 9  |
| Í upphafi .....                                                      | 9  |
| Efni síðu .....                                                      | 10 |
| Viðbrögð við athugasemdum og fyrirspurnum .....                      | 11 |
| Öryggis- og tæknimál .....                                           | 11 |
| 3. Stefna Stjórnarráðsins í upplýsinga- og samskiptamálum .....      | 12 |
| Meginatriði .....                                                    | 12 |
| Leiðarljós .....                                                     | 12 |
| Tillaga .....                                                        | 13 |
| 4. Fræðsla um samfélagsmiðla .....                                   | 14 |
| Fyrir hverja? .....                                                  | 14 |
| Inntak .....                                                         | 14 |
| Umsjón .....                                                         | 14 |
| Heimildir og ítarefni .....                                          | 15 |

## Formáli

Á fundi ráðuneytisstjóra 13. mars 2012 var samþykkt að tillögu ráðuneytisstjóra umhverfisráðuneytis að hópur fulltrúa ráðuneyta fjallaði um stefnu Stjórnarráðsins um notkun samfélagsmiðla sem hluta af upplýsingastefnu sem mótuð yrði fyrir Stjórnarráðið í heild.

Í hópinn voru tilefnd:

forsætisráðuneyti:

Una Björk Ómarsdóttir, lögfræðingur, sem leiddi hópinn  
Björn Sigurðsson, vefstjóri

Edda Rúna Kristjánsdóttir, skjalastjóri

Jóhann Hauksson, upplýsingafulltrúi ríkisstjórnarinnar

efnahags- og viðskiptaráðuneyti:

Steindór Grétar Jónsson, sérfræðingur

fjármálaráðuneyti:

Rósa Björk Brynjólfssdóttir, upplýsingafulltrúi

iðnaðarráðuneyti:

Þórir Hrafnsson, upplýsingafulltrúi

innanríkisráðuneyti:

Jóhannes Tómasson, upplýsingafulltrúi

mennta- og menningarmálaráðuneyti:

Þorgeir Ólafsson, upplýsingafulltrúi

sjávarútvegs- og landbúnaðarráðuneyti:

Guðný Steina Pétursdóttir, stjórnarráðsfulltrúi

umhverfisráðuneyti:

Bergþóra Njála Guðmundsdóttir, upplýsingafulltrúi

utanríkisráðuneyti:

Purý Björk Björgvinsdóttir, sérfræðingur

velferðarráðuneyti:

Margrét Erlendsdóttir, upplýsingafulltrúi

rekstrarfélag Stjórnarráðsins:

Guðmundur H. Kjærnested, framkvæmdastjóri

Hópnum var falið að:

1. fjalla um hvernig Stjórnarráðið geti nýtt sér samfélagsmiðla, meðal annars með hliðsjón af reynslu þeirra fimm ráðuneyta sem í dag halda úti Facebook-síðu. Ljóst er að notkun fyrirtækja og opinberra stofnana á samfélagsmiðlum færist í vöxt og verður varla aftur snúið með þá þróun.
2. gera drög að leiðbeiningum um það hvernig umgangast eigi samfélagsmiðla ráðuneytanna.
3. gera tillögu um vinnslufarveg heildstæðrar upplýsingastefnu fyrir Stjórnarráðið sem stefna um notkun samfélagsmiðla yrði hluti af.
4. gera tillögu um fyrirkomulag fræðslu um notkun samfélagsmiðla fyrir starfsmenn Stjórnarráðsins og eftir atvikum ráðherra.

Hópurinn hittist fjórum sinnum til að ræða verkefnið. Hópnum var einnig skipt upp í fjóra undirhópa sem funduðu eftir þörfum, fjölluðu hver um sitt verkefni og unnu drög að köflum 1-4 í skýrslunni. Þriggja manna hópur sá síðan um lokavinnslu texta, samræmingu, yfirlestur og frágang.

Drög að leiðbeiningum um það hvernig umgangast eigi samfélagsmiðla ráðuneytanna (kaflí 2) þarf að vinna frekar. Hópurinn gerir ráð fyrir að frekari vinna fari fram í hverju ráðuneyti fyrir sig. Kjósi ráðuneyti að nýta sér samfélagsmiðla setji hvert og eitt ráðuneyti sér reglur um notkun þeirra, með hliðsjón af þeim drögum sem hópurinn hefur unnið og væntanlegum kafla í Vefhandbókinni um samfélagsmiðla (Vefhandbókin – Handbók um opinbera vefi, vísuð á UT-vefnum). Slíkar leiðbeiningar þurfa að vera lifandi og taka breytingum eftir því sem reynslan kennir.

