

Riksantikvarieämbetet 2.0 – på väg mot framtiden?

En undersökning av Riksantikvarieämbetets
användning av sociala medier



Juliane Ljung

Uppsats för avläggande av filosofie kandidatexamen i
Kulturvård, Bebyggelseantikvariskt program
15 hp
Institutionen för kulturvård
Göteborgs universitet

2012:14



Riksantikvarieämbetet 2.0 – på väg mot framtiden?

En undersökning av Riksantikvarieämbetets
användning av sociala medier

Juliane Ljung

Handledare: Ingrid Martins Holmberg

Kandidatuppsats, 15 hp
Bebyggelseantikvariskt program
Lå 2011/12

UNIVERSITY OF GOTHENBURG
Department of Conservation
P.O. Box 130
SE-405 30 Goteborg, Sweden

www.conservation.gu.se
Ph +46 31 786 4700
Fax +46 31 786 4703

Program in Integrated Conservation of Built Environments
Graduating thesis, BA/Sc, 2012

By: Juliane Ljung
Mentor: Ingrid Martins Holmberg

The Swedish National Heritage Board 2.0 – The way to the future? A study of the Swedish National Heritage Board's usage of new media

ABSTRACT

The intention with this thesis has been to highlight the Swedish National Heritage Board's usage of new media and to examine how the usage of new media works in practice. The thesis recognizes the increasing significance of new media in our everyday lives with particular focus on these services used in an organizational context with the objective of communication between an authority and citizens. Manuel Castells theory of an information society has been used as a theoretical framework to explain the role of new media in the restructuring of our communication patterns. The source material for this thesis consists of collected data from the Internet as well as a number of interviews with both officials at the Board and Twitter users. Official reports and documents from the Board as well as research produced within the field of cultural heritage research have been used likewise.

The thesis gives a review of the various types of new media used by the Swedish National Heritage Board following basic questions about structure and content. Facebook and Twitter have been selected for a more detailed quantitative and qualitative content analysis. The examination identifies different forms of communication between the Swedish National Heritage Board and Swedish citizens that arise in the context of new media. However it suggests taking into account risks associated with the human element. In this context a certain focus is given to questions of professional integrity and accountability. The discussion of the results allows us to explore the potential benefits of new media within the field of cultural heritage as well as risks arising in this context.

Title in original language: Riksantikvarieämbetet 2.0 – på väg mot framtiden?
En undersökning av Riksantikvarieämbetets
användning av sociala medier

Language of text: Swedish

Number of pages: 76

Keywords: New media, Facebook, Twitter, cultural heritage, Swedish National Heritage Board, participation

ISSN 1101-3303

ISRN GU/KUV—12/14--SE

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	7
1.1 Bakgrund.....	7
1.2 Problemformulering.....	8
1.3 Syfte.....	9
1.4 Forsknings- och tillämpningsläge.....	9
1.5 Frågeställningar.....	12
1.6 Källmaterial.....	12
1.7 Teoretisk ansats.....	13
1.8 Metod.....	16
1.9 Avgränsningar.....	16
2. Kulturarvssektorn och delaktighet genom sociala medier.....	18
2.1 Delaktighet som politiskt uppdrag.....	18
2.2 Internet i Sverige.....	19
2.3 Myndigheter möter sociala medier.....	21
2.4 Delaktighet och sociala medier inom kulturarvssektorn.....	22
2.5 Delaktighet och sociala medier i Riksantikvarieämbetets verksamhetsbeskrivning.....	24
3. Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier.....	27
3.1 De sociala medierna i överblick.....	27
3.2 Riksantikvarieämbetets strategi för användning av sociala medier.....	34
3.3 Hur är arbetet med de sociala medierna organiserat?.....	35
3.4 Riksantikvarieämbetet på Facebook.....	36
3.4.1 Sidans uppbyggnad.....	37
3.4.2 Sidans innehåll.....	38
3.4.3 Sidans användare.....	42
3.4.4 Språk och avsändare.....	46
3.5 Riksantikvarieämbetet på Twitter.....	47
3.5.1 Sidans uppbyggnad.....	47
3.5.2 Sidans innehåll.....	48
3.5.3 Sidans användare.....	52
3.5.4 Språk och avsändare.....	53
3.6 Privat eller i tjänsten?.....	56
3.6.1 Överlappning mellan twitterkonton.....	56
3.6.2 Tjänstemännens privata twitterkonton.....	57
3.6.3 Tjänstemännens Twitter ur medborgarens perspektiv.....	59
4. Resultat.....	62
5. Diskussion.....	63

5. Sammanfattning.....	67
Illustrationsförteckning	69
KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING.....	71
BILAGOR	

1. Inledning

Denna kandidatuppsats har tillkommit under våren 2012 inom ramen för bebyggelseantikvariskt program, vid institutionen för kulturvård på Göteborgs universitet.

Uppsatsämnet har valts utifrån mitt intresse för sociala mediers betydelse i våra liv.

1.1 Bakgrund

De sociala medierna ansågs i början av 2000-talet som ett forum för ungdomar och ett kortvarigt fenomen, men idag har de flesta förstått att internet och olika webbtjänster är här för att stanna och troligen bara kommer växa i betydelse framöver. Sociala medier är inte längre en ovanlig gimmick för datanördar utan ett kommunikationsmedel för både privatpersoner, företag och myndigheter. Tjänster som *Facebook* och *Twitter* möjliggör interaktivitet, dialog och snabb kommunikation och ses som ett enkelt och effektivt sätt för att skapa kontakt mellan många aktörer världen över. (Findahl 2011)

Nationalencyklopedin definierar sociala medier som ”ett samlingsnamn på kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera direkt med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud. Sociala medier kan skiljas från massmedier i den bemärkelsen att de senare i traditionell mening utgörs av envägskommunikation...” (Nationalencyklopedin 2012). E-delegationen menar att sociala medier används som ”ett sätt att kommunicera, skapa relationer, främja dialog och dela kunskap.” (E-delegationen 2010, s. 6). Gustafsson och Höglund poängterar att sociala medier till skillnad från andra medier innefattar en social komponent: ”Med sociala medier avses kommunikationstjänster som på något sätt innehåller en social faktor: man delar med sig av information till kontakter i ett socialt nätverk via en webbaserad tjänst.” (Gustafsson & Höglund 2011, s. 511). Författarna poängterar dessutom att sociala medier möjliggör en ”många-till-många”-kommunikation i vilken gränstragningen mellan producent och konsument av information blir otydlig (Gustafsson & Höglund 2011). Wikipedia säger att sociala medier är ”aktiviteter som kombinerar teknik, social interaktion och användargenererat innehåll”. Sociala medier kännetecknas av att vara ett enkelt och snabbt sätt att kommunicera. (Wikipedia) Bland de mest kända sociala medierna i Sverige idag finns *Facebook*, *Twitter*, *Wikipedia*, olika bloggar samt internetforum som *Flashback* och *Familjeliv*. Sociala medier kallas även ibland för nya medier eller webb 2.0.

Nya medier skapar nya förutsättningar för information och kommunikation, för hur vi delar kunskap och hur vi skapar ett nätverk av kontakter. För företag, institutioner och myndigheter som använder sig av sociala medier krävs ett aktivt förhållningssätt och ett ställningstagande hur verksamheten förhåller sig till de nya verktygen (Stakston 2010). Även inom den offentliga sektorn är sociala medier numera ett redskap och begreppet ”Myndighet 2.0” antyder att de nya verktygen har börjat anammas. Sociala medier förväntas kunna öppna för dialog mellan medborgare och myndighet samt att skapa öppenhet (E-delegationen 2010).

Detta svarar mot en utveckling inom den statliga förvaltningen i Sverige, som strävar efter ökad medborgardeltagande i demokratiprocesser. Kraven på transparens och dialog ökar för myndigheterna och väcker frågor om hur information kan förmedlas på ett enkelt sätt och hur fler kan inkluderas i olika processer (Regeringen 2009, Regeringens proposition 2009/10:175).

Även kulturarvssektorn i Sverige har dessa delaktighetsmål, vilket återspeglas i Riksantikvarieämbetets verksamhetsbeskrivning. Riksantikvarieämbetet är den centrala myndigheten i Sverige med ett övergripande ansvar för frågor gällande kulturarvet. Riksantikvarieämbetet ska verka för att kulturarvet bevaras, berikas och brukas (Kulturdepartementet 2006). Riksantikvarieämbetets roll formas i relation till samhällets krav och förväntningar. Inom ramen för kunskapsuppbyggnaden utgör kommunikation ett nödvändigt verktyg. En dialog med medborgarna ska prägla kulturarvsarbetet och delaktighet gällande kulturarvsfrågor är det uttalade målet. I och med strävan efter en förbättrad kommunikation med medborgaren och en bättre spridning av kulturarvsinformation verkar användningen av sociala medier en självklarhet och i jämförelse med andra aktörer inom den svenska kulturarvssektorn ligger Riksantikvarieämbetet i framkant gällande internetnärvaron (Summanen 2011).

1.2 Problemformulering

Darren Peacock, forskare inom museistudier vid University of South Australia, menar att Internet har blivit en del av många organisationers verksamhet inom kulturarvssektorn och att denna utveckling har skett under bara ett decennium. Peacock problematiserar detta faktum och menar att det saknas forskning kring vilken roll just officiella aktörer, som myndigheter eller organisationerna har i det som kallas för "the Internet revolution", eftersom forskningen hittills har koncentrerat sig på individen som användare: "Even though individuals constitute the majority of Internet users and their use of the Internet has been the principal focus of Internet research, organizations play a crucial, if not defining, role in the diffusion and evolution of such technology-based change and innovations." (Peacock 2008, s. 91).

Flera forskare hävdar att användningen av sociala medier medför en grundläggande förändring av våra traditionella kommunikationsmönster. Användningen av sociala medier inom en myndighet står inte sällan i konflikt med myndighetens byråkratiska regelverk. Detta innebär att implementering av sociala medier i myndighetens verksamhet kräver förändring av den traditionella tjänstemannarollen samtidigt som myndighetens regelverk kräver en anpassning efter de nya kommunikationsverktygen. (Fabel 2010, Klang 2009, Sey & Castells 2004)

Detta gäller in synnerhet för Riksantikvarieämbetet som utifrån sitt uppdrag men även i relation till regeringens strävan efter ökad medborgardeltagande ska ha en välfungerande kommunikation med medborgare. Frågor som idag inte är besvarade är hur sociala medier konkret används i Riksantikvarieämbetets verksamhet och hur myndighets roll anpassas till de nya sätten att kommunicera. Det är inte heller prövat om sociala medier i praktiken kan vara ett verktyg för att förbättra kommunikationen mellan myndighet och medborgare inom kulturarvssektorn.

1.3 Syfte

Syftet med denna uppsats är att belysa Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier. Syftet är även att undersöka hur användningen av de sociala medierna fungerar i praktiken.

1.4 Forsknings- och tillämpningsläge

Sociala medier är ett ämne som är ett väldigt aktuellt just nu inom olika forskningsfält. Det finns inte många studier som undersöker hur kulturarvsinstitutioner har inkluderat Internet i sin verksamhet. Valerie Morse var den första som undersökte denna frågeställning när hon 1999 gjorde en undersökning av hur tre kulturarvsinstitutioner på Nya Zeeland använder sig av Internet i sin verksamhet: *Untangling the Web: Comparing the impact of the Internet on the National Archives, the National Library, and the Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa* (Morse 1999). Undersökningen gjordes dock 1999, innan sociala medier som *Facebook* och *Twitter* har slagit igenom. Just därför och eftersom den teknologiska utvecklingen går så snabbt är denna studie knappast aktuell, och den har därför inte särskilt beaktats i denna uppsats, men nämns ändå i detta sammanhang för att visa på ämnets historik.

Internationellt är DigiCULT det hittills mest omfattande forskningsprojekt om Internet och kulturarvsfältet. Projektet genomfördes i början av 2000-talet i uppdrag av den europeiska kommissionen. Den tillhörande rapporten *Technological Landscapes for Tomorrow's Cultural Economy - DigiCULT*, som utgavs som bok 2002, inkluderar undersökningar, intervjuer och diskussioner av 180 aktörer inom kulturarvsfältet, som museer, arkiv och bibliotek. Ett av fyra huvudämnena inom rapporten är en översikt över de förändringar inom organisationen, som står i samband med inkluderingen av Internet i organisationens verksamhet. Översikten saknar dock en analys av dessa effekters karaktär (Office for Official Publications of the European Communities 2002). Sedan rapportens utfärdande har ett decennium passerat, vilket som redan ovan nämnts innebär att stora förändringar i den snabba internetvärlden har kunnat ske sedan dess. Därför har inte heller DigiCULT-rapporten närmare behandlats inom ramen för denna uppsats men utgör en viktig milstolpe för det internationella kulturarvsfältet.

Det finns flera undersökningar kring digital delaktighet och framförallt e-förvaltning för flera svenska myndigheter, men inte för Riksantikvarieämbetet.¹ Fokus i dessa arbeten ligger dock huvudsakligen på myndigheternas hemsidor, inte på användningen av sociala medier. Ett exempel är kandidatuppsatsen *Myndigheters medier* från 2010, i vilken studenterna Albin Gustafsson och Oliver Reuter undersöker fem svenska myndigheters medieanvändning. Studenterna har i sin undersökning fokuserat på webbplatser, innehåll, upplagda bilder och filmer, användarvänlighet samt möjligheter till interaktion. Studenterna har även tittat på myndigheternas användning av *Facebook* och *Twitter*, dock i väldigt begränsat utsträckning. Gustafsson och Reuter har utifrån

¹ Det finns en del forskning kring delaktighet inom kulturarvssektorn, bland annat Ylva Blanks rapport *Delaktighetsmålet i Länsstyrelsepraktiken* från 2003. Blank tar inte upp frågan om sociala medier men problematiserar ändå att förändringar inom kulturarvssektorn kräver en omdefiniering av den traditionella yrkesrollen. Blank argumenterar utifrån ett ökat krav på delaktighet vilket enligt hennes undersökning förändrar de etablerade arbetssätten inom kulturarvsförvaltningen (Blank 2003).

undersökningen försökt att analysera myndigheternas informationsstrategier. Studenterna har kommit fram till att de undersökta myndigheterna använder sina hemsidor i informationssyfte, dock i olika stor utsträckning. De olika tillvägagångssätten i informationsarbete härledar studenterna från myndigheternas enskilda informationsbehov. Samtidigt använder sig de flesta undersökta myndigheterna inte av sociala medier, vilket dock enligt undersökningen inte nödvändigtvis är problematiskt. Samtidigt argumenterar studenterna att vissa av myndigheterna skulle gynnas av användningen av sociala medier, då detta skulle medföra en utökad kommunikation med medborgarna, där nya ”publiker” kan nå (Gustafsson & Reuter 2010).

En uppsats som undersöker hur myndigheter berörs av sociala medier är Mikael Fabels kandidatuppsats *E-deltagandets potential* från 2010. ”Den traditionella ’byråkraten’ är redan ute och diskuterar i bloggofären” konstaterar Fabel och menar att tjänstemännen redan finns på de sociala medierna, även om många myndigheter saknar riktlinjer för tjänstemännens medieanvändning. Fabel bygger sina uttalanden på en undersökning av tre svenska myndigheter, dock inte Riksantikvarieämbetet, och deras närvaro på Internet. Han argumenterar att myndighetens deltagande i de sociala medierna direkt påverkar villkoren för tjänstemännens tjänstutövning och problematiserar gränsdragningen mellan privata och officiella uttalanden på medierna. En diskussion på Internet, som tjänstemannen deltar i, kan enligt Fabel resultera i att tjänstemännen hamnar i myndighetsutövning. Därför behövs det tydliga riktlinjer även för tjänstemännens privata användande av sociala medier. En annan aspekt som Fabel diskuterar är tjänstemännens förändrade roll i och med sociala mediers växande betydelse. Fabel menar att myndigheters anställda behöver ändra på uppfattningen om den egna rollen, då den traditionella, auktoritära expertisrollen i dialogen med medborgarna på sociala medier byts ut genom en ny roll – den likvärdiga aktören (Fabel 2010).

Ytterligare en kandidatuppsats som anknyter till frågeställningen om myndigheters användning av sociala medier är Anna Kjellanders kandidatuppsats från 2011 med titeln *Det sociala verket*. Kjellander har baserat sin undersökning på fyra statliga verksamheter, dock inte Riksantikvarieämbetet. Uppsatsens syfte är att utreda sociala mediers nytta för statliga verksamheter, med hänsyn till de handlingsramar som styr offentliga verksamheter. Uppsatsen stödjer sig på intervjuer med de utvalda myndigheterna, samtidigt som innehållet på myndigheternas facebooksidor har analyserats. Kjellander kommer fram till att de undersökta myndigheterna kan uppnå en större tillgänglighet och öppenhet genom sociala medier i och med att det skapas forum för diskussion och engagemang. Samtidigt poängterar Kjellander att användningen av sociala medier som enda verktyg inte har kunnat medföra en effektiviserad kommunikation mellan myndighet och medborgare (Kjellander 2011).

Det finns ytterligare forskning kring internetanvändning och e-förvaltning, bland annat Findahl, Gustafsson & Höglund samt Ekström. Denna forskning tars upp längre fram i uppsatsen.

Josune Arizti Etchegaray har 2010 undersökt Riksantikvarieämbetets användning av *Flickr* som verktyg för att tillgängliggöra ämbetets fotografiska samlingar. I sin masteruppsats *Digital accessibility of Nordic historical photographic collections: The engagement of the Bergen Public Library and the Swedish National Heritage Board with The Commons project on Flickr* beskriver hon hur Riksantikvarieämbetet använder sig av *Flickr* som ett verktyg med olika syften. Syftet är inte bara att offentliggöra digitaliserade samlingar utan även att få hjälp genom kunskap av användarna på

Flickr. På detta sätt blir ämbetets samlingar till användaregenererat innehåll, eftersom mottagare av bilderna kommenterar och kompletterar informationen som finns om dem digitaliserade bilderna. Syftet med publiceringen är alltså ett pedagogiskt, då publiceringen är tänkt att väcka intresse för Riksantikvarieämbetets samlingar och kulturarvet och historia i allmänhet. Arizti Etchegaray hänvisar här till det faktum att Riksantikvarieämbetet i övrigt inte har någon särskild avdelning för utbildning inom sin verksamhet vilket medför att pedagogiska mål måste åstadkommas genom ämbetets övriga verksamhet. Ett annat syfte som Riksantikvarieämbetet har med användningen av *Flickr* är enligt författaren att främja delaktighet. Arizti Etchegaray kommer fram till att Riksantikvarieämbetets användning av *Flickr* kan ses som ett framgångsrikt projekt då över en halv miljon besök på sajten har registrerats (Arizti Etchegaray 2010).

Medans *Twitter* uppmärksammas allt mer inom medier finns det fortfarande endast lite vetenskaplig forskning om *Twitter*. Anders Olof Larsson och Hallvard Moe har 2011 i sin kandidatuppsats *Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign* undersökt *Twitters*' betydelse under valkampen inför den svenska riksdagsvalen 2010. Larsson och Moe konstaterar att *Twitter* endast är ett marginellt verktyg i den politiska debatten, då antalet twitteranvändare endast ligger mellan en och åtta procent av Sveriges internetanvändare. Detta faktum är även av betydelse för andra fält än det politiska, då frågan uppstår, hur många internetanvändare egentligen finns på *Twitter*, och hur många av dessa som har ett twitterkonto, verkligen är aktiva. Larsson och Moe kallar twitteranvändarna därför för "advanced users" eller "early adopters" och tydliggör därmed skillnaden från den vanliga internetanvändaren i Sverige idag, vars majoritet inte har hittat *Twitter* än (Larsson & Moe 2011).

Mathias Klang, lektor på institutionen för tillämpad IT på Göteborgs universitet, och Jan Nolin, professor på Bibliotekshögskolan i Borås, tangerar ämnet i sin artikel *Disciplining social media: An analysis of social media policies in 26 Swedish municipalities*. Författarna beskriver att sociala mediers potential som kommunikationsmedel står i konflikt med myndigheters traditionella regelverk. Författarna stödjer sina påståenden på en undersökning av 26 svenska kommuners interna regelverk för användning av sociala medier. Klang och Nolin kommer fram till att regelverken i de övervägande fallen begränsar tjänstemännens interaktion med medborgaren på de sociala medierna. De möjligheter som sociala medier i teorin innebär för kommunikation utmanar den traditionella tjänstemannarollen utifrån regelverkens föreskrifter: "... focus of these policies has been to discipline social media based on an analog world view where the basis for control is enacted through a system of command-and-control type regulation. This approach has led to a hobbled social media where many of the main advantages are lost." (Klang & Nolin 2011).

Annika Bergström, undersökningsledare vid SOM-institutet på Göteborgs universitet, har 2010 utifrån en undersökning om svenskarnas användning av Internet analyserat sociala mediers betydelse. Undersökningen resulterade i en artikel med titeln *Personligt och privat i sociala medier* i boken *Nordiskt ljus: trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Bergström kommer fram till att sociala medier framförallt används för att vårda om befintliga relationer, inte för att knyta nya kontakter. Sociala medier har potential som demokratiskt verktyg för medborgare som vill engagera sig i samhällsfrågor men uppfyllelsen av personliga behov är fortfarande starkt dominerande när det gäller användning av sociala medier som privatperson. Sociala medier används alltså i första hand för att personligt nätverkande (Bergström 2010).

Alla de presenterade verken berör min undersökning på ett eller annat sätt. Det saknas dock en undersökning av hur sociala medier används av Riksantikvarieämbetet eller andra aktörer inom kulturarvssektorn och även frågan vilken betydelse sociala medier kan ha för delaktighet inom kulturarvssektorn har ingen berört hittills. Detta vill jag försöka göra.

1.5 Frågeställningar

Min undersökning har följande frågor:

I. Hur använder sig Riksantikvarieämbetet av sociala medier?

- a) Vilka sociala medier använder sig Riksantikvarieämbetet av och på vilket sätt?
- b) Hur är Riksantikvarieämbetets arbete med de sociala medierna organiserat?
- c) Vilken strategi ligger bakom Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier?
- d) Hur relaterar användningen av sociala medier till Riksantikvarieämbetets uppdrag?
- e) Vilket material och vilken information presenteras genom sociala medier och på vilket sätt?

II. Vilken effekt har Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier för kommunikationen med medborgaren?

- a) Vem tar emot informationen, dvs. vilken räckvidd har den?
- b) Hur tars informationen emot?
- c) Vilken form av kommunikation uppstår mellan Riksantikvarieämbetet och andra aktörer?

1.6 Källmaterial

Min undersökning stödjer sig på tre olika källmaterial. Undersökningen av Riksantikvarieämbetets medieanvändning bygger framförallt på insamlad data från Internet, alltså den information som Riksantikvarieämbetet sprider genom sina sociala medier. Dessa data har samlats in, kategoriserats och analyserats. Dessutom har Riksantikvarieämbetets egen webbstatistik använts för året 2011, som jag har fått tillgång till genom en tjänsteman på myndigheten.

Vidare bygger min uppsats på muntligt källmaterial, vilket har tillkommit genom ett flertal intervjuer. För detta ändamål har Lars Lundqvist, enhetschefen på enheten för Informationsutveckling vid Riksantikvarieämbetet intervjuats. Lundqvist är ansvarig för och kunnig inom sociala medier på Riksantikvarieämbetet. Hans svar har varit särskilt värdefulla för att komplettera min egen undersökning av Riksantikvarieämbetes internetnärvaro. Dessutom har Lundqvist kunnat bidra med upplysningar kring bakomliggande strategier och tankar kring

användningen av sociala medier ur ett myndighetsperspektiv. Därutöver har ytterligare sex tjänstemän på Riksantikvarieämbetet intervjuats, bland dem nuvarande Riksantikvarien Lars Amréus. Dessa personer har valts ut eftersom de å ena sidan arbetar med sociala medier i uppdrag av Riksantikvarieämbetet, å andra sidan även använder sig av *Twitter* i en privat kontext. Detta för att belysa frågan om gränsdragning mellan privat och offentlig på de sociala medierna.

Dessutom har sex personer, som följer Riksantikvarieämbetet och enskilda tjänstemän på *Twitter* intervjuats. Dessa har hittats genom Riksantikvarieämbetes twitterkonto, där följare är synliga. Dessa intervjupersoner har kunnat bidra med ett användarperspektiv som hjälper till att belysa frågan kring delaktighet och nyttan av sociala medier gällande kulturarvsfrågor. Förutom Lars Lundqvist (Informant nr 13) har jag valt att anonymisera de övriga intervjupersonerna. Detta eftersom det inte är mitt syfte att peka ut någon enskild person, utan jag har valt att ställa svaren i centrum. Tjänstemännen betecknas därför som informant nr 1 – 6, twitteranvändarna som informant nr 7 – 12.

Trots att intervjuerna har bidragit till viktiga och intressanta inblickar måste man ta hänsyn till deras blyga omfattning. Att intervjua sex användare av de ettusen som följer Riksantikvarieämbetet på *Twitter* kan inte ge någon pålitlig utsaga över hur den vanliga twitteranvändaren tänker kring de ställda frågorna. De ska endast ge inblick i hur vissa användare tänker kring myndighetens närvaro på de sociala medierna och ska snarare vara utgångspunkt för diskussion än att ge utsaga över en grupp människor.

Det skriftliga källmaterialet som jag har använt mig av består av forskning och litteratur, främst om sociala medier, myndigheters medieanvändning, internetanvändning, kulturarvssektorns delaktighetsmål, m.m. Även propositioner, strategidokument och riktlinjer m.m. från regeringen kring myndigheters uppdrag har använts. Jag vill även påpeka att siffror om internetanvändning oftast avviker från varandra. Detta beror å ena sidan på att vissa saker trots analytiska verktyg är svårsmätta och å andra sidan att mätmetoderna skiljer åt sig. Jag har ändå valt att ta med vissa siffror i olika sammanhang, detta för att visa tendenser.

1.7 Teoretisk ansats

För att koppla min undersökning till ett större sammanhang, har uppsatsen sin teoretiska utgångspunkt i Manuel Castells studier om framväxten av ett nätverkssamhälle. Jag kommer även anknyta till Peter Dahlgren, som tar upp Castells teori om ett nätverkssamhälle och för den vidare i en svensk kontext med viss anknytning till kultursektorn.

