

**SINTEF IKT**

Postadresse: 7465 Trondheim
Besøksadresse: Forskningsveien 1
Telefon: 22 06 73 00
Telefaks: 22 06 73 50

Foretaksregisteret: NO 948 007 029 MVA

SINTEF RAPPORT

TITTEL

eBorger2.0

Den alminnelige borger som leverandør av offentlig informasjon?

FORFATTER(E)

Petter Bae Brandtzæg og Marika Lüders

OPPDRAGSGIVER(E)

FAD – Fornyings- og administrasjonsdepartementet

RAPPORTNR. SINTEF A8642	GRADERING Åpen	OPPDRAGSGIVERS REF. Fred-Arne Ødegaard - saksnr. 200702414	
GRADER. DENNE SIDE Åpen	ISBN 978-82-14-	PROSJEKTNR. 04655-7 90B258	ANTALL SIDER OG BILAG 53 + vedlegg
ELEKTRONISK ARKIVKODE SINTEF RAPPORT_FAD_Final.doc	PROSJEKTLEDER (NAVN, SIGN.) Marika Lüders <i>Marika Lüders</i>	VERIFISERT AV (NAVN, SIGN.) Asbjørn Følstad <i>Asbjørn Følstad</i>	
ARKIVKODE	DATO 2008-09-17	GODKJENT AV (NAVN, STILLING, SIGN.) Bjørn Skjellaug <i>Bjørn Skjellaug</i> JAN HÅVARD SKJETNE / gruppeleder	

SAMMENDRAG

Fremveksten av nye teknologier og bruksmåter har på kort tid endret betingelsen til offentlig informasjon og tjenester. I dag henter 17 prosent av nettbefolkningen offentlig informasjon i brukerskapte fora på Internett regelmessig. Denne rapporten har studert disse endringene for å utvikle nye ideer og perspektiver for eForvaltningen der borgerne (eBorger2.0) også er tjenesteleverandører og produsenter av offentlig informasjon.

Vi har undersøkt følgende tema:

- Omfang og trender ved nettsamfunn og brukerskapt innhold i Norge.
- Norske internettbrukeres befatning med offentlig informasjon i brukerskapte fora.
- Utfordringer knyttet til tilgjengelighet og gjenbruk av offentlig informasjon på nettet.
- Internasjonale trender innen eForvaltningstjenester og brukerskapte offentlige tjenester.

For å dra nytte av de nye brukertrendene må forvaltningen i større grad se borgerne som samarbeidspartnere og ikke kun som passiv mottagere av informasjon. Vi foreslår følgende tiltak: 1) Et "WikiNorge.no" - et wikipedia for offentlig informasjon, 2) at sentrale deler av offentlige data gjøres tilgjengelig og gjenbrukbar, og 3) at eForvaltningen inngår samarbeid med både norske og internasjonale såkalte "eGovgeek" aktører.

En ny IKT (informasjons- og kommunikasjonsteknologi) politikk kan gi mange fordeler, som økt deltagelse og medvirkning i befolkningen, økt grad av åpenhet, mer brukerorientering og forbedret effektivitet i eForvaltningen. Tiltakene innebærer et "digitalt informasjonssprang" og utfordrer prinsippene for statsforvaltningens IKT politikk generelt og informasjonspolitikken spesielt.

STIKKORD	NORSK	ENGELSK
GRUPPE 1	IKT	ICT
GRUPPE 2	eForvaltningstjenester	eGov services
EGENVALGTE	Brukerskapt innhold	User Generated Content
	Deltagelse	Participation

Petter Bae Brandtzæg
Marika Lüders

eBorger 2.0

Den alminnelige borger som
leverandør av offentlig informasjon



En SINTEF-rapport skrevet på oppdrag fra Fornyings- og administrasjonsdepartementet. 2008

ISBN: 978-82-14-04655-7

Innhold

Sammendrag	5
Utvidet sammendrag	6
1. Innledning	10
1.1 Et nytt informasjonspotensial	10
1.2 eBorger2.0.....	10
1.3 Fremtidens mest betydningsfulle tjenester	10
1.4 Vanskelige offentlige portaler	10
1.5 Borgere hjelper borgere	11
1.6 Økt krav til åpenhet og effektivitet	11
1.7 Det digitale informasjonsspranget	11
2. Rapportens mål, metode og struktur	11
2.1 Mål	12
2.2 Metode	12
2.3 Struktur	12
3. Hva er brukerskapt innhold?	13
3.1 Ulike former for brukerskapt innhold	13
3.2 Ulike plattformer for brukerskapt innhold.....	14
3.3 Brukerskapt innhold og offentlig informasjon	15
4. Trender innen nettsamfunn og status i Norge	15
4.1 Nettsamfunn i Norge.....	15
4.2 Trender innen nettsamfunn	19
4.3 Oppsummering og betydning for offentlig IKT-politikk	21
5. Deltakerkulturen på Internett og demokratiet	22
5.1 Demokratimodeller	23
5.2 Deltagerkulturen og digitale skiller	24
5.3 Oppsummering.....	24
6. Undersøkelse - brukeratferd, brukerskapt innhold og offentlig informasjon	24
6.1 Metode	24
6.2 Resultater	25
6.3 Oppsummering av ny empiri	30
7. Kartlegging av internasjonale trender	30
7.1 Bruken av sosiale medier blant kjente politikere	31
7.2 Brukerskapt initiativer initiert av ulike eForvaltninger internasjonalt	34
7.3 Brukerskapt tjenester skapt av eGovgeeks og ikke-offentlige aktører.....	36
7.4 Borgerjournalistikk	40
7.5 Sentrale rapporter om eForvaltning og web 2.0.....	41
7.6 Oppsummering av internasjonale trender	42
8. Offentlig forvaltning og datatilgjengelighet	43

9. Konflikt dimensjoner – muligheter og utfordringer	45
10. Ideer og perspektiver	48
10.1 WikiNorge.no	49
10.2 Åpenhet og gjenbrukbare data	49
10.3 Pilotprogrammer	50
10.4 Betakulturen	50
10.5 Eksperimentere og ta sjanser	50
10.6 Offentlig informasjonsdeling i alle kanaler	51
10.7 Politikere i nettsamfunn	51
11. Konklusjon	51
12. Etterord	52
13. Referanser	53

Figurer og tabeller

Figur 1. Typer av brukerskapt innhold (BSI)	13
Figur 2. Plattformen for brukerskapt innhold	14
Figur 3. Forenklet tidslinje for utvalgte nettsamfunn i Norge.	16
Figur 4. Trender i nettsamfunn	20
Figur 5. Andel som har skaffet offentlig informasjon på Internett	25
Figur 6. «Informasjonen var enkel og rask å finne fram til»	26
Figur 7. «Informasjonen var lett forståelig for meg»	26
Figur 8. Andel som rapporterer om de har hentet offentlig informasjon i brukerskapt fora på Internett	27
Figur 9. Andel som bruker nettsamfunn (utvalg nettbefolkningen)....	27
Figur 10. Andel nettsamfunnsbrukere som har mottatt ulike typer informasjon.	28
Figur 11. Andel nettsamfunnsbrukere som har bidratt med ulike typer informasjon.	28
Figur 12. «Det er nyttig for meg å få tilgang til offentlig informasjon i nettsamfunn»	29
Figur 13. Facebookbruken i prosent	29
Figur 14. Wikipediabruken i prosent.	30
Figur 15. Det hvite hus og Downing Street på Twitter.	32
Figur 16. Fra presidentkandidat Barack Obamas MySpace-profil.....	33
Figur 17. FixMyStreet.....	37
Tabell 1. En oversikt over nettsamfunn og status i Norge	16
Tabell 2. Muligheter og utfordringer.....	45

Sammendrag

Fremveksten av nye teknologier og bruksmåter har på kort tid endret betingelsen til offentlig informasjon og tjenester. I dag henter 17 prosent av nettbefolkningen offentlig informasjon i brukerskapte fora på Internett regelmessig. Denne rapporten har studert disse endringene for å utvikle nye ideer og perspektiver for eForvaltningen der borgerne (eBorger2.0) også er tjenesteleverandører og produsenter av offentlig informasjon.

Vi har undersøkt følgende tema:

- * Omfang og trender ved nettsamfunn og brukerskapt innhold i Norge.
- * Norske internettbrukeres befatning med offentlig informasjon i brukerskapte fora.
- * Utfordringer knyttet til tilgjengelighet og gjenbruk av offentlig informasjon på nettet.
- * Internasjonale trender innen eForvaltningstjenester og brukerskapte offentlige tjenester.

For å dra nytte av de nye brukertrendene må forvaltningen i større grad se borgerne som samarbeidspartnere og ikke kun som passiv mottagere av informasjon. Vi foreslår følgende tiltak: 1) Et «WikiNorge.no» - et wikipedia for offentlig informasjon, 2) at sentrale deler av offentlige data gjøres tilgjengelig og gjenbrukbar, og 3) at eForvaltningen inngår samarbeid med både norske og internasjonale såkalte «eGovgeek» aktører.

En ny IKT (informasjons- og kommunikasjonsteknologi) politikk kan gi mange fordeler, som økt deltagelse og medvirkning i befolkningen, økt grad av åpenhet, mer brukerorientering og forbedret effektivitet i eForvaltningen. Tiltakene innebærer et «digitalt informasjonssprang» og utfordrer prinsippene for statsforvaltningens IKT-politikk.

Utvidet sammendrag

Denne rapporten er skrevet på oppdrag for Fornyings- og administrasjonsdepartementet. Prosjektet har gått fra februar 2008 til august 2008. Målet for prosjektet har vært å utvikle ideer og perspektiver for hvordan IKT-politikken og offentlige informasjonstjenester kan utnytte anvendelser av brukerskapt innhold på Internett. Rapporten er også et resultat av et samarbeid med andre SINTEF-prosjekter: EU-prosjektet CITIZEN MEDIA Social Change (delfinansiert av EU, IST, FP 6) og det norske Forskningsrådsprosjektet RECORD.

Bakgrunnen for prosjektet er teknologiutviklingen og økende deltagelse blant nettbrukere. Brukerne er i dialog med hverandre og de er i dialog med informasjonen. Dette har omdefinert reglene for kommunikasjons- og informasjonsspredning, også for offentlig sektor. I dag kan i prinsippet «alle» borgere produsere og dele informasjon seg i mellom. Premissene for informasjonsspredning er snudd på hodet. Borgerne selv kan være med å definere informasjonsflyten, derav navnet eBorger2.0. Definisjon på «eBorger2.0» er en borger som produserer og deler offentlig informasjon med andre på Internett.

Denne rapporten presenterer en gjennomgang av nasjonale og internasjonale trender, samt empiri om hvordan befolkningen i dag bruker nye tjenester for informasjonsdeling og spredning. Resultatene indikerer at sentrale prinsipper for statlig IKT-politikk må endres. Myndighetene må våge å tenke fundamentalt nytt i forhold til distribusjonsmekanismene for offentlig informasjon og tjenester. Offentlig sektor og eForvaltningen bør i større grad ta utgangspunkt i at den alminnelige borger på egen hånd kan være «leverandør» av offentlig informasjon og kommunikasjon.

Et hovedproblem er imidlertid manglende åpenhet og tilgjengelighet til offentlige data. Åpenhet og enkel tilgang til offentlige data er nødvendig om de skal kunne gjenbrukes og gjøres nyttig i andre kontekster. Per i dag holdes offentlige data i stor grad skjult for den enkelte borger. Enten fordi åpenhet koster penger, på grunn av gamle holdninger, eller fordi dataene er lagret på en slik måte at de ikke er tilgjengelige eller søkbare for et større publikum.

I følge denne rapporten er det flere initiativer i andre land som påpeker en utviklingstrend i retning av brukerskapt fora knyttet til offentlig informasjon, som f.eks. FixMyStreet, TheyWorkForYou og EveryBlock. Veldig mange interessante web 2.0 prosjekter er initiert på frivillig basis av såkalte eGovgeeks som tar i bruk flere datakilder (bl.a. offentlige) og skaper nye og lokale tjenester basert på en kombinasjon av ulike data. Nettsamfunnsbruken er også i ferd med å favne et bredere lag av befolkningen. Bruken og nytten ved å være medlem i et nettsamfunn er også blitt mer variert de siste par årene.

Samlet sett bør forvaltningen forholde seg til følgende trender:

1. Brukerdeltagelse
2. Brukerskapt innhold
3. Delekultur mellom borgere
4. Kollektiv intelligens og massenes kunnskap
5. Desentralisering av informasjon og tjenester
6. Personorientert nisjeinformasjon
7. Hyperlokale tjenester

8. Økt åpenhet og tilgjengelig informasjon
9. eGovgeeks som utvikler brukerskapte informasjonstjenester basert på data fra offentlig forvaltning i kombinasjon med annen informasjon og tjenester
10. Tilnærmet direkte kommunikasjon mellom politikere og borgere

I tillegg til å undersøke generelle trender har SINTEF ved hjelp av Norstat gjennomført en studie av 2000 nettbbrukere i alderen 15-75 år, representative for nettbefolkningen i mai 2008 (se mer om utvalget og metodiske begrensninger seksjon 6. i rapporten). Resultatene fra studien antyder en forflytning av informasjon til nye og brukerskapte kontekster på Internett. Befolkningen lager i økende grad sin egen informasjon og konsumerer informasjon laget av andre borgere.

- * Yngre brukergrupper i alderen 15-30 år er minst tilfreds med tilgangen på offentlig informasjon på Internett.
- * Over halvparten (53%) av alle nettbbrukere i Norge mellom 15 og 75 år bruker nettsamfunn som for eksempel MySpace, Facebook eller Nettby.
- * 17% har skaffet seg tilgang til offentlig informasjon eller tjenester i brukerskapte fora (blogger, nettsamfunn eller diskusjonsforum) på Internett flere ganger i året eller mer.
- * Det er de yngste aldersgruppene (under 30 år) som er mest aktive til å finne offentlige informasjon i nye kontekster.
- * Nettsamfunnsbrukere finner nyttig og variert tilgang til informasjon i nettsamfunn, alt fra kulturtips (53%), reisetips (40%), til råd om barnehage, skolevalg, sykehusvalg (12%) og helserelatert informasjon (14%).
- * 30% av nettsamfunnsbrukerne synes det er nyttig med tilgang til offentlig informasjon i nettsamfunn.
- * Wikipedia og Facebook viser seg og være blant de mest populære brukerskapte tjenestene i dag. Nesten 20% av Norges nettbefolkning i alderen 15-75 år er innom Facebook daglig.