Hópurinn telur að leiðbeiningar um notkun samfélagsmiðla eigi að vera hluti af Starfsmannahandbók Stjórnarráðsins.

Lögð er áhersla á að vinna við upplýsingastefnu fyrir Stjórnarráðið verði hafin sem fyrst. Þegar stefnan verður fullmótuð telur hópurinn að hana eigi að birta á vef Stjórnarráðsins.

## Inngangur

Ein af meginstöðum góðrar stjórnsýslu er að hún sé opin og aðgengileg almenningi. Á undanförunum árum hefur upplýsingabyltingin verið uppfærð (Web 2.0) með tilkomu samfélagsmiðla sem hafa valdið grundvallarbreytingum á samskiptamáta fólks á netinu. Íslendingar teljast með netvæddari þjóðum heims en tæp 95% landsmanna tengdust netinu á einn eða annan hátt árið 2011.<sup>1</sup> Það sama er uppi á teningnum hvað notkun á samfélagsmiðlum varðar, 66% Íslendinga eru skráðir fyrir Facebook-síðu.<sup>2</sup> Nethegðun hefur einnig tekið breytingum en opnar umræður á torgum netsins hafa aukist til muna sem og veiting ýmis konar þjónustu, svo sem skráninga og umsókna. Það hefur færst í aukana á undanförunum árum að fólk leiti sér sjálft upplýsinga og efnis á netinu og geri kröfur um að slíkt sé auðfundið og aðgengilegt.

Með notkun samfélagsmiðla til upplýsingagjafar og samskipta má ná til stærri hóps en áður með takmarkaðri fyrirhöfn og tilkostnaði. Rannsóknir hafa sýnt að þeir sem eiga í rafrænum samskiptum við opinbera stjórnsýslu eru mun líklegri til að hafa jákvætt viðhorf gagnvart henni þar sem hún er aðgengilegri og opnari.<sup>3</sup>

Upplýsingamiðlun stjórnsýslunnar þarf að taka mið af þessum staðreyndum og því er nauðsynlegt að skoða hvort og þá hvernig stjórnsýslan geti fært sér í nyt breytt landslag í samskiptamáta fólks. Hér er sóknarfæri í notkun upplýsingatækninnar, netsins og samfélagsmiðla til að gera stjórnsýsluna opnari og gegnsærri, sem leiðir til aukins trausts almennings á henni. Hagnýt og hugmyndarík notkun á upplýsingatækni getur aukið möguleika almennings til áhrifa í samfélaginu. Virk notkun samfélagsmiðla eykur samskipti við almenning sem getur þannig komið skoðunum sínum á framfæri með lítilli fyrirhöfn.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>

<http://hagstofa.is/?PageID=693&src=/temp/Dialog/varval.asp?ma=SAM07102%26ti=Hlutfall+einstaklinga+sem+nota+t%F6lvu+og+net+2003%2D2011%26path=../Database/ferdamal/UTlykiltolur/%26lang=3%26units=Hlutfall>

<sup>2</sup> Miðað við fjölda þeirra sem skilgreina sig sem Íslendinga á Facebook og mannfjöldatölur Hagstofu Íslands.

<sup>3</sup> Smith, A., Government Online: The Internet gives citizens new paths to government services and information.

<sup>4</sup> Sverrir Jónsson, *Samfélagsmiðlar og hið opinbera*, 2010, bls. 6.

# 1. Hvernig getur Stjórnarráðið nýtt sér samfélagsmiðla?

*Að koma auga á tækifærin og hafa hæfileikann til að nýta sér þau!*

## „Það eru allir á Facebook“

Upplýsingamiðlun í þjóðfélagi nútímans er í hraðri þróun. Með tilkomu samfélagsmiðlanna eru hefðbundnir fjölmiðlar ekki lengur einir um hituna og stöðugt fleiri sækja fréttir, afþreyingu og samskipti hvers konar í samfélagsmiðla þar sem þeir geta klæðskerasniðið eftir áhugasviðum sínum þær upplýsingar sem þeir kjósa að fá. Vegir skilaboða á samfélagsmiðlunum eru oft órannsakanlegir þar sem þeir lúta ekki hefðbundinni ritstjórn.

Allar kannanir sýna vaxandi styrk samfélagsmiðla, sérstaklega eftir því sem aldur markhópsins er lægri.

