

Projektoplæg: undersøgelse af chatbots og kommunikation i kommuner

I flere kommuner landet over er chatbots indsat på forsiden af kommunens hjemmeside. Borgere kan således skrive i et åbent tekstfelt og få svar på spørgsmål og modtage en service fra kommunen på alle tider af døgnet. Gevinsten er, at borgere kan kommunikere med kommunen, når borgeren ønsker det. Chatbots udgør på den måde en mulighed for et digitalt møde med kommunen, der faciliteres af en algoritme, der finder svar formuleret på baggrund af kunstig intelligens.

I kommunernes arbejde er argumentet for at bruge chatbots, at der både er en besparelse af ressourcer, og at borgerne kan komme i kontakt med kommunen i alle døgnets timer. Men det er klart, at effektiviteten og dermed fordelene ved chatbots afhænger af, hvordan den fungerer, og hvordan den service og kommunikation, chatbotten leverer, bliver vurderet af borgerne – og det er det, denne undersøgelse handler.

Flere tidligere studier af chatbots funktion og service belyser den værdi, som chatbot udgør i borgeres hverdag og tilfører kommuners opgaveløsning (Dube, 2024; Larsen & Følstad, 2024). Dels beskrives denne værdi som en fysisk ressource, så der kan spares i mandetimer, og dels kan værditilførslen ses som en ændring i den relation borgere oplever med kommunen. Det kan handle om en følelse af at være tættere på den hjælpende myndighed eller have rådgivende partner, som altid er der (Guo & Dong, 2024; Li & Zhang, 2024).

Omvendt er chatbots en ny teknologi, der også er forbundet med udfordringer. Det tager tid for borgere at vænne sig til denne kontaktform, og der kræves en vis teknologisk modenhed blandt brugerne (Følstad & and Bjerkreim-Hanssen, 2024). Digitaliseringsstyrelsen peger her på, at relationen til digitale systemer bygger på tillid, der kan forstås forskelligt, og her som en overvindelse af usikkerhed og utryghed og tro på at kommunen håndterer informationer trygt (Kristensen et al., 2021). I en anden forståelse af tillidsbegrebet er det chatbottens evne til at være empatisk og vise situationsfornemmelse, der udgør det centrale i borgeres tillid til serviceløsningen (Aoki, 2020). Vi ønsker at undersøge borgeres anvendelse af chatbots, hvad deres forventning og erfaring med løsningen er, og om borgerne oplever disse elementer af tillid, og ligeledes hvordan de ser på overvejelserne om indførelse af chatbots.

Tilliden til chatbots er høj i befolkningen, og vi vil derfor også se en bredere gruppe borgere, der er vant til digitale services i flere sammenhænge. Dog er det forventet stadig afhængigt af alder, hvor stor tilliden i befolkningen er til digitale serviceløsninger, og det falder tilbage på chatbottens design og de svar, den leverer, om borgerne oplever at blive forstået og således digitalt inkluderet. Det er her værd at se på løsningens kapacitet til at forbedre service (Chan et al., 2025), for kan chatbotten afhjælpe borgerens problem eller kun dele af det? Og hvad mangler evt eller er helt udeladt, som borgeren alligevel må henvende sig med i åbningstiden?

Service er i oplevelsesøkonomien udvidet til at omfatte det brugere og kunder får med som er immaterielt og ekstra udover produktet eller leverancen – og i nogle tilfælde noget som de ikke vidste de havde brug for. Disse aspekter og elementer af chatbottens funktion hænger sammen med kommunikation, hvor vi samlet kan forstå kommunikation ikke bare som information og svar på spørgsmål og en service, men som en proces, der gør noget fælles. En proces hvor borgeres relation til kommunen ændres.

I dette perspektiv har undersøgelsen som formål dels at undersøge borgernes syn på dette tilbud i kommunal sammenhæng og altså kunne bidrage til diskussionen af om chatbots løser opgaven, og dels at undersøge hvordan kommunikationen virker og bidrager til oplevelsen af service og en anderledes relation til kommunen.

Emner og undersøgelsesdesign

Undersøgelsen har således borgernes anvendelse og opfattelse af chatbots i fokus og vil omfatte følgende områder, hvor borgerne spørges til deres:

- erfaring med digitale services
- forventninger og syn på kommunens servicetilbud
- oplevelse af chatbottens service og kommunikation
- tillid til løsningen og kommunen
- relationen til kommunen
- forskelle på grupper set udfra demografiske grupper

Dette indebærer også analyser af sammenhænge mellem fx syn på kommunen og oplevelse af chatbotten og alders betydning for tillid til løsningen. Analyser af denne type forudsætter et godt datasæt som gerne tæller i omegnen af 500-700 svar, og således gerne 100 svar i et antal kommuner.

Målgruppen er brugere af chatbotten, og dataindsamlingen kommer til at foregå med spørgeskema, der placeres i et link i chatbotten. Derudover vil vi gerne analysere logdata fra chatbotten både som direkte kobling til data fra borgernes svar på spørgeskema og i øvrige relevante perioder. Dette følges af databehandler- og spørgeskemaaftale med kommuner, der ønsker at deltage.

Det er ønsket at invitere kommunerne med til dialog om emner og udformning af spørgeskema. Kommunerne kan også vælge at få egne spørgsmål med i dataindsamling og rapportering.

HUSK

Der holdes møde om spørgeskema onsdag den 21. maj. Kl. 13-14. Aftale om spørgeskema og aftale om videregivelse af chatlog-data skal gerne være klaret inden onsdag den 14. maj.

Litteratur

- Aoki, N. (2020). An experimental study of public trust in AI chatbots in the public sector. *Government Information Quarterly*, 37(4), 101490. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101490>
- Chan, F. K. Y., Thong, J. Y. L., Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2025). Design characteristics and service experience with e-government services: A public value perspective. *International Journal of Information Management*, 80, N.PAG-N.PAG. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102834>

- Dube, I. (2024). Chatbots: A Tool to Improve Public Service Delivery and Create Public Value. *Journal of Public Administration and Development Alternatives*, 9(3), 43–64.
<https://doi.org/10.55190/JPADA.2024.341>
- Følstad, A., & and Bjerkreim-Hanssen, N. (2024). User Interactions With a Municipality Chatbot—Lessons Learnt From Dialogue Analysis. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 40(18), 4973–4986. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2238355>
- Guo, Y., & Dong, P. (2024). Factors Influencing User Favorability of Government Chatbots on Digital Government Interaction Platforms across Different Scenarios. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(2), 818–845. <https://doi.org/10.3390/jtaer19020043>
- Kristensen, E. E., Brünner, F. N., & Duminski, E. (2021). Kan offentlig digitalisering vække tillid? *Samfundsøkonomen*, 2021(1), 70–81.
<https://doi.org/10.7146/samfundsokonomien.v2021i1.125548>
- Larsen, A. G., & Følstad, A. (2024). The impact of chatbots on public service provision: A qualitative interview study with citizens and public service providers. *Government Information Quarterly*, 41(2), 101927. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.giq.2024.101927>
- Li, H., & Zhang, R. (2024). Finding love in algorithms: deciphering the emotional contexts of close encounters with AI chatbots. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29(5), zmae015.
<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmae015>