Datagrunnlaget og andre rapporter som det refereres til i denne studien påpeker, samlet sett, at deler av befolkningen allerede skaffer offentlig informasjon på nye måter i brukerskapte fora på Internett. En viktig konklusjon er derfor at offentlige myndigheter ikke kan ignorere denne trenden, men heller forsøke å utnytte den til egen fordel. Mye tyder på at konsum og produksjon av brukerskapt innhold bare vil øke i omfang. Det kan derfor være hensiktsmessig at det offentlige går inn i samarbeid med private utviklere (eGovgeeks) av brukerskapte tjenester for å bidra til at innholdet og dataene der blir av så høy kvalitet som mulig for befolkningen.

Å flytte informasjons- og kommunikasjonsarbeidet fra tradisjonelle informasjonsprodusenter i det offentlige til den alminnelig borger kan også ha flere heldige effekter som:

- * Reduksjon i antallet publikumshenvendelser og informasjonsarbeid generelt, siden borgerne kan hjelpe hverandre.
- * Lettere tilgjengelig og mer forståelig offentlig informasjon, både i forhold til at informasjonen tilbys på lokalt nivå (hyperlokale tjenester) og på et språk som er mer uformelt, basert på erfaringer fra befolkningen selv.

- * Den offentlige informasjonen vil i større grad kunne være i tråd med befolkningens egne behov og ønsker, fordi de selv kan medvirke i informasjonsprosessen.
- * Mer deltagelse og engasjement rundt offentlig informasjon og tjenester, fordi borgerne selv kan bidra med innhold og i mindre grad vil være isolerte fra hverandre i sin søken etter informasjon.
- * Mer åpenhet rundt offentlig forvaltning, fordi offentlig informasjon - f.eks. forskningsresultater, regnskapstall, kartdata og måleresultater - i økende grad vil kunne gjøres tilgjengelig for den enkelte borger.

Totalt sett kan mer uformelle og brukerskapte arenaer for informasjonstilgang gjøre informasjonen både mer nyttig og mer tilgjengelig for enkelte grupper i befolkningen. Dette vil imidlertid gå på tvers av den rådende informasjonsstrategien spesielt og IKT-politikken generelt. I dag er tilgjengeligheten til offentlig informasjon basert på søkefunksjoner og enveissystemer som forventer at borgeren vet hva slags informasjon hun er ute etter.

Et økt fokus på borgerne selv som delaktige informasjonsprodusenter kan gjøres gjennom følgende tiltak:

- * **Se på borgerne som samarbeidspartnere** og ikke bare som passive mottagere av informasjon: Et radikalt forslag er at staten legger opp til et «Wikipedia», et WikiNorge.no for offentlig informasjon. Her kan borgere på en mer uformell måte legge inn og redigere alle tenkelige typer offentlig informasjon, fra bestemmelser knyttet til bytte av fastlege, regler for skoleflytting til skatt og trygdregler. Et slikt system kan også støtte samarbeid og hjelp mellom grupper i befolkningen. Dette vil kunne medføre en enklere tilgang til offentlig informasjon for veldig mange brukergrupper som synes dagens systemer er komplekse og vanskelige å forstå.
- * **Offentlig informasjon må gjøres fritt tilgjengelig og gjenbrukbar på Internett:** Det offentlig må åpne opp og tilgjengeliggjøre egenprodusert informasjon, slik at borgere og private aktører/utviklere (eGovgeeks) kan anvende, publisere og dele denne informasjonen i nye former og kontekster. Dette krever i større grad felles og/eller standardiserte publiseringsløsninger for både stat og kommune. Det må legges opp til mekanismer som muliggjør det å laste ned store datasett, metadata fra det offentlig (kommune og stat) for å kunne skape alternative tjenester (som f.eks They Work For You eller EveryBlock). Til slutt må det stimuleres til økt åpenhet i offentlig sektor ved å premiere de som er flinke til å bidra til økt åpenhet og økt tilgjengeliggjøring av egne data.

En slik åpenhet vil med andre ord kunne skape tjenester og informasjon tilbake til det offentlige, gjennom en kombinasjon av offentlige data (som for eksempel kartdata) og andre tilgjengelig data (les Mashups), samt bebyndige borgerne selv til å ta ansvar og informere seg selv. Det offentlige kan dermed bruke flere ressurser på tilgjengeliggjøring av offentlige metadata og data på et universelt format.

- * **Etablere pilotprogrammer innenfor enkelte lokale tjenester:** For eksempel kan man inngå samarbeid med såkalte eGovgeeks om små, men nyttige og lokale tjenester som gjort for eksempel i andre land - FixMyStreet.com. Tjenester som dette kan bidra til involvere borgerne i større grad også på det lokale plan. Digital Pioneers i Nederland og MySociety i Storbritannia er prosjekter som norske myndigheter kan lære av.

- * **Ta tak i «Betakulturen»:** Som ett tillegg til pilotprogrammer kan man også, slik som Rune Røsten fremhevet på FAD-seminaret om den sosiale webben, 2008 (FAD, 2008), utnytte «betakulturen», ved tidlig å involvere «superbrukere» for ideer og tanker om nye offentlige tjenester via en blogg – en «Norge.no/beta» (slik NRKBeta gjør i dag for å utvikle sitt nettsted). Et lignende tiltak for offentlig sektor i Storbritannia finnes på nettstedet www.showusabetterway.co.uk På nettstedet står følgende tekst: «The UK Government wants to hear your ideas for new products that could improve the way public information is communicated». Et betanettsted kan også fungere som en arena for å teste ut betaversjoner av nye offentlige tjenester.
- * **Eksperimentere og ta sjanser:** Punktene over vektlegger betydningen av å våge å eksperimentere. Nettjenester er preget av en fleksibilitet som gjør at de relativt enkelt kan skaleres opp fra å fungere blant mindre brukergupper til store masser. Dette er en annen strategi sammenlignet med den offentlig sektor ofte satser på – der komplekse tjenester utvikles over flere år og først lanseres når de er «ferdige». I stedet bør det satses kjappere og friskere.
- * **Synliggjøring av politiske tanker, ideer og arbeid ved hjelp av mobil, enkel og billig forbrukerteknologi:** Profilerte politikere kan ved hjelp av enkel mobil forbrukerteknologi, som for eksempel Twitter, kontinuerlig informere og oppdatere borgere om hva de faktisk gjør og utfører av arbeid daglig, samt hvilke tanker og ideer de har ved hjelp av 140 tegn. Dette gjøres i dag av ledene amerikanske og britiske politikere. Poenget er at statsministeren kan kommunisere mer direkte med befolkningen.

Det er for øvrig flere mulige utfordringer knyttet til disse tiltakene, som for eksempel: 1) Kan vi stole på offentlig informasjon som produseres og deles av den alminnelige borger? 2) Har Norge for få innbyggere til å kunne utvikle brukerskapte applikasjoner av denne typen (for få for «Crowdsourcing»)? 3) Hva med personvernet? 4) Vil denne typen tjenester skape meningsgettoer? 5) Vil tiltakene kunne forsterke heller enn å utjevne digitale skiller? Mulige utfordringer og dilemmaer er derfor redegjort for i denne rapporten.

1. Innledning

1.1 Et nytt informasjonspotensial

Denne rapporten presenterer ideer og perspektiver for hvordan IKT-politikken og offentlige informasjonstjenester på Internett kan utnytte brukerskapt innhold. I følge den engelske rapporten *The Power of Information* (Mayo og Steinberg, 2007) finnes et enormt informasjonspotensial for offentlig sektor i å ta skrittet vekk fra tradisjonell enveiskommunikasjon, ved å utnytte dagens aktive brukerdeltagelse og deling av informasjon på nettet. Den alminnelige borger deltar allerede aktivt på en rekke måter: 1) Som produsent av innhold (blogg, wiki, bilde og videodelingstjenester), 2) Gjennom vurderinger og anbefalinger (Amazon, Del.icio.us, Furl), 3) Ved deltagelse i nettsamfunn (MySpace, Facebook, Nettby), 4) Gjennom omdømme og feedback (eBay, Tripadvisor, vibb.no), 5) Gjennom kollektiv intelligens og kunnskap (Wikipedia).

1.2 eBorger2.0

Bakgrunnen for denne brukerdeltagelsen er at teknologiutviklingen de siste årene har gjort informasjons- og kommunikasjonsprosessene mer symmetriske. Ikke-profesjonelle brukere (den alminnelige borger) har derfor muligheter til å styre informasjonsflyten på nettet gjennom å bidra med relevant og viktig innhold i sosiale kontekster. Definisjon av en eBorger2.0 er en borger som produserer og deler offentlig informasjon med andre på Internett. Denne utviklingen har allerede kommet langt: bare dugnadsleksikonet Wikipedia inneholder 7,5 millioner artikler (Wikipedia, februar 2008). På svært kort tid har fremveksten av nettsamfunn som Facebook og Nettby forsterket denne trenden, gjennom å forenkle verktøy for brukerskapt innhold og sosiale prosesser ytterligere. Sosial samhandling og innholdsdeling på nettet er derfor blitt en naturlig del av bruksmønstrene til flere og flere borgere (Brandtzæg, 2007).

1.3 Fremtiden mest betydningsfulle tjenester

Den Europeiske teknologiplattformen NEM (Networked Electronic Media) har spådd nettverkstjenester og applikasjoner for brukerskapt innhold som fremtidens mest betydningsfulle tjenester. Det er derfor viktig å undersøke om disse tjenestene også kan utnyttes av det offentlige Norge. Det kan tenkes at en slik tilnærming kan spare offentlig sektor for ressurser, gjennom å flytte arbeid fra informasjonsprodusenten til brukeren. Samtidig kan denne utviklingen være med å styrke evnen til selvhjelp, kontroll og engasjement hos den alminnelige borger. Til slutt kan det også tenkes at befolkningen får et større innblikk i politiske prosesser og bedrer sine muligheter til å finne relevant informasjon, gjennom å bli bidragsytere av informasjon selv*.

1.4 Vanskelige offentlige portaler

For den informasjonssøkende borger er i dag nettstedet som Norge.no og minside.no mulige første skritt på veien til viktig offentlig informasjon. Dette er nettsteder som er basert på søkefunksjoner og enveissystemer som forventer at borgeren vet hva slags informasjon hun er ute etter - tradisjonell enveiskommunikasjon. De er ikke utviklet for å inkludere borgernes egne erfaringer eller synspunkter, og for mange brukere er informasjonstilgjengeligheten sterkt begrenset på grunn av byråkratisk terminologi. Terminologi og formuleringsmåter

* Habermas (Habermas, 2006, [1962] 1989) har for eksempel utvist bekymring for at offentligheten er hemmet av for sterk markedsorientert mediasamfunn hvor mediene forvitrer offentligheten. Økt brukerdeltagelse og debatter på nettet generelt kan være en sunn motvekt til den hierarkiske mediestyrt offentligheten.

fra offentlig forvaltning kan virke fremmedgjørende for mange. Informasjon fra borgere vil i stor grad være erfaringsbasert kunnskap og informasjon som lettere kan kommunisere nytten ved og forståelsen av de enkelte offentlige tjenestene. Informasjonen på offentlige portaler er også blitt beskrevet som vanskelig å finne frem i (Natvig, 2007). En sentral utfordring, også internasjonalt, har derfor vært at de store integrerte offentlige portalene (som for eksempel MinSide) kun blir brukt av befolkningen i beskjeden grad (Gartner, 2007).

1.5 Borgere hjelper borgere

Antagelig er behovet for- og tilgangen til offentlig informasjon mer kompleks enn noensinne. Ikke alle borgere vet hvilken informasjon de behøver og trenger derfor støtte og hjelp i informasjonsinnhentingsprosessen. Denne hjelpen og støtten kan en muligens få hjelp av gjennom andre borgere. Dette forutsetter imidlertid at informasjons- og kommunikasjonsarbeidet flyttes fra toppstyrte og tradisjonelle informasjonsprodusenter til grasrota (den alminnelig borger) – eBorger2.0. Spørsmålet er imidlertid hvordan dette kan gjøres og om hvilke utfordringer og mulige dilemmaer dette kan skape.

1.6 Økt krav til åpenhet og effektivitet

I eNorge 2009 - det digitale spranget (Moderniseringsdepartementet, 2005: 2) understrekes det at «Regjeringen ønsker et kunnskapssamfunn hvor alle kan delta og hvor potensialet i informasjonsteknologien utnyttes». eNorge 2009 fokuserer likevel ikke på integrasjon med nettsamfunn og brukerskapt tjenester, men understreker heller visjoner og målsetninger med minsider.no. I dag, tre år senere, er det mer aktuelt for det offentlige Norge å forholde seg til mulighetene som oppstår når befolkningen blir medprodusenter av offentlig relevant informasjon. Å utnytte mulighetene knyttet til web 2.0 teknologier og brukerskapt innhold er en viktig vei å gå, også for å møte kravene til mer åpenhet og effektivitet. Dette påpekes i rapporten Gov 2.0: Wikinomics, Government & Democracy av Don Tapscott, Anthony Williams og Dan Herman (2007) «If governments are to ensure their relevance and authority, they must move quickly to meet rising expectations for openness, accountability, effectiveness and efficiency in the public sector» (6).

1.7 Det digitale informasjonsspranget

Den teknologiske utviklingen og endrede brukervaner har med andre ord gjort at få år gamle strategidokumenter ikke lenger er like relevante. Mål og prinsipper som er nedfelt i «Informasjonspolitik for statsforvaltningen» (AAD, 2001) beskriver for eksempel verken potensialet knyttet til informasjonsåpenhet, informasjonsdeling eller brukernes evner til aktivt å dele og produsere informasjon, noe som heller ikke er overraskende da denne ble skrevet i 2001. Kanskje vi nå må ta «det digitale informasjonsspranget»?