- 212.460 Íslendingar eru með Facebook-síðu eða 66,6%.
- Yfirgnæfandi meirihluti Íslendinga á aldrinum 18-39 ára er með Facebook-síðu.
- Aðgengi Íslendinga að netinu er með því allra besta sem gerist í heiminum.

## Þar sem fólk er flest ... þar eiga ráðuneytin að hafa rödd

Góð stjórnsýsla verður að vera sýnileg. Krafa dagsins lýtur að því að stjórnvöld ástundi góða og markvissa miðlun upplýsinga. Stjórnsýslan á að vera opin og skilvirk og almenningur á að geta gengið að upplýsingum vísu. Meira upplýsingaflæði leiðir til aukinnar þekkingar og þar með aukins trausts á stjórnsýslunni.

Margt getur áunnist með því að nýta kosti samfélagsmiðla:

- Ráðuneyti geta haft bein samskipti við fjölda fólks. Þar á meðal eru hópar sem ráðuneytin ná að jafnaði ekki til – hópar sem ekki nýta sér hefðbundnar upplýsingar á vefjum ráðuneytanna.
- Einstaklingar geta á einfaldan og óformlegan hátt átt samskipti við ráðuneyti og komið t.d. með athugasemdir, spurningar, gagnrýni og hrós vegna starfa þeirra. Þannig má ýta undir aukna lýðræðisþátttöku almennings.
- Ráðuneyti fá mikilvægar upplýsingar um umræðuna í þjóðfélaginu hverju sinni og geta fengið innsýn í skoðanir almennings á þeim málefnum sem ráðuneytin vinna að.
- Ráðuneyti geta svarað beint fyrirspurnum, gagnrýni eða hverju því sem kemur fram á samskiptasíðunni og svörin eru sýnileg fleirum en þeim sem leggur fram fyrirspurnina.
- Aukið gagnsæi og sýnileiki á störf ráðuneyta er líklegt til að draga úr tortryggni og auka traust.
- Aukin þjónusta við almenning með betra upplýsingastreymi.

## Kostir sem erfitt er að hafna

Samfélagsmiðlarnir eru annarrar gerðar en hefðbundnir miðlar og eiginleikar þeirra virðast henta þörfum ráðuneytanna vel. Þar má t.d. nefna:

- Með notkun samfélagsmiðla má stuðla að jákvæðri ímynd. Með því að halda úti samskiptasíðum leggja ráðuneytin sig fram við að vera með á nótunum og ná til fólksins, enda krefst miðillinn þess að mál séu sett fram á einfaldan og auðskiljanlegan hátt.
- Upplýsingum er komið á framfæri hratt, beint og milliliðalaust.
- Samfélagsmiðlarnir eru ákjósanlegt tæki til að leiða fólk inn á vefi ráðuneytanna sem þar með öðlast aukið vægi.
- Auðvelt að búa til sérstakar síður fyrir afmörkuð málefni eða viðburði.
- Samfélagsmiðlarnir krefjast vissulega vinnuframlags en birting efnis á miðlinum er ókeypis. Vinnuframlagið þarf ekki að vera mikið ef dæma má af takmarkaðri reynslu þeirra ráðuneyta sem nú halda úti Facebook-síðum. Þar geta þó stefna og málaflokkar ráðuneytis haft áhrif.

### Leyfið markhópunum að koma til mín

Facebook-síður ráðuneyta verða seint vinsælustu síður landsins. Auðvitað er ákjósanlegt að hafa fleiri vini en færri en fjöldinn skiptir þó ekki mestu máli. Mikilvægast er að ná til þeirra markhópa sem málefni viðkomandi ráðuneytis varða. Með því dreifist boðskapurinn víðar í gegnum þeirra rafræna tengslanet. Markhóparnir geta t.d. verið:

- einstaklingar sem láta sig málefni ráðuneytis varða
- aðilar sem eiga beinna hagsmuna að gæta
- hagsmunasamtök
- fjölmiðlafólk
- undirstofnanir
- starfsfólk stjórnsýslunnar
- og svo auðvitað almenningur allur

### Það er frá svo mörgu að segja

Vefur viðkomandi ráðuneytis er heimahöfnin trausta þar sem allar helstu upplýsingar eru birtar. Styrkur samfélagsmiðlanna liggur í því að þeir henta vel til að ná athygli og miðla einföldum skilaboðum. Ef þörf er á að fara á meira djúpsævi í upplýsingagjöf er markvisst vísað á ítarlegri upplýsingar á vefnum. Samfélagsmiðlarnir koma því ekki í staðinn fyrir vef ráðuneytis – þvert á móti auka þeir mikilvægi hans.