Manuel Castells är spanskfödd professor i sociologi, samhällsplanering och kommunikation med flera hedersdoktorat, bland annat på KTH. Castells forskning analyserar nutidens samhälle med utgångspunkt i teknikens förändringar. Han fokuserar på samhällsförändringarnas relation till teknologins utveckling. I sin trilogi om nätverkssamhällets framväxt, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, beskriver han hur informationsteknologin har förändrat olika aspekter av vårt samhälle, särskilt de sociala och politiska. Den första boken inom trilogin utgavs i början av 1970-talet, en tid som var präglad av informationsteknologins framväxt. I hans forskning är det de

ekonomiska förändringarna som tar mycket plats och som yttrar sig i skiftet från industrialismen till informationalismen, ett samhälle där ekonomin baseras på kunskapsbaserad information. Trots att Castells forskning har sin utgångspunkt i 1970-talets tidiga informationsteknologier, studerar han i sin senare forskning även Internets roll och betydelse (UOC Library and Fundación Telefónica 2006).

Castells analyserar ett informationssamhälle som genomgår strukturella förändringar i flera avseenden, såväl ekonomiska som teknologiska, men även kulturella och institutionella. Det mest påtagliga problem i denna förändringsprocess är enligt Castells den svårighet som politiska institutioner har att hantera dessa fundamentala samhällsförändringar (Castells 2005, s.9). Castells kopplar institutionernas försvagade position till en politisk legitimitetskris som har sitt ursprung i nationalstatens försvagade roll i övergången från ett industriellt samhälle till ett informationssamhälle. I det industriella samhället var samhällsordningen uppbyggt kring nationalstatens etablerade institutioner. Med industrisamhällets slut och en samtidigt framväxande globalisering har nationalstaten som den absoluta enheten utmanats. Dekonstruktion av etablerade maktrelationer i samhället har medfört att det offentliga rummets givna gränser och regler har ifrågasatts: "The crisis of legitimacy of the nationstate involves the crisis of the traditional forms of civil society ... largely dependent upon the institutions of the state." (Castells 2007, s. 258). Distansen mellan medborgaren och dennes representanter ökar samtidigt som den politiska legitimiteten ersätts av nätverket som nu bildar referensramen för allmänhetens uppfattningar. Makten omfördelas på nytt och denna omfördelning utspelar sig enligt Castells i det kommunikativa nätverket där olika aktörer möts och organiserar sig (Castells 2007, s. 258f). Nationalstaten försvinner dock inte utan anpassar sig enligt Castells till dessa nya handlingsramar på ett pragmatiskt sätt. Nationalstaten blir till nätverksstaten och denna transformation är det som utgör den offentliga sfärens egenskaper i det nya nätverkssamhället (Castells 2005, s. 11f). Castells beskriver att många hoppas kunna motarbeta legitimitetskrisen med Internet som hjälpmedel i och med att Internet anses innebära en möjlighet till ökad demokratisering av samhället:

If we start from observed practice in recent years, procedures to tackling problems of global governance include: Internet as a global, horizontal means of communication provides a public space, both as an organizing tool, and as a means for debate, dialogue, and collective decision making. Wireless communication increases autonomy of networks of communication (Castells 2005, s. 12).

Castells och Sey framför dock att andra forskare däremot befarar att Internet snarare förminskar medborgarnas inflytande genom att vara plattform för en elit av demagoger:

The Internet can, indeed, be an appropriate platform for informed, interactive politics, stimulating political participation and opening up possible avenues for enlarging decision-making beyond the closed doors of political institutions. On the other hand, any technology – and this is particularly true of the Internet – is shaped by its uses and its users. (Sey & Castells 2004, s. 363).

Eftersom Internet är så pass formbart och tillåter många olika användningsområden, antar Sey och Castells att just etablerade, byråkratiska institutioner använder Internet för envägskommunikation (Sey & Castells 2004).

Mot bakgrund av demokratikrisen som Sey och Castells beskriver, använder sig också vissa medborgare av Internet som ett politiskt medium, ofta i politiska rörelser, vilket faktiskt leder till att Internet blir en demokratisk plattform, ett verktyg, för medborgaren själv. Ändå kvarstår problematiken:

The dilemma seems to be between the continuation of traditional party politics, enacted through media politics and increasingly delegitimized, and the emergence of networked politics in a process characterized by the production of new actors and new issues against or around the political establishment, thus leading to systemic instability. (Sey & Castells 2004, s. 378).

Peter Dahlgren, professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Lunds Universitet, tar upp Castells' idé om ett nätverkssamhälle och för den vidare. Dahlgren belyser begreppet "medierat medborgarskap" ur ett kulturteoretiskt perspektiv. Medborgarskap, eller att vara medborgare, innebär enligt Dahlgren att engagera sig i allmänna angelägenheter, att delta i det offentliga rummet, ibland även att vara politisk. Skillnaden mellan dessa två ord, medborgerlig (civic) och politisk, är enligt Dahlgren följande: "If we map the two concepts, we can say that the notion of civic is broader, encompassing the terrain of the public, while it is on this terrain that politics and the political arise." (Dahlgren 2009, s. 58). Att engagera sig politiskt är alltså en del av medborgarskapet, medan medborgarskapet ändå består även utan det politiska engagemanget. Medborgarperspektivet, som Dahlgren beskriver det, dvs. att delta i det offentliga rummet, utgör en av utgångspunkterna för uppsatsens undersökning. Dahlgren knyter an till Castells nätverkssamhälle och konstaterar: "Finally, the growing network character of society, at the local, national, regional, and global levels, has become highly significant ..." (Dahlgren 2009, s. 29). Enligt honom är det medier som är de stödjande institutionerna i vårt samhälle, på så sätt att de erbjuder referensramar för att vi får kunna uppfatta vår omvärld. Det offentliga rummet i vilket medborgarskapet utspelar sig, består av interaktion: mellan medborgaren och medier, och mellan medborgarna emellan. (Dahlgren 2009, s. 73f) Dahlgren poängterar dock att dessa medier genomgår en förändringsprocess, som har varit särskilt påtaglig de senaste två decennierna. Det förändrade medielandskapet innebär en del problematiska företeelser som påverkar det demokratiska, offentliga rummet.

Nya medier, eller Web 2.0, har enligt Dahlberg öppnat upp för nya former av politiskt deltagande för medborgarna. Detta deltagande är dock ytterst begränsat, då just politiskt engagemang är ett lågt prioriterat användningsområde på de sociala medierna. Dahlberg tar upp den förväntansfulla föreställningen om att Internet kan rädda demokratin, som redan Castells har beskrivit tidigare, men ställer sig själv skeptiskt till denna idé. Han medger dock en viss potential och poängterar behovet av forskning kring ämnet:

... men oavsett hållning kvarstår behovet av att analysera det som pågår i det historiska nuet; dessa utvecklingar ändrar karaktären på politiskt engagemang/icke-engagemang. Det är min uppfattning att vi får större klarhet i detta genom att betrakta medborgares

deltagande i termer av de meningsfulla handlingar som individer gör, och de kulturella villkoren för sådant handlande (Dahlgren 2012, s. 72).

Behovet av forskning finns alltså eftersom de nya medierna sätter nya handlingsramarna för medborgarskapet. Användning av medier har därmed även kapacitet till förändring av maktrelationer. Nya medier kan ge lättare tillgång till information och även öppna upp för nya kommunikationsformer, vilket ger förutsättningar för medborgarens deltagande i det offentliga rummet (Dahlgren 2012).

Utifrån Castells och även Dahlbergs beskrivningar av ett nätverkssamhälle kan man se att Internet har en central roll för hur samhället fungerar och gestaltas. Jag vill därför ta utgångspunkt i Castells idéer för att visa hur relevant frågan om sociala medier är för aktörer inom kulturarvssektorn idag.

1.8 Metod

Uppsatsen är en explorativ undersökning av Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier. För detta ändamål har primärdata samlats in. Undersökningen omfattar alla de sociala medier som Riksantikvarieämbetet använder sig av. Dessa har undersökts efter grundläggande frågeställningar kring uppbyggnad och innehåll. Två av de sociala medierna som Riksantikvarieämbetet använder sig av har valts ut för mer ingående kvantitativ undersökning men också för en kvalitativ innehållsanalys. Dessa är *Facebook* och *Twitter*. Från dessa medier har data samlats in vilken sedan har analyserats utifrån uppsatsens frågeställningar.

Jag har använt olika källmaterial för att besvara olika frågor. Intervjuerna genomfördes genom att intervjufrågorna skickades iväg per mejl. Intervjupersonerna svarade också per mejl. Denna intervjuform har sina brister, då det inte är möjligt att ställa följdfrågor direkt i anslutning till svaren. Samtidigt är fördelen att transkriberingsarbete bortfaller samt att intervjupersonerna har haft möjlighet att reflektera kring frågorna och svaren. Denna intervjuform har valts eftersom de flesta intervjupersonerna inte befinner sig i Göteborg och möten eller telefonintervjuer inte har varit möjliga av organisatoriska skäl. Intervjufrågorna finns i bilagan.

Tidigare forskning, relevant litteratur samt olika utredningar har även fungerat som källmaterial.

Undersökningsresultat har analyserats mot bakgrund av Castells och Dahlgrens begrepp och förståelse av nätverkssamhället och dess nya villkor för myndighetsutövning. Även litteraturen har underbyggt diskussionen. Detsamma gäller för informationen ur intervjuerna.

1.9 Avgränsningar

Uppsatsen undersöker Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier i sin externa kommunikation. Även för intern kommunikation används sociala medier i viss utsträckning. Dessa undersöks dock inte inom ramen för uppsatsen.

Av alla sociala medier som Riksantikvarieämbetet använder koncentrerar sig undersökningen främst på *Facebook* och *Twitter*. De övriga medierna behandlas endast kortfattat. Riksantikvarieämbetets webbplats *raa.se*, samt söktjänsten *Kringla* och webbservicen *K-samsök* har inte behandlats inom ramen för denna uppsats, då både hemsida och söktjänsterna vanligtvis inte räknas som sociala medier.

Uppsatsen undersöker inte de juridiska aspekterna av Riksantikvarieämbetets medieanvändning. Detta för att dessa aspekter inte är av relevans för denna uppsats.² I samband med diskussioner om Riksantikvarieämbetets nätnärvaro brukar även digitalisering och tillgängliggörande av kulturarvsinformation nämnas. Detta tema ingår dock inte heller i denna uppsats.³

Upphovsrättsliga frågor och andra aspekter kring öppen data, som är kopplade till digitalpublicering av kulturarvsmaterial, behandlas inte heller här. Även Riksantikvarieämbetets databaser *Bebyggelseregistret*, *Kulturmiljöbild*, *Fornminnesinformationssystem* och *Vitalis* ligger utanför uppsatsens fokus.

Undersökningen diskuterar sociala mediers potential för att öka delaktigheten i kulturarvssammanhanget, men undersöker inte delaktighet inom kulturarvssektorn i sig.

² Vid intresse finns det en intern utredning kring juridiska frågor, som är anpassad till Riksantikvarieämbetets wiki *Platsr*, men vars innehåll även går att applicera på andra sociala medier (Klang 2009).

³ Temat behandlas utförligt i Riksantikvarieämbetets interna rapport *Fritt fram! Utredning rörande policy för Riksantikvarieämbetets informationsmängder* från 2010.

2. Kulturarvssektorn och delaktighet genom sociala medier

Kulturarv är enligt Riksantikvarieämbetets definition ett samlingsbegrepp för materiella och immateriella uttryck som "... traditioner, språk, konstnärliga verk, historiska lämningar, arkiv- och föremålssamlingar samt kulturmiljöer och kulturlandskap som överförs från generation till generation." (Riksantikvarieämbetet 2012, *Trender i tiden*, s. 12). Riksantikvarieämbetet betonar kulturarvets mångfald, innebördens föränderlighet och dess anpassning till samhällets skiftande värderingar (Riksantikvarieämbetet 2012, *Trender i tiden*, s. 12).

I Sverige anses bevarandet av kulturarvet som en nationell angelägenhet (Lag (1988:950) om kulturminnen m.m. 1988). Riksantikvarieämbetet är den centrala myndigheten inom kulturarvsfältet. Utöver finns det ett flertal andra aktörer som även dessa bär en del av ansvaret för kulturarvet, bland annat organisationer och föreningar (Riksantikvarieämbetet 2007). Förutom dessa offentliga aktörer anses även medborgarnas delaktighet som en nödvändig förutsättning för bevarandet och utvecklingen av kulturarvet, vilket är fastställt i kulturminneslagens inledande paragraf (Lag (1988:950) om kulturminnen m.m. 1988).

Som myndighet har Riksantikvarieämbetet ett generellt förvaltningsuppdrag "... som tar sin utgångspunkt i demokrati, rättssäkerhet och effektivitet" (Riksantikvarieämbetet 2012, *Vårt Uppdrag*). Det särskilda uppdraget fastställs av regeringen och Riksantikvarieämbetet lyder under Kulturdepartementet. Kärnan i Riksantikvarieämbetets uppdrag är kunskapsuppbyggnad inom myndigheten själv men även stimulation av kunskapsuppbyggnad hos andra aktörer. En ökad förståelse för kulturarvets betydelse är en del av Riksantikvarieämbetets verksamhet. Som ett steg inom denna process är omvärldsbevakning en förutsättning. Riksantikvarieämbetet ska ha koll över utvecklingen inom kulturarvsfältet och kunskapsbehovet hos övriga aktörer. I jämförelse med andra aktörer inom sektorn har Riksantikvarieämbetet en pådrivande roll och ska dessutom verka för samverkan och kommunikation (Riksantikvarieämbetet 2007; Riksantikvarieämbetet 2012, *Vårt Uppdrag*).

2.1 Delaktighet som politiskt uppdrag

Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier relaterar i många avseenden till ett politiskt delaktighetsmål, vilket jag vill beskriva i detta kapitel.

Delaktighet betyder att vara med, att vara inkluderat men även att ingå i. Deltagande har en mer aktiv konnotation och förutsätter att den delaktiga gör någonting. Demokrati är å ena sidan ett begrepp som förklarar ett statsskick, å andra sidan även ett ord som beskriver en maktrelation, där enskilda har möjlighet att delta i beslutsprocesser (Wiktionary). Dialog brukar ses som en förutsättning för delaktighet och demokrati, då gemensamma beslutsprocesser kräver kommunikation mellan aktörerna. Öppenhet avser i de flesta fallen öppenhet ur ett myndighetsperspektiv. Dialog, deltagande, demokrati och öppenhet är begrepp som oftast används i sammanhanget. Begreppen är inte tydligt avgränsade ifrån varandra och innebörden skiftar beroende på sammanhanget. Även jag kommer använda dessa begrepp i denna uppsats för att förklara delaktighet.

Delaktighet är ett mål inom svensk förvaltningspolitik idag. I propositionen *Offentlig förvaltning för demokrati, delaktighet och tillväxt* från 2009 tematiserar regeringen förhållandet mellan myndighet och medborgare. Regeringen vill enligt propositionen åstadkomma en ökad öppenhet i offentliga beslutsprocesser och även mer tillgänglighet till offentlig information. För att åstadkomma dessa mål föreslår regeringen en utökad e-förvaltning för alla myndigheter. Regeringens mål med en förbättrad e-förvaltning är att stärka öppenhet och att förbättra tillgänglighet till förvaltningen oberoende av medborgarens enskilda förutsättningar (Regeringen 2009, Regeringens proposition 2009/10:175, s. 66ff). Regeringen talar i samband med Internet och de sociala medierna om ett systemskifte och förklarar att utvecklingen för myndigheter innebär bland annat att förbättra tillgänglighet samt att stärka medborgarnas engagemang. Dessutom innebär den nya tekniken att synpunkter om statsförvaltningen kan diskuteras på ett nytt sätt (Regeringen 2009, Regeringens proposition 2009/10:175, s. 28f). Bakgrunden till detta är myndigheters förändrade roll vilken tog sin början i 1900-talets utveckling från traditionella myndighetsutövning till serviceverksamhet. I praktiken innebär detta för myndigheten nya uppgifter: ”Medan förvaltningen tidigare främst hade att avgöra ärenden som gällde medborgarnas rättigheter och skyldigheter har i dag många myndigheter även i uppgift att tillhandahålla olika typer av tjänster till medborgare, kommuner, organisationer och företag. Under senare år har myndigheters tjänsteproduktion vidareutvecklats utifrån nya verksamhetsmodeller och med hjälp av Internet och nya elektroniska tjänster, t.ex. webbtjänster.” (Regeringen 2009, Regeringens proposition 2009/10:175, s. 25). Ett mål är att minska onödig byråkrati inom den offentliga förvaltningen och att anpassa de offentliga tjänsterna till medborgarnas och företagets olika behov (Regeringen 2009, Regeringens proposition 2009/10:175, s. 28).

Det samband som regeringen drar mellan delaktighet och sociala medier, i form av e-förvaltning, förtydligar Anders Ekström, forskare i teknik- och vetenskapshistoria, ännu mer. Ekström jämför orden deltagande och sociala medier med varandra, på så sätt att båda har blivit politiska slagord under sin tid:

Ordens magi är stark inom mediepolitiken. Under några decennier blev till exempel ’interaktiva’ och senare ’deltagande’ medier åtråvärda politiska slagord, associerade med en ny typ av medborgerlig aktivism och en reformerad politisk offentlighet. De senaste åren har termen ’sociala medier’ gjort en liknande karriär. Olika typer av mediebruk, från bloggar och sms till facebook och twitter, tillskrivs inte bara en förmåga att skapa nya och mer direkta band mellan användarna, de har dessutom förknippats med en decentraliserad och för allmänheten mer tillgänglig politisk offentlighet. (Ekström 2010).

2.2 Internet i Sverige

85 procent av Sveriges befolkning (över 12 år) har tillgång till bredband i hemmet, och nio av tio användare har en egen dator. 81 procent av dessa internetanvändare är dagligen uppkopplade, vilket betyder att Internet har blivit en del av vardagen. Internetanvändning idag börjar redan i låg ålder, vilket syns i faktumet att hälften av alla treåringar använder Internet. Mobilt Internet tillhör de största förändringarna inom internetanvändning som har skett under de senaste åren. Inom ett år har användarantalet av mobilt bredband fördubblats och även frekvensen och tiden av

uppkopplingen har ökat. För framtiden förväntas en fortsatt ökning av antalet internetanvändare (Findahl 2011, s. 8ff).

Det är dock viktigt att påpeka att det finns en del av befolkningen som har tillgång till Internet, men som ändå inte är digitalt aktiva, dvs. inte använder sig av Internet (Findahl 2011, s. 13). Bland de äldsta i befolkningen är tillgången till Internet fortfarande begränsat och tre av fyra är inte dagliga användare (Findahl 2011, s. 47f). Gustafsson och Höglund skriver att forskningen visar att medievanor som grundläggs under de första decennierna av livet endast långsamt förändras. Även om antalet medelålders användare av sociala medier har ökat de senaste åren, är användningen av sociala medier fortfarande mest vanligt bland de yngre åldersklasserna. Författarna drar därför slutsatsen att sociala medier även framöver kommer vara vanligast bland unga medborgare, medan antalet äldre användare endast på lång sikt kommer förändras (Gustafsson & Höglund 2011, s. 513f).

Hälften av Sveriges befolkning deltar idag i de sociala medierna, vilket motsvarar 62 procent av internetanvändarna. Antalet användare har stigit med ungefär 10 procentenheter varje år under de senaste åren. Nästan alla yngre svenskar (96 procent) är aktiva i sociala nätverk och åldersgränsen sjunker konstant. Medan *Facebook* är det mest använda sociala mediet, är antalet twitteranvändare lågt i jämförelse. Endast 7 procent av befolkningen använder *Twitter*, framförallt yngre användare. (Findahl 2011, s. 8f) De flesta av dessa användare besöker *Twitter* bara någon gång ibland, vilket innebär att det endast är 2 procent av Sveriges befolkning som använder *Twitter* dagligen. Dessa användare är framförallt yngre välutbildade män, studenter, människor som jobbar med IT och data, konsulter samt människor i ledande ställning (Findahl 2011, s. 21). En annan undersökning visar dock att *Twitter* inte längre är en elitkanal för media och opinionsbildare. Istället sker en bred tillväxt av olika användargrupper (Intellecta Corporate 2012, s. 15). Samtidigt kvarstår faktumet att det är en väldigt liten del av användarna som står för den absolut största delen av aktiviteten (Intellecta Corporate 2012, s. 16).

De sociala mediernas framgång de senaste åren ses i samband med utvecklingen av mobilt bredband och utvecklingen av mobila appar vilka möjliggör en ständig uppkoppling. Detta blir tydligt när drygt 60 procent av alla tweets i världen är genererade med hjälp av en app-funktion (Tucker 2011, s. 6f).

De tre dominerande användningarna av Internet i Sverige är att söka upp information med hjälp av *Google*, att kommunicera med hjälp av e-post, samt att konsumera nyheter (Findahl 2011, s. 8).

Politisk aktivitet på Internet i Sverige har inte fått sitt genombrott än, men betydelsen ökar. Nästan halva befolkningen söker ibland upp politisk information på Internet (Findahl 2011, s. 9). Jämfört med andra länder är människorna i Sverige dock fortfarande väldigt skeptiska mot idén att Internet i sig är ett medel som kan förbättra demokratin, men attityden har blivit positivare det senaste året. Internet har fått en starkare ställning som informationsmedium och det är allt fler som letar upp myndighetsinformation på Internet (Findahl 2011, s. 36ff).

Internet har även bidragit till att öka kontakten yrkesmän emellan. 41 procent av de som arbetar, och 56 procent av tjänstemännen, anger att de har fler kontakter inom yrkeslivet tack vare Internet (Findahl 2011, s. 46f).

Gustafsson och Höglund konstaterar utifrån en undersökning av Svenskarnas medievanor från 2010 och de föregående åren att sociala medier inte är ett kortvarigt fenomen utan en medieform som ”är här för att stanna” (Gustafsson & Höglund 2011, s. 14). Henry Tucker beskriver utvecklingen av Internet och sociala medier ännu skarpare och förutser att sociala medier inom snart framtid kommer ses som en mänsklig rättighet:

In June 2011 the UN declared that ‘disconnecting people from the internet is a human rights violation and against international law’. With the rise of social media and the power it gives to individuals, how long before it too is seen in the same light? (Tucker 2011, s. 7).

2.3 Myndigheter möter sociala medier

Utvecklingen inom den offentliga sektorn har under de senaste åren lett till vad man kan kalla en ökad ”företagisering” av myndigheter, vilket betyder att den offentliga sektorn har kommit den privata allt närmare. Medborgare kallas allt mer för kunder eller konsumenter. Detta leder bland annat till en ökad efterfråga på granskning, vilket innebär att myndigheterna själva strävar efter mer öppenhet och tillgänglighet för att tillmötesgå dessa nya krav (Hansson Käll & Jonasson 2010, s. 9).

Utifrån det växande kravet på öppenhet bland myndigheter får sociala medier en betydelsefull roll. Sociala medier har förändrat de traditionella kommunikationsvägarna och kommunikationen mellan myndighet och medborgare är inte längre enbart enkelriktad. Nya teknologier innebär även möjlighet till interaktiv kommunikation med medborgarna och myndigheter emellan (Hansson Käll & Jonasson 2010, s. 8ff).

Den nya informationsteknologin innebär dock även att myndigheter måste omorganisera befintliga arbetsprocesser och rutiner, samt att informations- och kunskapshantering måste uppdateras. Här kan kommunikationen bli ett mål i sig, då denna kan uppfattas som nödvändig förutsättning för öppenhet och transparens. Kommunikation tillfredställer omgivningens krav på öppenhet. Samtidigt menar man att öppenhet och transparens bidrar till ett ökad förtroende, vilket är legitimitetsskapande för myndigheternas verksamhet (Hansson Käll & Jonasson 2010, s. 10ff).

Fabel argumenterar i detta sammanhang att det krävs en kulturförändring, ett paradigmskifte, om myndigheter skall kunna utnyttja sociala medier till fullo. Den demokratiska dialogen som sociala medier öppnar upp för, kan endast ske om deltagarna är likvärdiga aktörer. För tjänstemännen innebär detta att de byter ut sin expertisroll mot en ny roll. Denna roll är dock inte definierad än. Fabel förklarar att sociala mediers värde ligger i dialogen, som får sitt existensberättigande genom att det sker mellan aktörer, som är likvärdiga. Avsaknaden av en expertisroll innebär att tjänstemännen måste tänka om (Fabel 2010, s. 37).

Även Bearman och Geber tar upp institutionernas förändrade roll i ett mediasamhälle. Teknologiska förändringar, som sker allt snabbare, medför nya förutsättningar för individer, men även för institutioner, vilka så småningom förändrar deras verksamhet. Teknologin förändras

snabbare än verksamhetens anpassningsförmåga. Därför är det nödvändigt att institutionerna har ett ramverk som beskriver vad som är kärnverksamheten, så att denna kan fortsätta vara stabil, medans institutionens handlingsramar förändras i takt med teknologins utveckling:

If cultural institutions are to succeed in taking advantage of new technologies, it is crucial to identify correctly what needs to remain stable their essence and what can change, because it is a means of achieving that goal (Bearman & Geber 2008, s. 388).

De menar att det därför är institutionernas ansvar att implementera nya teknologier och att inkludera medborgarna i denna utveckling, snarare än att medborgarna förväntas lära sig sektorns nya förutsättningar: "This paradigm shift places the burden for proactivity in information-seeking on the cultural institution rather than on its clients." (Bearman & Geber 2008, s. 396).

I Sverige är sociala mediers växande betydelse ett faktum som även erkänns av regeringen. Regeringen ser i de sociala medierna ett interaktivt verktyg för att skapa nya sätt för myndigheternas kontakter med medborgare (Regeringen 2009, Regeringens proposition 2009/10:175, s. 68). Sociala medier kan, enligt regeringen, vara ett demokratiskt verktyg för att skapa öppenhet och föra dialog (E-delegationen 2010, s. 6). Med myndigheters växande närvaro på de sociala medierna ökar även behovet för tydliga handlingsramar. År 2010 använde nästan varannan svensk myndighet sociala medier i någon del av sin verksamhet (E-delegationen 2010, s. 2). 2010 började flera organisationer författa riktlinjer angående svenska myndigheters närvaro på sociala medier. Sveriges Kommuner och Landsting var först ut och författade i april 2010 ett kort pm med titeln *Sociala medier och handlingsoffentligheten* i avvaktan på E-delegationens riktlinjer. Dokumentet innehåller en kort beskrivning av sociala medier i förhållande till handlingsoffentlighetens räckvidd (Sveriges Kommuner och Landsting 2010). I september samma år publicerade Datainspektionen ett informationsblad med titeln *Myndigheter, företag och andra organisationers ansvar för Personuppgifter i sociala medier*. Fokus har legat på frågan hur myndigheter, organisationer och företag ska hantera personuppgifter på sociala medier (Datainspektionen 2010). I december 2010 har slutligen E-delegationen på uppdrag av regeringen tagit fram vägledande riktlinjer hur myndigheter i Sverige bör använda sociala medier i sin externa kommunikation. Dokumentet är mycket mer omfattande än de två tidigare men riktlinjer avser fortfarande huvudsakligen juridiska aspekter av medieanvändningen och gör alltså inte ledning i den svåra frågan om hur tjänstemannarollen skall förändras.