2. Rapportens mål, metode og struktur

Målet med denne rapporten er å kartlegge hva den nye medieutviklingen i form av wikis, nettsamfunn og brukerskapt innhold* kan bety for det offentliges mål og prinsipper innen IKT-politikk. Et sentralt spørsmål for prosjektet er på hvilken måte offentlig sektor kan nyttiggjøre seg av brukerne som aktive

* Disse teknologiene refereres ofte til som web 2.0 teknologier (O'Reilly, 2005; Osimo, 2008), men som Osimo (2007) også poengterer i et blogginnlegg «Web 2.0 is not only a technology, but also an attitude towards openness, transparency, many-to-many interaction, users as producers (...)».

deltagere og bidragsytere av informasjon, eller sagt på en annen måte:

Kan offentlig sektor utnytte den nye teknologien, samt ressursene og dugnad-sånden den alminnelige borger og eGovgeeks har som potensielle innholdsprodusenter av offentlig informasjon og tjenester, og i så fall hvordan?

Videre i denne seksjonen beskrives mål, metode og struktur for rapporten.

2.1 Mål

Målet for rapporten er følgende:

- * Utvikle ideer og perspektiver for hvordan offentlige informasjonstjenester kan utnytte økte brukerdeltagelse og brukerskapt innhold. Dette gjennom følgende delmål:
- * Kartlegge internasjonale trender og «best practice», og hva vi kan lære av eksisterende brukerskapt tjenester og alternative eForvaltningstjenester.
- * Redegjøre for muligheter og utfordringer knyttet til eBorger2.0.
- * Fremskaffe ny empiri om borgernes konsum og produksjon av brukerskapt innhold.

2.2 Metode

Rapporten bygger på informasjon samlet inn ved hjelp av i hovedsak to metoder:

- * Informasjonssøk på Internett: Det ble gjennomført omfattende søk på Internettet for å etablere kunnskap om trender både nasjonalt og internasjonalt, «best practice» knyttet til brukerskapt innhold, og hvordan dette kan anvendes i offentlig-sektor. I tillegg ble det gjennomført litteratursøk etter relevante forskningsrapporter i Google og Google Scholar bl.a. ved følgende søkeord: egov 2.0, government 2.0, community information 2.0, user generated content and government. For å få en detaljert oversikt over de relevante referansene, se <http://del.icio.us/petterbb/FAD>. For å få informasjon om norske nettsamfunn har vi kontaktet nettsamfunnseiere via e-post og telefon, samt basert oss på informasjon som ligger ute på det enkelte nettsamfunnet.
- * Spørreskjemaundersøkelse: Survey om befolkningens bruk og erfaringer med offentlig informasjon og brukerskapt innhold. Utvalget var representative nettbrukere (n=2000) for Norge i alderen 15-75 år. (Se for mer detaljert informasjon om denne metoden i Seksjon 6).

2.3 Struktur

Rapportens struktur er følgende.

Seksjon 3 inneholder begrepsavklaring; en gjennomgang av begrepet brukerskapt innhold og informasjon.

Seksjon 4 redegjør for trender innen nettsamfunn og status i Norge

Seksjon 5 knytter utviklingen mot økt bruk av nettsamfunn og brukerskapt innhold til relevante demokratimodeller

Seksjon 6 inneholder en gjennomgang av ny empiri fremskaffet av SINTEF i en spørreskjemaundersøkelse gjennomført i mai 2008.

Seksjon 7 inneholder en kartlegging av internasjonale trender og en eksempel-gjennomgang av ulike private og offentlige initiativer hvor nye applikasjoner

er blitt tatt i bruk. Rapporten fokuserer særlig på eksempler der borgere selv har laget «offentlige tjenester» basert på gjenbruk av data fra det offentlige og andre typer data, samt data fra brukerne selv. Denne seksjonen inneholder også en gjennomgang av noen sentrale forskningsrapporter på området.

Seksjon 8 består av en kort beskrivelse av status på tilgjengelighet til data fra offentlig forvaltning.

Seksjon 9 er en redegjørelse av ulike konfliktdimensjon knyttet til muligheter og utfordringer ved brukerskapte tjenester.

Seksjon 10 summerer opp og redegjør for ideer og perspektiver for hvordan myndighetene og offentlig sektor kan utnytte de nye mulighetene.

3. Hva er brukerskapt innhold?

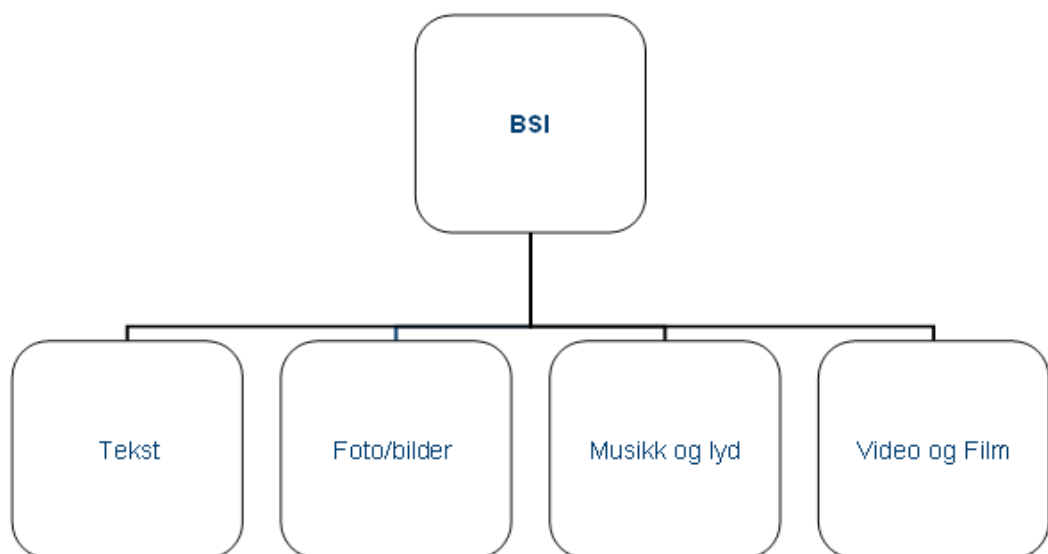
Brukerskapt innhold (BSI), på engelsk User Generated Content (UGC)/User Created Content (UCC), er et så nytt uttrykk at det fortsatt ikke eksisterer en felles definisjon. OECD (2007) definerer innhold som brukerskapt dersom det er produsert av ikke-profesjonelle (amatører), i motsetning til profesjonelle, medieprodusenter. Videre handler BSI om:

1. innhold gjort offentlig tilgjengelig over Internett,
2. som reflekterer en hvis grad av kreativt arbeid, og
3. innhold som er skapt utenfor profesjonelle rutiner og praksiser.

Et annet kjennetegn ved BSI er at det er i stadig endring og ofte skapes av mennesker gjennom samarbeid, gjerne ved hjelp av såkalt «wiki» teknologi . Et eksempel på denne dynamikken er artikler i Wikipedia, hvor brukere stadig er innom for å redigere innholdet.

3.1 Ulike former for brukerskapt innhold

Vi kan referere til ulike former for BSI (se figur 1): Tekst, foto/bilder, musikk/ audio og film/video.



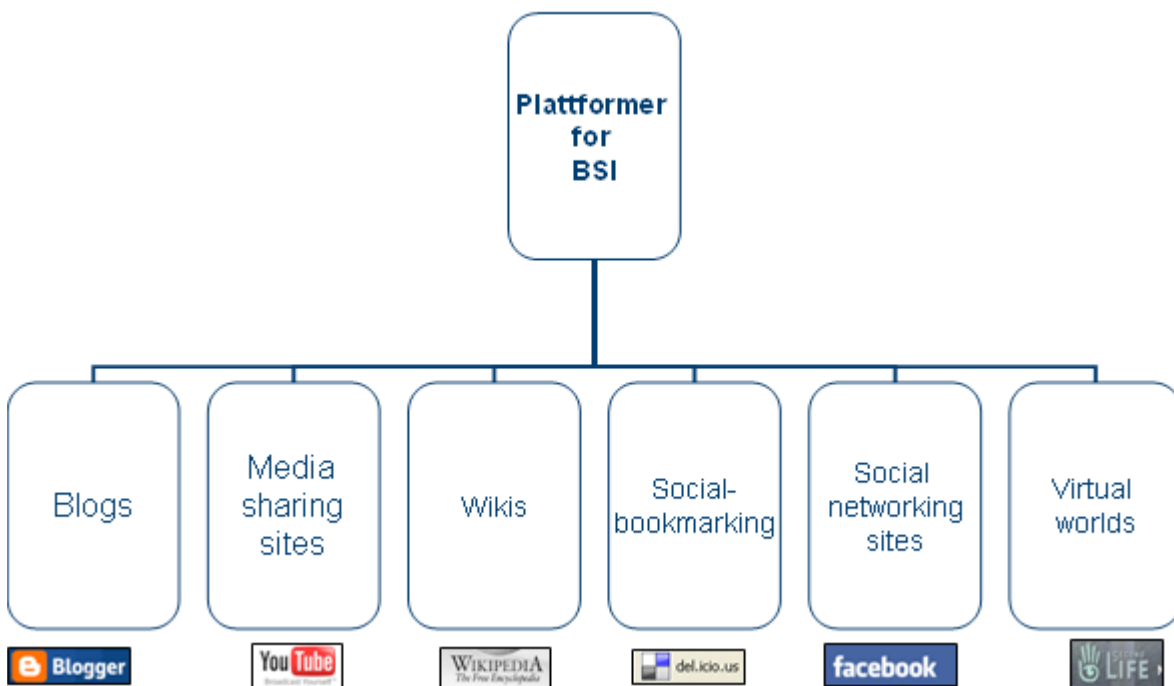
Figur 1. Typer av brukerskapt innhold (BSI) (Kilde, OECD, 2007)

Tekstlige, visuelle og audio-visuelle uttrykk kombineres i stadig større grad, men det er fortsatt slik at terskelen for å legge inn tekstlig innhold på Internett er lavere enn for andre uttrykk. De fleste som har tilgang til Internett produserer tekstlig innhold. Foto og bilder er også noe flere brukere laster opp, men denne typen BSI er likevel ikke like vanlig som tekst. Audio og video er noe de færreste laster opp; anslagsvis 2-3 prosent i følge en studie av nettsamfunnsbrukere i 2007 (Brandtzæg og Heim, 2008). At de færreste oppgir å dele audio-visuelt innhold kan skyldes flere forhold (som for eksempel brukervennlighet), som vi ikke skal gå inn på her

- * Brukerskapt innhold på Internett sees gjerne i relasjon til «rike medier» (multimodale og interaktive medier). OECD-rapporten (s. 32, 2007) nevner tekst, bilde, audio og video som ulike former eller modaliteter for BSI, men skiller i tillegg mellom ulike kategorier for innhold:
- * Borgerjournalistikk (Citizen Journalism) - journalistikk produsert av vanlige borgere (amatør journalister) og ikke-profesjonelle journalister.
- * Læringsinnhold - innhold som er skapt av universiteter og skoler som er publisert på Internett for utdanningsbruk.
- * Mobilt innhold - innhold skapt med mobiltelefon eller lignende slik som tekstmeldinger, MMS, bilder og videoer. Ofte lastet opp på Internett.
- * Virtuelt innhold - innhold skapt i en virtuell kontekst, gjerne 3D miljøer hvor brukerne er avtatarer, animerte figurer. Vanlige eksempler på denne typen kontekster er Second Life og World of Warcraft.

3.2 Ulike plattformer for brukerskapt innhold

I tillegg til å skille mellom typer av brukerskapt innhold kan vi også skille mellom ulike plattformer hvor brukerskapt innhold lastes opp og deles mellom andre brukere (se fig. 2) (se også Dutton og Peltu, 2007 for en alternativ fremstilling av det de betegner som ulike web2.0-sjangre).



Figur 2. Plattformer for brukerskapt innhold (kilde, OECD, 2007)

Det er imidlertid viktig å påpeke at innhold som publiseres og tagges på disse plattformene ikke nødvendigvis er innhold opprinnelig skapt av den som laster det opp. For eksempel kan innhold som legges ut på YouTube og eller MySpace i mange tilfeller være profesjonelt innhold som er kopiert og i mange tilfeller publisert ulovelig av ikke-profesjonelle brukere.

3.3 Brukerskapt innhold og offentlig informasjon

I denne rapporten forstås offentlig informasjon som informasjon på Internett om offentlig sektor. Denne typen informasjon kan også skapes, produseres og deles av den alminnelige borger – eBorger2.0, men da handler det om brukerskapt offentlig informasjon, en utsetting av informasjonsdriften. Dette er også beskrevet som «outsourcing» eller «**crowdsourcing**» av offentlig sektors informasjons og tjenesteoppgaver. Crowdsourcing er et begrep som betegner en form for arbeidsmodell eller informasjonsdugnad hvor en stor udefinerbar gruppe gjør en felles oppgave. Ofte handler dette om at brukerskapt innhold i form av tips, egenerfaringer og kunnskap formidles i storskala gjennom medvirkning og selvorganisering istedenfor kontroll og hierarki. «Crowdsourcing» henspiller på uttrykket «outsourcing» hvor et firma kan bruke krefter utenfor seg selv for å nå et mål*. «Crowd» henspiller på at det er massenes deltagelse og den kollektive intelligensen som er informasjonsbærere – gjennom en **mange-til-mange** modell. Det til forskjell fra en tradisjonell **en-til-mange** modell som statsforvaltningen ennå benytter som prinsipp i sin IKT-politikk.

4. Trender innen nettsamfunn og status i Norge

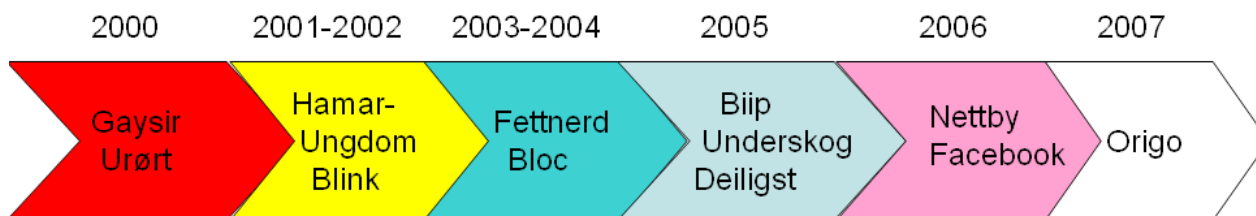
Denne seksjonen gir en oversikt over større nettsamfunn i Norge i den hensikt å identifisere brukertrender og status i Norge. Vi definerer nettsamfunn på samme måte som Statistisk Sentralbyrå gjør det i sin Mediebarometer studie: «Et nettsamfunn er et samlingssted på internett der brukerne kan legge ut informasjon om seg selv og lese informasjon andre har lagt ut. Det er mulig å kommunisere i grupper eller på tomannshånd som for eksempel MySpace, Facebook, Nettby eller Blink». På engelsk brukes «social network(ing) sites» (se figur 2).