- **Almennar fréttir** má birta jöfnum höndum á vef ráðuneytis og samfélagsmiðlum þess.
- **Eyðublöð, skýrslur, stefnur og önnur formleg skjöl** eiga heimilisfesti á vef ráðuneytis. Samfélagsmiðlarnir eru hins vegar kjörið tæki til að vekja athygli á tilvist þeirra og mikilvægi.
- **Dægurmál og ábendingar** hvers konar eru sem sniðin fyrir samfélagsmiðlana en síður fyrir vefi ráðuneytanna.
- **Myndir** njóta sín vel á samfélagsmiðlum, t.d. eru þeir kjörinn vettvangur til að miðla fleiri myndum en gert er á vef ráðuneytis.
- **Greinar og ræður** eru vistaðar á vef ráðuneytis en kjörið er að auglýsa þær á samfélagsmiðlum.
- **Fréttir og umfjöllun** annarra miðla er efni sem upplagt er að vísa til á samfélagsmiðlum.



## 2. Drög að leiðbeiningum um notkun ráðuneyta á samfélagsmiðlum

Ýmsir samfélagsmiðlar hafa náð útbreiðslu hér á landi, svo sem Facebook, YouTube, Flickr og Twitter. Eftirfarandi drög að leiðbeiningum miðast fyrst og fremst við Facebook, enda hefur sá miðill hvað mesta útbreiðslu um þessar mundir. Ráðuneyti þurfa að meta hvaða miðill hentar best markmiðum þeirra og einnig kemur vel til greina að nýta fleiri en einn miðil samtímis. Gert er ráð fyrir að hvert ráðuneyti setji sér stefnu og reglur um notkun samfélagsmiðla enda telur hópurinn ekki hentugt að ein ítarleg stefna sé samin fyrir öll ráðuneytin. Hafa má hliðsjón af tillögum vinnuhópsins og kafla um samfélagsmiðla í Vefhandbókinni (Handbók um opinbera vefi, vistuð á UT-vefnum).

### Drög að leiðbeiningum um notkun ráðuneyta á samfélagsmiðlinum Facebook

#### Í upphafi

- Mikilvægt er að skilgreina hverjir hafa umboð til að setja efni inn á síðuna. Fyrirtæki og stofnanir sem eru í fararbroddi í notkun samfélagsmiðla eiga það sameiginlegt að æðstu stjórnendur hafa gefið starfsmönnum visst frelsi til athafna og litið svo á að það verði að vera svigrúm til að prófa sig áfram og læra af reynslunni. Mikilvægt er að sá eða þeir starfsmenn sem halda utan um síðuna njóti stuðnings yfirstjórnar ráðuneytisins.
- Mælt er með því að tiltekinn hópur hafi skilgreint ábyrgðarhlutverk við umsjón síðunnar þannig að unnt sé að leita ráða ef vafi leikur á hvernig bregðast skuli við athugasemdum.
- Nefna þarf Facebook-síðuna nafni ráðuneytis ([www.facebook.com/\[raduneyti\]](http://www.facebook.com/[raduneyti])) svo hægt sé að merkja hana (tagga) og gera slóðina aðgengilega. Til þess er farið inn í stillingar (Account Settings), grunnupplýsingar (General) og búið til nýtt notendanafn (Username).
- Setja þarf inn grunnupplýsingar um ráðuneytið, hlutverk þess, staðsetningu og vef í „About“ svæðið. Merkja sem „Government Organization“.
- Rétt er að setja upplýsingar og almannan fyrirvara inn í „About“ svæðið á síðunni, sjá fylgiskjal 1.
- Ritstjórnarleg ábyrgð. Ráðuneyti ber ábyrgð á að taka á meiðandi ummælum sem kunna að birtast á síðunni. Mælt er með því að setja vinnureglur um daglega vöktun síðu. Sjá einnig fylgiskjal 1 varðandi fyrirvara, en mikilvægt er að í fyrirvara séu gefin skýr skilaboð um hvaða hlutverki síðan eigi að gegna og að meiðandi ummæli verði ekki liðin.
- Facebook býður upp á þann valkost að setja í gagnagrunn orð sem ekki eru leyfð á síðunni og birtast þá ekki ef þau eru notuð í athugasemdum eða ummælum, svo sem blótsyrði og önnur meiðandi orð. Nauðsynlegt er að gefa slíka sjálfkrafa vöktun til kynna með einhvers konar fyrirvara, t.d.: „**Ummæli sem innihalda tiltekin orð eru ekki leyfð í athugasemdakerfi þessarar síðu**“. Sjá eftirfarandi tengil og umræðu:  
<http://www.insidefacebook.com/2011/02/10/keyword-moderation-profanity-blocklist/>
- Mælt er með því að hafa vegginn lokaðan fyrir innlegg frá öðrum en viðkomandi ráðuneyti. Utanaðkomandi aðilar geta þannig einungis skrifað athugasemdir (comment) við færslur og