2.4 Delaktighet och sociala medier inom kulturarvssektorn

Det finns en övergripande målsättning för kulturarvssektorn att verka för en ökad delaktighet och ansvarstagande för kulturarvsfrågor. I praktiken är det dock oftast oklart hur aktörerna inom kulturarvssektorn kan anpassa verksamheten efter dessa av politiken uppsatta mål (Blank 2003, s. 3). Nya övergripande mål för kulturmiljövården i Sverige fastställdes i propositionen *Kulturarv – kulturmiljöer och kulturföremål*, som antogs år 2000. Ett av målen enligt propositionen är att sträva efter "Allas förståelse, delaktighet och ansvarstagande för den egna kulturmiljön" (Blank 2003, s. 8). Delaktighet var ett nytt begrepp för kulturmiljövården när det infördes i samband med denna proposition, föreställningen om allmänhetens deltagande i frågor kring kulturarvet återfinns dock

redan i tidigare propositioner från och med 1980-talet. Delaktighet i strävan att bevara kulturmiljön medför nödvändigheten av förståelse för kulturmiljöns värden, varav delaktighet enligt 1999:s proposition är förknippad med en kunskapsökning kring dessa värden, som förutsättning för medborgarnas ansvarstagande (Blank 2003).

Även utanför Sverige är delaktighet ett återkommande begrepp inom kulturarvssektorn och Russo et al. gör även kopplingen till sociala medier:

Social media extend this authenticity by enabling the museum to maintain a cultural dialogue with its audiences in real time. We suggest that this shift in communication practices represents the potential for retaining and extending authority by providing audiences with a voice, allowing them to participate in cultural debate (Russo et al. 2008, s. 24).

Utvecklingen går åt att allt fler institutioner inom kulturarvssektorn använder sig av sociala medier som ett verktyg för att öka medborgarnas delaktighet i frågor som rör kulturarvet. Sociala medier anses ge möjlighet till dialog mellan institution och medborgare där medborgaren är delaktig i att forma institutionens innehåll. Detta avspeglar ett paradigmskifte där kulturarvsinstitutioner byter ut expertrollen mot en ”encourage participatory” roll i och med att sociala medier implementeras i verksamheten (Russo et al. 2008).

Angelina Russo och Jerry Watkins diskuterar att det till och med finns potential i de nya medierna för att sammanföra kulturarvsinstitutioner och nya användare. Russo och Watkins undersöker vilka möjligheter som ”community cocreation programs” kan innebära (Russo & Watkins 2007, s. 149). Med detta menas ramverk som skapas av kulturarvsinstitutioner som inbjuder användare att själv vara med och skapa kulturarvsinformation. Riksantikvarieämbetet kallar det för medborgardriven informationsskapande, eller användardriven webbplats (Klang 2009, s. 8ff). Dessa ramverk finns ofta på eller i samband med sociala medier och Riksantikvarieämbetets community *Platsr* är ett exempel för ett sådant ”community cocreation program”. Författarna förklarar att kulturarvssektorn har förändrats i och med nya medier vilket även har medfört att kulturarvsinstitutioner har en ny roll:

Just as cultural institutions are civic, social, and political spaces, they are also experience spaces. They present context and content in such a way as to enable audiences to draw meaning from individual experiences (Russo & Watkins 2007, s. 155).

Istället för att vara ett centrum för vetenskap som levererar sanningar erbjuder kulturarvsinstitutionen i sin nya roll en plattform där var och en av användarna själva kan skapa och ta emot kunskap:

In this way, the cultural institution acts as a continuously remediated environment, posing questions of immediacy and hyperreality, enabling audiences to ’make meaning’ and draw their notions of reality from access to the remediated network (Russo & Watkins 2007, s. 155).

Samtidigt argumenterar författarna att det krävs mer än själva teknologin för att skapa en fungerande kontakt mellan institution och användare. Russo och Watkins poängterar att det

fortfarande saknas kunskap för att kunna analysera vilken form av innehåll och information som har skapats:

So while communities are creating original digital content and interacting with cultural institutions in new ways, they have yet to contextualize the new systems to the point where a critical language of cocreative production could provide the skills to analyze what has been created – assuming such skills were missing in the first place, or even requested (Russo & Watkins 2007, s. 152).

Kulturarvsinstitutionerna måste ta hänsyn till de givna förutsättningarna hos mediernas användare. Medan institutionerna generellt är medvetna om sin förändrade roll saknar de flesta användare medvetenhet om att även deras roll i interaktion med institutionerna är en ny (Russo & Watkins 2007).

2.5 Delaktighet och sociala medier i Riksantikvarieämbetets verksamhetsbeskrivning

Delaktighet som en övergripande målsättning inom kulturarvssektorn, som ovan beskriven av Ylva Blank, gäller även för Riksantikvarieämbetet som den centrala myndigheten inom denna sektor. Riksantikvarieämbetets verksamhet bygger på direktiv och uppdrag, som statsmakten fastställer genom olika dokument. Delaktighet är ett begrepp som återkommer i samband med flera av dessa dokument. De viktigaste av dessa vill jag beskriva här, för att visa hur Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier svarar mot deras uppdrag.

Regeringens proposition *Tid för kultur* från 2009 innehåller förslag och bedömningar för kulturpolitikens riktning och arbetsformer genom bland annat råd till myndigheter och institutioner inom kulturområdet, dvs. statsmaktens kulturpolitiska mål. Sociala medier beskrivs som allt viktigare kanaler för kommunikation och marknadsföring vilket även innebär att förutsättningarna för tillgång till information kring kulturarv förbättras: ”Internetkulturen kan från det perspektivet sägas ha medfört att medborgarperspektivet stärkts och breddats, inte bara inom kulturområdet, utan i hela samhället.” (Regeringen 2009, *Tid för kultur*, s. 14). Samtidigt medger man att Internet även innebär nya krav och svårigheter för aktörer inom kulturpolitiken vilka myndigheterna och andra måste beakta framöver. Regeringen anser därför att det finns behov av en nationell strategi för digitalisering, elektronisk tillgång och digitalt bevarande (Regeringen 2009, *Tid för kultur*, s. 14ff). Därutöver beskrivs inga fler kopplingar till sociala medier och propositionen innehåller inga råd hur dessa kan användas av aktörer inom kulturpolitiken.

Digit@lt kulturarv är en nationell strategi för arbetet med att digitalisera, digitalt bevara och digitalt tillgängliggöra kulturarvsmaterial och kulturarvsinformation och gäller för åren 2012 till 2015. Strategin är nödvändig för att uppfylla regeringens ovan nämnda kulturpolitiska mål och anknyter därmed till propositionen *Tid för kultur*. Strategin innehåller riktlinjer för de statliga kulturinstitutioner, som Riksantikvarieämbetet, vilka hanterar kulturarvsmaterial och kulturarvsinformation, och förser att dessa ska ha en plan för digitalisering och tillgänglighet.

Målet är att materialet blir digitalt bevarat samtidigt som tillgängligheten för allmänheten ökar. Riksarkivet har fått rollen att agera samordningssektariat med namn *Digisam* (Kulturdepartementet 2011, Kulturdepartementet 2012). Genom digitaliseringen och tillgängliggörandet av kulturarvsmaterial förbättras tillgången och användandet av kulturarvet. Genom Internet ska myndigheter inom kulturområdet erbjuda medborgarna arenor för samtal kring och tolkning av kulturarvet. Den digitala tekniken anses som ett hjälpfullt verktyg för att uppnå allas delaktighet inom kulturlivet (Kulturdepartementet 2011). *Digit@lt kulturarv* anknuter till ett annat projekt på europeiskt nivå, *Europeana*. Detta är ett initiativ av Europarådet som inleddes 2006 med syfte att på europeisk nivå inrätta ett digitalt bibliotek med material från hela Europa, bland annat böcker, tidningar, fotografier och museiföremål. Rådsslutsatserna om *Europeana* är inte rättsligt bindanden, men Sverige valde ändå att följa rådet genom att upprätta strategin *Digit@lt kulturarv*.

It i människans tjänst är ytterligare ett dokument på nationell nivå. Denna agenda formulerar regeringens ambitioner att Sverige ska vara bäst i världen på att ta tillvara på digitaliseringens möjligheter. Agendan anknuter till de kulturpolitiska målen av ökad delaktighet och bättre tillgång till kulturarv och poängterar att digitalisering är ett nödvändigt verktyg för att nå upp målen. Agendan framhäver dessutom att det finns en efterfråga av digitaliserad kultur(arvs)material bland medborgarna (Näringsdepartementet 2011, s. 34ff).

Även *Förordning (2007:1184) med instruktion för Riksantikvarieämbetet* tar upp rollen som samordnare och aktör som bygger upp kunskap om kulturmiljöer, -minnen och -föremål. Dessutom ska Riksantikvarieämbetet enligt förordningen visa upp de kulturmiljöer som förvaltas av myndigheten. Därutöver ska Riksantikvarieämbetet bedriva informationsverksamhet och förvalta nationella databaser (Kulturdepartementet 2007). Dessa uppgifter kan kopplas till användandet av sociala medier.

I *Trender i tiden*, en omvärldsanalys för åren 2010 till 2015, beskriver Riksantikvarieämbetet sju framväxande trender i samhället, som myndigheten vill ta hänsyn till i sin framtida verksamhet. Bland dessa trender finns flera som kan kopplas till Riksantikvarieämbetets strävan efter delaktighet inom kulturarvssektorn och även till användning av sociala medier. Internets och sociala mediers betydelse inom kulturarvssektorn beskrivs som en viktig trend. En annan utveckling är kulturarvets växande mångfaldighet i och med att allt fler människor är med och definierar vad som är kulturarv. Utifrån detta förväntas intresset för kulturarvet att öka, samtidigt som kraven på en ändring av utpekat kulturarv förväntas stiga. Offentliga aktörers tolkningsföreträde kommer inte förbli självklart, vilket förstärker Riksantikvarieämbetets behov av mer utpräglad dialog med medborgarna. Även kraven på en förstärkt samverkan med andra aktörer inom kulturarvssektorn beskrivs som en trend, vilket bland annat medför krav på rätt sätt att kommunicera samt behovet av att få en bra överblick över kulturarvsfältet (Riksantikvarieämbetet 2012, *Trender i tiden*, s. 35ff).

Tänka i tid är Riksantikvarieämbetets egen vision över hur de kulturpolitiska målen kommer styra verksamheten mellan 2011 och 2013. Strategin ska fungera som vägvisare i en långsiktigare utveckling och är en tolkning av regeringens syfte med verksamheten som den beskrivs i propositionen *Tid för kultur*. Strategin anknuter även till omvärldsanalysen. Strategidokumentet innehåller de projekt som ska prioriteras inom verksamheten. Uppdragets innebörd sammanfattas

med orden samarbete, samverkan och dialog. Utifrån detta ska företagskulturen vara präglad av öppenhet, samverkan och professionalism. Både målen och företagskulturens egenskaper kan sättas i samband med sociala medier och närvaron på Internet, på så sätt att de förutsätter anpassade informationssystem (Riksantikvarieämbetet, Tänka i tid).

Strategi för barn och unga för åren 2012 – 2014 är ytterligare ett dokument som anknyter till Internet och delaktighet. I denna rapport beskriver Riksantikvarieämbetet hur man med hjälp av sociala medier hoppas kunna tillgodose barn och ungas tillgång till kulturarv. I enlighet med barnkonventionen och utifrån regleringsbrevet ska Riksantikvarieämbetet mellan 2012 och 2014 ta särskilt hänsyn till ungars behov. Utvecklingen av webbtjänster är en pelare i strategin, då närvaron i sociala medier tros kunna bidra till en bättre informationsspridning till just dessa grupper (Riksantikvarieämbetet 2011, s. 8).

3. Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier

I denna undersökningsdel av uppsatsen redogör jag för Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier. Riksantikvarieämbetets arbete med sociala medier började 2007 (Informant nr 13). Idag använder sig myndigheten av ett flertal sociala medier, både för intern och för extern kommunikation. Uppsatsen begränsas till de medierna som i huvudsak är avsedda för extern kommunikation. Nedanför följer en kort sammanfattning av de olika medierna. I kapitel 3.5 och 3.6 redogör jag för min undersökning av *Twitter* och *Facebook*. Dessa två tjänster är bland de sociala medierna, som Svenskarna använder sig främst av idag (Bergström 2010, s. 438). Därefter följer en undersökning av tjänstemännens privata twitterkonton utifrån frågeställning om gränsdragning mellan privat och offentlig på sociala medier. Min egen undersökning har kompletterats med hjälp av intervjuer som jag redogör för längre fram i uppsatsen.

3.1 De sociala medierna i överblick

Bland de sociala medierna som Riksantikvarieämbetet har integrerat i sin verksamhet finns såväl väldigt populära som *Youtube* och *Facebook*, men även mer okända som *Bambuser* eller *Slideshare*. Dessutom har Riksantikvarieämbetet själv skapat *Platsr* som en egen wiki.

På första sidan av Riksantikvarieämbetets hemsida hänvisar man till flera av de sociala medierna som man använder sig av och länkar direkt till dessa: *Kulturvårdsforum*, *K-blogg*, *Facebook*, *Flicker Commons*, *Twitter*, *Youtube* och *Platsr* (Riksantikvarieämbetet 2012, raa.se). Det saknas alltså hänvisning till vissa andra medier som *Bambuser* eller UV-bloggarna på webbplatsens startsida, vilket gör att de inte är lika lätt att hitta. Nedanför följer en kort sammanfattning av alla sociala medier som Riksantikvarieämbetet använder sig av.

K-blogg

Riksantikvarieämbetet har en egen blogg, *K-bloggen*. Olika tjänstemän gör inlägg om aktuella händelser på myndigheten eller om andra företeelser inom kultursektorn. Det första inlägget i *K-bloggen* gjordes den 30 mars 2007. Bloggen skrivs av sammanlagt 70 skribenter som tillsammans har skapat 434 inlägg, varav 6 skribenter har skapat mer än hälften av alla inlägg (Riksantikvarieämbetet 2012, Skribent-toppen). Det är alltså en liten andel av tjänstemän som står för huvuddelen av aktiviteten. Under 2011 har *K-bloggen* haft 27 490 besök, därunder 19 240 unika besökare, och sammanlagt 43 555 sidvisningar. Detta är en nedgång jämfört med siffrorna från föregående år, vilket tros bero på att det gjordes ett mindre antal inlägg 2011 (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011, s. 5).

Riksantikvarieämbetet klargör att bloggens inlägg karaktäriseras ibland av egna åsikter som inte nödvändigtvis överensstämmer med myndighetens officiella hållning. Riksantikvarieämbetet önskar att läsarna kommenterar dem olika inläggen och hoppas på att det uppstår en dialog, med konstruktiv kritik, idéer och förslag (Riksantikvarieämbetet, K-blogg).

De olika blogginläggen är taggade med ord vilka hänvisar till inläggens innehåll och motsvarar olika kategorier. På detta sätt blir det enklare för läsaren att hitta alla inlägg inom en kategori. Ett och samma inlägg kan vara tillordnad flera kategorier samtidigt. Kategorier med flest blogginlägg är ”Aktuell” (100), ”Webb” (95), ”Foto” (64) och ”Tankar kring...” (61) (Riksantikvarieämbetet, K-blogg).

På *K-bloggen* finns en tjänst som heter *AddThis*. Denna är integrerad på bloggen och är synlig under varje blogginlägg. *AddThis* möjliggör bookmarking och delning av blogginlägg. Genom att trycka på dem synliga knappar kan läsarna dela med sig av blogginläggen, exempelvis på *Facebook* eller *Twitter*. Knapparna visar dessutom hur många läsare redan har använt sig av tjänsten.



Fig. 1. AddThis-funktionen på Riksantikvarieämbetetets K-blogg. 2012-04-20

På bilden ovan (fig. 1) syns ett inlägg på *K-bloggen* från april 2012. 36 läsare har gillat inlägget på *Facebook*, 5 läsare har twittrat inlägget och 5 läsare har delat inlägget på andra sätt.

UV-Blogg

UV-Bloggen är en blogg som handlar om Riksantikvarieämbetetets arkeologiska uppdragsverksamhet (UV). Här rapporterar arkeologer från arbetet i fält och de efterföljande analys- och rapportarbeten på laboratoriet och kontoret. Ett tiotal skribenter har sammanlagt skrivit över 200 inlägg i olika kategorier. Blogginläggen har även kommenterats av läsarna och skribenter (Riksantikvarieämbetet, UV-blogg).

UV har även en egen Youtube-kanal sedan oktober 2008. Där har hittills 9 videoklipp publicerats. Dessa har sammanlagt visats 6303 gånger och kanalen har 16 prenumeranter (Youtube, Riksantikvarieämbetets arkeologiska uppdragsverksamhet (UV)).⁴

Dessutom finns det ytterligare tre bloggar, som också drivs av anställda på UV. Dessa berättar i ord och bild om olika projekt. Arkeologen Bengt Nordqvist skriver en blogg om utgrävningar i Finnestorp, en offerplats från romersk järnålder/folkvandringstid nära Falköping (UV Riksantikvarieämbetet, Finnestorp offerplats). På bloggen Kvarnholmen – stormaktstidens nya Kalmar skriver flera personer från UV. Bloggen handlar om arkeologiska utgrävningar i centrala Kalmar med start 2008 (UV Riksantikvarieämbetet, Kvarnholmen - stormaktstidens nya Kalmar). Arkeologi vid Motala ström är den tredje bloggen under UV:s ledning. På platsen har man hittat boplatser från sten- och järnåldern (UV Riksantikvarieämbetet, Arkeologi vid Motala ström).

Flickr

Riksantikvarieämbetet är även aktiv på *Flickr*. *Flickr* är en webbtjänst där medlemmar kan ladda upp bilder och videoklipp, som sedan kan delas med alla eller en begränsad grupp användare. Det finns även möjlighet att tagga och kommentera varandras bilder och att delta i ämnesspecifika diskussionsgrupper. *Flickr* har cirka 30 miljoner registrerade medlemmar och cirka 100 miljoner besökare (Riksantikvarieämbetet 2010, s. 18).

Riksantikvarieämbetet har två konton på *Flickr*. På det ena kontot, där profilen heter Riksantikvarieämbetet, har myndigheten varit aktiv sedan juni 2011. Sedan dess har 153 fotografier lagts upp, bland annat från Höstmötet 2011. Riksantikvarieämbetet vill enligt egen utsago på denna sida presentera bilder från deras evenemang med mera (Riksantikvarieämbetet, Flickr).

Det finns även ett annat konto, som Riksantikvarieämbetet har i samband med projektet *The Commons/Flickr* sedan januari 2009. Via detta konto delar Riksantikvarieämbetet historiska fotografier, vars upphovsrätt har utslocknad. Bilderna kommer från Riksantikvarieämbetets egen bild databas Kulturmiljöbild. Hittills har drygt 900 bilder lagts upp. Bland de publicerade bilderna finns till exempel fotografier tagna av Carl Curman och Berit Wallenberg. På detta flickrkonto presenterar Riksantikvarieämbetet sig själv på Engelska under den engelska beteckningen Swedish National Heritage Board. Målet med deltagandet på *Flickr* är att öka tillgång till den fotografiska samlingen för allmänheten men även att hämta in kunskap och information från användarna om specifika bilder (Swedish National Heritage Board). Syftet är dessutom att testa användningen av en stor, internationell webbplats, samt att pröva en annorlunda marknadsföringsstrategi, där främst användarna i de sociala medierna testar projektet (Riksantikvarieämbetet 2010, s. 5).

The Commons/Flickr startade som ett pilotprojekt mellan *Flickr* och The Library of Congress år 2008. Efter stort genomslag utvidgades projektet på så sätt att flera aktörer från hela världen fick

⁴ Den 24 maj 2012 raderade en tjänsteman på Riksantikvarieämbetet av misstag UV:s youtubekonto. Kontot är idag återställt och de olika videoklippen har laddats upp en gång till. Det är dock inte synligt hur många gånger klippen har visats innan kontot raderades.

delta. Idag är det 56 kulturarvsinstitutioner som är med i projektet, till exempel The U.S. National Archives, Getty Research Institute och The Royal Library Denmark. Syftet är, i likhet med Riksantikvarieämbetets beskrivning, att öka tillgängligheten till fotografiska samlingar, som ägs av offentliga institutioner, samt att samla in kunskap och information genom offentlighetens deltagande (Flickr 2012).

Riksantikvarieämbetet själva har gjort en detaljerad utvärdering av sin närvaro på *The Commons/Flickr*. Enligt rapporten har deltagande på *Flickr* varit ”en enormt positiv upplevelse”, där särskild interaktionen mellan användare och Riksantikvarieämbetet samt interaktionen användarna emellan ses som en vinst (Riksantikvarieämbetet 2010, s. 26f). Även Lars Lundqvist, enhetschef på enheten för Informationsutveckling på Riksantikvarieämbetet, anser att deltagande i *The Commons/Flickr* är bland de projekten på de sociala medierna, som har fått störst genomslagskraft (Informant Nr 13). De effekterna som Riksantikvarieämbetet har kunnat se i samband med närvaron på *Flickr* är flera. Projektet har fått en stor publicitet i medier och omvärlden, framförallt i Sverige, och myndigheten har framställts som väldigt framåtsyftande och modern ”genom att öppna upp bildsamlingen och släppa kontroll över materialet” (Riksantikvarieämbetet 2010, s. 4). De bilder som har lagts upp har genomgått en kvalitetshöjning på så sätt att flickranvändarna har kunnat tillföra information som saknades, exempelvis om platsen där fotografier togs. Samtidigt anses strategin att använda sig av en redan befintlig webbplats med många användare, som *Flickr* är, som ett effektivt sätt att nå ut till många och framförallt nya användare. Detta visar även statistiken som Riksantikvarieämbetet har gjort på sin webbnärvaro. Denna visar att de 900 bilder som Riksantikvarieämbetet har lagt upp på *The Commons/Flickr* har sammanlagt visats drygt 800 000 gånger vilket anses som fantastiskt (Löwenhamn 2012).

På bilden nedanför (fig. 2) syns Riksantikvarieämbetets flickrkonto och en bild ur Berit Wallenberg-samlingen.

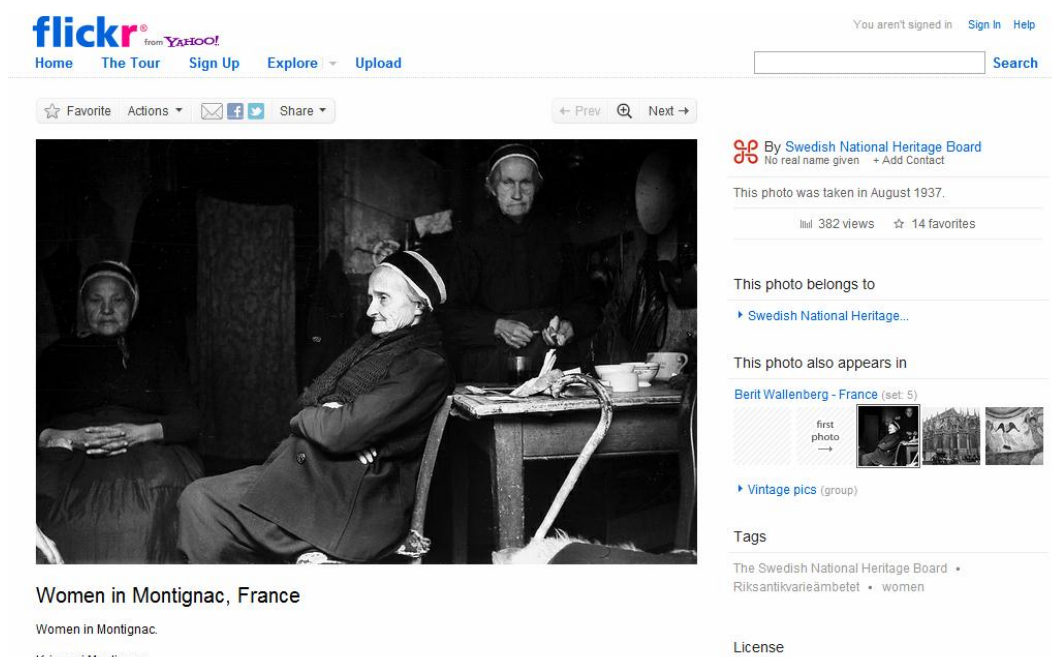


Fig. 2. Skärmdump på Riksantikvarieämbetets flickrkonto. 2012-05-20

Youtube

Youtube är en webbplats där användare kan lägga upp och titta på videoklipp. *Youtube* har enligt egen utsaga ”hundratals miljoner användare” (*Youtube*, Vanliga frågor). Riksantikvarieämbetet har en egen kanal på *Youtube* sedan 28 november 2010. 18 människor prenumererar på kanalen och sedan tillkomsten har Riksantikvarieämbetets 47 videoklipp visats sammanlagt 6550 gånger. Riksantikvarieämbetet har även skapat 3 spellistor, där flera videoklipp ingår som tillhör samma ämneskategori. Ett flertal av de uppladdade klippen är intervjuer med olika personer, som Riksantikvarieämbetet genomförde under eventet Hack4Europe, en serie hackevent, som organiserades av i juni 2011. En del andra videoklipp är föredrag från Riksantikvarieämbetets höstmöte 2011 samt två videoklipp från en orgelrestaurering visas på *Youtube* (*Youtube*, Riksantikvarieämbetet). I jämförelse med arkeologiska uppdragsverksamhetens youtubekanal, som beskrivs ovan, är Riksantikvarieämbetets youtubekanal inte lika populär. Detta om man utgår ifrån förhållandet mellan antal videoklipp och antalet visningar. Detta kan möjligen hänga samman med att allmänheten anser att arkeologiska utgrävningar är mer intressanta än myndighetens höstmöte. Uppenbarligen finns dock även en användargrupp som efterfrågar de sistnämnda videoklipp.

Bambuser

Bambuser är en webbtjänst som liknar *Youtube* på så sätt, att användare kan ladda upp och titta på videoklipp. *Bambuser* ger dock dessutom möjlighet att livestreama videoklipp, vilket betyder att direktsända videoklipp medans dem spelas in. Efter sändningen hamnar klippen i ett arkiv, varifrån de är tillgängliga för tittarna även efter sändningen. Riksantikvarieämbetet är registrerat som användare sedan 20 april 2010 men har inte sänt några klipp än (*Bambuser*).