Per i dag er det få gode oversikter over nettsamfunn i Norge. Denne rapporten beskriver derfor målgruppen, hensikten og antall medlemmer i til sammen 38 nettsamfunn. Dette gir et grunnlag for å si noe om omfanget og graden av interaktiv bruk i brukerskapt fora på nett, samt trender vi kan finne relatert til nettsamfunnsbruk, interesser, normer og teknologi.

4.1 Nettsamfunn i Norge

Nettsamfunn er et relativt nytt fenomen både i verdenssammenheng og i Norge. Ettersom antallet nettsamfunn har vokst har de også variert i forhold til hensikt og fokus. De første nettsamfunnene var ofte mer datingtjenester heller enn møteplasser for kommunikasjon, informasjons- og innholdsdeling slik de er i dag. Figur nr. 3 på neste side viser en forenklet tidslinje for denne utviklingen i Norge:

* Mer utfyllende informasjon om Crowdsourcing finnes på <http://no.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Crowdsourcing>



Figur 3. Forenklet tidslinje for utvalgte nettsamfunn i Norge.

Tabell 1 under viser en mer detaljert oversikt i forhold til dato for oppstart, medlemsmassen og status for en del populære nettsamfunn i Norge. Det er verdt å merke seg av Facebook* er den eneste internasjonale tjenesten som er tatt med i denne oversikten, ellers er fokus på norske nettsamfunn. Informasjonen i tabell 1 er samlet inn via kommunikasjon med de ansvarlige i de enkelte nettsamfunnene. Noen nettsamfunn mangler informasjon om antall medlemmer fordi ikke alle ønsket å oppgi nødvendig informasjon om medlemsmasse og brukerskapt innhold.

Hvis annet ikke er oppført i tabellen, er informasjonen og tallene dels hentet inn fra de respektive nettsamfunn i slutten av januar 2008 og dels via statistikker på Internett. Under tabellen finner vi mindre kjente nettsamfunn.

NAVN	LANSERT	MEDLEMMER	AKTIVITET	KARAKTERISTIKK	BSI
Facebook	Oktober 2006 i Norge Oppstart februar 2004 (Bare Harvard University)	1 136 520 170 000 er over 35 år (mai 2008)	720 000 nordmenn var innom i september 2007	De fleste brukere opptrer med eget navn. Det overlegent mest brukte nettsamfunnet i Norge, og det med mest variasjon i alder. Norge er det land i verden som prosentvis har flest Facebook-brukere	Bilder, lyd, video og tekst, samt brukerskapte applikasjoner. Verdens mest populære nettside for opplasting av bilder. 14 millioner bilder lastes opp daglig. Over 20 000 applikasjoner laget av brukere. 140 nye applikasjoner legges til hver eneste dag.
Hamar-Ungdom.no	2002 august	190 000 (mars 2007) Er nå lagt ned	Var en av de mest besøkte i 2006, men er nå lagt ned.	Opprinnelig et lokalt nettsamfunn rettet mot ungdom i Hamar. Ble populært og vokste seg utover sine opprinnelige grenser.	Primært tekstkommunikasjon og litt bilder.
Nettby.no	2006 september	605 964 Snitt 19 år; 47% menn og 53% kvinner	242 881 innom siste 24 timer, 417 133 unike besøkende siste måned	Det største nettsamfunnet som er basert i Norge. Det er forbundet med VG.no som er Norges største nettsted og nettavis. Fungerer som et sosialt nettverk, hvor den enkelte bruker alias.	Bilder, lyd, video og tekst. Totalt 9 890 446 bilder
Deiligst.no	2005	660 000	21 000 innom siste 24 timer	Ungdomsside hvor man stemmer frem hverandre basert på hvor «deilig» man er. Svært kroppsfokusert nettsted.	Deling av bilder, video, lyd og tekstkommunikasjon. Inneholder 421 768 bilder
Origo	2007	33 000 (mai 2008)	15 000 har vært innom i juni og juli 2008	Startet opp av A-pressen. Variert brukermasse. Sosialt nettverk hvor diskusjon og debatt er i sentrum	Deling av bilder, musikk, video og tekstkommunikasjon. Til Origo er det lastet opp 94 000 bilder.

* Grunnen til det er Facebooks enestående posisjon i Norge, men også i verden. Norge regnes for å være den største Facebook nasjonen i verden sett i forhold til folketallet.

NAVN	LANSERT	MEDLEMMER	AKTIVITET	KARAKTERISTIKK	BSI
Underskog	2005 november	15 000 (juli 2008)	Ukjent	Opprinnelig en brukergenerert kulturkalender for Oslo. Har spredd seg til andre byer og fungerer som et sosialt nettverk med mye debatt. Nettsamfunnet er ikke åpent for alle, krever invitasjon fra andre brukere.	Deling av bilder, musikk, video og tekstkommunikasjon. Underskog integrerer bilder fra Flickr som er tagget med bynavn eller "underskog.no". 28.000 bilder er for eksempel tagget med "underskog.no".

Tabell 1: Nettsamfunn og status i Norge.

Andre norske nettsamfunn i alfabetisk rekkefølge:

- * Aktivitetsvenner.no, nettsamfunn hvor hensikten er å finne andre med samme aktivitetsinteresse som deg selv. Ca 5000 medlemmer.
- * Biffit.com, nettsamfunn startet av ungdom for ungdom. Anslagsvis 69 000 medlemmer per 19. juni 2008.
- * Biip.no, startet som et nettsted for mobilringetoner, men har siden 2005 blitt videreutviklet til et fullskala nettsamfunn med tenåringer som målgruppe. Våren 2008 kjøpte Egmont og Mediehuset Nettavisen 45 prosent hver av selskapet. Biip.no har over 320 000 medlemmer.
- * Bloc.no, nettsamfunn for ungdom. Målgruppe 15-25 år. Bloc startet opp sommeren 2004 med utgangspunkt i en vennegjeng som møtte hverandre til grill og helgekos i Frognerparken hver søndag. Det er i dag 50 000 Bloc'ere i Norge. Det er lastet opp rundt 250 000 bilder (iht. e-post med Bloc 21.06.08).
- * Blink.no, lansert i februar 2002. Antall brukere ukjent. Blant de første og største nettsamfunnene i Norge før 2005. Sosial nettverkstjeneste primært for ungdom. Nettstedet inneholder (pr 22. mai 2006) 44 285 ulike grupper med ulike temaer, alt fra fanklubber, meningsmålinger, politiske diskusjoner. Antall medlemmer ukjent, men i følge Wikipedia har Blink 300 000 medlemmer.
- * Bokvennen – bokklubben.no, nettsamfunn for bokinteresserte. Antall medlemmer er ukjent.
- * CU.no (See You), norsk nettsamfunn med studenter som målgruppe. Antall medlemmer ukjent.
- * Dariavenner (www.daria.no/venner), norsk ungdomsside, målgruppen 13-26 år, som også har jobb og skole som tema, med nettsamfunn. Tilbyr hele 7 400 stiler, 15 000 fotos, datingtjeneste, forum, spill, videoklipp, sms og artikler med blant annet kjendisnyheter fra NTB. Populært, men antall medlemmer er ukjent.
- * Dølatube.no, sosialt videonettssted knyttet til Gudbrandsdalen dagningen (gd.no). Antall brukere er ukjent.
- * Fettnerd.org, nettsamfunn for ungdom. Startet opp som en personlig hjemmeside (for Stephen Fenne) i 2003. Ble profesjonalsert i 2005 og hadde ca. 70 000 medlemmer i februar 2006.
- * Filmfront.no, nettsamfunn for filminteresserte. Antall medlemmer ukjent.
- * Fulltreff.no, nettsamfunn for folk som søker nye venner. Antall medlemmer ukjent.

- * Galaksen.no, ett nettsamfunn for unge i tenårene.
- * Gaysir.no, et nettsamfunn for homofile, lesbiske, bifile og andre. Over 40 000 medlemmer i juni 2008.
- * Hangoutnow.com, nettsamfunn for homofile. Antall medlemmer ukjent.
- * Jengen.no, nettside drevet av en gjeng ungdom fra Kristiansand. Her diskuteres happenings som skjer i Kristiansand og resten av landet. Det legges ut bilder og filmer.
- * Jessheim.org. er en ungdomsportal for Øvre Romerike. Nettsamfunnet inneholder bilder, forum, nyheter, linker mm. 2506 brukere per 18. juni 2008
- * Livecity.no, er et nettsamfunn for musikkinteresserte. Antall medlemmer ukjent.
- * Kaskjer.no, nettsamfunnet åpnet i 2007. Initiert av Universitetet i Tromsø for å få studenter til å hjelpe hverandre til å velge riktig studieretning og et tilbud til alle elever på videregående skole og spesielt for de på trinn 3, men også de som studerer på universitetet. Det gir også muligheten til å møte og bli kjent med folk som en evt. kommer til å studere sammen med. Antall brukere ukjent.
- * MyPlace.no, et nettsamfunn for deling av innhold på mobilplattform, antall medlemmer er ukjent.
- * ME – meside.no, nettsamfunn som drives av Nettavisen. Antall medlemmer er ukjent.
- * Moby.no, ett nettsamfunn om quiz, spill og underholdning. Belønner aktive brukere. Antall medlemmer ukjent.
- * Nydelig.no, nettsamfunn for ungdom, drevet av ungdom. 2742 medlemmer. Gjennomsnittsalder 18 år. Hovedtyngde i Tromsø. 3444 bilder. Data er hentet ut juni 2008.
- * Penest.no, nettsamfunn som drives med samme formål som Deiligst.no. Primært en ungdomsside. Antall medlemmer er ukjent, men antagelig ca. samme medlemsmasse som Deiligst.
- * Playahead.no, nettsamfunn som eies av Modern Times Group som reklamerer med rom for humor og ironi. Ungdom synes å være primær målgruppe. 57 000 medlemmer i juni 2008.
- * Sexyliving.no. Et nettsamfunn som reklamerer for lavere terskel. Ca 6000 medlemmer i april 2008
- * Smootown.no, Et nettsamfunn for kristen ungdom i samarbeid med avisa Vårt land, ca 7000 medlemmer.
- * SMSKing.no, nettsamfunn for ungdom med gratis sms-tjeneste. Antagelig flere tusen medlemmer, men ukjent.
- * Urørt.no, musikknettsamfunn startet opp i år 2000, juni 2008. 23 000 registrerte artister og over 50 000 låter opplastet.
- * Uweb.no nettsamfunn med ungdom som målgruppe. Antall medlemmer ukjent.
- * Zyphnet.no, nettsamfunn spesielt rettet mot ungdom mellom 10 og 25 år. En kan blant annet laste opp bilder, stemme på bilder, lage blogg, sende privatmeldinger m.m. Ca 20 000 brukere i juni 2008-06-15.

- * WindowsLiveSpaces, nettsamfunn relatert til Windows Live Messenger eiet av Microsoft, antagelig flere tusen brukere.

Denne listen med i alt 38 nettsamfunn er ikke komplett, men gjenspeiler i stor grad de mest kjente nettsamfunnene i Norge per i dag. I tillegg finnes det også en rekke partynettsteder/lokale nettsamfunn der ungdom selv lager egne nettverk. En liste over disse er praktisk talt umulig å lage da de er vanskelig å spore på nettet. Vi kan likevel anta at det finnes en del av denne typen samfunn ved siden av de større og mer kommersialiserte nettsamfunnene.

I tillegg finnes det en rekke utenlandske nettsamfunn (i tillegg til Facebook) som brukes relativt hyppig av nordmenn. Eksempler på disse er Orkut, Bebo, Friendster, MyOpera, Twitter, MySpace og LinkdIn. Det eksisterer også en rekke brukerskapte innholdsdelingstjenester som Flickr, YouTube, og Snutter.no, samt datingtjenester som er bygd opp etter mange av de samme prinsippene som vi finner i nettsamfunn. Eksempler på slike tjenester er Hei.no, Sukker.no, Møteplassen.no og Match.com.

Det finnes også nettsamfunnslignende tjenester, der brukerdeltagelse og brukerskapt innhold er sentrale elementer. Eksempler på slike er diskusjonsforum og informasjonsnettsteder hvor brukere informerer andre brukere om alt fra helse, fødsel, bil, spill og om det å være far (for eksempel barnimagen.no, helsenett.no, bilforum.no, verdensbestepappa.no, gamer.no, kvinneguiden.no osv). Det finnes også et mangfold av norske og utenlandske blogger*, og sosiale bokmerketjenester**, som vi ikke har hatt mulighet til å kartlegge i denne studien. Ifølge en undersøkelse fra 2006 var sju prosent i Norge daglig innom blogger, og så mange som 840 000 leste blogger minst en gang i uka. Videre hadde hver tredje nordmann med nettilgang formulert egne debattinnlegg på blogger (Mandagmorgen, 2006). Det skal imidlertid påpekes at de fleste nettsamfunnene i dag har integrert blogg som en av mange funksjoner.

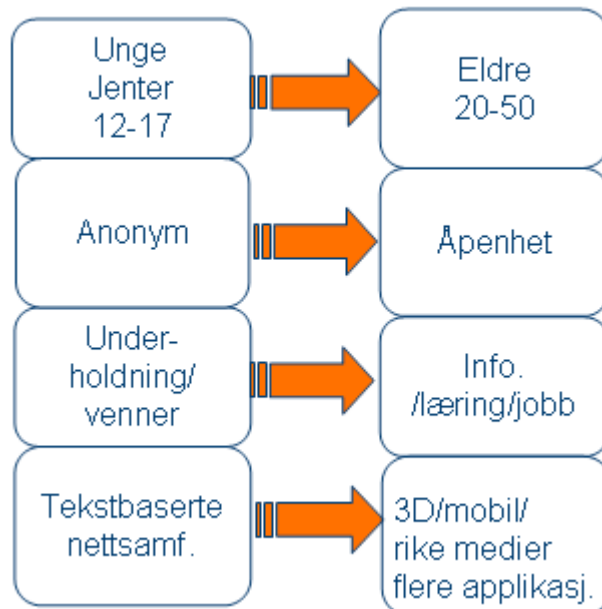
Totalt sett viser denne oversikten av nettsamfunn at vi står overfor en revolusjon i medie verden hva angår nettverk, innholdsproduksjon og innholdsdeling mellom mennesker. Seksjonen nedenfor beskriver trendene i mer detalj.