„líka við“ síðuna (like). Ef ráðuneyti telur þörf á að opna síðuna frekar er mögulegt að setja upp ábendingadálk (recommendation) sem er til hliðar við vegginn og ber með sér að vera vettvangur notenda. Ekki er hægt að setja athugasemdir við færslur í ábendingadálki en hægt er að „líka við“ færslurnar.

- Gott er að fylgjast með umferð um síðuna, t.d. með þeim mælitækjum sem eru fyrir hendi hjá Facebook. Einnig má nota önnur mælitæki, svo sem teljara Google Analytics eða aðra sambærilega teljara. Nánari leiðbeiningar um þetta efni er að finna í Vefhandbókinni - Handbók um opinbera vefi sem finna má á UT vefnum.

## Efni síðu

- Mikilvægt er að orðalag sé óformlegra en gengur og gerist innan hinnar formlegu stjórnsýslu. Hér þarf að leyfa sér að vera léttari, það er eðli samfélagsmiðla að samskiptin séu óformlegri og á eilítið persónulegri nútum. Þó þarf að gæta að því að ákveðið jafnvægi sé á milli persónunnar sem skrifar og ráðuneytisins sem hún svarar fyrir (t.d. 20% persóna, 80% ráðuneyti).
- Dæmi um hvað setja má inn á síðuna:
  - Tengil á fréttir af vef ráðuneytisins en hafa inngangstexta á léttari nútum en fréttina sjálfa.
  - Tengil á ræður og greinar ráðherra á vefsíðu ráðuneytis, eða búa til nótu (notes) þar sem ræðuna/greinina er að finna. Athugið að hafa útskýrandi inngangstexta sem er ekki formlegur og alls ekki langur.
  - Viðtöl við ráðherra og umfjöllun um hann og málefni ráðuneytisins í fjölmiðlum.
    - Að því er varðar ræður og greinar ráðherra og viðtöl við ráðherra getur verið nauðsynlegt að meta hvort um sé að ræða embættiserindi ráðherra eða stjórnmalapáttöku, þ.e. þegar ráðherra tjáir sig sem stjórnmalamaður frekar en embættismaður.
  - Umfjöllun um viðburði á vegum ráðuneytis.
  - Ljósmyndir úr starfi ráðuneytis og ráðherra.
  - Áminningar um alþjóðlega daga á verkefnasviði ráðuneytis.
  - Góðar kveðjur og léttar athugasemdir um daginn og veginn (Gleðilegt sumar!).
- Athugandi gæti verið að úthluta ólíkum verkefnum til nokkurra starfsmanna ráðuneytisins. Þannig gætu t.d. móttökuritarar séð um að setja inn á síðuna almennar upplýsingar um atriði á borð við opnunartíma og þess háttar. Sérfræðingar á ákveðnum málavæðum innan ráðuneytis gætu einnig sett inn á síðuna skilaboð og upplýsingar um þá málaflokka. Sjá einnig kaflann um öryggis- og tæknimál.
- Hægt er að setja upp sérstakar síður fyrir tiltekna viðburði eða málefni. Í sumum tilfellum getur það hentað betur en að nýta síðu ráðuneytis, svo sem þegar ná á til mjög afmarkaðs hóps (t.d. nemenda sem hyggja á nám í framhaldsskóla, heilbrigðisstarfsfólks eða annarra afmarkaðra hópa).
- Það getur verið öflugt auglýsingatæki að skapa viðburð, svokallaðan „Event“ í tengslum við viðburði á vegum ráðuneytisins, svo sem ráðstefnur, málþing og fyrirlestra og deila meðal vina. Um leið og þeir samþykkja, hafna eða deila viðburðinum þá verða vinir þeirra varir við viðburðinn.