Kulturmiljöforum

2006 byggde Riksantikvarieämbetet själv upp ett eget forum, *Kulturmiljöforum*, som var tänkt som ett slutet diskussionsforum för professionella aktörer inom kulturmiljövården. Forumet användes dock inte som Riksantikvarieämbetet hade tänkt sig från början. Istället för att fungera som community har forumet främst används för att ställa frågor till myndigheten. Myndigheten beslöt därför att hellre satsa på öppna mötesplatser och därmed dra ner på dialoger mellan endast ett begränsat antal användare. I januari 2012 stängdes därför *Kulturmiljöforum* ned (Informant nr 13) (Riksantikvarieämbetet, *Kulturmiljöforum*).

Kulturvårdsforum

Kulturvårdsforum är en community som drivs av Riksantikvarieämbetet. Forumet är tänkt att fungera som mötesplats för professionella aktörer inom kulturarvsfältet men även för intresserade lekmän. Användare kan skapa inlägg i forumet som öppnar upp för diskussion. Det

finns även möjlighet för användarna att skapa grupper kring gemensamma intressen, exempelvis *Målerikonservering* eller *Kulturarv och katastrofer*. I gruppen kan mer specifika ämnen diskuteras. Dessutom ger medlemslistan möjlighet att skicka riktade utskick till gruppens medlemmar. I *Kulturvårdsforumet* kan användarna även skriva blogginlägg. Sektorsspecifika evenemang kan läggas upp i ett kalendarium och på så sätt synliggöras för andra användare. Dessutom kan användarna dela med sig av fotografier och filmer på sidan (Riksantikvarieämbetet 2012, Kulturvårdsforum). Kulturvårdsforum har haft 814 medlemmar under 2011, vilket anses som en succé av Riksantikvarieämbetet (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011).

Platsr

Platsr är en wiki som har byggts och förvaltas av Riksantikvarieämbetet. En wiki är en sökbar webbplats vars innehåll formas av användarna själva. Wikier syftar på ett öppet innehåll som ständigt och snabbt kan förbättras av besökarna utan fördröjning på grund av granskning. Den mest kända wiki är *Wikipedia*, världens största uppslagsverk (Wikipedia, Wiki).

Platsr möjliggör att berätta en historia om en plats med hjälp av text, bild, film eller ljud. Det finns även möjlighet att gilla och kommentera andras berättelser. Användarna kan bilda gemensamma grupper kring ett särskilt ämne eller en specifik plats och på så sätt samla flera berättelser om dessa. Dessutom finns ett diskussionsforum som möjliggör kommunikation mellan användarna om specifika ämnen men även kommunikation med sajten administratörer om exempelvis felanmälningar eller förbättringsförslag (Riksantikvarieämbetet, *Platsr - Om Platsr*). På så sätt är *Platsr* även en community, en mötesplats på Internet där olika människor med ett gemensamt intresse kommer i kontakt med varandra (Wikipedia, Community).

För att kunna skapa platser, gilla och kommentera andras berättelser samt delta i diskussionsforumet krävs en anmälan på sajten. Att läsa om andras platser funkar däremot utan anmälan. Riksantikvarieämbetet poängterar i användarvillkoren att *Platsr* inte är tänkt för att få kontakt med myndigheten (Riksantikvarieämbetet, *Platsr - Användarvillkor*).

Platsr har idag 885 registrerade användare, som är olika aktiva. Zeitgeist är en användare som är väldigt aktiv och har hittills skapat 201 platser. Detta motsvarar drygt 15 procent av de 1318 platser som sammanlagt har anlagts på sidan (Riksantikvarieämbetet, *Platsr*). I likhet med *K-bloggen* är det alltså igen en liten del av användarna som står för majoriteten av inläggen. 2011 har *Platsr* haft 31 000 besök (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011, s. 9).

Till skillnad från övriga sociala medier tillför Riksantikvarieämbetet ingen information genom *Platsr*. Riksantikvarieämbetet lägger inte själv till platser utan står endast för plattformen. Istället är det användarna som skapar innehållet. Teckningen nedanför (fig. 3) visar skillnaden. I det ena fallet tillhandahåller institutionen innehållet, i det andra fallet är institutionen endast den som erbjuder plattformen där användarna själva skapar innehåll. Det senare fallet beskrivs som ”The Future” vilket syftar på att detta är framtiden för institutioner inom kulturarvssektorn.

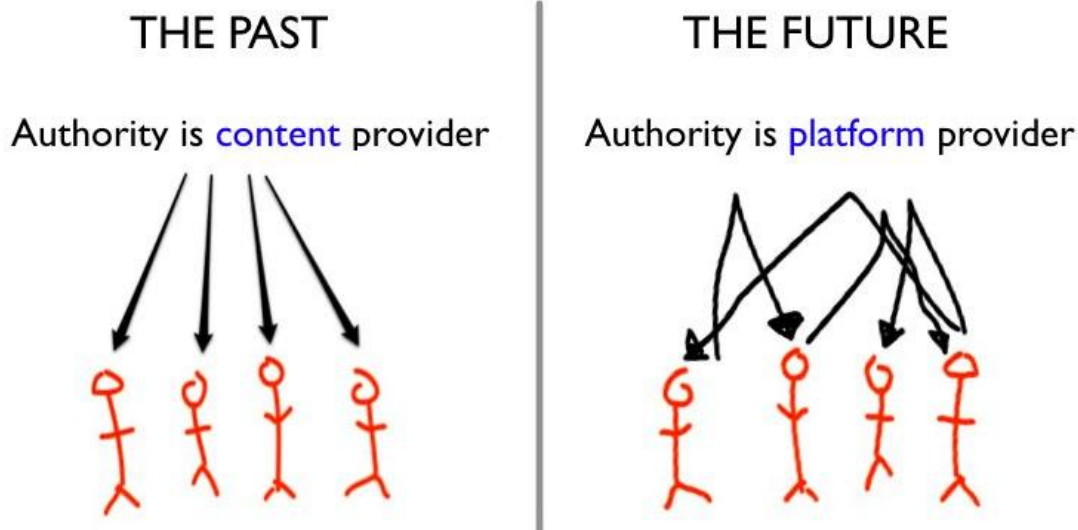


Fig. 3. Kulturarvsinstitutionens förändrade roll som "plattform provider". (Simon 2008)

SlideShare

SlideShare är en webbtjänst vars uppbyggnad är jämförbar med Youtube. Men istället för videoklipp kan användarna ladda upp och dela presentationer i olika filformat, exempelvis PDF, PowerPoint eller OpenOffice. Tjänsten har cirka 60 miljoner besökare i månaden (SlideShare 2012).

Riksantikvarieämbetet använder inte *SlideShare* officiellt med ett myndighetskonto som exempelvis på *Flickr*. Men det finns flera tjänstemän som ändå delar med sig av sina presentationer som de har utarbetat i tjänsten. Detta sker enligt Lars Lundqvist i initiativ av de enskilda tjänstemän och det finns inget direktiv från myndigheten att göra det. Lundqvist förklarar:

I botten är detta en etosfråga, vilket sällan finns med i resonemanget kring kommunikation: I och med att jag är anställd för att tjäna medborgarna så ska det jag gör på arbetstid göras maximalt tillgängligt för andra att återanvända. Därför lägger jag ut mina slides på slideshare! (Informant nr 13).

Om man letar efter Riksantikvarieämbetet visar sökfunktionen 29 träff. Inte alla dessa presentationer som kommer upp är skapade av tjänstemän från Riksantikvarieämbetet, men en del av dessa är det.

Wikipedia

Som den första myndigheten i Sverige startar Riksantikvarieämbetet upp ett professionellt samarbete med *Wikipedia*. Myndigheten vill anställa två personer med koppling till *Wikipedia* som

under en begränsad projekttid utbildar tjänstemännen i användningen av *Wikipedia*. Syftet är att Riksantikvarieämbetet så småningom utformar artiklar på *Wikipedia* i förhållande till det kulturarvsmaterial som myndigheten redan distribuerar genom andra kanaler. Målet med samarbetet är att kulturarvsmaterialet blir knutet till artiklar på Wikipedia och på så sätt mer tillgängligt (Riksantikvarieämbetet 2012).

3.2 Riksantikvarieämbetets strategi för användning av sociala medier

I jämförelse med andra myndigheter och övriga aktörer inom kulturarvssektorn blir det snabbt tydligt att Riksantikvarieämbetet använder sig av sociala medier i ovanligt stor utsträckning. Som beskrivs i kapitel 2.5 finns det en del direktiv från regeringen som styr Riksantikvarieämbetets verksamhet. Det finns dock inga tydliga direktiv som föreskriver användningen av sociala medier som en del av myndighetens uppdrag. Riksantikvarieämbetet själv har dock tolkat uppdraget på så sätt att de kulturpolitiska målen som regeringen fastställer, ska uppnås med hjälp av sociala medier. Dessutom beskriver strategidokumentet *Digit@lt kulturarv* och *IT i människans tjänst* att Riksantikvarieämbetet sprida digital kulturarvsinformation, vilket inte nödvändigtvis men möjligen på bästa sättet kan göras med hjälp av sociala medier.

I en intern rapport om de juridiska aspekterna av implementeringen av sociala medier i verksamheten antyder Riksantikvarieämbetet att det även finns en förväntan från andra aktörer inom kulturarvsfältet som styr verksamheten: ”Det finns förväntningar från sektorshåll på ett ställningstagande från centrala myndigheter. Ett icke-val eller ett defensivt val skulle negativt påverka RAÄ:s ställning i kulturarvssektorn ...” (Klang 2009, s. 7). Detta påstående avser användningen av sociala medier. Rapporten framhäver vidare att implementeringen av sociala medier är en nödvändig förutsättning för att kunna uppfylla målen att öppna upp för kommunikation samt att inkludera fler (Klang 2009, s. 6f).

Framförallt låter sig implementeringen av sociala medier tillskrivas en omvärldsanalys som Riksantikvarieämbetet genomförde i början av 2000-talet. I denna kom man fram till att:

Den utvecklade informationsteknologin och dess integrering i vardagslivet, innebär ett minskat avstånd till medborgarna och förändrade förutsättningar för kommunikation och kunskapsuppbyggnad om kulturarvet (Riksantikvarieämbetet, Tänka i tid).

Riksantikvarieämbetet såg alltså en ny möjlighet att minska avståndet mellan myndighet och medborgare genom att använda de sociala medierna som verktyg.

Denna omvärldsanalys nämner även Lars Lundqvist som utgångspunkt för arbetet med sociala medier. Sociala medier ansågs ha stor betydelse och kraft för interaktion med de som Lundqvist kallar för ”kunder”. Samtidigt såg man potential att effektivisera informationsarbete genom att byta ut det traditionella arbetssätt och material, som exempelvis printat envägsmaterial, genom sociala medier. Istället för en-till-en-kommunikation ville man åstadkomma en alla-till-alla kommunikation (Informant nr 13). Lundqvist förklarar vidare att strategin bakom användningen av sociala medier är att ”öppna upp myndighetens arbete mot omvärlden” vilket skulle skapa

förutsättningar för större transparens. Samtidigt ville man ”sänka tröskeln för interaktion mellan tjänstemän och medborgare”. Lundqvist menar att Riksantikvarieämbete ställer sig frågan hur myndigheten på bästa sättet kan tjäna och stötta medborgare och professionella. ”Vilka är vi till för?”, ”Hur kan vi stötta professionella inom kulturarvsområdet?” och ”Hur kan vi tjäna medborgarna på bästa sätt?” är frågor som ska leda arbetet (Informant nr 13). Sociala medier används alltså för att skapa interaktion, för att effektivisera informationsarbetet och för att skapa större transparens. Att skapa interaktion är ett sätt att göra medborgarna delaktiga och relaterar på så sätt till delaktighetsuppdraget. Effektiviseringen av informationsarbetet antyder däremot att sociala medier även hanteras ur ett ekonomiskt perspektiv, där frågan är hur kommunikationen med medborgaren kan göras bättre i förhållande till resurserna. Frågeställningen hur myndigheten kan tjäna medborgaren på bästa sättet tyder på att närvaron på sociala medier framförallt är en servicefråga, inte nödvändigtvis en delaktighetsfråga. Sociala medier kan ur medborgarens perspektiv ses som en till kanal för att ta kontakt med myndigheten, en servicekanal i likhet med e-post och telefon. Lundqvist hänvisar dock också till delaktighetsmålet och förklarar att användningen av sociala medier relaterar till Riksantikvarieämbetets uppdrag i och med att myndighetens arbete ska ske genom dialog och genom att göra medborgarna delaktiga. Lundqvist poängterar dessutom att användningen av sociala medier relaterar till Kulturminneslagen vars första paragraf uttrycker att ansvaret för kulturarvet delas av alla. Utifrån detta är Riksantikvarieämbetets arbete präglad av dialog med syfte att skapa delaktighet hos medborgarna. Enligt Lars Lundqvist vill man ”skapa förståelse för kulturvärden, och inte enbart agera med regelverk och stöd för skydd och underhåll” (Informant nr 13).

3.3 Hur är arbetet med de sociala medierna organiserat?

Lars Lundqvist förklarar att det är Kommunikationsenheten (på administrativa avdelningen) som formellt har ansvar för Riksantikvarieämbetets kommunikation. Informatörer på enheten ansvarar för Riksantikvarieämbetes officiella konton på *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* och *Flickr* och använder och övervakar dessa informationskanaler med syfte att sända ut material. Informatörerna på kommunikationsenheten har även det övergripande ansvaret att hålla koll på att kritik och frågor på dessa kanaler besvaras. Inläggen på de sociala medierna får dock inte enbart skapas av Kommunikationsenhetens medarbetare. Tanken är istället att vilken tjänsteman som helst har möjlighet att publicera inlägg på Riksantikvarieämbetets sociala medier, ifall den vill publicera någonting.

Lundqvist förklarar vidare att andra delar av myndigheten, utöver Kommunikationsenheten, förvaltar andra sociala medier genom funktionskonton. Dessa är oftast kopplade till en e-tjänst. Dessutom finns ett flertal personliga konton på de olika medierna som förvaltas av enstaka personer på Riksantikvarieämbetet. (se kapitel 3.6). Dessa privatkonton sköts framförallt av personer på Informationsavdelning, Avdelning för Arkeologisk Uppdragsverksamhet, Förvaltningsavdelningen och Kommunikationsenheten. Samhällsavdelningen och Verkssekreteriatet är inte lika aktiva på dem sociala medierna som övriga avdelningar (Informant nr 13).

Ansvarsfrågan för de olika sidornas innehåll innebär dock enligt Lundqvist en viss osäkerhet för den enskilda medarbetaren:

Genom de nya medierna råder idag en viss oklarhet kring ansvarsfrågan kring kommunikation, i och med att det inte längre finns behov av filter i form av redaktörer. Den traditionella informatörsrollen utmanas, detsamma gäller för tjänstemän som förväntas agera mer direkt och snabbare ut mot 'kund' (Informant nr 13).

De regelverk som i dagsläge styr användningen av sociala medier på Riksantikvarieämbetet är framförallt riktlinjer som hanterar kommunikationen utifrån lagstiftningen. Dessa så kallade juridiska implikationer innefattar riktlinjer angående exempelvis BBS-lagen, upphovsrätt, personuppgiftslagen, m.m. En intern rapport från 2009 behandlar de juridiska förutsättningar för användningen av sociala medier med avseende på Riksantikvarieämbetets implementering av *Platsr* (Klang 2009).

Intervjuerna med tjänstemännen har visat att det inte finns specifika dokument som styr hur tjänstemännen kommunicerar via de sociala medierna. Istället anser tjänstemännen att kommunikationen via sociala medier är lika med övrig kommunikation. På frågan om det finns riktlinjer som styr användningen av *Twitter* inom tjänsten svarar en tjänsteman: "Nej, inte annat än att man är ansvarig för sitt eget uppförande, precis som man är när man rör sig ute bland folk fysiskt." (Informant nr 5). En annan: "Nej, inte mer än det finns riktlinjer som påverkar vad jag pratar om vid fikabordet." (Informant nr 2). Tjänstemännen uppfattar alltså inte att kommunikationen på de sociala medierna skiljer sig från övrig kommunikation på myndighet, på så sätt att den skulle kräva ett separat regelverk. "Ofta handlar det istället om sunt förnuft..." svarar en tredje tjänsteman (Informant nr 3). Tjänstemännens uppfattning om regelverket överensstämmer med E-delegationens riktlinjer som sammanfattad lyder att "det i princip är samma regler som gäller som när de använder andra sätt att kommunicera med enskilda via it" (E-delegationen 2010, s. 13). Det finns alltså i dagsläget ingen särskild policy för användningen av sociala medier. Lars Lundqvist förklarar i detta sammanhang:

Utifrån mitt perspektiv – som verksamhetsutvecklare – befinner sig arbetet med sociala medier fortsatt i en utvecklings- och upptäckarfase. Med tanke på den snabba utvecklingen och att vi internt söker efter roller och ansvar, kommer vi att befinna oss i denna utveckling under en längre period. Jag börjar mer att tro att detta är ett normaltillstånd, från stora, dyra investeringar i verktyg, till mer flyktigt och agilt användande av andras tjänster (Informant nr 13).

En tjänsteman hänvisar dock att man i dagsläget jobbar med framtagning av en ny kommunikationspolicy anpassad till sociala medier (Informant nr 1).

3.4 Riksantikvarieämbetet på Facebook

Facebook är en social nätverkstjänst. Registrerade användare kan skapa en egen profil och lägga till andra användare som vänner. *Facebook* ger även möjligheten att skicka meddelanden till varandra,

både privata och offentliga, som publiceras på vännens anslagstavla som kallas för vägg. Användare kan även lägga upp bilder samt videoklipp, både på sin egen vägg och på vänners väggar. Dessutom kan användarna samlas i ämnesgrupper exempelvis kring en arbetsplats eller en hobby. Man kan även lägga upp evenemang till vilka man kan bjuda in vänner. Företag eller organisationer, som Riksantikvarieämbetet, kan anlägga en profil, som användare kan gilla och på så sätt uttrycker en viss sympati.

Facebook grundades 2004 har runt 750 miljoner i hela världen (Tucker 2011).

3.4.1 Sidans uppbyggnad

Riksantikvarieämbetet har varit med på *Facebook* sedan september 2009. Den egna sidan pryds av loggan som profilbild och just nu av en historisk fotografi som omslagsbild.



Fig. 4. Skärmdump på Riksantikvarieämbetets facebookside. 2012-05-22

Under fliken ”Om” finns en kort beskrivning av Riksantikvarieämbetet, samt kontaktuppgifter och en karta. Facebooksidan har ett enkelt flikssystem med endast fem flikar (se fig. 4). Myndigheten har lagt upp ett flertal bilder som kan hittas under fliken ”Foton”. Bilderna är ordnade i flera kategorier som exempelvis Höstmöte 2009 eller Flickr Commons. Under fliken ”Evenemang” lägger Riksantikvarieämbetet upp olika evenemang som myndigheten är värd för. Just nu finns inga kommande evenemang men användarna kan se tidigare evenemang, till exempel Arkeologidagen 2010. Fliken ”Newsroom” innehåller länkar till olika pressmeddelanden i Riksantikvarieämbetets pressrum på nyhetsportalen *CisionWire*.

En jämförelse med Försvarsmaktens facebook sida (se fig. 5) visar att Riksantikvarieämbetes sida har potential att utvecklas vidare. Försvarsmaktens sida har ett utvecklat flikssystem, vilket syns i bilden nedan. Fliksystemet möjliggör en lätt tillgång till redan kategoriserad information, om exempelvis Försvarsmakten som arbetsgivare ("Jobba här") eller myndighetens organisatoriska uppbyggnad ("Förband"). Samtidigt är facebooksidan knuten till Försvarsmaktens övriga webbplatser, som exempelvis den egna youtubekanal. Digitala affischer med interaktivt material kan också nås genom fliksystemet vilket gör sidan väldigt innehållsrikt. Riksantikvarieämbetet skulle tänkas kunna sammanknyta sin facebook sida med de andra sociala medierna på ett bättre sätt. Idag saknas det hänvisning till exempelvis den egna kanalen på *Youtube*, *Platsr*, *K-bloggen*, m.m.

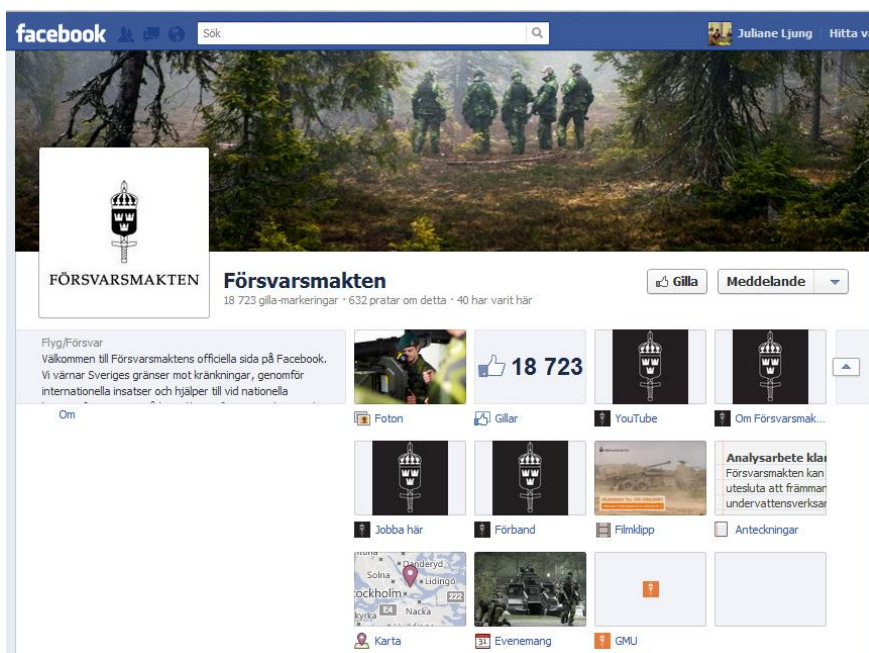


Fig. 5. Skärmdump på Försvarsmaktens facebook sida. 2012-05-22

3.4.2 Sidans innehåll

Mellan oktober 2009 och april 2012 har Riksantikvarieämbetet gjort 794 inlägg på sin facebook sida. Detta motsvarar drygt 26 inlägg i månaden.

Dessa fördelade sig enligt följande:

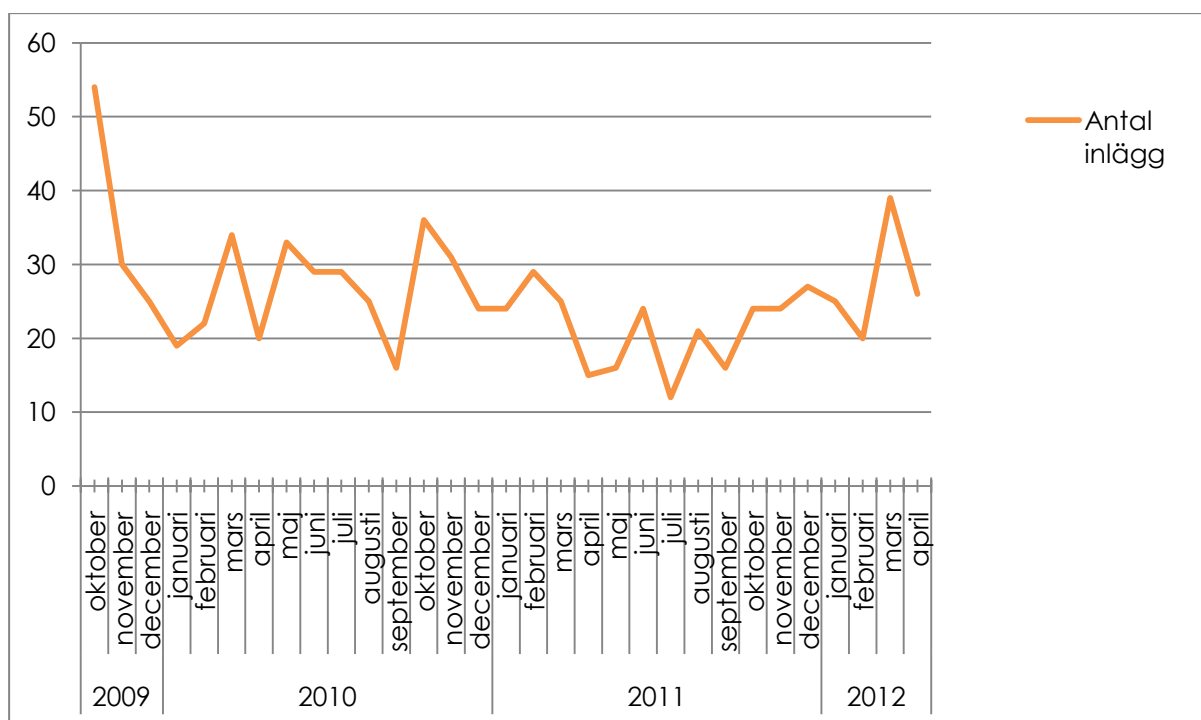


Fig. 6. Riksantikvarieämbetetets inlägg på sin facebook sida mellan oktober 2009 och april 2012.

Fig. 6 visar att frekvensen av inlägg är relativt oregelbunden och fluktuerar mellan minst 12 inlägg i månaden (i juni 2011) och högst 54 inlägg i oktober 2009.

De inlägg som Riksantikvarieämbetet gör på sin vägg är av ganska spridd karaktär. Lars Lundqvist förklarar att tanken är att sprida ”ganska bred information” (Informant nr 13). För att undersöka facebooksidan närmare har jag delat in alla 794 inlägg i olika kategorier. Fig. 7 nedan visar hur inlägg som gjordes under undersökningsperioden fördelar sig på olika kategorier. 195 av 794 inlägg hänvisar till ett blogg-inlägg på *K-bloggen*. 142 inlägg innehåller en länk till information på en sida som inte tillhör Riksantikvarieämbetet. Dessa externa sidor är till exempel olika tidningssidor som dn.se eller helagotland.se. Det finns även inlägg på facebooksidan som är utan länk och därmed inte direkt hänvisar till redan publicerat information. Riksantikvarieämbetet har gjort 91 inlägg av denna kategori. Ett typiskt exempel är inlägg om evenemang på Glimmingehus.