4.2 Trender innen nettsamfunn

Flere observasjoner tyder på at nettsamfunn og bruken av dem er i endring. I følge Jenny Preece (2000) defineres nettsamfunn av mennesker, et sett felles normer, en hensikt og en teknologi. Våre observasjoner viser at disse fire aspektene er i endring, noe som også er dokumentert i en artikkel av Brandtzæg og Heim (2008), som vist i figur 4.

* En oppdatert internettside hvor én eller flere forfattere ytrer synspunkter og forteller om verden om det som skjer, referer ofte til andre nettsider. Det finnes i dag flere skreddersydde og gratis tilgjengelig bloggverktøy som blogger.com, blogspot.com og vgb.no

** Oversikt over sosiale bokmerketjenester <http://nettpublisering.com/sosiale-bokmerker-web20/>



Figur 4. Trender i nettsamfunn (Brandtzæg og Heim, 2008)

1. Brukerne av nettsamfunn går fra å være yngre til å også inkludere bredere lag av befolkningen. Per 1. mai 2008 har vi via Facebook funnet at cirka 170 000 av de i alt 1,136,520 norske medlemmene på Facebook er over 35 år. Videre, mener ComScore Media Metrix (Lipsman, 2006) å se en endring i retning av en eldre medlemsmasse i typiske amerikanske nettsamfunn som MySpace og Facebook. Konklusjonen er at alderssammensetningen i nettsamfunn gjenspeiler den generelle internettbefolkningen. Eons (www.eons.com) og SagaZone (www2.saga.co.uk) er eksempler på utenlandske nettsamfunn som nå har eldre over 50 år som målgruppe. I følge en SINTEF-undersøkelse fra mars 2007 var det over 1 million mennesker i Norge som brukte nettsamfunn daglig eller flere ganger i uken, men majoriteten av brukerne er yngre enn 30 år (Brandtzæg og Heim, 2007). Dette går også tydelig frem i oversikten av nettsamfunn over, hvor de fleste nettsamfunnene har målgruppen 15 til 25 år. Selv om dette er den mest aktive gruppen nettsamfunnsbrukere ser vi likevel tendenser til viktige demografiske endringer.
2. Normen var tidligere å være anonym i nettsamfunn og i blogger ved å bruke kallenavn eller såkalte «nick». Nå oppfordrer stadig flere nettsamfunn sine medlemmer til å være åpne rundt sin identitet. I nettsamfunnene Underskog, Origo og Facebook er det for eksempel vanlig å stå oppført med bilde av seg selv, riktig navn og generell kontaktinformasjon som e-post, telefonnummer og adresse. Origo har tatt enda ett skritt, ved å oppfordre sine medlemmer til å identifisere og å bekrefte sine offisielle samfunnsroller (utenfor nettsamfunnet) slik at alle får klarhet i om informasjon som spres og innlegg som skrives er noe som menes av ordføreren i Stavanger eller av en saksbehandler Førde kommune. Origo begrunner det således: «For å unngå at folk uttaler seg på vegne av partier og organisasjoner på falske premisser har vi innført en mulighet til å få kontrollert og bekreftet offisielle roller i organisasjoner». Per 8. august 2008 hadde 921 medlemmer fått bekreftet sitt virkelige navn. 745 kan signere bidrag med offisielle roller i partier, bedrifter eller organisasjoner. 10715 kommentarer og innlegg er signert med en bekreftet rolle. Likevel, i de fleste nettsamfunn og nettsteder for brukerskapt innhold er ikke konvensjonen å stå frem med fullt navn.

I stedet benyttes brukernavn eller nick. Dette er også i tråd med anbefalinger om nettvett gjennom offentlige kampanjer som dubestemmer.no. Samtidig kan en anonymitetskultur ha konsekvenser også på kvaliteten i innholdet som deles på Internett. En uformell analyse av innlegg på bloggen «NRK-beta» fant at kvaliteten på det brukerskapte innholdet er større når folk bidrar med innhold under fullt navn. Anonyme brukere derimot, bidro med mindre relevant og generelt dårligere innhold (Solstad, 2008). Andre studier viser at åpenhet om brukernes identitet skaper bedre forutsetninger for pålitelig innhold og kommunikasjon mellom brukere på Internett (se f.eks. Kelly, Sung, & Farnham, 2002).

3. Hensikten er ikke lenger bare underholdning og småprat i nettsamfunn, det begynner også å dreie som politikk, læring, jobb og informasjon (Brandtzæg, 2007a). Hensikten med bruk synes ofte å ta utgangspunkt i et tema/interessefelleskap hvor man deler innhold seg i mellom. Det kan i tillegg se ut som om det etter hvert er vokst frem en del nettsamfunn som er rettet mot et spesielt tema/interessefelleskap som film, religion, bøker og musikk. De mest populære nettsamfunnene er imidlertid de med en mer generell overordnet profil som Facebook og Nettby, hvor det heller ligger muligheter for brukerne å skape grupper innad i nettsamfunnet. Når nettverkene er store nok, kan en møte på grupper med unike kunnskaper og kompetanse som man trenger der og da. Nettsamfunnene fungerer da som kollektiv intelligens eller massenes kunnskap. For eksempel kan du på Underskog legge ut problemstillinger og påstander i blogger. På kort tid vil flere kompetente mennesker besvare disse med relevante innlegg og henvisninger til artikler og annet innhold på nettet (Brandtzæg, 2007b).
4. Teknologien er i kontinuerlig endring. Nettsamfunnene er blitt rikere og mer interaktive i den forstand at de består av en mer avansert multimodalteknologi som video, bilder og lyd, samt en kombinasjon av flere applikasjoner og tjenester i en og samme løsning (mashupløsninger*), og 3D teknologi. Det mest velutviklede eksempelet på det siste er 3D nettsamfunnet SecondLife.

4.3 Oppsummering og betydning for offentlig IKT-politikk

Samlet sett indikerer disse trendene at offentlig IKT-politikk i større grad en noensinne har mulighetene for å ta i bruk og nyttiggjøre seg av både nettsamfunn og brukerskapt innhold:

- * **Mot en mer variert brukermasse.** Flere bruker nettsamfunn, men majoriteten er fortsatt den yngre delen av befolkningen selv om vi ser en utvikling mot en bredere del av befolkningen.
- * **Interesser og livsstil:** Antall nettsamfunn øker hurtig. Stadig flere nettsamfunn er koblet opp mot folks interesser og livsstil. Mange gjenspeiler også nytteaspekter som for eksempel studieveiledningsnettsamfunnet kaskjer.no.
- * **Mer åpenhet, mindre anonymitet og mer kvalitet:** Nettsamfunn appellerer i større grad enn tidligere til dialog og diskusjon basert på åpne premisser, hvor det å skjule sin identitet er blitt mindre vanlig. Dette kan innebære både større synlighet, men også mindre trakassering og mer kvalitetsinnhold.

* Mashup er en enkel integrasjon av innhold og tjenester fra flere kilder i en og samme løsning (eks. TheyWorkForYou.com).

- * **Mer variert bruk:** Nettsamfunn brukes til mer varierte formål, noe som kan innebære at de også kan være en egnet arena for offentlig informasjon. Nettsamfunn er nå mer integrert i brukernes liv og hverdag, og ikke kun nettsted for virkelighetsflukt og underholdning.
- * **Høyere kunnskapsnivå og økt kompetanse:** Gjennom nettsamfunn får deltakerne erfaring med innholdsproduksjon på en uformell og morsom måte. Denne kompetansen kan det offentlige nyttiggjøre seg av. Samtidig er det viktig å inkludere alle i det digitale nettverkssamfunnet (slik som det også understrekes i blant annet Stortingsmelding 17, 2006-2007). Se også rapporten Nye nettfenomener. Staten og delekulturen for lignende diskusjon av digital kompetanse og deltakelse i nettsamfunn (Storsul et al., 2008).
- * **Kombinasjon av forskjellige data i nye kontekster:** Teknologien muliggjør spredning og nyttiggjøring av kommunikasjon og informasjon gjennom rike og mobile medier. I tillegg kan man i dag gjøre «innhold/informasjon/tjenester» mer nyttig for brukerne ved hjelp av såkalte «mashup» løsninger hvor integrering av ulike data kilder og tjenester inn i en og samme løsning.
- * **«Six degrees of separation» og svake bånd:** Nettsamfunn kan enklere bringe folk sammen og slik gjøre verden mindre. I følge hypotesen om «six degrees of separation» (se for eksempel Barabási, 2003 og Rasmussen, 2008 for diskusjoner) kan vi nå hvilken som helst person på planeten gjennom seks venneledd, eller kanskje mer presist kontaktledd. Six degrees of separation understreker at vi alltid kjenner noen som kjenner noen. Slik sett har den likheter til Granovetters studie og teori om svake og sterke bånd (Granovetter, 1973). Et av Granovetters hovedpoenger er at de svake båndene («kontakter»/mennesker vi ikke har nære sosiale relasjoner til) har stor verdi, fordi disse menneskene er del av andre fellesskap og dermed sitter de også på annen kunnskap enn vår umiddelbare sosiale sfære. Det er nettopp disse poengene nettverkstjenester kan utnytte og forenkle: vi kan bygge og opprettholde store sosiale nettverk og igjennom dem få den informasjonen vi trenger (eller ikke visste at vi trengte).

Oppsummerende: Både brukerbetingelser og teknologiske muligheter innen nettsamfunn og BSI gjør det hensiktsmessig å bruke dette som arena også for offentlig informasjon. Seksjon 6 skal undersøke grunnlaget for dette empirisk.

5. Deltakerkulturen på Internett og demokratiet

Formålet med denne seksjonen er å redegjøre for hvordan det offentlige kan dra nytte av deltakerkulturen i nettsamfunn til å fremme demokratiske «hverdagsprosesser».

Den økte bruken av nettsamfunn skaper forventninger om en politisk virkning - at det kan fremme demokratiske «hverdagsprosesser» i samfunnet generelt. Motivasjonen for å delta i nettsamfunn er primært sosial, men det eksisterer også et politisk potensial. I denne rapporten finner vi indikasjoner på nettopp det: Seksjon 4. viser at aktiviteten i nettsamfunnene er variert og gjenspeiler og forsterker aspekter ved det «virkelige liv». En studie i denne rapporten som beskrives i seksjon nr. 6 viser at vel 17% av nettsamfunnsdeltagere bruker nettsamfunn til å forstå politiske hendelser. En annen nettsamfunnsstudie med tall fra 2007, av Brandtzæg og Heim (forthcoming, 2009), rapporterer at 11% av nettsamfunnsbrukerne anser nettsamfunn som viktige arenaer for å kunne ytre politiske standpunkt.

Samfunnsdeltagelse og politisk aktivitet er derfor tilknyttet nettsamfunnsbruk. Nettsamfunn gir den alminnelige borgere unike muligheter og erfaringer med debatt, innholdsproduksjon og samfunnsdeltagelse i en offentlig sfære. Kunnskapen og kompetansen som utvikles gjennom deltakelse på nettsamfunnsarenaer kan derfor ha et demokratisk potensial, men det kan også skape økte skiller i befolkning, samt skape uheldige meningsgettoer*.

Den politiske bruken og generelle samfunnsdeltagelse i nettsamfunn reflekteres i politiske grupper i Facebook og debatter i diverse blogger. Likevel, kan myndighetene være med å påvirke utviklingen i en enda mer demokratiserende retning. For eksempel kan det offentlige legge til rette for større likhet i tilgang, kompetanseutvikling (særlig i skolen) og politisk oppfølging av grasrotsinitiativer. For selv om det er fristende å lese inn en demokratiserende essens i nettsamfunn, er teknologien også sosialt formet. Nettsamfunn i seg selv er nødvendigvis ikke demokratiserende, men kan på den annen side være med på å senke terskelen for deltagelse i en offentlig kontekst.

5.1 Demokratimodeller

Det finnes en rekke demokratimodeller og forsøk på å skille mellom demokratiserspektiver (se for eksempel Ess, 1996; Hagen, 1992; Storsul, 2002; van Dijk, 2005). Den mest relevante i en norsk kontekst er den liberale demokratimodellen, som kombinerer politiske rettigheter og formelle prosedyrer med et fokus på borgernes reelle muligheter i det politiske samfunnet (Storsul, 2002). Den liberale modellen fokuserer i stor grad på eksplisitte politiske prosesser. Fokuset for denne rapporten er derimot ikke det politiske valgsystemet eller engasjement blant velgere, men aspekter som gjerne understrekes i deltakerdemokratiske og deliberative demokratimodeller. Det er «hverdagsdeltakelsen» og den engasjerte borgeren som vi ønsker å diskutere. Dette understreker nettopp betydningen av aktive borgere. Demokratiet er gjennomgripende på alle samfunnsnivåer, og alle berørte parter i demokratiske prosesser bør få mulighet til å fremme sitt syn eller dele sine erfaringer.

Når «alle» i prinsippet kan bli medieprodusenter fremstår den deltakerdemokratiske modellen med fokus på aktive samfunnsborgere som særlig relevant**. Det gjør også deliberative modeller som understreker betydningen av meningsbrytning og arenaer for samtaler mellom likestilte medborgere (Habermas, [1962] 1989). Der massemediene tidligere nærmest har hatt monopol på å sette dagsorden og premissene for den offentlige debatten, er håpet at nettmедier åpner opp for medborgernes egne initiativer og erfaringer. Det er ikke første gang en slik optimisme dukker opp. Nye kommunikasjonsformer har ofte ført til en oppblomstring av teorier om teknologiens demokratiserende kraft (gitt at teknologien faktisk gjøres til et redskap for folket og ikke en dominerende elite) (Brecht, [1930] 1974; Enzensberger, [1970] 2003). Troen på nettets demokratiserende muligheter var særlig sterk under 1990-tallet (se for eksempel Benkler, 2006 for en diskusjon). Men med utbredt tilgang og økende IKT-kompetanse i befolkningen er nok mulighetene i dag mer reelle enn noensinne. Den alminnelige borger er i stor grad en informasjonsprodusent, selv om det også eksisterer store digitale skiller, mellom de som kan produsere informasjon på Internett og de som ikke kan.