### Viðbrögð við athugasemdum og fyrirspurnum

- Þegar kemur að skráningu í málaskrá er eðlilegt að sömu reglur gildi um svör við athugasemdum á Facebook og um tölvupóst, sjá kafla 7 í Starfsmannahandbók Stjórnarráðsins. Þetta gildir hvort sem erindi eða fyrirspurn kemur fram á síðunni sjálfri eða er send sem skilaboð (message):
  - Erindi sem felur í sér afgreiðslu eða umsögn af hálfu ráðuneytis skal skrá í málaskrá.
  - Erindi sem felur í sér staðreyndaspurningu sem hægt er að svara með því að fletta upp svari eða vísa á vef má svara án bókunar í málaskrá. Athugið að slík erindi má einnig skrá í málaskrá ef hagræði er af því.
- Leiðbeiningar með dæmum um athugasemdir og hugsanleg svör og viðbrögð við þeim er að finna í fylgiskjali 2.
- Sendi fólk erindi eða fyrirspurnir í gegnum „message“ þarf að meta hvort fyrirspurnin sé þess eðlis að hún þarfnist ekki skráningar í málaskrá. Sé sú raunin er óhætt að svara í stuttu máli með sama hætti. Sé fyrirspurnin flóknari og þarfnast formlegrar afgreiðslu er rétt að beina viðkomandi á netfang ráðuneytisins svo erindið fái skráningu með formlegum hætti.

### Öryggis- og tæknimál

- Ákveða þarf hverjir innan ráðuneytis hafa fullan aðgang að síðunni (eru „admin“) og bera þannig ábyrgð á henni.
- Facebook er þannig uppsett að á bak við hverja síðu þurfa að vera einstaklingar, stjórnendur (admin) sem nýta sinn persónulega Facebook-aðgang við að stýra viðkomandi síðu. Þetta þarf að hafa í huga í sambandi við öryggi síðunnar og því æskilegt að sem fæstir hafi stjórnenda-aðgang (2-3 starfsmenn). Einnig þarf að huga að styrk lykilorða. Hugleiða má hvort starfsmenn setji inn færslur eða athugasemdir í eigin nafni. Því má líkja t.d. við símtöl, starfsmenn svara fyrirspurnum í síma undir nafni. Ástæða er til að kanna nánar hvernig staðið er að þessu t.d. í ráðuneytum í nágrannalöndunum. Þá er einnig vert að athuga að athafnir einstaklings á síðunni sem skráður er stjórnandi eru skráðar í nafni síðunnar sjálfar. Þannig getur stjórnandi á síðunni ekki „líkað við“ færslur á síðunni sem einstaklingur, heldur birtist það í nafni ráðuneytisins. Þetta er þó hægt að stilla sérstaklega.
- Bent er á að afrit Facebook-síða ráðuneyta verða ekki vistuð hjá Landsbókasafni þar sem lénið endar ekki á „.is.“ Ráðuneyti þurfa að meta hvort þau vilji afrita Facebook-síður sínar reglulega eða þegar þörf krefur. Unnt er að taka skjámyndir, merkja með dagsetningu og t.d. geyma á safnmáli í málaskrá.

### 3. Stefna Stjórnarráðsins í upplýsinga- og samskiptamálum

Krafan um opna stjórnsýslu, aukið gagnsæi og lýðræðisumbætur verður stöðugt ríkari í nútíma samfélagi. Til að bregðast við þessari kröfu er lagt til að hafin verði vinna við mótun upplýsinga- og samskiptastefnu Stjórnarráðsins. Stefnan taki til upplýsingamiðlunar og samskipta ráðuneyta út á við með hliðsjón af upplýsingalögum og stjórnsýslulögum.

#### Meginatriði

Gera má ráð fyrir að upplýsinga- og samskiptastefna Stjórnarráðsins byggi á eftirfarandi meginatriðum:

- **Upplýsingum.** Þær streyma í eina átt, frá sendanda (Stjórnarráðinu) til viðtakenda (almennings, fyrirtækja, stofnana, fjölmiðla, alþjóðasamfélagsins o.s.frv.).
- **Samskiptum.** Samskipti eru gagnvirk. Allir miðla og taka við upplýsingum, ekki aðeins í samskiptum Stjórnarráðsins við umhverfið; upplýsingum er einnig miðlað innan ráðuneytis og milli ráðuneyta.
- **Stefnumörkunin** þarf hvoru tveggja að taka til upplýsinga og samskipta innan Stjórnarráðsins og upplýsingagjafar og samskipta út á við.