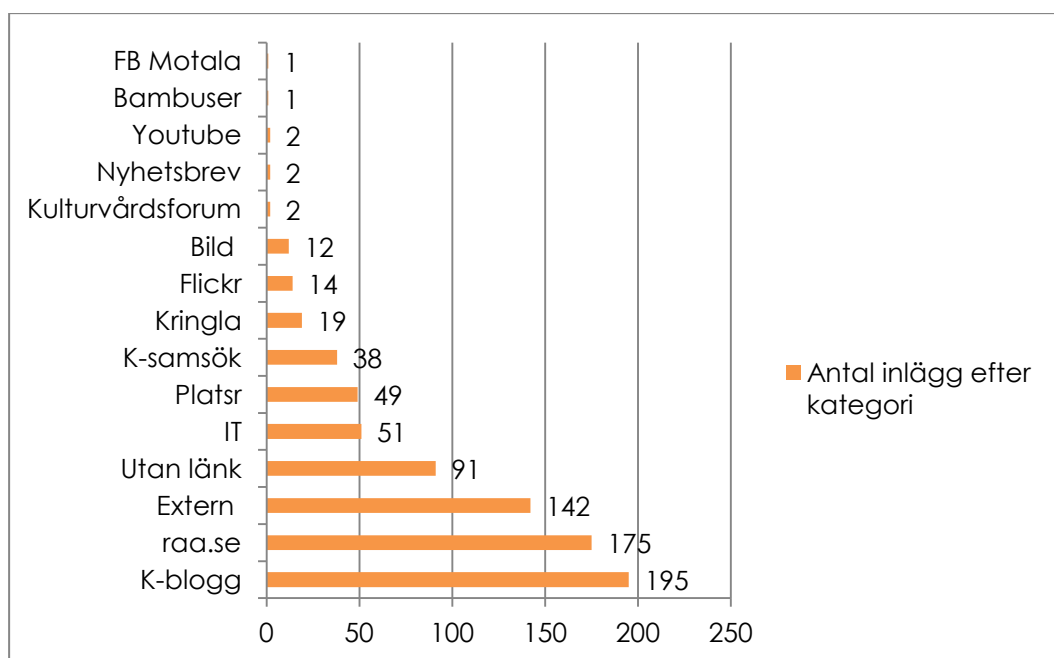


Fig. 7 Fördelning av inläggen på olika kategorier

51 inlägg har gjorts för att meddela att olika webbplatser eller sökfunktioner inte fungerar, eller fungerar igen. 12 inlägg har gjorts i samband med bilder som Riksantikvarieämbetet har lagt upp på sin sida.

Denna indelning i olika kategorier visar att de flesta inläggen är så kallade puffar, eller crosspostings, vilket betyder att det hänvisar genom en länk till redan befintligt innehåll som Riksantikvarieämbetet har lagt upp på något av sina sociala medier eller på hemsidan. Fig. 8 nedan visar att 63 procent av alla inlägg på facebooksidan är puffar för egna platser eller dokument. Till den gruppen hör webbplatsen raa.se, *Platsr*, *K-blogg*, *Nyhetsbrev*, *K-samsök*, *Kringla*, *Kulturvårdsforum*, *Motalas facebookside*, *Flickr*, *Bambuser*, *Youtube*. 18 procent av inläggen är puffar för extern information. 19 procent av inläggen saknar puffar. Majoriteten av alla inlägg är alltså innehåll som även sprids via andra kanaler.

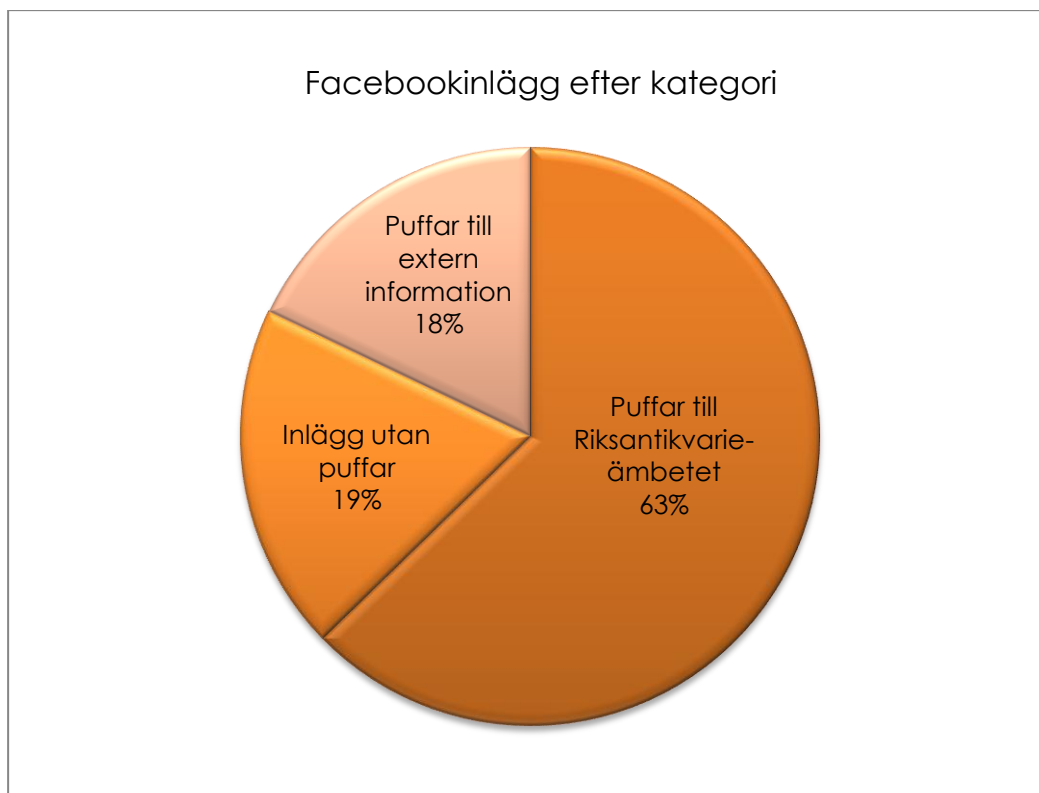


Fig.8. Fördelning av facebookinlägg på olika kategorier.

De flesta inläggen som är puffar för en annan sida visar en miniatyrbild och ett utdrag av den texten som finns på den länkade sidan. Inläggen är därför också relativt korta, eftersom de endast är en teaser (en retare) som ska locka användaren att klicka sig vidare till den länkade sidan. Fig. 9 och 10 nedan visar en typisk teaser på Rikantikvarieämbetets facebook sida, som är ett smakprov på den artikeln som finns fullständigt på *K-bloggen*.



Fig. 9. Teaser på Rikantikvarieämbetets facebook sida.

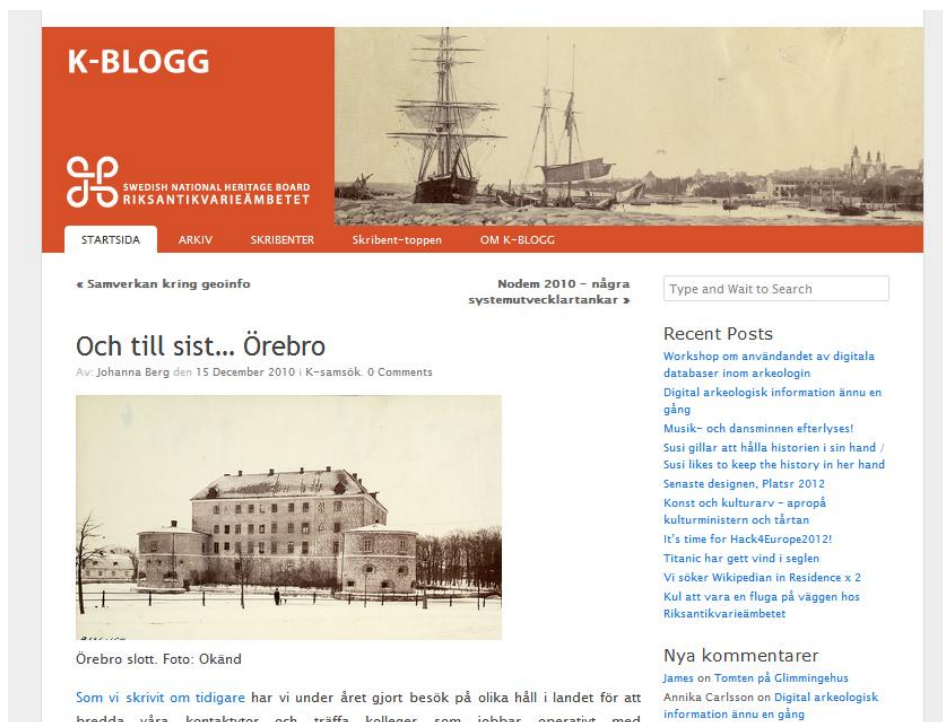


Fig. 10. Artikeln på K-bloggen.

3.4.3 Sidans användare

För utomstående går det inte att få en överblick vilka personer det är som gillar Riksantikvarieämbetets facebookside. Endast egna vänner, som gillar sidan, visas i ett fönster. Dessutom kan man som läsare av sidan även se vem som skriver på sidan. Dessa personer behöver dock inte nödvändigtvis gilla sidan utan kan även så engagera sig genom att kommentera eller gilla inlägg, samt genom att skriva inlägg på Riksantikvarieämbetets vägg. Inom ramen för uppsatsen har det därför inte varit möjligt att göra en närmare undersökning av de användarna som gillar Riksantikvarieämbetets facebookside.

3.4.3.1 Vilka är de synliga användarna?

2641 personer gillar Riksantikvarieämbetet på Facebook (se fig. 11 nedan). Detta innebär att 2641 har gjort ett aktivt val genom att trycka på en knapp. Riksantikvarieämbetets egen statistik visar att det blev 369 nya gilla-markeringar under 2011 (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011, s. 12). Antalet gilla-markeringar ger dock ingen information över hur många personer det är som följer Riksantikvarieämbetets statusuppdateringar. Användarna har möjlighet att dölja uppdateringarna från sitt nyhetsflöde. Siffran över gilla-markeringar ger alltså inte nödvändigtvis information över hur många som aktivt följer Riksantikvarieämbetet på *Facebook*. Utöver gilla-markeringar innehåller statistiken även en annan siffra som visar ”Personer som pratar om detta”. 133 personer pratar om Riksantikvarieämbetet vid undersökningstidpunkten. Denna siffra visar hur många aktiva läsare sidan har haft under den

senaste veckan, dvs. de sammanlagda aktiviteterna under 7 dagar. Siffran aktualiseras ungefär varannan dag. Till grund för siffran ligger aktiviteter som hur många som har gillat sidan, har gillat, kommenterat eller delat ett inlägg på den sidan, svarat på en fråga som Riksantikvarieämbetet har ställt med frågefunktionen, har svarat på inbjudan till ett evenemang på sidan, nämnt, rekommenderat eller taggat sidan i ett inlägg eller foto. Siffran innefattar dessutom de som har checkat in på sidan som en plats (Stjernborg 2011). Siffran över ”Personer som pratar om detta” i förhållande till siffran på gilla-markeringar ger alltså en tydligare uppfattning över hur aktivt Riksantikvarieämbetets facebookläsare är. Av 2641 personer är det 133 personer, som är aktiva på Riksantikvarieämbetets sida, detta dock endast för den undersökta tidpunkten. Ett diagram visar siffrornas utveckling ungefär en månad bakåt i tiden. Diagrammet visar tidpunkten mellan den 20 mars 2012 och den 18 april 2012. Riksantikvarieämbetets egen statistik visar att man sammanfattat har fått 1898 feedback på inläggen på *Facebook* (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011, s. 12).

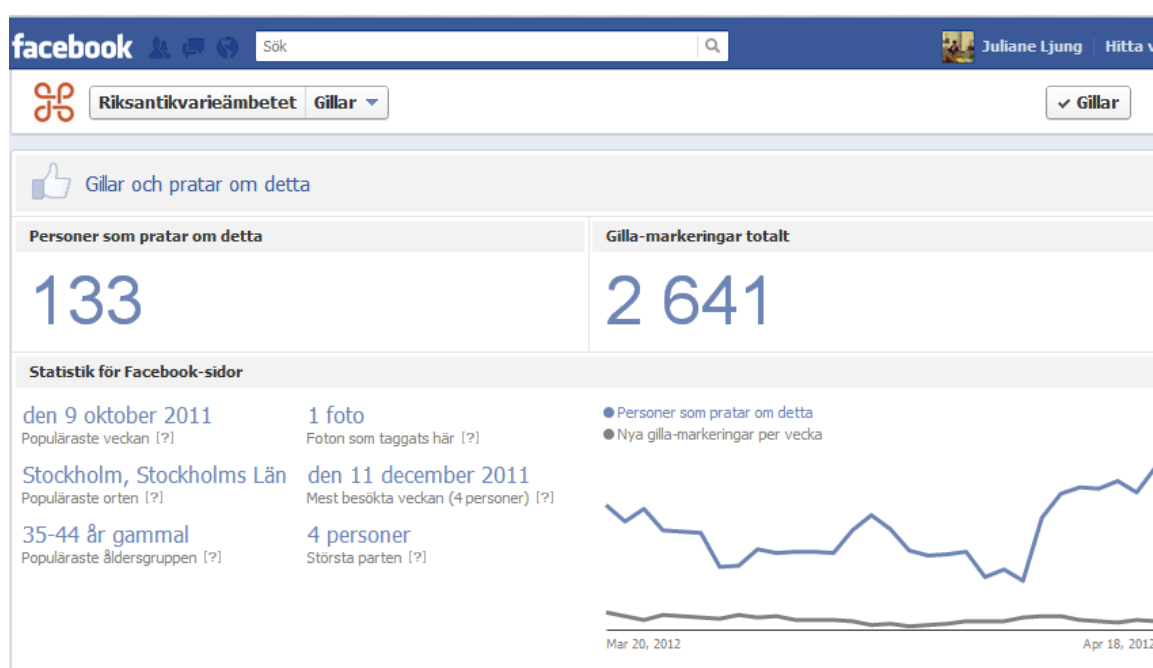


Fig. 11. Statistik över Riksantikvarieämbetets facebook sida. 2012-04-20

Det finns ytterligare en siffra ”har varit här”, som visar hur många människor som har checkat in på Riksantikvarieämbetet som plats. Att checka-in via *Facebook* är ett sätt att visa för vänner var man fysiskt befinner sig vid en viss tidpunkt. Incheckningsplatser, som Riksantikvarieämbetet, kan hittas genom en sökning på *Facebook*. 31 användare har hittills checkat in på Riksantikvarieämbetet. Denna siffra räknas även in i siffran ”personer som pratar om detta”.

Utifrån sin egen statistik analyserar Riksantikvarieämbetet: ”Det är bra fart på facebooksidan, och det är klart och tydligt att ju mer det postas intressanta saker, desto mer interaktion blir det med våra gillare.” (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011, s. 12).

3.4.3.2 Kommunikation med användarna på Facebook

I beskrivningen av Riksantikvarieämbetet på sin facebookside ber Riksantikvarieämbetet användarna att ta upp kontakt via e-post, post eller telefon, angående enskilda ärenden istället för att använda *Facebook* för detta ändamål. Användarna har ändå möjligheten att göra inlägg på Riksantikvarieämbetets vägg och på så sätt kommunicera med myndigheten. 2009 har 12 inlägg gjorts, de flesta kommentarer i samband med sidans implementering. 2010 har 37 inlägg gjorts. 2011 har 25 inlägg gjorts, varav 3 av en tjänsteman på Riksantikvarieämbetet som gjort inläggen ifrån sitt privata facebookkonto. 2012 har hittills 10 inlägg gjorts, även här 1 inlägg av en tjänsteman. Riksantikvarieämbetet och även övriga användare kan svara på användarnas kommentarer. Fig. 12 visar antalet inlägg som användare genererade sedan sidans tillkomst fram till idag. Figuren visar även svarsfrekvensen från Riksantikvarieämbetet.

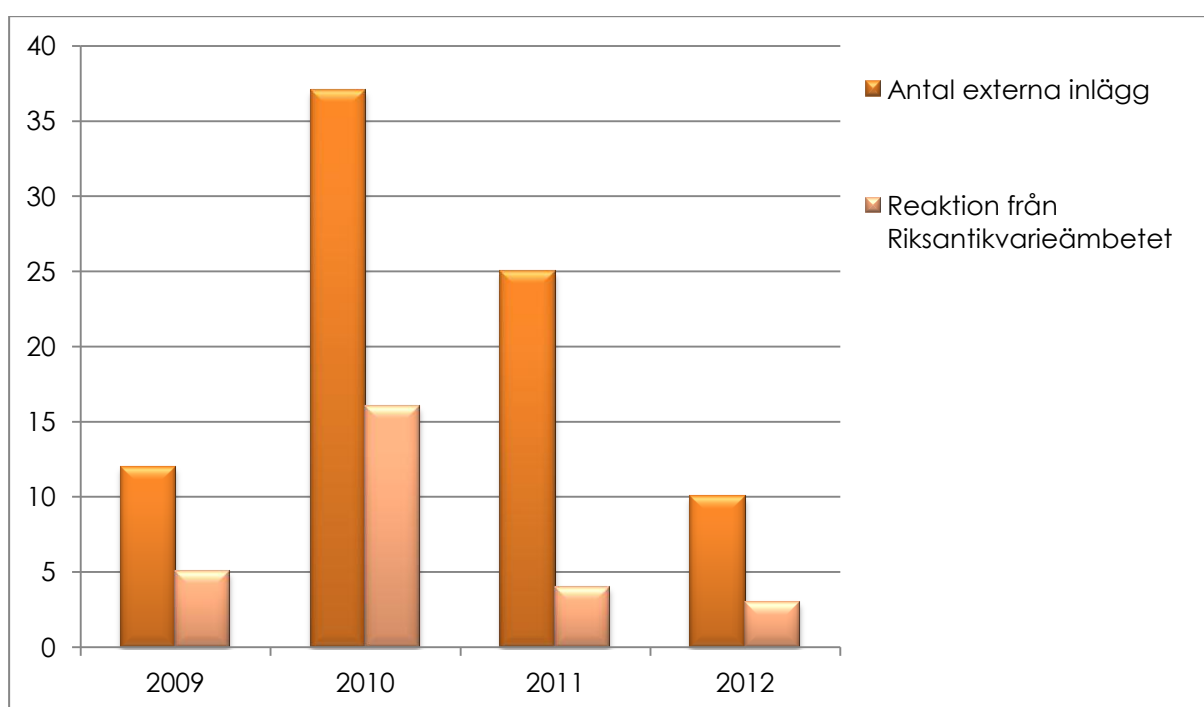


Fig. 12. Antal användaregenererade inlägg och svarsfrekvens från Riksantikvarieämbetet

2009 har Riksantikvarieämbetet reagerat på 5 inlägg. 2010 blev 16 inlägg besvarade, 2011 endast 4 stycken. I år har Riksantikvarieämbetet hittills svarat på 3 inlägg.

Användarnas inlägg på sidan är av olika karaktär. Vissa användare ställer konkreta frågor, som i regel följs upp av Riksantikvarieämbetet i kommentarsfältet. Fig. 13 är ett exempel på ett sådant inlägg, där Riksantikvarieämbetet reagerar på användarnas inlägg och svarar på frågan.



Fig. 13 Exempel på kommunikation mellan myndighet och medborgare på facebooksidan.

Nedan (fig. 14) följer ett exempel där användaren ställer en mer kritisk fråga som kräver ett längre svar. Även här svarar Riksantikvarieämbetet i form av en tjänsteman, och i detta fall ganska omfattande.



Fig. 14. Användarens kritiska inlägg kräver ett längre svar.

3.4.4 Språk och avsändare

De flesta inlägg på facebooksidan är osignerade, alltså utan uttalad avsändare, eller skriven i vi-form, dvs. ”vi på Riksantikvarieämbetet”, se fig. 15 och 16 nedan som exempel.



Fig. 15. Exempel på ett osignerat inlägg.



Fig. 16. Ytterligare exempel på ett osignerat inlägg.

Tonläget på de flesta inläggerna är saklig och informativ och varken språket eller tonläget avviker från det vanliga myndighetsspråket, om än något enklare att förstå tack vare innehållet. I enskilda fall publicerar Riksantikvarieämbetet dock inlägg som är signerade av enskilda tjänstemän. Detta händer särskilt i början av Riksantikvarieämbetets närvaro på Facebook, men liknande inlägg finns även idag. Dessa signerade inlägg är ofta lite mer personligt än de osignerade inläggerna, då känslor eller tankar av tjänstemännen uttrycks. Se två exempel nedan (fig. 17 och 18).



Fig. 17. Tjänstemannen Johan Carlström kommenterar antalet gilla-markeringar.



Fig. 18. Tjänstemannen Lars L kommenterar en nyhet.

När Riksantikvarieämbetet kommenterar användarnas inlägg är dessa kommentarer alltid signerade av en enskild tjänsteman på myndigheten. Detta kan tänkas hänga samman med att kommunikationen som sker mellan medborgare och myndighet juridiskt räknas som en allmän handling, vilket medför en särskilt hantering.

Även de inläggen som Riksantikvarieämbetet gör i samband med driftstörningar av IT-system är för det mesta signerade.

3.5 Riksantikvarieämbetet på Twitter

Twitter är en så kallad mikroblogg, en mindre version av en vanlig blogg. *Twitter* möjliggör publicerandet av korta meddelanden, så kallade tweets med upp till 140 tecken, som läggs upp som en statusuppdatering under ens profil. På *Twitter* kan användaren prenumerera på andra twitteranvändare och därmed följa deras statusuppdateringar som då automatiskt kommer upp i ens twitterflöde. Detta sker utan att den andra användaren måste godkänna prenumeranten eller följa i genväg. Genom att ange @användarnamn kopplas tweetsen direkt till en specifik person. Genom att använda en hashtagg (#) och ett ord kan tweetsen kopplas till ett specifikt ämne, till exempel #kulturarv. Andra användare kan twittra under samma # så att olika tweets kopplas ihop. *Twitter* blir på detta sätt sökbar efter specifika ämnen. Funktionen RT, retweet, innebär att sända ut en tweet som en annan användare har skickat innan. Användarna kan även direkt reagera på varandras tweets genom att svara på dessa.

Twitter har cirka 200 miljoner användare runt om i världen (Tucker 2011).

3.5.1 Sidans uppbyggnad

Riksantikvarieämbetet gjorde sitt första inlägg på *Twitter* den 5 juli 2010. Fig. 19 visar myndighetens twitterprofil, vilken pryds av loggan och en kort text som beskriver

Riksantikvarieämbetet som följande: "Riksantikvarieämbetet är en statlig myndighet som verkar för att kulturarvet och kulturmiljön bevaras och brukas på bästa sätt." Beskrivningen får endast omfatta 160 tecken, därav dess knapphet. Under beskrivningen hänvisas även till Riksantikvarieämbetets webbplats raa.se. Det finns gestaltningsmöjligheter för bakgrunden, men Riksantikvarieämbetet har valt en vit bakgrund. Under "favoriter" kan Riksantikvarieämbetet lägga till tweets av andra användare, som myndigheten markerar som särskilt bra. Det har dock inte lagts till några tweets. Riksantikvarieämbetet har även möjlighet att prenumerera och skapa listor, i vilka olika användare sammanfattas. Detta har dock inte Riksantikvarieämbetet valt att göra.

Jämfört med *Facebook* har användare på *Twitter* inte lika stora möjligheter att anpassa sidan efter det egna varumärket, genom att exempelvis lägga upp evenemang eller länkar i särskilda flikar. Det är tweetsen som står i fokus. Bilder som twittras läggs automatiskt i fliken "Bilder".

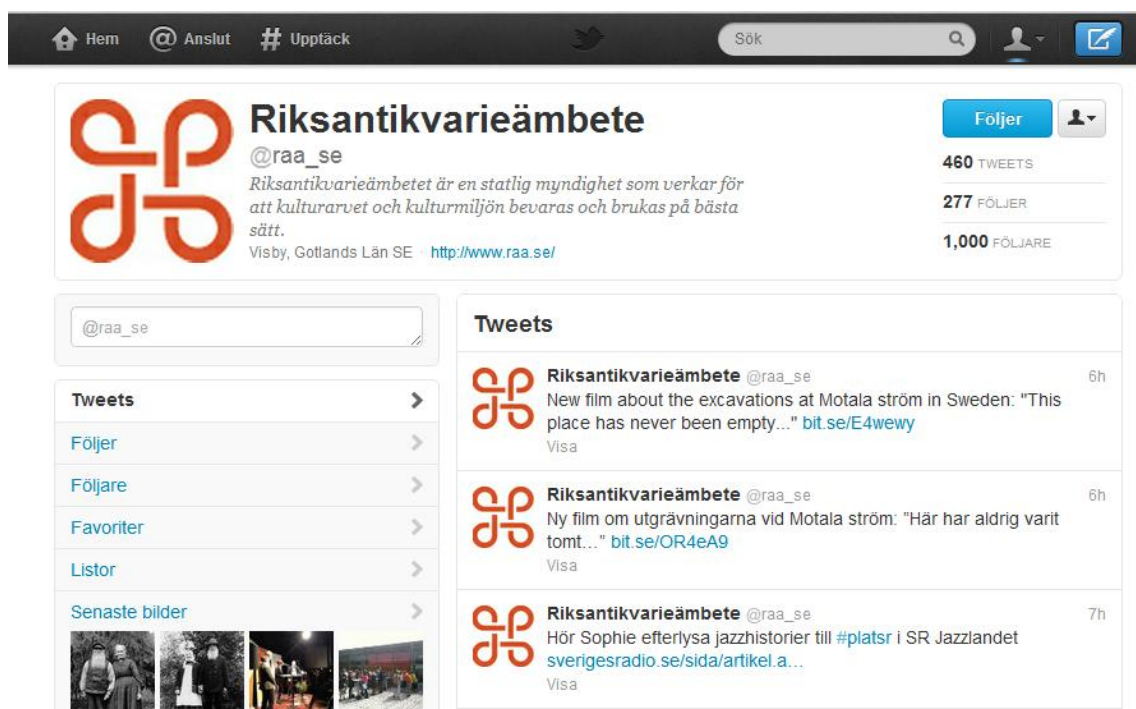


Fig. 19. Riksantikvarieämbetets twitterprofil. 2012-05-22

3.5.2 Sidans innehåll

Sedan 2010 har Riksantikvarieämbetet skickat ut 443 tweets, vilket motsvarar 20 tweets per månad. Dessa tweets fördelar sig enligt nedanstående diagram (se fig. 20).

Twitterfrekvensen var lägst i juli 2011 med 8 inlägg i månaden. I februari 2012 nådde aktiviteten på *Twitter* högst med 37 inlägg.