* Nye medier kan innebære en fare for meningsgettoer, der man kun dyrker informasjon som støtter opp om egne interesser og egne meninger i følge Sunstein (2007). Les mer om dette i seksjon 9.

** Den deltakerdemokratiske modellen understreker også betydningen av direkte deltakelse i politiske beslutningsprosesser. Rapporten fokuserer som sagt ikke på denne delen av det politiske systemet.

5.2 Deltagerkulturen og digitale skiller

Deltagerkulturen på Internett generelt og i nettsamfunn spesielt bør understøttes gjennom den offentlige IKT-politikken. Eventuelle strategier må sees i sammenheng med utfordringer knyttet til digitale skiller i befolkningen. Digitale skiller handler ikke lenger kun om tilgang, men også om tilgjengelighet og kompetanse til deltakelse i nye medier. En slik deltagelse krever høy grad av digital kompetanse og formidlingsevne. Å havne utenfor har kanskje enda større konsekvenser enn tidligere. Informasjon, tjenester og samhandling flyttes i rekordfart ut på Internett. Strukturelle ulikheter gjenspeiler seg på nettet, og den største utfordringen er å motivere de usynlige medborgerne til å delta: «Rather than fantasizing about how social network sites will be a cultural and democratic panacea, perhaps we need to focus on the causes of alienation and disillusionment that stop people from participating in communal and civic life» (boyd, 2008: 115-116). Selv om danah boyd her uttaler seg om det amerikanske samfunnet, er utfordringen den samme i en norsk kontekst: til tross for at de teknologiske mulighetene åpner opp for at «hvem som helst» kan bidra i samfunnsdebatter og med egne erfaringer, er det ikke gitt at alle griper denne muligheten. En av de mest relevante utfordringene i så måte er å inkludere folk med lavere utdanning og eldre befolkningsgrupper, som i dag ikke alltid opplever at den nye teknologien er tilpasset deres behov.

5.3 Oppsummering

Denne diskusjonen kan oppsummeres slik:

- * Nye netjtjenester kan utvide mulighetene for allmenn deltagelse og debatt.
- * Det er likevel ikke gitt at alle griper muligheten til samfunnsdeltagelse i nettsamfunn. En konsekvens kan være at digitale skiller og skiller i befolkningen generelt utdypes snarere enn utjevnes.
- * Nettsamfunn har et demokratisk potensial, men allmenn samfunnsdeltagelse fremmes best gjennom en aktiv offentlig IKT-politikk med fokus på å øke den generelle digitale kompetansen i befolkningen, i tillegg til å sikre tilgang til alle på Internett og de nødvendige webbaserte tjenestene.

6. Undersøkelse - brukeratferd, brukerskapt innhold og offentlig informasjon

Denne seksjonen beskriver deler av en studie gjennomført i prosjektperioden. Studien er koordinert og finansiert med støtte fra SINTEF-prosjektene RECORD (finansiert av Forskningsrådet) og CITIZEN MEDIA Social Change (delfinansiert av EU, IST, FP 6).

6.1 Metode

I mai 2008 ble det gjennomført en studie av 2000 deltagere, landsrepresentative nettbrukere for alderen 15-75 år. Studien ble gjennomført som en spørreskjemaundersøkelse på Internett (Questback) av Norstat.

Alders- og kjønnsfordelingen, samt geografi og utdanning skal være landsrepresentativt (se vedlegg for detaljer). Det antas at utvalget har en svakhet knyttet til at det kan inneholde en overvekt av teknologiinteresserte brukere, siden utvalget er trukket ut i et Internettpanel og ikke et telefonpanel. Svarprosenten for undersøkelsen var på 71 prosent.

Spørsmålene i spørreskjemaundersøkelsen ble utarbeidet av SINTEF med tanke på å belyse problemstillingen i eBorger2.0 prosjektet, i tillegg til spørsmål om bruk av nettsamfunn generelt.

I hovedsak gjorde vi følgende:

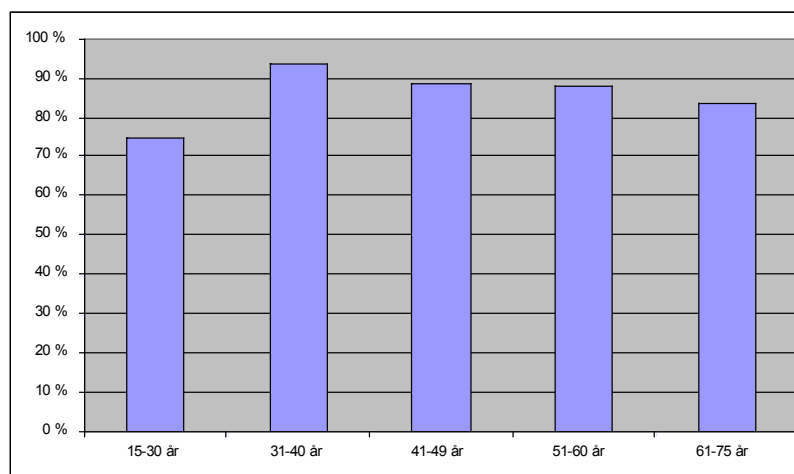
1. Kartla folks bruk, opplevelse av tilgang til offentlig informasjon både fra offentlige myndigheter og i andre brukerskapte fora og hvordan dette skiller seg på tvers av aldersgrupper.
2. Undersøkte hvorvidt det finnes en deltagerkultur og en vilje til å produsere og dele informasjon med andre og for å hjelpe andre i viktige spørsmål.
3. Kartla interessen for tilgang til offentlig informasjon i nettsamfunn.

6.2 Resultater

Analysene som presenteres i denne rapporten er kun deskriptive.

6.2.1 De fleste benytter seg av offentlig informasjon på Internett

Har du i løpet av siste halvår skaffet deg informasjon fra offentlige myndigheter (for eksempel om skatt, valg, barnehagetjenester, trygdetjenester etc.) via internett?

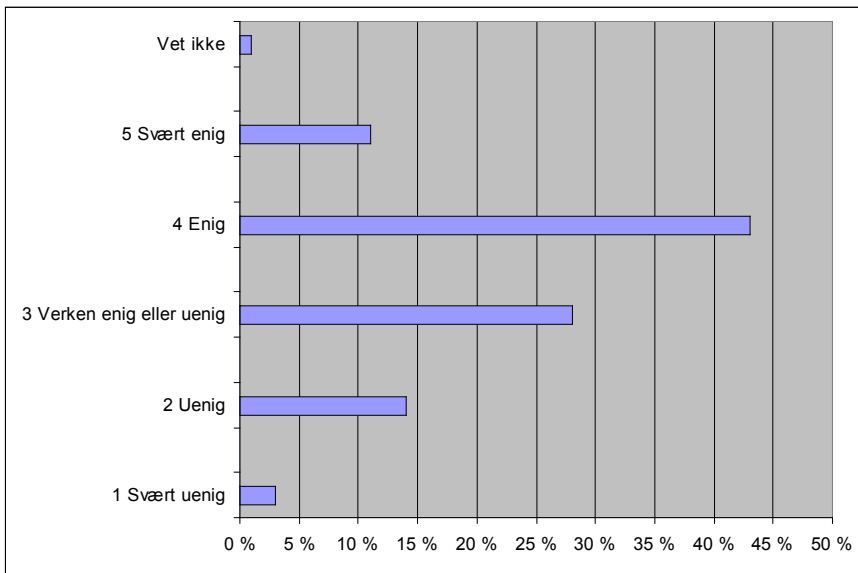


Figur 5. Antall i prosent som har skaffet offentlig informasjon på Internett

Figur 5 viser at det er borgere i alderen 31-40 år som er mest aktive (94%) til å finne offentlig informasjon på nettet. De i alderen 15-30 er minst aktive (75%). Det er viktig å merke seg at tallene kun er representativ for nettbefolkningen.

6.2.2 De yngste brukerne er minst fornøyd med offentlig informasjon på Internett

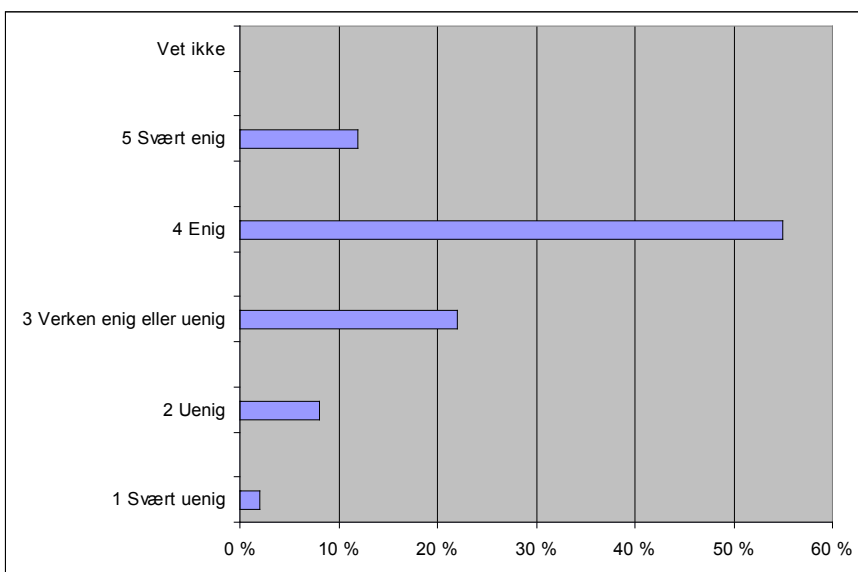
Vi ønsket å se på grad av enighet knyttet til forskjellige påstander om offentlig tjenester på Internett. Kun brukere som svarte «ja» på at de hadde funnet offentlig informasjon på nettet siste halvår ble spurt. Vi spurte om grad av enighet om offentlig informasjon var enkelt og raskt å finne frem til og om den var lett forståelig. Følgende spørsmål ble stilt: *Hvor enig eller uenig er du i forhold til følgende påstander (enkel og rask å finne fram til/informasjonen var lett forståelig) om den informasjonen du innhentet fra det offentlige?*



Figur 6. Svar på påstanden: «Informasjonen var enkel og rask å finne fram til»

17 prosent av nettbefolkningen (som har svart «ja» på at de har skaffet offentlig informasjon på nett) oppgir at de er uenig i at den offentlig informasjonen er rask og enkel å finne frem til. De aller fleste (54%) er imidlertid enig eller svært enig i at den er rask og enkel å finne frem til. Det er faktisk de yngste brukerne i alderen 15-30 år som oppgir oftest å være uenige (16%) eller svært uenige (7%) i at det er enkelt og raskt å finne offentlig informasjon på nettet. Blant brukerne mellom 61-75 år er færrest uenig (11%) eller svært uenig (1%) i dette (se vedlegg for detaljer).

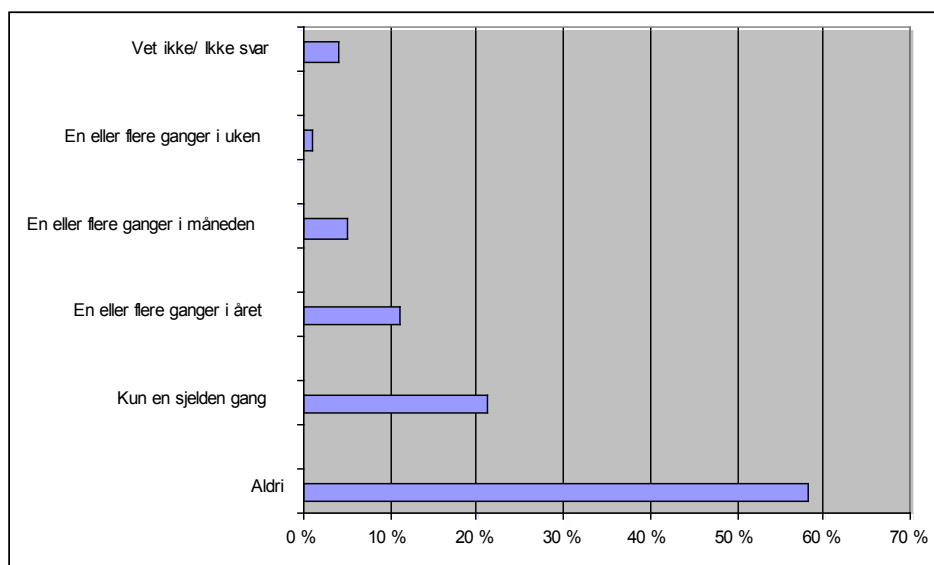
I figur 7 under ser vi at det er 10 prosent som rapporterte om at de var svært uenig (2%) eller uenig (8%) i at informasjonen var forståelig. 67 prosent var enig (55%) eller svært enig i at den var forståelig. Igjen er det de yngste brukerne i alderen 15 til 30 år som er klart minst fornøyd. 18 prosent er uenig (14%) eller svært uenig (4%) (se vedlegg for detaljer). Grunnen til at yngre brukere skårer lavest på om de synes offentlig informasjon er enkel, rask og forståelig er nok at dette er den mest kresne brukergruppen. De bruker Internett oftest og blir fortore utålmodig på nettet enn de eldre. Yngre brukere forventer også mer brukerdeltagelse og interaktivitet (se Brandtzæg, 2007).