#### Leiðarljós

Samskipta- og upplýsingastarf Stjórnarráðsins ætti að hafa eftirfarandi að leiðarljósi:

1. **Opið:** Sá sem biður um upplýsingar á að fá þær. Ganga skal svo langt sem lög og reglur leyfa (sbr. upplýsingalög).
2. **Skiljanlegt:** Upplýsingar eiga að vera á einföldu og skýru máli.
3. **Málefnalegt:** Upplýsingar sem miðlað er eiga að vera réttar. Þær eiga að skipta máli, þ.e. vera mikilvægar og gagnast fyrirspyrjanda.
4. **Hraðvirk:** Upplýsingar á að láta í té svo fljótt sem auðið er. Leitast skal við að láta samstarfsmönnum (innan ráðuneytis – innra upplýsingaflæði) upplýsingar í té áður eða eigi síðar en þeim er miðlað opinberlega.
5. **Viðeigandi:** Markmiðið er að réttar upplýsingar komist til réttra einstaklinga í réttum tilvikum. Aðgengi að upplýsingum á að auðvelda svo sem kostur er, t.d. með boðskiptatækni netsins. Þar með er mismunandi markhópum auðveldaður aðgangur að upplýsingum.

Framangreind fimm atriði má líta á sem grundvallarreglur upplýsingastarfs og samskipta sem fylgja ber óháð tegund miðlunar. Lausleg athugun leiðir í ljós að þessar reglur eru svipaðar í nágrannalöndunum svo sem í Noregi, Svíþjóð og Danmörku.

Samhæfð upplýsinga- og samskiptastefna alls Stjórnarráðsins skiptir máli og er í anda þeirra breytinga sem gerðar hafa verið á Stjórnarráðinu með lögum. Samhæfing og samstilling ráðuneyta er víða mikil (t.d. í Ástralíu, Kanada, Danmörku, Finnlandi, Bretlandi og Bandaríkjunum). Í nýlegri úttekt á upplýsingamálum sænska stjórnarráðsins er til að mynda áhersla lögð á að samskipti og

upplýsingastarf sé undir merkjum samhæfingar og að til sé sameiginleg umgjörð um hvernig að því skuli staðið.

### **Tillaga**

Myndaður verði hópur sem fengi það verk að gera tillögu að upplýsinga- og samskiptastefnu Stjórnarráðsins. Í hópnum sitji a.m.k. fulltrúar forsætisráðuneytis og innanríkisráðuneytis, fulltrúi úr hópi upplýsingafulltrúa Stjórnarráðsins, sérfræðingur á sviði upplýsingamála, lögfræðingur, fulltrúi vefstjóra og fulltrúi skjalastjóra. Leitað yrði uppi það starfsfólk innan Stjórnarráðsins sem hefur bestu þekkinguna á þessu sviði.

Bent er á að slíkar stefnur liggja víða fyrir hjá hinu opinbera í nágrannalöndum okkar og gæti verið gagnlegt að hafa þær til hliðsjónar. Lögð er áhersla á að stefnan sé hnitmiðað, tiltölulega stutt skjal sem skýri megináherslur í upplýsingamiðlun Stjórnarráðsins.

Lögð er áhersla á að stefnan verði borin undir sameiginlegan fund upplýsingafulltrúa allra ráðuneyta til umræðu og afgreiðslu. Endanleg tillaga verði lögð fyrir ráðuneytisstjóra allra ráðuneyta til frekari umfjöllunar og afgreiðslu.

## 4. Fræðsla um samfélagsmiðla

Eins og í öðrum verkefnum ráðuneytanna er mikilvægt að þau ráðuneyti sem kjósa að nota samfélagsmiðla geri það markvisst og vel. Til að svo megi verða þarf að veita því starfsfólki sem að þeim málum koma gagnlega og reglubundna fræðslu.

### Fyrir hverja?

Fræðslan ætti að vera fyrir þá sem vinna með samfélagsmiðla ráðuneyta. Það getur verið mismunandi milli ráðuneyta hverjir hafa það hlutverk en oft eru það upplýsingafulltrúar, verkefnisstjórar og vefstjórar. Fræðslan gæti einnig nýst aðstoðarmönnum ráðherra þó að í vissum tilfellum geti gilt aðrar reglur eða annað vinnulag um það sem þeir gera í sínu eigin nafni eða nafni ráðherra.

Nauðsynlegt er að kynna fyrir stjórnendum hvernig ráðuneyti ætlar sér að nota samfélagsmiðla, stuðningur þeirra er mikilvægur. Því þarf að halda kynningarfund fyrir stjórnendur, hvort heldur er fyrir stjórnendur einstakra ráðuneyta eða þá alls Stjórnarráðsins. Til þeirrar kynningar þyrfti að fá sérfræðing í notkun samfélagsmiðla.