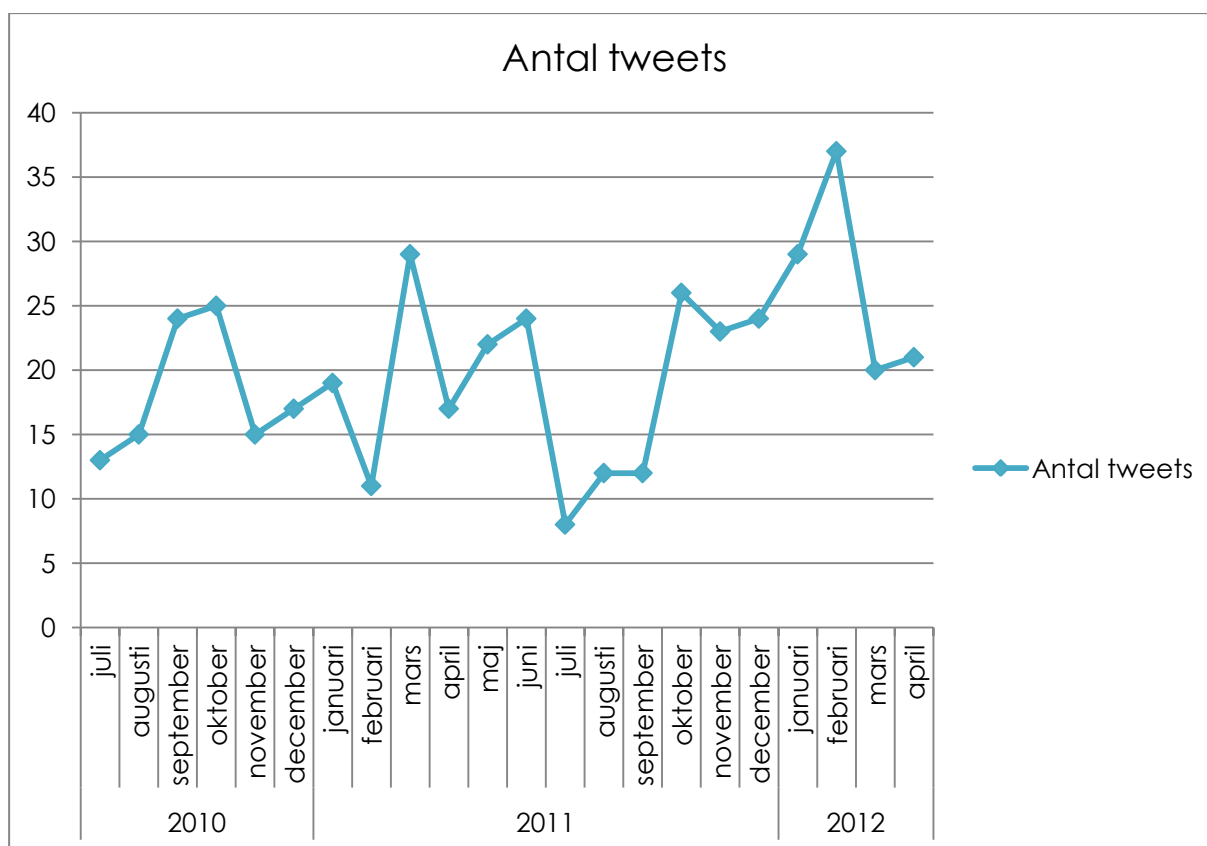


Fig. 20. Antal tweets mellan juli 2010 och april 2012.

I likhet med undersökningen av *Facebook* har även tweetsen kategoriserats efter innehållet. Fig. 21 nedan visar att 108 tweets har gjorts med länkar till extern information, som inte finns på Riksantikvarieämbetets övriga medier. Sådana tweets hänvisar till exempel till tidningsartiklar, olika museers evenemang eller till tv-inslag. 76 tweets hänvisade till K-bloggen, 43 stycken till webbplatsen raa.se. Dessa tre kategorier, som är de mest använda på Riksantikvarieämbetets *Twitter*, är också de topp-3 kategorier gällande inlägg på *Facebook*. Även gällande de övriga kategorierna syns likheter med inläggen på *Facebook*, skillnaderna är endast minimala. Det är alltså i stort samma typ av information som läggs upp på *Facebook* och på *Twitter*.

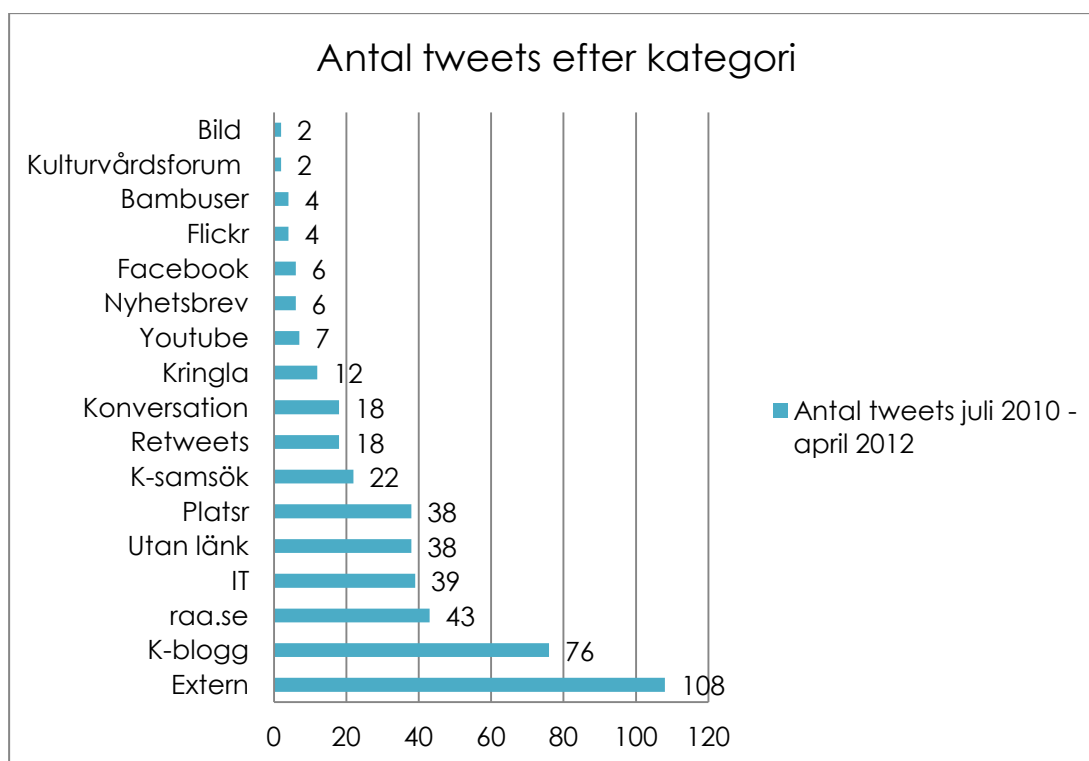


Fig. 21. Indelning av tweets efter kategori.

Som fig. 22 visar är också på *Twitter*, i likhet med *Facebook*, en stor del av inläggen, 50 procent, puffar för andra webbplatser som förvaltas av Riksantikvarieämbetet. 24 procent av tweetsen länkar till information på externa webbplatser. 18 procent är tweets utan puffar, främst felmeddelanden gällande IT. Under undersökningsperioden retweetade Riksantikvarieämbetet 18 gånger, vilket motsvarar 4 procent av alla tweets. I ytterligare 18 fall ingick Riksantikvarieämbetet en konversation med andra twitteranvändare, genom att svara på deras tweets.

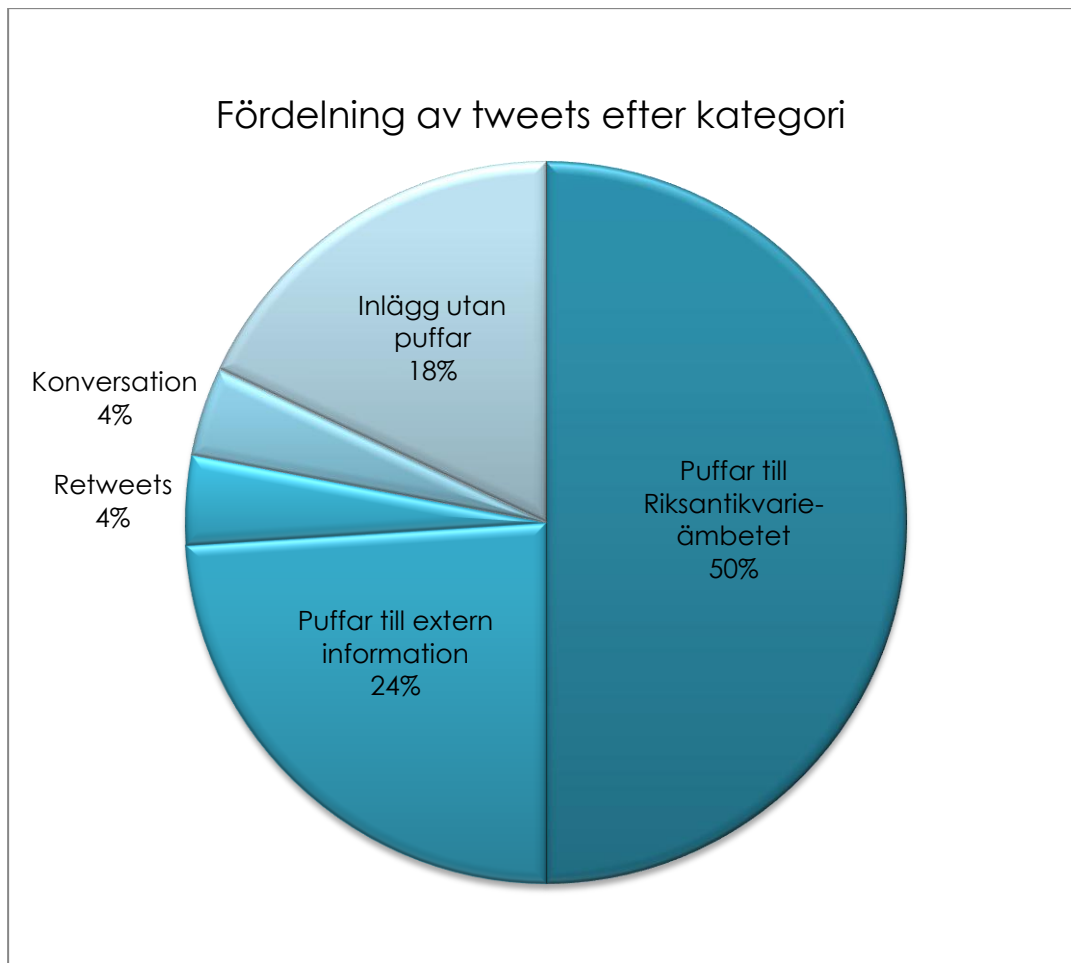


Fig. 22. Fördelning av tweets efter kategori.

Jämfört med *Facebook* är inläggen på *Twitter* mycket kortare, vilket hänger samman med det begränsade tillåtna teckentalet på 140 tecken.

Medans inläggen på *Facebook* endast är skrivna på svenska finns det även tweets på engelska. Engelska tweets läggs främst upp tillsammans med en hashtag, som i exemplet där Riksantikvarieämbetet twittrar om ett av sina föremål i databasen *Kringla* (fig. 23).

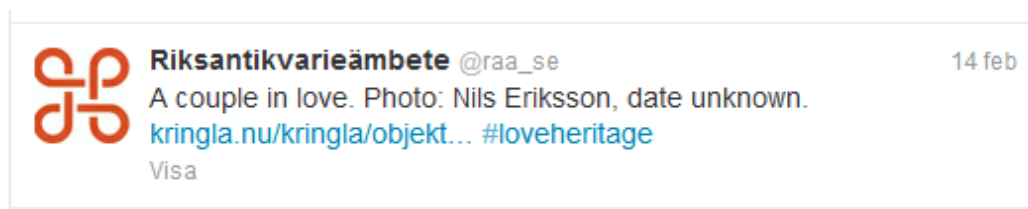


Fig. 23. Tweet på Engelska under hashtaggen loveheritage.

3.5.3 Sidans användare

Frågan vem som kan räknas som användare på *Twitter* är svårt att besvara på grund av *Twitters* särskilda egenskaper. Vid tidpunkten för undersökningen har Riksantikvarieämbetet 984 följare och följer själv 278 twitteranvändare. Men antalet följare ger ingen konkret information över hur många användare det faktiskt finns. För att följa Riksantikvarieämbetets twitterflöde, och även för att kunna kommentera enstaka tweets eller direkt tilltala Riksantikvarieämbetet, måste användare inte nödvändigtvis prenumerera på myndighetens tweets. Prenumerationen gör endast att Riksantikvarieämbetets tweets automatiskt visas i det egna flödet. Användare kan alltså ta del av Riksantikvarieämbetets twitterflöde och även i övrigt stå i kontakt med myndigheten via *Twitter* utan att detta nödvändigtvis är synligt i antalet följare. Även fenomenet av inaktiva twitterkonton, som redan i kapitel 2.2.1 beskriven, innebär risken att antal följare inte nödvändigtvis är lika med antal aktiva twitteranvändare, då en stor del av twitteranvändarna inte är aktiva trots flera prenumerationer.

Riksantikvarieämbetet gör själv en liknande bedömning av situationen och anser att det är problematiskt att föra tillförlitlig statistik över *Twitter*, då det saknas bra mätverktyg. Det har dock enligt myndigheten kommit fram att antalet följare och interaktionen med dessa ökar hela tiden (Löwenhamn 2012, Webbstatistik sammanfattning 2011, s. 12).

3.5.3.1 Vem är de synliga användarna?

De 984 prenumeranter som har valt att följa Riksantikvarieämbetets twitterflöde är synliga för alla övriga användare. Likt Riksantikvarieämbetet kan varje användare genom att välja en profilbild, en bakgrundsbild och en text på 160 tecken ge utomstående en beskrivning över vem man är. En stor del av twitteranvändarna saknar dock beskrivning vilket gör det svårt att tillordna dessa vissa kategorier. Jag har därför, och även med hänsyn till tidsaspekten, inte valt att undersöka och analysera gruppen twitteranvändare, som utgör Riksantikvarieämbetets prenumeranter. Frågan vem eller vilka det är som kommunicerar med Riksantikvarieämbetet via *Twitter* är dock ändå intressant och viktigt att ställa. Lars Lundqvist svarar att ”Mottagare är både professionella och enskilda personer. Dock har jag en känsla av att kulturarvpersoner har en ganska svag närvaro på sociala medier, ffa de mer seniora.” (Informant nr 13).

3.5.3.2 Kommunikation med användarna på Twitter

Lika problematiskt som att identifiera de användare som följer Riksantikvarieämbetets twitterflöde, är även undersökningen av den kommunikationen som sker mellan myndigheten och andra användare på *Twitter*.

När en användare twittrar finns möjligheten att adressera en tweet direkt till Riksantikvarieämbetet genom att infoga @raa_se, vilket motsvarar adressen på *Twitter*. Dessa tweets representerar en form av kontakt mellan medborgare och myndighet, men tweetsen är endast synliga i Riksantikvarieämbetets twitterflöde ifall myndigheten reagerar på dem. För undersökningsperioden har 18 kontakter av detta slag kunnat mätas, vilket betyder att Riksantikvarieämbetet har haft en konversation med en annan twitteranvändare vid 18 tillfällen mellan juli 2010 och april 2012. Det kan även ha förekommit tweets som användare har riktat mot Riksantikvarieämbetet men som sedan inte visades i Riksantikvarieämbetets twitterflöde eftersom myndigheten inte har reagerat på kontakten. Det är därför inte möjligt för mig att undersöka dessa.

De 18 konversationer som har registrerats är av olika slag. Vissa tweets är påpekanden som i fig. 24, där användaren Fredrik Andersson påpekar en fel länk. Riksantikvarieämbetet svarar på tweeten och tackar. Vissa tweets är korta frågor. Konversationerna är över lag mycket korta på grund av *Twitters* begränsade teckenantal. På *Twitter* är inga långa konversationer, som exempelvis på *Facebook*, möjliga. Den frågan som en facebookanvändare ställde till Riksantikvarieämbetet, se kapitel 3.4.3.2 i fig. 14, hade på *Twitter* behövts delas upp i 3 tweets. Riksantikvarieämbetets svar hade behövts delas i 5 tweets. Det begränsade teckentalet ger alltså endast möjlighet till begränsat konversation och utesluter därmed möjligen frågor eller anmärkningar som är mer omfattande än 140 tecken.



Fig. 24. En användare påpekar en felaktig länk.

3.5.4 Språk och avsändare

I likhet med det använda språket på *Facebook* är även tweetsen i huvudsak skrivna i ett sakligt språk. Tweetsen är vanligtvis inte signerade men när Riksantikvarieämbetet ingår en konversation med en annan användare brukar tweetsen vara signerade av en specifik tjänsteman. Detta sker troligen eftersom användarnas tweets till myndigheten ses som en offentlig handling eller möjligen även ur praktiska skäl då uppföljningen av konversationen blir lättare, om tjänstemännen på myndigheten vet vem av dem det är som har svarat på tweetsen. Fig. 25 nedan visar ett exempel där Henrik, en tjänsteman, kommenterar en tweet som en användare har riktat mot Riksantikvarieämbetet.



Fig. 25. Exempel på konversation mellan Riksantikvarieämbetet och en användare på *Twitter*.

Det finns dock exempel på när tjänstemännen av misstag har använt Riksantikvarieämbetets twitterkonto i privata sammanhang, som exemplet nedan visar (fig. 26). En tjänsteman svarar i myndighetens namn på en fråga som inte relaterar till Riksantikvarieämbetets verksamhet. Detta är i och för sig inte problematiskt, särskilt eftersom det inte handlar om ett laddat ämne, men exemplet visar ändå att det finns risk av förväxling i den användning av sociala medier som Riksantikvarieämbetet har idag. E-delegationen uttalar sig i detta sammanhang tydligt och påpekar:

Enskilda ska kunna lita på att det är myndigheten som ansvarar för ett socialt medium eller uttalar sig. Därför bör myndigheten ta fram interna regler för att skilja på när myndigheten uttalar sig och när anställda gör det privat så att detta alltid är klart för den enskilde som kommunicerar med myndigheten (E-delegationen 2010, s. 7).



Fig. 26. Tjänstemannen Henrik svarar av misstag från fel twitterkonto.

Som redan i kapitel 3.3 beskrivits finns det ingen redaktionell urvalsprocess för vilken information som läggs upp på *Twitter* (eller *Facebook*). Riksantikvarieämbetet tillhandahåller endast distributionsmöjligheten och anser att tjänstemännen är ”tillräckligt förnuftiga” för att kunna bedöma vilken information som lämpar sig för publicering. Det ställs inte heller krav på att tjänstemännen ska publicera på de sociala medierna (förutom då Kommunikationsenheten som bär det övergripande ansvaret). Istället är det frivilligt att använda medierna (Informant nr 13). På så sätt är det enskilda tjänstemäns engagemang som styr vilket material som publiceras på de sociala medierna, utöver det som Kommunikationsenheten publicerar. På detta sätt blir vissa avdelningars verksamheter väldigt dominerande på de sociala medierna samtidigt som andra avdelningarnas verksamheter inte finns representerade på samma medier. Tjänstemännen på Kommunikationsenheten och Informationsavdelningen till exempel är väldigt engagerade i de sociala medierna och publicerar många inlägg om exempelvis de olika webbtjänsterna och IT problem. Samtidigt förekommer det inga inlägg på *Twitter* eller *Facebook* som handlar om det arbete som exempelvis Samhällsbyggnadsenheten eller Fastighetsförvaltningen utför. På så sätt representerar den informationen som sänds ut genom sociala medier inte ett avtryck av Riksantikvarieämbetets verksamhet i sin helhet utan snarare en skev bild där vissa verksamhetsområden är klart dominerande.

3.6 Privat eller i tjänsten?

Kommunikationen via sociala medier skiljer sig från kommunikation via övriga medier genom att konversationen kan ske åt olika håll och uppdelning mellan sändare och mottagare av information inte är lika tydligt. Sociala medier möjliggör framförallt ett nätverksbyggande mellan olika aktörer. Henrik Summanen, dåvarande konsult inom mediebranschen och nu tjänsteman på Riksantikvarieämbetet, påpekar att nätverksbyggandet inte kan ske mellan institutioner eller organisationer utan enbart mellan människor. För Riksantikvarieämbetets närvaro på de sociala medierna betyder det:

Därför är en sannolik tolkning av hur framtiden ser ut sådan att de anställda vid respektive institution kommer att blogga, twittra och vara aktiva på andra sociala media, och deras samlade aktivitet på Internet kommer att utgöra intäkten för institutionens trovärdighet som auktoritet (Summanen 2011, s. 16).

Det som Summanen 2011 beskrev som en framtidsvision för Riksantikvarieämbetets medieanvändning ter sig redan idag vara realitet. Enskilda tjänstemän rör sig på *Twitter* och *Facebook* och uppträder inte endast i privata sammanhang utan deras näaktivitet relaterar även till Riksantikvarieämbetet.

3.6.1 Överlappning mellan twitterkonton

Undersökningen av myndighetens tweets visar att dessa på flera sätt hänvisar till enskilda tjänstemännen som twittrar under sitt personliga namn. Kopplingen till tjänstemännens tweets sker på olika sätt, exempelvis genom att enskilda tjänstemän signerar Riksantikvarieämbetets tweets med sin egen twittersignatur, som ledar användaren vidare till tjänstemannens privata twitterkonto (se fig. 27).



Fig. 27. Tjänstemannen JohanC signerar Riksantikvarieämbetets tweet med sitt namn och sin privata twittersignatur.

Även de retweets som Riksantikvarieämbetet gör är i många fall retweets av tjänstemännens tweets, som exempelvis i fig. 28. På så sätt kopplas Riksantikvarieämbetets officiella twitterkonto till tjänstemännens privata.



Fig. 28. Riksantikvarieämbetet retweetar en tweet av tjänstemannen Lars Lundqvist.

Det finns alltså en för övriga twitteranvändare synlig koppling mellan Riksantikvarieämbetets officiella konton och tjänstemännens privata konton. Denna koppling är till och med skapad av Riksantikvarieämbetet genom att hänvisa till dessa konton.

Det är inte möjligt att uttala sig om hur många av Riksantikvarieämbetets tjänstemän som finns på *Twitter*. Men för denna uppsats har jag tittat närmare på sex av dessa användare. Förutom att undersöka de sex tjänstemäns twitterkonton har jag även intervjuat dessa personer.

3.6.2 Tjänstemännens privata twitterkonton

Riksantikvarieämbetets twitterkonto är myndighetens officiella. Användarna förväntar sig att det är myndigheten som twittrar, även om de förstår att det är en person bakom tweetsen. Denna person blir ibland synligt, som exemplen ovan visar. Gränsdragningen mellan det officiella och personerna bakom myndigheten luckras upp. Tjänstemännens privata twitterkonton överlappar i viss mån med myndighetens. Beskrivningar som "Twittrar som mig själv" eller "Alla tweets är mina egna" är återkommande exempel på hur twitteranvändare på sitt konto vill tydliggöra att de inte twittrar som den organisationen eller det företaget de jobbar för utan som privatpersoner. En att de undersökta tjänstemännen på Riksantikvarieämbetet använder sig av detta knep och twittrar "som sig själv". Vad detta innebär är dock inte tydligt.

Det kan förstås som ett sätt att avgränsa sig från den myndigheten man jobbar på, samtidigt visar dock exemplen ovan att det ändå finns en överlappning. Dessutom är det fem av de sex undersökta personerna som i sin kontobeskrivning själv hänvisar till att de jobbar på Riksantikvarieämbetet, vilket kan uppfattas som att de vill bli kopplade till myndigheten. På frågan om tjänstemannen använder *Twitter* privat eller inom tjänsten svarade fem av sex att de använder *Twitter* för både. Den gränsdragningen som jag antydde i min frågeställning, alltså antingen eller, är dock enligt två informanter inte lätt att dra. En tjänsteman svarade: "Jag använder det huvudsakligen i mitt arbete, men det är mycket svårt att se någon tydlig gräns mellan mig som tjänsteman och mig som privatperson. Jag tror i själva verket att dessa två enheter är oskiljaktiga i en digital värld." (Informant nr 2). En annan tjänsteman svarade liknande: "Både och, vilket är en del av poängen. Det är ett verktyg som jag tror fungerar bäst i gränslandet mellan det personliga och professionella." (Informant nr 6). Dessa tjänstemän förklarar alltså att det är svårt att dra en gräns mellan privat twittrande och *Twitter* inom tjänsten. Henrik Summanen poängterar den enskilda tjänstemännens roll i interaktionen mellan myndighet och medborgare:

”Medarbetarna kommer också att behöva arbeta upp en förståelse för att det är det man gör och vad man säger som spelar roll i informationssamhället - inte vem man är.”(Summanen 2011, s. 5). Enligt Summanen är det alltså med tanke på informationssamhällets förutsättningar en nödvändighet att tjänstemännen agerar på Internet och det är det som är av betydelse för att kunna skapa kontakter.

De förväntningar som tjänstemännen har gentemot vad de kan uppnå med hjälp av *Twitter* är väldigt lika. De flesta svarar att det ur ett jobbperspektiv hoppas kunna använda *Twitter* för att göra myndighetsarbete mer öppet och transparent. En tjänsteman förklarar: ”Inom tjänsten är väl målet att göra Riksantikvarieämbetet mer tillgängligt, mer känt och att komma närmare de som är intresserade av det vi jobbar med.”(Informant nr 1). Utifrån ett privat sammanhang är de övervägande skälen för twitteranvändningen ”att ha koll” samt att utvidga sitt ”nätverk”.

Ändå påpekar flera tjänstemän att de är medvetna om *Twitters* begränsningar. En förklarar: ”Även om *Twitter* ofta får en stor plats i media så är det mycket få som använder tjänsten vilket ofta märks när man t ex träffar kollegor i branschen.” (Informant nr 3). En annan informant medger att en stor del av alla tweets är ointressanta (Informant nr 4). En tredje tjänsteman förklarar att *Twitter* har olika stor påverkan: ”Att genomslagskraften ibland är större än man tror och ibland mycket mindre än man tror.” (Informant nr 1).

För att kunna närma mig frågan om överlappningen mellan officiell och privat twitteranvändande i relation till Riksantikvarieämbetet ställde jag frågan om tjänstemännen blandar privata och jobbrelaterade tweets. Alla förutom en person svarade att de blandar tweets. Likt tidigare beskrivningar om sociala mediers potential för nätverksbyggande förklarar en tjänsteman att den personliga eller privata komponenten är en förutsättning för att kunna utnyttja mediernas möjligheter:

Det är tvärtom bra att ha med information av privat karaktär eftersom de bidrar till mitt nätverksbyggande. Om de 'där ute' ska lite på mig, behöver de veta att jag är en människa och inte en maskin. Då är det bra om det finns privat info bland tweetsen (Informant nr 2).