Figur 7. Svar på påstanden: «Informasjonen var lett forståelig for meg»

6.2.3 17 prosent har skaffet seg offentlig informasjon i brukerskapte fora på Internett flere ganger i året eller oftere

For å få mer informasjon om hvordan Internettbefolkningen skaffer seg offentlig informasjon og om dette også foregår i brukerskapte fora spurte vi følgende spørsmål: *Har du benytter nettsamfunn, blogger eller diskusjonsforum for å få informasjon om offentlige tjenester som skatt, barnehage, skole, trygd, helse etc.? (skala fra 1-5, aldri til en eller flere ganger i uken).*

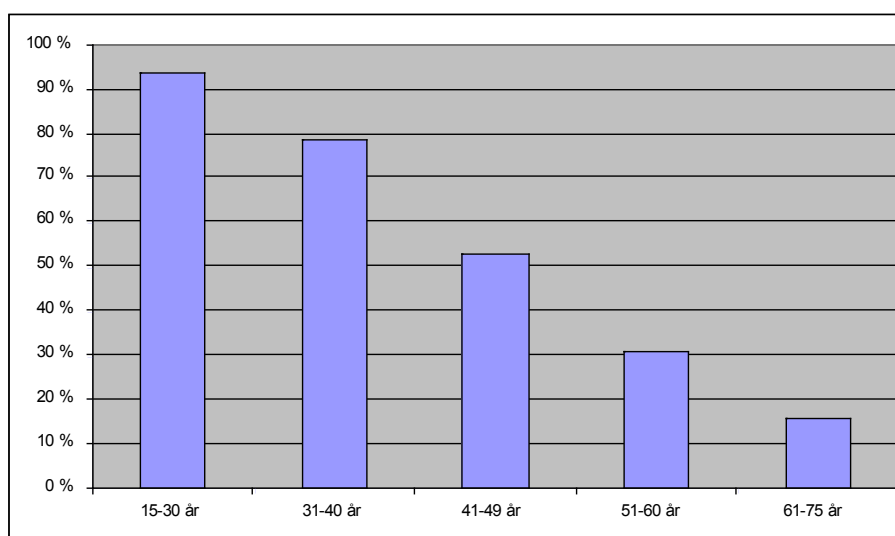


Figur 8. Andel som rapporterer om de har hentet offentlig informasjon i brukerskapte fora på Internett i %

Cirka 80 % av deltagerne svarer aldri, en sjelden gang eller vet ikke. 17 prosent av befolkningen gjør dette flere ganger i året eller oftere. Ikke overraskende så er det de yngre aldersgruppene som er mest aktive.

6.2.4 Aldersfordeling nettsamfunnsbrukere

53 % av nettbefolkningen i dette utvalget svarte Ja på at de benyttet nettsamfunn. Spørsmålet som ble spurt var følgende (det samme som SSB Mediebarometeret benytter): *Har du noen gang brukt internett til å delta i nettsamfunn som for eksempel MySpace, Facebook, Nettby eller Blink?*

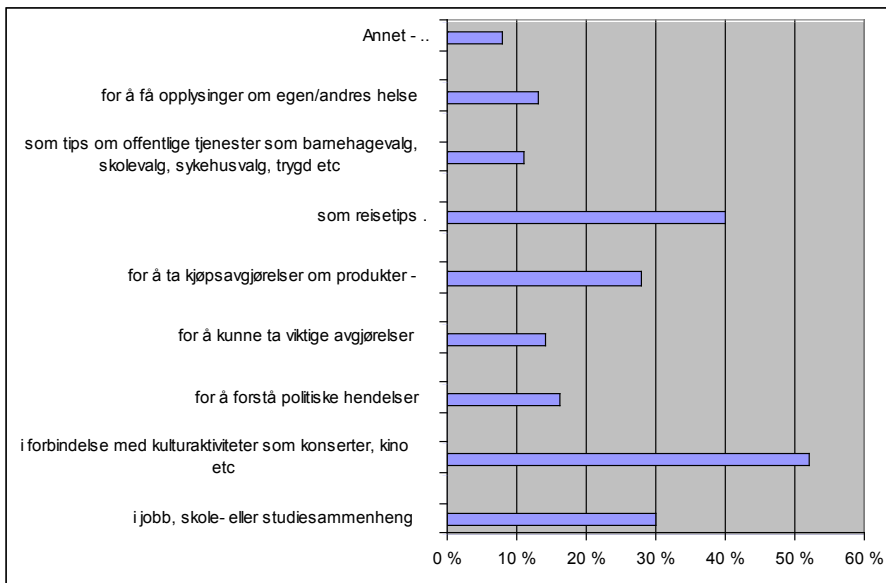


Figur 9. Andel som bruker nettsamfunn (utvalg nettbefolkningen).

Ikke overraskende er det i alderen 15-30 flest nettsamfunnsbrukere, hele 94 %. Det er kun 16% i alderen 61-75 som noen gang har bruk Internett til å delta i nettsamfunn.

6.2.5 Nettsamfunnsbrukere finner nyttig informasjon i nettsamfunn

Som vist i seksjon nr. 4 i denne rapporten finnes det i dag mange ulike nettsamfunn med variert tilgang til informasjon, i tillegg til at nettsamfunnsbrukere i større grad gjenspeiler Internettbefolkningen generelt. Dette gjør at vi forventet å finne nettsamfunnsbrukere som finner nyttig informasjon av ulike karakterer i nettsamfunn. Vi stilte følgende spørsmål: *Har du i nettsamfunn mottatt eller funnet innhold/ informasjon som du har benyttet til følgende?*

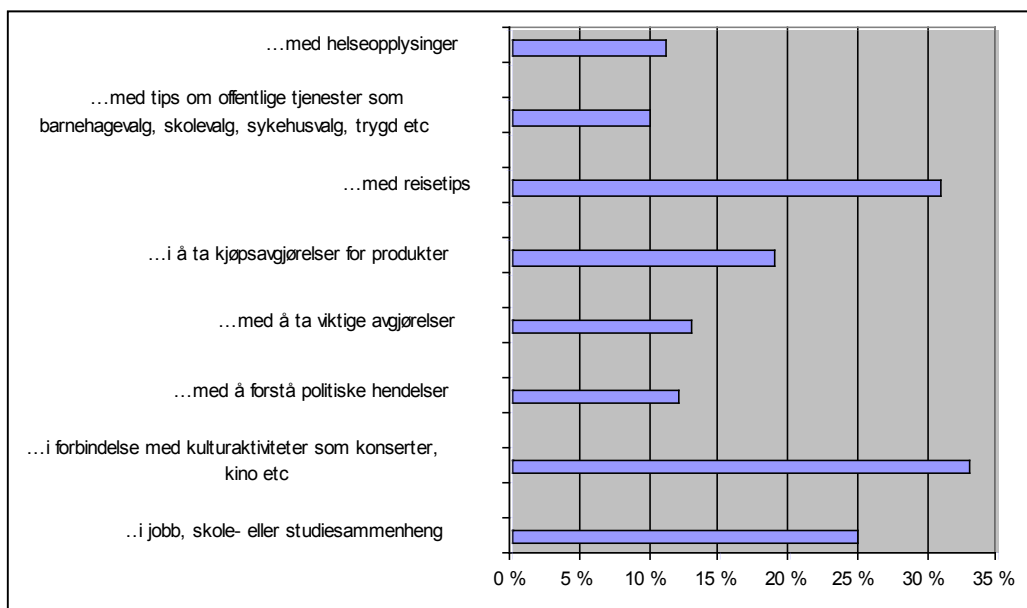


Figur 10. Andel nettsamfunnsbrukere som har mottatt ulike typer informasjon.

Det er mest vanlig å motta informasjon om kulturaktiviteter (53%), deretter kommer reisetips (40%). Det tredje mest hyppige informasjonsemne er relatert til jobb, skole eller studie sammenheng (30%). Deretter følger informasjon relatert til kjøpsavgjørelser (28%) «for å forstå politiske hendelser» (17%), «ta viktige livsavgjørelser» (15%), «opplysninger om egen og andres helse» (14%), «barnehagevalg, skolevalg, sykehusvalg etc.» (12%) og «annet» (8%).

6.2.6 Nettsamfunnsbrukere bidrar mest med tips om reiser og kultur

Har du selv bidratt med innhold/informasjon (tekst, bilder, video) i nettsamfunn for å hjelpe andre..... (Kryss av der du har bidratt med informasjon; flere kryss mulig).



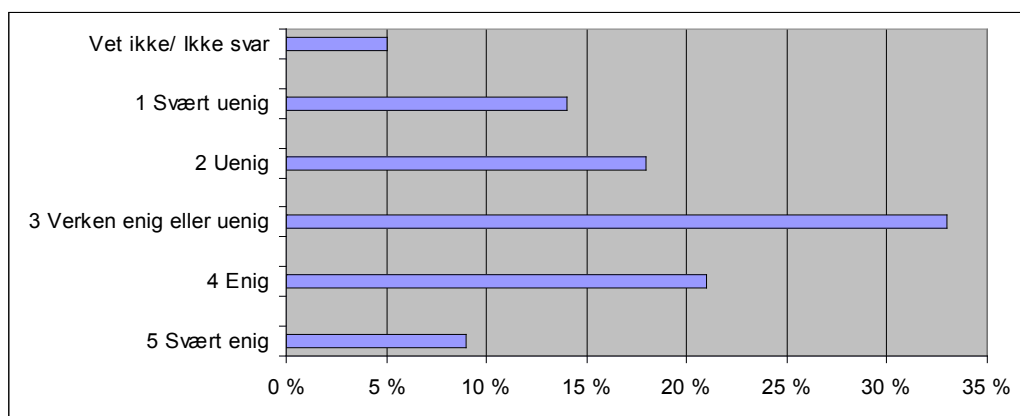
Figur 11. Andel nettsamfunnsbrukere som har bidratt med ulike typer informasjon.

Det er mest vanlig å bidra med informasjon om kulturaktiviteter (33%), deretter kommer reisetips (32%). Det tredje mest hyppige informasjonsemne er relatert til jobb, skole eller studie sammenheng (25%). Deretter følger tips relatert til kjøpsavgjørelser (19%) «ta viktige livsavgjørelser» (13%), «for å forstå politiske hendelser» (12%), «opplysninger om egen og andres helse» (12%), «barnehagevalg, skolevalg, sykehusvalg etc. (10%).

Det er altså ikke overraskende færre av nettsamfunnsbrukerne som bidrar med brukerskapt innhold enn de som konsumerer det.

6.2.7 30% av nettsamfunnsbrukerne synes det kan være nyttig med tilgang til offentlig info i nettsamfunn

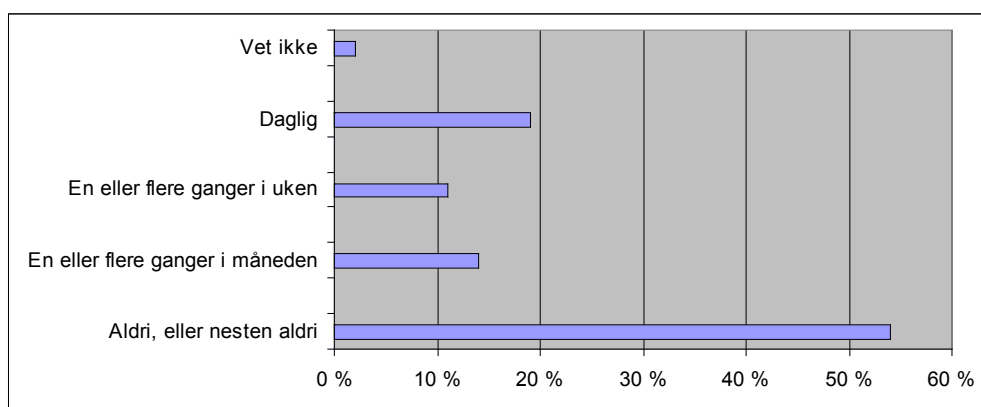
Følgende spørsmål ble spurt til de i undersøkelsen som hadde svart »ja» på at de var brukere av nettsamfunn (53 % av nettbefolkningen): Hvor enig er du i følgende: «Det er nyttig for meg å få tilgang til offentlig informasjon i nettsamfunn» (skala fra 1-5, Svært uenig til Svært enig).



Figur 12. Svar på påstand: «Det er nyttig for meg å få tilgang til offentlig informasjon i nettsamfunn»

6.2.8 Wikipedia eller Facebook?

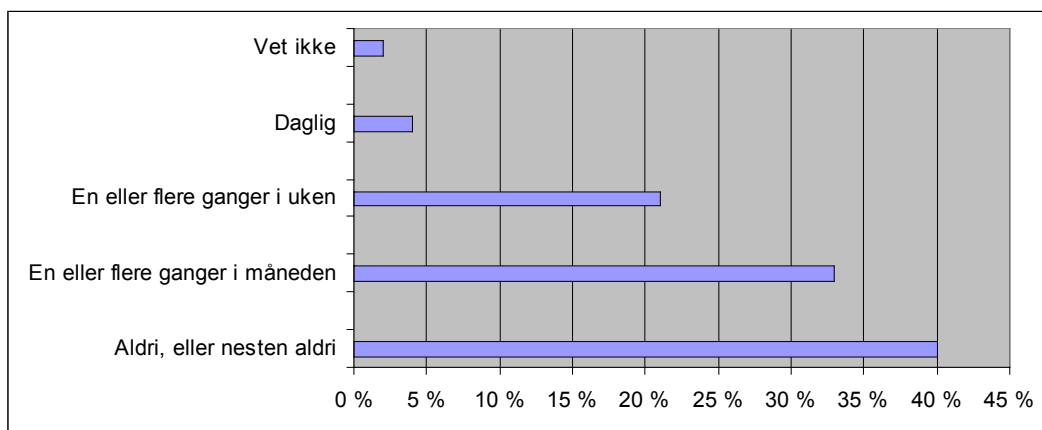
Nettleksikonet Wikipedia og nettsamfunnet Facebook er blant de mest populære brukerskapte nettstedene også blant nordmenn. En kartlegging av hvor omfattende bruken er kan si oss noe om potensialet for norske offentlige tjenester og offentlig informasjon i nye brukerskapte kontekster.



Figur 13. Facebookbruken i prosent

Nesten 20 prosent av nettbrukerne i alderen 15-75 år er innom Facebook daglig, noe som må sies å være en utrolig utbredelse. Over 40 prosent av Internettbefolkningen oppgir at de bruker Facebook. Til sammenligning er det bare 5 prosent som oppgir at de bruker Nettby. Dette kan av mange bli sett på som overraskende få Nettbybrukere. Utvalget i undersøkelsen er imidlertid gjort for å få en normalfordelt spredning av alder, noe som vil «favorisere» nettsamfunn med forholdsvis eldre brukere. Flere av brukerne i Nettby er svært unge,

sammenlignet med for eksempel Facebook. Den store brukermassen på Nettby er yngre (-15 år) enn hva gjennomsnittsalderen er på Facebook. Totalt sett kan dette ha medført til at det er relativt få Nettbybrukere.