### Inntak

Gengið er út frá því að Stjórnarráðið hafi sett sér markmið og reglur um samfélagsmiðla og mun fræðslan byggjast á því. Einnig er gengið út frá því að engin eða lítil þekking sé fyrir hendi og því lagt til að eftirfarandi meginþættir verði teknir fyrir:

- Markmið með notkun samfélagsmiðla.
- Skipulag er varðar notkun samfélagsmiðla.
- Kynning á dæmum um „góða“ notkun samfélagsmiðla og fjallað um hvað beri að varast.
- Leiðbeiningar um hvernig eigi að haga skrifum og samskiptum.
- Vistun gagna, svo sem í málaskrá.
- Lög og reglur sem snert geta notkun á samfélagsmiðlum, svo sem stjórnsýslulög, upplýsingalög og lög um persónuvernd og meðferð persónuupplýsinga.
- Tæknileg atriði, svo sem kennsla í notkun ákveðinna kerfa og styrkur lykilorða.

Í framhaldi af þessari fræðslu væri æskilegt að fulltrúar úr ráðuneytunum hittust reglulega til að miðla af reynslu sinni og byggðu þannig upp sameiginlega þekkingu.

### Umsjón

Lagt er til að umsjón með fræðslunni verði í höndum Stjórnsýsluskóla Stjórnarráðs Íslands en hann gæti mögulega átt samstarf við aðra um framkvæmdina (svo sem háskólana eða stofnanir þeirra). Leitað verði til sérfræðinga á sviði samfélagsmiðla og ef til vill einstaklinga frá stofnunum sem hafa aflað sér reynslu af notkun samfélagsmiðla.

Þar sem lítil reynsla er af notkun samfélagsmiðla hjá hinu opinbera hér á landi væri einnig athugandi að leita eftir þekkingu erlendis frá, t.d. með því að fá erlenda fyrirlesara eða kennara.

## Heimildir og ítarefni

Difi – Direktoratet for forvaltning og IKT, *Sosiale medier i forvaltningen*, Osló, mars 2012.

Difi – Direktoratet for forvaltning og IKT, *Veileder i sosiale medier for forvaltningen*, Osló, október 2010.

E-delegationen, *Myndigheters användning av sociala medier*, Stokkhólmur, desember 2010.

Facebook-síða efnahags- og viðskiptaráðuneytisins, <http://www.facebook.com/#!/pages/Efnahags-og-vi%C3%B0skiptar%C3%A1%C3%B0uneyti%C3%B0/162647747100079>

Facebook-síða iðnaðarráðuneytisins, <http://www.facebook.com/#!/pages/I%C3%B0na%C3%B0arr%C3%A1%C3%B0uneyti%C3%B0/195860628127>

Facebook-síða mennta- og menningarmálaráðuneytisins, <http://www.facebook.com/#!/mennta.menningarmalaraduneyti>

Facebook-síða umhverfisráðuneytisins, <http://www.facebook.com/#!/umhverfisraduneytid>

Facebook-síða utanríkisráðuneytisins, <http://www.facebook.com/#!/utanrikisraduneytid>

Foreign and Commonwealth Office, Digital Diplomacy, Communication Directorate. Sótt 25. apríl .á <http://digitaldiplomacy.fco.gov.uk/en/>

Fornýings- og administrasjonsdepartementet, *Statens kommunikasjonspolitikk*, Osló, október 2009.

Regeringskansliet, *Kommunikationsverksamheten i Regeringskansliet – en översyn*, Stokkhólmur, október 2011.

Sandy Carter, *Get Bold – Using Social Media to Create a New Type of Social Business*, New Jersey, 2012.

Smith, A. (2010). Government Online: The Internet gives citizens new paths to government services and information: Pew Research Center.

Steingrímur Sigurgeirsson, Arnar Pálsson og Guðný Rut Ísaksen, *Samfélagsmiðlar og markaðsmál – Samtal við viðskiptavininn leysir eintal af hólmi*, Straumar – viðskiptarit Capacent, 2011.

Sverrir Jónsson, *Samfélagsmiðlar og hið opinbera*, ritgerð, Háskóli Íslands, haust 2010.

Purý Björk Björgvinsdóttir, *#Diplomacy, How Social Media is utilized by Diplomats @ Work*, ritgerð, United Nations' University for Peace, San José, september 2011.