En annan tjänsteman problematiserar gränsdragningen mellan privat och tjänsterelaterad och förklarar: ”I den digital verklighet är det svårt att skilja på individers roller utifrån var de befinner sig under dagen. För egen del så är det ofta otydligt var mina jobbrelaterade tweets slutar och mina privata tweets börjar.” (Informant nr 3). En tjänsteman förklarar att den inte twittrar privat och ytterligare en påpekar att det handlar om skillnaden mellan personligt och privat:

Det är min övertygelse att det går att vara personlig och professionell samtidigt under förutsättning att twittrandet kombineras med gott omdöme. För mig finns dock en gräns mellan personlig och privat, det förra fungerar. Men i min roll fungerar knappast det senare (Informant nr 6).

På frågan om jobbrelaterad integritet svarade fem tjänstemän att det finns vissa tjänsterelaterade ämnen som de inte skulle skriva om. Tre tjänstemän nämnde politik eller snarare partipolitiska åsikter som ämnen som de undviker på *Twitter* (Informant nr 1, 3, 6). Informant 5 förklarar ”Twitter är väl ungefär som när man befinner sig i sällskap av människor man inte känner

jätteväl. Man har något slags filter på.” (Informant nr 5). En annan tjänsteman resonerar: ”Jag jobbar på en myndighet och allt jag skriver, och gör, kan falla tillbaka på min arbetsgivare.” (Informant nr 1). En tjänsteman argumenterar att det är viktigt att särskilja mellan egna åsikter och myndighetens: ”Jag ... är allmänt försiktig i lägen där min personliga uppfattning skulle kunna sammanblandas med verksamhetens.” (Informant nr 6).

Sammanfattningsvis twittrar de intervjuade tjänstemän i jobbrelaterade sammanhang, även om twittrandet sker på fritid. Det kan sägas finnas en gemensam uppfattning om att gränsdragningen mellan jobbpersonlighet och privatperson inte är tydlig. Detta uppfattas dock inte nödvändigtvis som problematiskt. Samtidigt finns det en medvetenhet om att tjänsten även påverkar den privata sfären på så sätt att vissa ämnen inte kan diskuteras på *Twitter* just på grund av lojalitet till tjänsten.

3.6.3 Tjänstemännens Twitter ur medborgarens perspektiv

För att förstå vilken roll tjänstemännens privata twitternärvaro spelar för Riksantikvarieämbetets kommunikation med medborgarna har jag intervjuat sex personer som följer både myndigheten men även enskilda tjänstemän på *Twitter*. Utgångspunkten för mina intervjuer har varit att försöka identifiera hur respektive twitterkonto uppfattas av medborgaren och vad de privata twitterkonton möjligen kan erbjuda utöver Riksantikvarieämbetets officiella.

På frågan varför de intervjuade personerna följer Riksantikvarieämbetet på *Twitter* svarade fem av sex användarna. Fyra användare förklarade att de jobbar inom samma bransch som Riksantikvarieämbetet och följer myndigheten utifrån ett intresse för deras verksamhet. De påpekade dessutom att Riksantikvarieämbetet ses som en potentiell arbetsgivare, vilket medför att man vill hålla sig ajour med deras verksamhetsutveckling (Informant nr 8, 9, 11). En annan användare svarade att den följer myndigheten utifrån sitt intresse för historia (Informant nr 12). De intervjuade personerna följer alltså Riksantikvarieämbetet på *Twitter* utifrån ett intresse för den information som myndigheten sänder ut. Ingen av intervjupersonerna påpekade möjligheten till dialog med myndigheten, vilket kan innebära att man uppfattar Riksantikvarieämbetets *Twitter* snarare som ytterligare en sändarekanal än som en plattform för delaktighet.

På frågan vilken information, vilka ämnen eller vilka tweets som uppfattas som särskilt intressanta valde tre av informanterna att inte svara. Detta måste inte betyda att de inte tycker någonting är särskilt intressant, det är även möjligt att de bara inte kan uttrycka vad det är de uppskattar (Informant nr 9, 10, 11). Informant 8 påpekade återigen att lediga tjänster intresserar mest. Informant 7 svarade: ”Jag följer dem för dåligt för att kunna ge ett bra utlåtande om vad jag gillar med deras twittrande, men intressantast tycker jag är inlägg som berättar vad som är på gång inom myndigheten - om de planerar några särskilda projekt, släpper en ny rapport eller gör ett inlägg i den offentliga kulturarvsdiskussionen (Riksantikvarien var ju t ex för några veckor sedan inblandad i en mediedebatt om riksintresseområdet Stockholm).” (Informant nr 7). Intervjuerna har inte visat en tydlig bild över vilka ämnen som uppskattas mest med Riksantikvarieämbetets twitternärvaro.

De intervjuade personerna följer utöver myndigheten även enskilda tjänstemän på *Twitter*. På frågan varför de gör det svarar fyra att tjänstemännens twittrande är ”mer personligt”, ”roligare” och ”intressantare” än Riksantikvarieämbetets (Informant nr 7, 8, 11, 12). Två informanter förklarar att de känner, eller har träffat vissa tjänstemän i andra sammanhang, och därför följer dessa. (Informant nr 9, 10) Tre personer utpekar Riksantikvarien Lars Amréus tweets som särskilt intressanta. Flera argumenterar att tjänstemännens urval av information är särskilt intressant: ”..., det blir egentligen mer intressant på individnivå ... vad intresserar de sig för, vilka frågor vill de lyfta osv.” (Informant nr 11). Flera uppskattar även när tweetsen visar att tjänstemännen har ett personligt intresse för vissa frågor som går utöver den tjänsterelaterade pliktskyldigheten. ”När Lars twittrar om någonting är det lätt att känna att han gör det av ett eget personligt intresse för en viss fråga inom sektorn.” (Informant nr 7). Tjänstemännens tweets anses dessutom kunna ge en mer informell bild av verksamheten: ”En officiell kanal innebär att någon ska värdera, filtrera, och vänta med att skicka ut saker.” (Informant nr 9). ”Det ger en ögonblicksbild och en mer informell insyn i verksamheten, den information som de twittrar om kommer mest troligtvis sällan ut via Raä:s officiella *Twitter*. Möjligen att riksantikvariens arbete förmedlas via Raä:s officiella twitter men de lägre tjänstemännen kommer nog inte till tals via de kanalerna.”(Informant nr 10).

Det ter sig alltså vara just de personliga aspekter av tjänstemännens twittrande som uppskattas av användarna och som särskiljer tjänstemännens tweets från Riksantikvarieämbetets officiella. Detta bekräftar även en tjänsteman och förklarar: ”De gånger jag tweetar en åsikt eller har en annan personlig touch på mina tweets så får jag mer respons än om jag ’bara’ skickar ut länkar eller retweetar andras tweets. Det handlar om att använda ett socialt medium utifrån dess förutsättningar och inte bara som megafon för att sprida information.” (Informant nr 3).

Intervjupersonerna uppskattar alltså tjänstemännens jobbrelaterade tweets då dessa ger en inblick i verksamheten som Riksantikvarieämbetets officiella twitternärvaro inte kan ge. Tjänstemännens privata *Twitter* kopplas alltså ihop med Riksantikvarieämbetets verksamhet, i alla fall av de intervjuade personerna. Tjänstemännens närvaro på *Twitter* består dock inte endast av tjänsterelaterade tweets utan dessa blandas med tweets om privatlivet, vardagsavtryck som exempelvis fritidsaktiviteter och familjeliv. På så sätt skiljer sig *Twitter* inte från andra kommunikationsverktyg som exempelvis telefonen, som kan användas i jobbsammanhang men även för att föra privata samtal. Skillnaden är dock att alla konversationer på *Twitter*, även de privata, sker i det offentliga rummet. Här blandas privat och tjänsterelaterad innehåll och här uppträder användarna i olika roller när de för fram egna åsikter. Om twittrandet dock som i tjänstemännens fall inte officiellt sker inom tjänsten, alltså på uppdrag av Riksantikvarieämbetet, ligger det utanför myndighetens påverkan. Avsaknaden av riktlinjer för tjänstemännens privata användning av sociala medier kan innebära att myndigheters ledning har sämre möjligheter att styra och dra nytta av dessa medier, detta när tjänstemännen uppträder privat men ändå engagerar sig i diskussioner som berör deras tjänsteutövning.

Att sociala medier som nu framkommit ur undersökningen innebär en tydlig uppluckring mellan privat och offentligt är ett ämne som även diskuteras i bloggösfären. Ett fall har även varit aktuellt i pressen de senaste månaderna och visar att den otydliga gränsdragningen kan innebära kollisioner. Tor Aurlin, professor på Chalmers, har från sitt privata konto twittrat flera påhopp

riktade till teologen och författaren Ann Heberlein. Aurlin nekade att ha skrivit twitterinläggen själv, men efter en utredning har Chalmers kommit fram till att professorn har ljugit. Chalmers ser enligt presschefen Christian Borg allvarligt på händelsen: "Man ska uppleva att Chalmers anställda uppträder på ett ansvarsfullt sätt, med gott omdöme, även på sociala medier." (Karlsten 2012). Fallet Aurlin visar att den informationen som publiceras via sociala medier påverkar jobbidentiteten, även om användningen sker i privata sammanhang. Samtidigt är det, som intervjuerna har visat, just de privata åsikterna om jobbrelaterade ämnen som lockar användarna att följa tjänstemännen. Brit Stakston, mediestrateg, diskuterar dock att den personliga komponenten i sociala medier inte är banal information utan snarare en privat åsikt i tjänsterelaterad sammanhang: "Ett företag, en politiker eller en institution kommer med självklarhet kan ganska snart se att den största relevansen handlar inte om att vara personlig genom att berätta om sådant som kaffedrickandet." (Stakston 2010).

Med tanke på hur fallet Tor Aurlin har trett sig kan man ställa sig frågan om det finns riktlinjer vilka på något sätt kan ge stöd för tjänstemännen i deras användning av sociala medier. Klang och Nolin har undersökt ett tjugotal svenska kommuner och deras interna regler för användningen av sociala medier. Författarna poängterar att den strikta separeringen mellan den professionella och den privata rollen är ett ämne som återkommer i de flesta av de regelverk som undersöktes. Ändå ser de att det finns en problematik. I mötet mellan medborgare och tjänstemän på de sociala medierna har tjänstemän inte möjligheten att utnyttja mediernas interaktiva potential till fullo, då tjänstemannen inte får lämna sin roll när den uttalar sig. Detta förstärks i och med att kommunikationen på de sociala medierna dokumenteras till skillnad från exempelvis en telefonkonversation. På så sätt möjliggör de sociala medierna inte att medborgaren kan delta i en konstruktiv debatt med en myndighet:

This would make the official social media response more formal than a traditional telephone call, which is not documented. On the phone, it becomes easier for the civil servant to say, 'privately, I can sympathize with your situation' (Klang & Nolin 2011).

Klang och Nolin poängterar även att utmaningen som kommer med sociala mediers ökade betydelse inom den offentliga sektorn är balansen mellan yttrandefrihet och lojalitet gentemot myndigheten. I likhet med denna beskrivning resonerar även Henrik Summanen. Han argumenterar att det måste finnas en gemensam uppfattning om vad närvaron på de sociala medierna ska ha för syfte och vilka riktlinjer det finns som styr tjänstemännens privata närvaro på Internet: "Behovet av samsyn inom organisationen, och av att medarbetare inom ramen för myndighetens företagskultur och uppdrag ska våga yttra sig som individer är stort." (Summanen 2011, s. 5).

4. Resultat

Syftet med denna uppsats har varit att ge en överblick över Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier och att pröva om och på vilket sätt sociala medier kan hjälpa till att uppnå delaktighet inom kulturarvsfältet. Min undersökning har visat att Riksantikvarieämbetet är väldigt aktivt på de sociala medierna som finns tillgängliga på Internet. Utöver de har man även skapat egna medier, som exempelvis *Platsr*. Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier har flera syften. Man vill digitalt tillgängliggöra kulturarvsmaterial, man vill skapa transparens och en enklare kontakt mellan myndighet och medborgare och man vill engagera folk och uppnå ökad delaktighet gällande kulturarvsfrågor. Alla dessa mål relaterar på olika sätt till Riksantikvarieämbetets uppdrag. Det är dock framförallt Riksantikvarieämbetet själv som har tolkat att målen kan uppnås med hjälp av sociala medier.

Organisationen gällande användningen av sociala medier på Riksantikvarieämbetet är otydlig. Den enskilda tjänstemannen har stora friheter men det saknas tydliga riktlinjer hur användningen av sociala medier bör ske i tjänsten. En strategi för användningen av sociala medier är obefintlig samtidigt som det saknas tillräckliga utvärderingar av den användningen som hittills har skett.

En djupare undersökning av Riksantikvarieämbetets användning av *Facebook* och *Twitter* har visat att dessa medier används för att kontinuerligt presentera material från olika delar av myndighetens verksamhet. En stor del av det publicerade materialet består dock av puffar. *Facebook* och *Twitter* används framförallt som sändarkanaler och konversation mellan myndighet och medborgare uppstår inte i någon större utsträckning.

Intervjuerna med flera twitteranvändare har visat att många av dessa ser Riksantikvarieämbetets närvaro på *Twitter* som en kontaktmöjlighet med en potentiell arbetsgivare. Dessa medborgare är alltså själva aktörer inom kulturarvssektorn snarare än att Riksantikvarieämbetets twitternärvaro animera dem att bli aktörer. Vidare uppfattar twitteranvändarna Riksantikvarieämbetets *Twitter* som en ren sändarkanal, samtidigt som tjänstemännens privata *Twitter* anses som mer personligt och intressant. Avsaknaden av riktlinjer gällande tjänstemännens privata twitteranvändning har som följd att gränsdragningen mellan privat och offentlig blir otydligt. Det är inte längre möjligt för medborgaren att se om den kommunicerar med tjänstemannen som privatperson eller med tjänstemannen som representant för Riksantikvarieämbetet. Avsaknaden av en strategi har dessutom som följd att vissa verksamhetsområden dominerar på Riksantikvarieämbetets *Twitter* medans andra delar av verksamheten inte är representerade i lika stor utsträckning. Detsamma gäller för *Facebook*. På så sätt återspeglar de sociala medierna inte Riksantikvarieämbetets hela verksamhetsfält utan endast en liten del av det.

5. Diskussion

I detta kapitel diskuterar jag resultaten av min undersökning utifrån den studerande litteraturen och min teoretiska ansats. Diskussionen ska ge en ökad förståelse för de möjligheter som sociala medier innebär som verktyg för kommunikation inom kulturarvssektorn, samtidigt som jag vill belysa några kritiska aspekter.

Intervjuer med enskilda tjänstemän och enhetschefen har visat att arbetet med de sociala medierna inte är organiserat efter strikta riktlinjer. Istället ses medierna som en möjlighet som är öppen för alla tjänstemän att använda. Detta har dock som följd att vissa aktörer och deras verksamhet lämnar större avtryck medans andra delar av verksamheten inte är representerade. Detta blir särskilt tydligt på *Twitter* och *Facebook* där enskilda tjänstemän är mer närvarande än andra. För medborgaren som inte är insatt i de bakomliggande strukturerna som styr medieanvändningen på Riksantikvarieämbetet, är detta helt osynligt och medborgaren kan få en skev bild av hur verksamheten ser ut. Riksantikvarieämbetet som den centrala myndigheten för sektorn är de som ska bevara kulturarvet och även i stor utsträckning kommunicera vad som är kulturarv. Om vissa frågor eller aspekter avspeglas i de sociala medierna kan detta även påverka bilden av vad som anses vara kulturarv.

Detta exempel är ett av flera som visar att användningen av sociala medier på Riksantikvarieämbetet möjligen inte är lika strukturerad som det kan uppfattas. Efter flera års användande av sociala medier befinner sig Riksantikvarieämbetet enligt Lars Lundqvist fortfarande i en laborativ fas. Det saknas en uttalad policy varför Riksantikvarieämbetet faktiskt använder sociala medier, vilken strategi som ligger bakom och hur man vill åstadkomma uppsatta mål. Inte heller riktlinjer för tjänstemännens användning av sociala medier i privata sammanhang finns i dagsläget. Lundqvist själv förklarar att Riksantikvarieämbetets systematik kring användningen av sociala medier är outvecklad. Han leder det tillbaka till Riksantikvarieämbetets organisation. Kommunikationsenheten som har det övergripande ansvaret för all kommunikation föredrar mer traditionella medier, medan andra avdelningar eller enskilda tjänstemän vill satsa på sociala medier.

Förutom tydliga strukturer och strategier saknas det även utvärderingar som utöver statistiska undersökningar ger information om de enskilda mediernas användande. Utvärdering är en förutsättning för förbättring och borde integreras i myndighetens arbetssätt. Givetvis är det försvarbart att prova på med de sociala medierna till en början, men så småningom borde användningen ske mer systematiskt. Att Riksantikvarieämbetet jobbar på en ny kommunikationspolicy svarar förhoppningsvis mot denna brist. Detta är framförallt nödvändigt för att kunna analysera om och i vilken utsträckning sociala medier faktiskt kan vara ett fungerande verktyg för att svara mot Riksantikvarieämbetets uppdrag.

Även om en undersökning av Riksantikvarieämbetets följare på *Twitter* inte har varit möjlig inom ramen för denna uppsats, har jag under uppsatsskrivandets gång ändå fått en inblick i de konversationerna som sker mellan myndigheten och andra aktörer. Jag har fått intrycket att de aktiva kommunikationspartner oftast är professionella aktörer inom kulturarvsfältet. *Twitter* möjliggör nätverksbyggande och att komma i direkt kontakt med aktörer som man annars inte

har några beröringspunkter med. Samtidigt kan *Twitter* förstärka redan befintliga nätverk och bli arena för en avgränsad grupp användare som står för majoriteten av alla tweets inom ett diskussionsämne. Konversationerna mellan dessa etablerade aktörer verkar intima och det kan uppfattas som svårt att komma in i diskussionen om man befinner sig utanför det etablerade nätverket. Sociala medier inom myndigheters verksamhets beskrivs ofta som verktyg för att skapa kontakt mellan medborgare och att sänka tröskeln för konversation. Samtidigt har undersökningen av Riksantikvarieämbetets närvaro på *Twitter* visat att kommunikationen där framförallt är envägskommunikation. *Twitter* används som en sändarkanal och de konversationerna som uppstår stannar för det mesta inom branschen. Myndigheten själv har dock fått ett annat intryck och Lars Lundqvist förklarar att man med hjälp av de sociala medierna har nått medborgare som man annars inte hade kommit i kontakt med.

Lundqvist tycker dessutom tvärtemot mitt intryck att konversationerna utspelar sig mellan etablerade aktörer. Han förklarar: ”Dock har jag en känsla av att kulturarvspersoner har en ganska svag närvaro på sociala medier, framförallt de mer seniora.” (Informant nr 13) Åldersaspekten som han nämner stämmer i alla fall överens med internetstatistiken som har varit källmaterial till denna studie. Siffrorna visar att det är främst de yngre åldersklasserna som använder sig av sociala medier.

Om man betraktar den information som Riksantikvarieämbetet sänder ut via exempelvis *Twitter* handlar det inte om information som stimulerar diskussion. Samtidigt ber myndigheten även att inte diskutera enskilda ärenden på de sociala medierna. Frågan är alltså vilken form av konversation som Riksantikvarieämbetet önskar att det skulle ske på dessa plattformar. Den informationen som sänds är inte social och man kan ställa sig frågan varför Riksantikvarieämbetet då överhuvudtaget ska finnas på dessa medier om den sociala aspekten inte greppar. Enligt Lars Lundqvist handlar det om en etosfråga. Riksantikvarieämbetet har en serviceskyldighet och användningen av sociala medier svarar mot denna genom att finnas på de sociala medierna och på så sätt öppna upp för kommunikation, även om den inte sker i någon större utsträckning. Man kan alltså säga att sociala medier inte nödvändigtvis ökar delaktigheten men i viss mån kan öppna upp för dialog. På så sätt delar Riksantikvarieämbetet Castells uppfattning om ett nätverkssamhälle där institutioner måste rikta ut sin verksamhet utifrån förändrade förutsättningar. Institutionernas auktoritet har försvunnit och måste byggas upp igen utifrån dennes nätnärvaro. Riksantikvarieämbetet vill vara en erkänd aktör inom kulturarvssektorn och legitimerar sin ställning inte längre genom en given auktoritet utan genom det nätverket som sägs har byggts upp via sociala medier. De siffror som finns över Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier används som bevis på att myndigheten lyckas sprida kulturarvsinformation till medborgarna.

Frågan som kvarstår är dock vilket värde det finns i dialogen. Är det endast att ge medborgaren en känsla av att vara delaktig eller påverkar dialogen faktiskt Riksantikvarieämbetets verksamhet? Enligt Fabel finns det inget värde i användningen av sociala medier i sig. I stället för att endast skapa dialog, måste myndigheterna föra vidare dialogen in i den egna verksamheten. Endast när dialogen inverkar på verksamhetsutvecklingen, kan användandet av sociala medier anses som meningsfullt: ”Den stora utväxlingen av ett e-deltagande kommer först när myndigheten är redo att mer direkt koppla intressenternas insyn, deltagande och åsikter till utvecklingen av

myndighetens verksamhet och på ett transparent sätt kan visa hur myndigheten tar till sig och använder den input de får i dialog med omvärlden.” (Fabel 2010, s. 39).

Ur medborgarens perspektiv är frågan om de möjligheter till dialog som sociala medier öppnar upp för överhuvudtaget motsvarar de förväntningar som medborgaren har av myndigheten. Finns det ett intresse från medborgarsidan att vara delaktig? Och varför skulle medborgaren ha ett behov av att föra dialog med en myndighet som går utöver enskilda ärenden (som ju inte ska hanteras via dessa sociala medier)? Den propagerade delaktigheten är ur ett medborgarperspektiv inte lika självklart som den framställs i regeringens propositioner. Samtidigt bör det poängteras att regeringen i många sammanhang inte heller pratar om e-demokrati utan om e-förvaltning. På så sätt intar regeringen ett myndighetsperspektiv och närvaron på Internet ska framförallt effektivisera förvaltningen, inte nödvändigtvis medborgarens villkor att aktivt gestalta sin vardag.

Om man nu anser att det inte finns ett behov av att vara i dialog med Riksantikvarieämbetet, kvarstår ändå frågan om de enskilda tjänstemännen med sin närvaro på de sociala medierna kan erbjuda någonting annat än myndigheten själv. Till skillnad från myndigheten som uppträder som organisation finns det en social komponent i tjänstemännens tweets. Konversationen blir mer personlig och den informationen som tjänstemännen delar erbjuder någonting som myndighetens nätnärvaro inte kan erbjuda: ett mänskligt ansikte. Intervjuerna med twitteranvändarna har visat att det är just de personliga inslagen som uppskattas i tjänstemännens tweets. Även Lundqvist förklarar att det är just de privata twitterkonton som anses ha fått störst genomslagskraft jämfört med alla andra sociala medier. Det är oklart hur genomslagskraften kan mätas men det är ändå ett intryck som Lundqvist har fått. Tjänstemännen kan berätta om myndigheten ur ett inifrån-perspektiv. Samtidigt blir deras berättelser mer levande och inte lika torra som myndighetens. Svårigheten består dock i att det är en blandning av det privata och det tjänsterelaterade och gränsdragningen är inte tydligt. Detta kan bli förvirrande för andra användare som stundtals kan undra om twittrandet sker inom tjänsten eller på fritid. Ändå smälter det ihop med myndighetens verksamhet och blir en del av denna. Intervjuerna har visat att användare på *Twitter* följer tjänstemännen just för att de är det, inte för att de är intressanta privatpersoner. På så sätt blir även de privata twitterkonton sändarkanaler för myndigheten. Samtidigt sker tjänstemännens privata twittrande utanför jobbet och ligger därför utanför myndighetens styre. Det är dock svårt att föreställa sig ett alternativ till hur det är idag. Det finns ett värde i tjänstemännens privata twittrande som berikar myndigheten. Alla försök för att styra denna aktivitet strider dock mot människans privata yttrandefrihet. Att styra det privata skulle dessutom ta bort det spontana som anses som värdefullt och det skulle troligen även ur juridisk synpunkt inte vara möjligt att från myndighetens håll tvinga tjänstemännen att twittra privat men som tjänstemän.

Samtidigt är även värdet i tjänstemännens twittrande begränsat då intervjuerna har visat att tjänstemännen undviker vissa ämnen eller diskussioner som skulle kollidera med deras jobbintegritet. Istället väljer många att blanda harmlösa jobbrelaterade tweets med vardagsavtryck. Var finns det dock för värde i dessa? Återigen blir det tydligt att det behövs en utarbetad policy som innehåller riktlinjer vilka fungerar som stöd för tjänstemännen i sin yrkesutövning.

Sociala medier har stor potential och kan erbjuda en närhet till den enskilde tjänstemannen. Medierna lovar även större öppenhet och en möjlighet att inkludera fler. Dialog som sker är dock

endast begränsad. Sociala medier som de används av Riksantikvarieämbetet idag är bara ytterligare en kanal av flera medans demokrati och delaktighet redan fanns innan de sociala medierna. Att överskatta sociala mediers potential begränsar samtidigt verksamhetsutvecklingen åt andra håll än mot en ännu starkare digitalisering, nämligen i de fallen där tillgänglighet enbart tolkas som tillgänglighet på Internet.

För kulturarvssektorn betyder Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier i sin nuvarande form flera saker. Om kulturarvsinformation är homogen på grund av att de som sprider informationen är en homogen grupp, då sprider sociala medier en föreställning om vad som är viktiga frågor inom kulturarvsfältet. Det är därför viktigt att alla delar av Riksantikvarieämbetets verksamhet är representerade på de sociala medierna för att visa den heterogena bilden av kulturarvsfrågor som överensstämmer med verkligheten.

Sociala medier kan vara det verktyg som sägs att de är, om den används på ett bra sätt. Antikvarien måste finnas på Internet, men inte enbart där. På Internet sprids en stor del av kunskapen och det är där som kulturarvet diskuteras, men även på andra ställen. Med hjälp av Internet nås en del av befolkningen men inte hela, och sociala medier inkluderar idag exempelvis inte alla generationer. Kulturarvsinformation måste dock även nå dessa personer, alltså måste kulturarvsfrågor även lyftas i andra arenor än enbart på de sociala medierna.

Vidare forskning skulle kunna anknyta till problematiken kring gränsdragningen mellan privat och offentlig och vilken bild det ger av myndighetens verksamhet. Hur Riksantikvarieämbetet uppfattas av medborgare är en annan fråga som borde belysas mer, för att kunna ge information kring en förbättrad användning av sociala medier. Här borde medborgarnas faktiska behov av dialog eller kommunikation stå i centrum istället för att utgå från ett politiskt krav på delaktighet som möjligen inte överensstämmer med medborgarnas faktiska behov och önskemål.

5. Sammanfattning

Denna kandidatuppsats har tillkommit inom ramen för bebyggelseantikvariskt program på institutionen för kulturvård vid Göteborgs universitet. Valet av uppsatsämne hänger samman med det intensiva användandet av sociala medier i dagens samhälle. Inte enbart privatpersoner utan även företag och institutioner använder sociala medier som verktyg för kommunikation. Dessa nya medier skapar nya förutsättningar för hur vi kommunicerar med varandra och hur vi sprider information och kunskap. Även inom den offentliga sektorn är sociala medier ett välanvänt verktyg och regeringen förespråkar en utvidgad användning med syfte att öppna upp för kommunikation med medborgarna för att inkludera fler människor i olika demokratiprocesser. Liknande delaktighetsmål har även den svenska kulturarvssektorn. Riksantikvarieämbetet är den nationella myndigheten med ansvar för kulturarvsfrågor och myndigheten använder sig av sociala medier i stor utsträckning. Syftet med uppsatsen är därför att belysa Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier. Syftet är även att undersöka hur användningen av de sociala medierna fungerar i praktiken. Undersökningen utgår från två övergripande frågeställningar:

I. Hur använder sig Riksantikvarieämbetet av sociala medier?

II. Vilken effekt har Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier för deras arbete med kulturarvsfrågor?

Uppsatsen stödjer sig på olika slags källmaterial. Insamlad data från nätet samt data från Riksantikvarieämbetets egen webbstatistik har gett information om Riksantikvarieämbetets medieanvändning. Intervjuer med flera tjänstemän på Riksantikvarieämbetet och enhetschefen för enheten för Informationsutveckling, Lars Lundqvist, har kompletterat min egen undersökning om Riksantikvarieämbetets närvaro på Internet. Dessutom har sex användare intervjuats, som följer Riksantikvarieämbetet och enskilda tjänstemän på *Twitter*. Det skriftliga källmaterialet utgör den tredje kategorin källmaterial och består av forskning och litteratur om sociala medier i allmänhet, myndigheters medieanvändning i synnerhet samt kulturarvssektorns delaktighetsmål. Därutöver har även flera propositioner, rapporter och strategidokument kring Riksantikvarieämbetets uppdrag använts.

Uppsatsen har sin teoretiska utgångspunkt i Manuel Castells studier om framväxten och betydelsen av ett nätverkssamhälle. Castells menar att industrialismen har ersatts av informationalismen, en samhällsordning där ekonomin baseras på kunskapsbaserad information. Dessa samhällsförändringar har sitt ursprung i informationsteknologins växande betydelse. Castells problematiserar hur politiska institutioner tackla den nya samhällsordning och beskriver en politisk legitimitetskris. Castells, och senare även Peter Dahlgren, diskuterar om och på vilket sätt Internet kan vara ett verktyg för att motverka denna legitimitetskris och hur medborgare och institutioner kan mötas i det nya nätverkssamhället.

I uppsatsen undersöks de olika sociala medierna som Riksantikvarieämbetet använder efter grundläggande frågeställningar kring uppbyggnad och innehåll. Riksantikvarieämbetet använder sig av ett flertal sociala medier i sin externa kommunikation, bland annat flera bloggar, webbtjänsten *Flickr* för att publicera bilder, *Youtube* och *Bambuser* för att dela videoklipp, två

forum, en wiki som heter *Platsr* samt *SlideShare* för att dela presentationer. I den nära framtiden är även ett samarbete med *Wikipedia* planerat. Två av de sociala medierna som Riksantikvarieämbetet använder sig av, *Facebook* och *Twitter*, har valts ut för en mer ingående kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys. Undersökningen och analysen visar att *Facebook* och *Twitter* oftast används som sändarkanaler. Inläggen på dessa sidor innehåller sällan ny information utan puffar för redan publicerat material på andra platser på Internet. Den konversation mellan Riksantikvarieämbetet och medborgare som sociala medier öppnar upp för sker enligt undersökningen endast i väldigt begränsat utsträckning. Dessutom stannar konversationen oftast inom en begränsad krets av professionella aktörer. Undersökning tydliggör även att det finns en överlappning mellan Riksantikvarieämbetets officiella twitterkonto och tjänstemännens privata. Samtidigt beskriver undersökningen vilket värde det kan finnas i dessa privata twitterkonton utifrån ett användarperspektiv. Därutöver visar undersökningen att det saknas en strategi som förtydligar vilket syfte användningen av sociala medier har samtidigt som det saknas tydliga riktlinjer kring användningen av sociala medier på Riksantikvarieämbetet. Detta överensstämmer även med intervjuerna med enskilda tjänstemän som beskriver en slags osäkerhet bland personalen hur de sociala medierna bör användas.

Därutöver undersöks hur användningen av sociala medier svarar mot Riksantikvarieämbetets politiska uppdrag gällande ökad delaktighet, öppenhet och dialog. Intervjuerna har visat att Riksantikvarieämbetet själv drar kopplingen mellan användningen av sociala medier och delaktighetsuppdraget genom att tolka uppdraget på detta sätt. Samtidigt svarar medieanvändningen även mot regeringens krav på en förstärkt internetanvändning i syfte att effektivisera förvaltningen.

I slutkapitlet diskuteras Riksantikvarieämbetets användning av sociala medier mot bakgrund av Castells idéer om ett nätverkssamhälle. Avsaknaden av tydliga riktlinjer för användningen av sociala medier problematiseras, samtidigt som gränsdragningen mellan privat och offentlig diskuteras. *Twitter* förstärker redan befintliga relationer inom kulturarvssektorn snarare än att nya kontakter mellan Riksantikvarieämbetet och medborgaren blir till. På detta sätt används de sociala medierna i dagsläge inte för att öppna upp för dialog med medborgare eller för att skapa ökad delaktighet utan för att utöka kommunikationen med en begränsad krets användare. De sociala mediernas potential överskattas i och med att användningen inte är anpassad till verksamheten.

Illustrationsförteckning

Alla skärmdumpar och diagram är tagna av författaren. Endast fig. 3 är lånad.

Omslagsillustration: Olika sociala medier inom Riksantikvarieämbetets verksamhet, Collage: Juliane Ljung, 2012

Fig. 1. AddThis-funktionen på Riksantikvarieämbetets K-blogg. 2012-04-20

Fig. 2. Skärmdump på Riksantikvarieämbetets flickrkonto. 2012-05-20

Fig. 3. Kulturarvsinstitutionens förändrade roll som ”plattform provider”. (Simon 2008)

Fig. 4. Skärmdump på Riksantikvarieämbetets facebook sida. 2012-05-22

Fig. 5. Skärmdump på Försvarsmaktens facebook sida. 2012-05-22

Fig. 6. Riksantikvarieämbetets inlägg på sin facebook sida mellan oktober 2009 och april 2012.

Fig. 7. Fördelning av inläggen på olika kategorier

Fig. 8. Fördelning av facebookinlägg på olika kategorier.

Fig. 9. Teaser på Riksantikvarieämbetets facebook sida.

Fig. 10. Artikeln på K-bloggen.

Fig. 11. Statistik över Riksantikvarieämbetets facebook sida. 2012-04-20

Fig. 12. Antal användaregenererade inlägg och svarsfrekvens från Riksantikvarieämbetet

Fig. 13. Exempel på kommunikation mellan myndighet och medborgare på facebook sidan.

Fig. 14. Användarens kritiska inlägg kräver ett längre svar.

Fig. 15. Exempel på ett osignerat inlägg.

Fig. 16. Ytterligare exempel på ett osignerat inlägg.

Fig. 17. Tjänstemannen Johan Carlström kommenterar antalet gilla-markeringar.

Fig. 18. Tjänstemannen Lars L kommenterar en nyhet.

Fig. 19. Riksantikvarieämbetets twitterprofil. 2012-05-22

Fig. 20. Antal tweets mellan juli 2010 och april 2012.

Fig. 21. Indelning av tweets efter kategori.

Fig. 22. Fördelning av tweets efter kategori.

Fig. 23. Tweet på Engelska under hashtaggen loveheritage.

Fig. 24. En användare påpekar en felaktig länk.

Fig. 25. Exempel på konversation mellan Riksantikvarieämbetet och en användare på Twitter.

Fig. 26. Tjänstemannen Henrik svarar av misstag från fel twitterkonto.

Fig. 27. Tjänstemannen JohanC signerar Riksantikvarieämbetets tweet med sitt namn och sin privata twittersignatur.

Fig. 28. Riksantikvarieämbetet retweetar en tweet av tjänstemannen Lars Lundqvist.

KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING

Otryckta källor

Muntliga källor

Informant nr 1 – 6: tjänsteman på Riksantikvarieämbetet

Intervju: maj 2012

Informant nr 7 – 12: twitteranvändare som följer Riksantikvarieämbetet och enskilda tjänstemän

Intervju: maj 2012

Informant nr 13: Lars Lundqvist, enhetschef på enheten för Informationsutveckling vid Riksantikvarieämbetet

Intervju: maj 2012

Tryckta källor

Arizti Etchegaray, Josune (2010). *Digital accessibility of Nordic historical photographic collections: The engagement of the Bergen Public Library and the Swedish National Heritage Board with The Commons project on Flickr*. Göteborgs Universitet.

Bearman, David & Geber, Kati (2008). *Transforming Cultural Heritage Institutions through New Media*. *Museum Management and Curatorship*, 23, 385-399.

Bergström, Annika (2010). *Personligt och privat i sociala medier*. I: Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red.) *Nordiskt ljus : trettiosju kapitel om politik, medier och samhälle : SOM-undersökningen 2009*. Göteborg: SOM-institutet.

Blank, Ylva (2003). *Delaktighetsmålet i länsstyrelsepraktiken* [Elektronisk resurs]. Göteborg, Länsstyrelsen Västra Götaland. Kulturmiljöenheten Göteborg.

Castells, Manuel (2005). *Global Governance and Global Politics*. PS: Political Science & Politics, 9-16.

Castells, Manuel (2007). *Communication, Power and Counter-power in the Network Society*. *International Journal of Communication*, 238-266.

Dahlgren, Peter (2009). *Media and political engagement : citizens, communication, and democracy*. New York. Cambridge University Press.

- Dahlgren, Peter (2012). *Medborgarkulturer, medier och demokratiskt deltagande*. I: Bjurström, Erling, Fredriksson, Martin, Olsson, Ulf & Werner, Ann (red.) *Senmoderna Reflexioner. Festskrift till Johan Fornäs*. Linköping.
- Datainspektionen (2010). *Myndigheter, företag och andra organisationers ansvar för Personuppgifter i sociala medier*. Stockholm.
- E-Delegationen (2010). *Riktlinjer för myndigheters användning av sociala medier*. Version 1.0 [Elektronisk resurs]. Stockholm.
- Ekström, Anders (2010). *Alla medier är sociala medier*. Tvärsnitt.
- Fabel, Mikael. (2010). *E-deltagandets potential. En explorativ studie av hur sociala medier berör offentliga myndigheter*. Kandidatuppsats, Stockholm universitet.
- Findahl, Olle (2011). *Svenskarna och Internet*. [Elektronisk resurs] 2011, Stockholm, .SE.
- Gustafsson, Albin & Reuter, Oliver. (2010). *Myndigheternas medier. En studie av svenska myndigheters nya medieanvändning*. Kandidatuppsats, Linnéuniversitetet.
- Gustafsson, Nils & Höglund, Lars (2011). *Sociala medier och politiskt engagemang*. I: Holmberg, Sören, Weibull, Lennart & Oscarsson, Henrik (red.) *Lycksalighetens ö : fyrtioen kapitel om politik, medier och samhälle : SOM-undersökningen 2010*. Göteborg: SOM-institutet.
- Hansson Käll, Ida & Jonasson, Mikaela. (2010). *När kommuner hänger med. En kvalitativ studie av hur åtta svenska kommuner har organiserat och använt sig av sociala medier i den egna verksamheten när det saknats officiella riktlinjer för detta*. Kandidatuppsats, Uppsala Universitetet.
- Intellecta Corporate (2012). *#Twitlercensus 2012 @intellecta*.
- Kjellander, Anna. (2011). *Det Sociala Verket*. Kandidatuppsats, Malmö Högskola.
- Klang, Mathias (2009). *Interaktiva myndigheter : juridiska implikationer kring utvecklad webbaserad dialog och delaktighet* [Elektronisk resurs], Stockholm, Riksantikvarieämbetet.
- Klang, Mathias & Nolin, Jan (2011). *Disciplining social media: An analysis of social media policies in 26 Swedish municipalities*. First Monday, 16.
- Kulturdepartementet (2007). *Förordning (2007:1184) med instruktion för Riksantikvarieämbetet 2007:1184*.
- Kulturdepartementet (2011). *Digit@lt kulturarv - Nationell strategi för arbetet med att digitalisera, digitalt bevara och digitalt tillgängliggöra kulturarvsmaterial och kulturarvsinformation*.
- Lag (1988:950) Om Kulturminnen M.M. (1988). Svensk författningssamling : SFS. 1988:950, Stockholm, Fakta Info Direkt AB.
- Larsson, Anders Olof & Moe, Hallvard (2011). *Studying political microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish election campaign*. New Media & Society
- Löwenhamn, Henrik (2012). *Webbstatistik sammanfattning 2011*. Rapport. Riksantikvarieämbetet.

- Morse, Valerie (1999). *Untangling the Web: Comparing the Impact of the Internet on the National Archives, the National Library and the Museum of New Zealand Te Papa Tongarewa*. Archives and Museum Informatics, 13, 1-21.
- Näringsdepartementet (2011). *It i människans tjänst : en digital agenda för Sverige*. Stockholm, Regeringskansliet.
- Office for Official Publications of the European Communities (2002). *The Digicult report : technological landscapes for tomorrow's cultural economy ; unlocking the value of cultural heritage ; full report January 2002*. Luxembourg.
- Peacock, Darren (2008). *Weaving the Web into Organizational Life: Organizational Change and the World Wide Web in Cultural Heritage Organizations*. The Journal of Arts Management, Law, and Society, 38, 89-96.
- Regeringen (2009). *Regeringens proposition 2009/10:175 : Offentlig förvaltning för demokrati, delaktighet och tillväxt*. Stockholm, Regeringen.
- Regeringen (2009). *Tid för kultur*. Stockholm: Regeringen.
- Riksantikvarieämbetet (2010). *Avrapportering av pilotprojektet. Riksantikvarieämbetet på Flickr Commons*.
- Riksantikvarieämbetet (2011). *Rapport från Riksantikvarieämbetet. Strategi för barn och unga för åren 2012-2014*.
- Riksantikvarieämbetet (2012). *Trender i tiden 2010 - 2015 : Riksantikvarieämbetets omvärldsanalys*.
- Russo, Angelina & Watkins, Jerry (2007). *Digital Cultural Communication: Audience and Remediation*. I: Cameron, Fiona & Kenderdine, Sarah (red.) *Theorizing digital cultural heritage. A critical discourse*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Russo, Angelina, Watkins, Jerry, Kelly, Lynda & Chan, Sebastian (2008). *Participatory Communication with Social Media*. Curator, 51, 21-31.
- Sey, Araba & Castells, Manuel (2004). *From media politics to networked politics: the Internet and the political process*. I: Castells, Manuel (red.) *The network society [Elektronisk resurs] : a cross-cultural perspective*. Cheltenham, UK ;: Edward Elgar Pub.
- Summanen, Henrik (2011). *"Nätvaron" i praktiken : En idéskrift kring information och kommunikation i det digitala samhället. Intern rapport från Riksantikvarieämbetet [Elektronisk resurs]*. Stockholm: Riksantikvarieämbetet.
- Sveriges Kommuner Och Landsting (2010). *Sociala medier och handlingsoffentligheten*. Stockholm.
- Tucker, Henry (2011). *Where next for social media?* ITNOW, 5, 6-7.

Elektroniska källor

Bambuser. *Riksantikvarieämbetet på Bambuser* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://bambuser.com/channel/Riksantikvarie%C3%A4mbetet> [Hämtad 13 april 2012].

Flickr. (2012). *Flickr: The Commons* [Online]. Tillgänglig på Internet: http://www.flickr.com/commons?GXHC_gx_session_id_=6afecb2055a3c52c [Hämtad 15 maj 2012].

Karlsten, Emanuel. (2012). *Chalmers: Det var vår professor som skrev påhoppet på Ann Heberlein*. ajour.se [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://ajour.se/chalmers-det-var-var-professor-som-skrev-pahoppet-pa-ann-heberlein/> [Hämtad 15 maj 2012].

Kulturdepartementet. (2006). *Myndigheter inom kulturområdet* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.regeringen.se/sb/d/8380/a/74043> [Hämtad 17 maj 2012].

Kulturdepartementet. (2012). *Bara fantasin sätter gränser för användningen av digitalt kulturarv* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.regeringen.se/sb/d/12796/a/185164> [Hämtad 8 februari 2012].

Löwenhamn, Henrik. (2012). *Webbstatistik 2011 för Riksantikvarieämbetet*. Utvecklingsbloggen [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://cms.k-blogg.se/allmant/webbstatistik-2011-for-riksantikvarieambetet/>. [Hämtad 15 maj 2012]

Nationalencyklopedin. (2012). *Sociala medier* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.ne.se/sociala-medier> [Hämtad 13 maj 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Flickr: Riksantikvarieämbetet's photostream* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.flickr.com/people/riksant/>. [Hämtad 15 maj 2012]

Riksantikvarieämbetet. *K-blogg* [Online]. Riksantikvarieämbetet. Tillgänglig på Internet: <http://www.k-blogg.se> [Hämtad 13 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Kulturmiljöforum* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.kulturmiljoforum.se/> [Hämtad 16 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Platsr* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.platsr.se/platsr/> [Hämtad 16 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Platsr - Användarvillkor* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.platsr.nu/anvandarvillkor/> [Hämtad 16 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Platsr - Om Platsr* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.platsr.nu/om-platsr/> [Hämtad 16 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Twitter* [Online]. Tillgänglig på Internet: https://twitter.com/#!/raa_se [Hämtad 10 maj 2012].

Riksantikvarieämbetet. *Tänka i tid. Riksantikvarieämbetes strategi och vision 2011-2013*. [Online]. Stockholm: Riksantikvarieämbetet. Tillgänglig på Internet: http://www.raa.se/publicerat/0_br2010_4.pdf [Hämtad 10 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. *UV-blogg* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.uvblogg.se/wordpress/about/> [Hämtad 13 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. (2007). *Vem gör vad?* [Online]. Tillgänglig på Internet: http://www.raa.se/cms/extern/kulturarv/vem_gor_vad/vem_gor_vad.html [Hämtad 10 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. (2012). *www.raa.se* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.raa.se/cms/extern/index.html> [Hämtad 15 maj 2012].

Riksantikvarieämbetet. (2012). *Kulturvårdsforum* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.kulturvardsforum.se/> [Hämtad 26 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. (2012). *Riksantikvarieämbetet utökar samarbetet med Wikipedia* [Online]. Tillgänglig på Internet: http://www.raa.se/cms/extern/aktuellt/nyheter/nyheter_2012/april/wikipedianer_hos_raa.html [Hämtad 26 maj 2012].

Riksantikvarieämbetet. (2012). *Skribent-toppen*. K-blogg [Online]. Hämtad från: <http://www.k-blogg.se/skribent-toppen/>. [Hämtad 13 april 2012].

Riksantikvarieämbetet. (2012). *Vårt uppdrag* [Online]. Tillgänglig på Internet: http://www.raa.se/cms/extern/vart_oppdrag/vart_oppdrag.html [Hämtad 13 februari 2012].

Simon, Nina. (2008). The Future of Authority: Platform Power. *Museum 2.0* [Online]. Hämtad från: <http://museumtwo.blogspot.se/2008/10/future-of-authority-platform-power.html>. [Hämtad 14 maj 2012].

Slideshare. (2012). *Why you should use SlideShare?* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.slideshare.net/about> [Hämtad 25 maj 2012].

Stakston, Brit. (2010). Befriad Zon: Banaliteter och myndigheter. *JMW* [Online]. Hämtad från: <http://www.jmw.se/2010/01/08/befriad-zon-banaliteter-och-myndigheter/> [Hämtad 18 maj 2012].

Stjernborg, Susann. (2011). *Vad betyder XX pratar om detta på Facebook-sidor?* Social Media Support [Online]. Hämtad från: <http://socialmediasupport.se/2011/11/07/vad-betyder-xx-pratar-om-detta-pa-facebook-sidor/> [Hämtad 12 april 2012].

Swedish National Heritage Board. *Flicker: Swedish National Heritage Board's photostream* [Online]. Tillgänglig på Internet: http://www.flickr.com/photos/swedish_heritage_board/ [Hämtad 15 maj 2012].

Uoc Library and Fundación Telefónica (2006). *Manuel Castells. Scientific work* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.manuelcastells.info/en/index.htm> [Hämtad 28 april 2012].

UV Riksantikvarieämbetet. *Arkeologi vid Motala ström* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://verkstadsvagen.arkeologiuv.se/#home> [Hämtad 16 maj 2012].

UV Riksantikvarieämbetet. *Finnestorp, offerplats* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://finnestorp.arkeologiuv.se/#home> [Hämtad 16 maj 2012].

UV Riksantikvarieämbetet. *Kvarnholmen - stormaktstidens nya Kalmar* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://kvarnholmen.arkeologiuv.se/#home> [Hämtad 16 maj 2012].

Wikipedia. *Community* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Community> [Hämtad 12 maj 2012].

Wikipedia. *Sociala medier* [Online]. Tillgänglig på Internet: http://sv.wikipedia.org/wiki/Sociala_medier [Hämtad 20 maj 2012].

Wikipedia. *Wiki* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Wiki> [Hämtad 16 april 2012].

Wiktionary. *demokrati* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://sv.wiktionary.org/wiki/demokrati> [Hämtad 20 maj 2012].

Youtube. *Riksantikvarieämbetet* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.youtube.com/user/heritageboard> [Hämtad 13 april 2012].

Youtube. *Riksantikvarieämbetet, arkeologiska uppdragsverksamhet (UV)* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.youtube.com/user/arkeologiuv/videos> [Hämtad 16 maj 2012].

Youtube. *Vanliga frågor* [Online]. Tillgänglig på Internet: <http://www.youtube.com/t/faq> [Hämtad 16 maj 2012].

BILAGOR

BIL. 1 Intervjufrågor till Lars Lundqvist, enhetschef på enheten för informationsutveckling vid Riksantikvarieämbetet

I. Varför använder sig Riksantikvarieämbetet (RAÄ) av sociala medier?

1. Varför använder sig RAÄ av sociala medier?
2. Vilka sociala medier använder sig RAÄ av?
3. Vilken strategi ligger bakom RAÄ:s användning av sociala medier?
4. Hur relaterar användningen av sociala medier till RAÄ:s uppdrag?
5. Finns det en policy som RAÄ följer i sitt arbete med sociala medier?

II. Hur är RAÄ:s arbete med sociala medier organiserat?

6. Hur är RAÄ:s arbete med sociala medier organiserat? Vem gör vad?
7. Vad för typ av information publicerar RAÄ genom sociala medier?
8. Vem väljer ut vad som ska publiceras?
9. Sker inläggen på de sociala medierna i samarbete med andra enheter på RAÄ? D.v.s. vilka andra verksamheter förutom informationsavdelningen använder sig av sociala medier?
10. Hur sker uppföljningen på kommentarer, frågor och kritik som RAÄ får på *Facebook* och *Twitter*?

III. Vilka erfarenheter har man gjort?

11. Efter flera års användning av *Facebook* och *Twitter*, vilka erfarenheter har RAÄ gjort?
12. Vilka svårigheter eller begränsningar har ni stött på under åren?
13. Vilken av dem sociala medierna som RAÄ använder sig av har fått störst genomslagskraft?
14. Funderar RAÄ på att utvidga användningen av sociala medier i framtiden? Finns det konkreta planer och idéer?
15. Innebär sociala medier förändrade krav på dem anställda på RAÄ? Hur hanterar man detta?

16. Har ni utvärderat användningen av sociala medier? Finns det en rapport?

IV. Sociala medier som verktyg för en ökad delaktighet?

17. Tror ni att ni med hjälp av sociala medier kan nå ut till fler människor?

18. Vem är mottagare för informationen från era sociala medier? Är det "vanliga" medborgare eller främst människor som jobbar inom branscher som relaterar till RAÄ:s arbete?

19. Tror ni att ni genom användningen av sociala medier kan nå medborgare som inte har kommit i kontakt med RAÄ tidigare?

20. Vilken form av kommunikation önskar ni ska uppstå mellan RAÄ och medborgaren på dem sociala medierna?

21. Tror du att sociala medier kan öka delaktigheten inom kulturarvsfältet? Om ja, på vilket sätt?

22. Vilken effekt har RAÄ:s användning av sociala medier för arbetet med kulturarvsfrågor?

BIL. 2. Intervjufrågor till informanter 1 – 6, tjänstemän på Riksantikvarieämbetet

1. Varför använder du dig av Twitter?
2. Vilka erfarenheter har du gjort med Twitter?
3. Använder du Twitter som privatperson, som tjänsteman på Riksantikvarieämbetet eller både och?
4. Vad hoppas du kunna uppnå med hjälp av Twitter, privat och inom tjänsten?
5. Finns det riktlinjer som påverkar din användning av Twitter inom tjänsten?
6. Hur ser du på att blanda jobbrelaterade tweets med tweets som handlar om privatlivet?
7. Hur ser du på personlig integritet i samband med Twitter?
8. Tycker du att det finns en tjänsterelaterad integritet på Twitter, dvs. finns det sådant som du inte skulle skriva om eftersom det skulle vara opassande i samband med din tjänst?

BIL. 3. Intervjufrågor till informanter 7 – 12, användare som följer både Riksantikvarieämbetet och enskilda tjänstemän på Twitter

1. Varför använder du dig av Twitter?
2. Vilka erfarenheter har du gjort med Twitter?
3. Använder du Twitter som privatperson, på jobbet eller både och?
4. Varför följer du Riksantikvarieämbetet på Twitter?
5. Vad uppskattar du med Riksantikvarieämbetets twittrande? Vad tycker du är särskilt intressant?
6. Utöver Riksantikvarieämbetets officiella Twitter följer du även enskilda tjänstemän på Riksantikvarieämbetet. Varför det?
7. Tycker du att dessa tjänstemäns tweets kan erbjuda något som Riksantikvarieämbetets officiella twittrande inte kan? Vad i så fall?
8. Hur ser du på att blanda jobbrelaterade tweets med tweets som handlar om privatlivet?