Figur 14. Wikipediabruken i prosent.

Wikipedia er også svært populær blant nettbrukerne. Nesten 5 prosent bruker Wikipedia daglig, mens totalt 58 prosent sier de bruker det en eller flere ganger i måneden eller mer.

Sammenlignet med de fleste andre nettstedene står Wikipedia og Facebook i en særklasse. Nettsamfunnet Facebook har som vi så i seksjon nr 4 over 1 million norske medlemmer og Norge er relativt sett den største «Facebooknasjonen» i verden.

6.3 Oppsummering av ny empiri

Undersøkelsen viser at det er vanlig blant de aller fleste nettbrukere å skaffe seg offentlig informasjon på Internett. Samtidig refererer flere også til at de henter ut offentlig informasjon gjennom brukerskapt applikasjoner.

Over 80 prosent av nettbrukerne har skaffet offentlig informasjon på Internett det siste halvår. Rundt 17 prosent er uenig i at det raskt og enkelt å finne frem til denne. De yngste brukerne er minst fornøyd med offentlig informasjon på Internett, antagelig for at disse brukerne er mer kresne enn de eldre, og det faktum at de er vant med en annen form for informasjonsinnhenting på Internett.

17 prosent av nettbrukerne henter offentlig informasjon i brukerskapt fora på Internett regelmessig, flere ganger i året eller oftere. Det er de yngste aldersgruppene som er mest aktive til å finne offentlige informasjon i nye kontekster. Nettsamfunnsbrukere finner også nyttig og variert tilgang til informasjon i nettsamfunn, alt fra kulturtips, reisetips til tips om barnehage og sykehusvalg.

Videre rapporterer 30 prosent av nettsamfunnsbrukerne at det er nyttig med tilgang til offentlig informasjon i nettsamfunn. Wikipedia og Facebook er blant de mest populære brukerskapt tjenestene i dag. Nesten 20 prosent av utvalget i alderen 15-75 år er innom Facebook daglig.

7. Kartlegging av internasjonale trender

Denne seksjonen analyserer internasjonale tendenser og eksempler på best practice. Hensikten er å identifisere tjenester som på ulike måter adresserer hvordan brukerne kan være leverandører av offentlig informasjon og tjenester. Samtidig kan disse eksemplene adressere konfliktlinjer i forhold til muligheter og begrensinger.

De siste årene har det vokst frem flere eksempler på brukerskapte nettverkstjenester drevet av politiske aktører, myndigheter eller såkalte eGovgeeks (dvs. engasjerte brukere som på hobby og frivillighets basis utvikler tjenester for andre borgere).

Listen av denne typen tjenester er for lang til at vi kan ta med alle her. Men vi vil nevne de mer relevante* i fire ulike lister under:

1. Brukerskapte nettverkstjenester drevet av sentrale politikere
2. Brukerskapte initiativer fra myndigheter og offentlig sektor
3. Brukerskapte offentlige tjenester skapt av eGovegeeks
4. Borgerjournalistiske initiativer

Listen relatert til eGovgeeks vil særlig være beskrivende for hvordan fremtidens tjenester kan fungere i ulike kontekster. Vi har valgt å fokusere på denne gruppen siden prosjektet handler om hvordan borgerne selv kan hjelpe hverandre og være leverandører av offentlig informasjon og tjenester.

Tilslutt oppsummeres sentrale rapporter, som er utgitt det siste året.

7.1 Bruken av sosiale medier blant kjente politikere

Kommunevalget i Norge 2007 var et lite og til dels mislykket forsøk på å flytte deler av valgkampen over på Internett. Engasjementet fra de fleste lokalpolitikere var lavt og tilstedeværelsen lite profesjonell (Lüders, 2007). Under valgkampen i 2009 kan vi forvente at politikerne tar i bruk Internett mye hyppigere og da særlig i nettsamfunn (som for eksempel Facebook). Et eksempel på dette er at statsminister Jens Stoltenberg nå nylig har tatt i bruk Facebook**.

Erfaringer fra andre land (spesielt USA) viser at fordelene med å være tilstede i ulike nettsamfunn er betydelige. En ny amerikansk studie av anerkjente Pew Internet (Smith & Rainie, 2008) viser at neste halvparten (46%) av alle amerikanere aktivt har brukt Internett under nominasjonsvalget 2007-2008, både til å oppdatere seg på politiske nyheter og til å dele politiske synspunkter med andre på nettet. Videotjenester som YouTube og nettsamfunn som Facebook har tatt av, særlig blant Obamas tilhengere.

Både YouTube og Facebook er eksempler på forbrukerteknologier som er enkle, billige og effektive måter å fortelle befolkningen hva man som politiker til enhver tid gjør, og hvilke ideer og tanker man har. Fordelen er at kommunikasjon med den enkelte borger oppleves som mer direkte og personlig, samtidig som det kan skape fellesskap, tilhørighet og dialog rundt den politiske agenda, det politiske parti og de regjerende myndigheter og befolkningen. Bruken av denne formen for kommunikasjon gjør også at politikere selv kan styre dialogen og agendaen heller enn massemediene.

Det er særlig britiske og amerikanske politikere som ser ut til å utnytte disse mulighetene ved å etablere og ta i bruk brukerskapte nettverkstjenester som Facebook, MySpace og YouTube og Twitter***. Det siste året har mikrobloggtjenesten Twitter blitt populært blant politikere som ønsker en umiddelbar og mer direkte kommunikasjonskanal til sine tilhengere. Det er derimot store

* Fullstendig samling av ulike tjenester og eksempler finnes tagget og tilgjengelig på <http://del.icio.us/petterbb/FAD>

** Statsministerens Facebookside: www.facebook.com/pages/Jens-Stoltenberg/21646763580

*** Twitter er en gratis sosial nettverkstjeneste og /eller mikroblogging tjeneste hvor brukere kan sende kontinuerlige oppdateringer om hva de gjør (eller såkalte «tweets»; tekstbaserte poster opptil 140 karakterer langt) til Twitters webside, via SMS, Instant Messaging, eller tredjeparts applikasjoner som Facebook eller Twittrific.

forskjeller mellom hvordan ulike politikere (eller politikernes informasjonsmedarbeidere) har tatt i bruk tjenesten. Figuren under viser et skjermbilde av Twitterkontoen til Det hvite hus og Downing Street 10:



Figur 15. Det hvite hus og Downing Street på Twitter.

På Twitter er ikke kontaktlistene nødvendigvis symmetriske slik de er på for eksempel Facebook. Det betyr at hvem som helst kan velge å følge Det hvite hus på Twitter uten at Det hvite hus aksepterer vedkommende eller velger å følge vedkommendes twittermeldinger. Legg merke til at Det hvite hus har en svært skjev fordeling mellom «Following-profile» og «Followers-profile». Det hvite hus bruker Twitter som en enveiskanal, eller roper til de (relativt få) som har valgt å følge med på den amerikanske presidentens gjøremål. Gordon Brown og Downing Street 10 legger derimot til alle som velger å følge med på Downing Street-meldingene og legger slik til rette for en mer symmetrisk kommunikasjon. Dette inntrykket understrekes videre ved at medarbeiderne i Downing Street faktisk tar seg tid til å respondere på spørsmål og kommentarer som dukker opp i Twitters univers.

Det er verdt å merke seg at selv om Twitter har fått stor medieoppmerksomhet det siste året, er det fortsatt i stor grad en kommunikasjonsarena med et begrenset antall brukere. Med 56,196 følgesvenner (per 12. august 2008), er det få som har en større tilhengerskare enn demokratenes presidentkandidat Barack Obama (Obama må se seg slått med knapp margin av grunnleggeren av Digg.com, Kevin Rose*). Men sammenlignet med over 1,3 millioner supportere på Obamas offisielle Facebookside (mot i underkant av 200,000 for McCain), er Twitter fortsatt en liten tjeneste.

Listen under gir et lite inntrykk av hvilke nettverkstjenester ulike vestlige politikere har tatt i bruk. Denne listen er på ingen måte uttømmende:

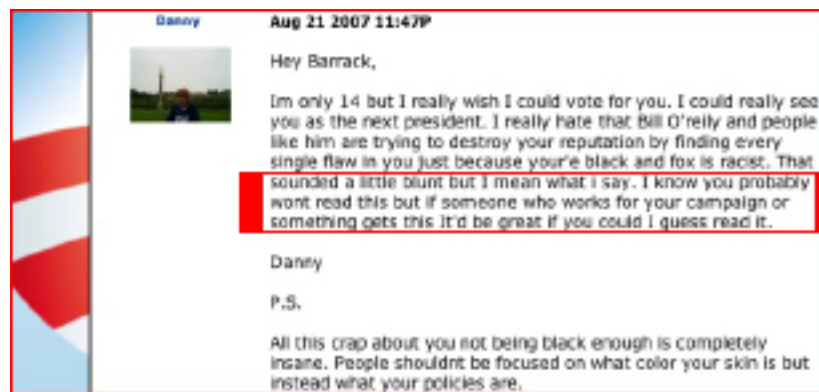
- * Den britiske statsministeren Gordon Brown bruker både Twitter (<http://twitter.com/DowningStreet>) og YouTube (<http://www.youtube.com/10DowningStreet>).
- * USAs president Georg Bush og det Hvite hus bruker Twitter <http://twitter.com/thewhitehouse>.
- * Barack Obama bruker aktivt blant annet Twitter, Facebook, MySpace og

* http://www.twitdir.com/index.php?top=topfollowed&auto_update=on&search=pchere

og Flickr: www.facebook.com/barackobama og www.myspace.com/barackobama.

- * Hillary Clinton bruker Twitter, YouTube og Facebook: www.facebook.com/hillaryclinton?ref=s , www.hillblazers.com og <http://www.youtube.com/hillaryclinton>.
- * Nick Glegg, leder av liberal demokratene i Storbritannia, bruker noe som heter Friendfeed (nyhetsfeed) hvor man blir oppdatert på ulik politisk informasjon via ulike sosiale medier og om hva Nick Glegg laster ned av videoer og hvilket innhold han tagger via sosiale bokmerker på nettet: <http://friendfeed.com/nickclegg?num=30&start=30>.
- * Norske politikere blogget under lokalvalget 2007 blant annet på <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/valg-2007>.
- * Carl Bildt har lenge hatt en innflytelsesrik blogg: <http://carlbildt.wordpress.com>.
- * Jens Stoltenbergs Facebookprofil: <http://www.facebook.com/pages/Jens-Stoltenberg/21646763580>.

I den pågående amerikanske presidentvalgkampen, er det altså Barack Obamas valgkampteam som trekkes frem som den med den mest vellykkete strategien i forhold til bruken av nye medier og særlig nettsamfunn). På Obamas kampanjenettside finnes linker til 16 nettverkstjenester, og hver tjeneste oppdateres kontinuerlig med informasjon om presidentkandidatens valgkamp. Gjennom en slik deltakelse legges grunnlaget for en ganske annen og personlig tilstedeværelse enn det som er mulig gjennom tradisjonelle massemedier. Kontakten med befolkningen oppleves som mer direkte. Samtidig forstår selv yngre borgere hvordan slike tjenester brukes av høyt profilerte politikere (se figur 16):



Figur 16. Fra presidentkandidat Barack Obamas MySpace-profil.

Den kjente nettverksforskeren Rheingold (2008) påpeker at Obama-kampanjens mobilisering av selvorganiserende supportere ved hjelp av nettsamfunn kan representere et tilsvarende vendepunkt for bruken av Internett i valgkamp som Kennedy-Nixon debatten var det for fjernsynet i 1960. På samme måte hevder Phil Noble at Obamas suksess så langt er et resultat av hvordan kampanjen har satset på nettets potensial til å mobilisere på lokalt nivå, både i forhold til å hente inn penger til kampanjen og i forhold til å mobilisere stadig nye frivillige (Schifferes, 2008). Obamas suksess i nettmedierte arenaer bekreftes videre i en undersøkelse av Pew Internet & American Life Project (Smith & Rainie, 2008).

Terskelen for å bidra med tid og penger er lavere i nettsamfunn, og kombinasjonen av ulike nettverkstjenester har vist seg å være en effektiv arena for pengeinnsamling i den amerikanske valgkampen. Demokraten Howard Dean

var i 2004 en pioner i bruken av Internett som kilde til donasjon. I løpet 2007 og 2008 har Obama mottatt hele 7 millioner dollar fra grasrota på Internett. I stedet for å belage seg på hjelp fra store private organisasjoner har Obama gjennom Internett oppfordret folket til å støtte seg med små bidrag som 5 til 10 dollar.

Et viktig poeng er imidlertid at Obamas nettkampanje ikke nødvendigvis er en enkel strategi. Tvert i mot kreves et stort team for å holde Obamas tilhengere oppdaterte i disse nettsamfunnene. Dette er et svært viktig poeng for norske politikere som eventuelt ønsker å ta i bruk nettsamfunn for å skape en mer symmetrisk kontakt med befolkningen. Selv om det selvfølgelig ikke er nødvendig med et like stort apparat som det amerikanske presidentkandidater legger opp til, må nettsatsningen være preget av kvalitet i innhold og i kommunikasjonen med befolkningen.

Den relativt mislykkede satsningen på blogger, Facebookgrupper og videoer på YouTube og Snutter.no under lokalvalgekampen i Norge høsten 2007 er et eksempel på at det er viktig å kjenne sjangeren for denne kommunikasjonsformen. Satsningen var preget av manglende forståelse for hvordan nye nettarener bør brukes, og særlig to problemer pekte seg ut som spesielt sentrale: Amatørmessig innhold og formidling, samt manglende dialog mellom politikere og velgere (Lüders, 25 August 2007).

At bruk av blogger og nettverkstjenester krever ressurser og personlig innsatsvilje er også tydelig i Anne Krogstads (2007) analyse av Kristin Halvorsens blogging mellom 2004 og 2005. Selv om bloggen ga Halvorsen en mer direkte kanal ut til velgerne, var tendensen tydelig: Da valgkampen i 2005 intensiverte seg, ble hovedfokus dreid mot deltakelse i de tradisjonelle massemediene (der hun nådde ut til flere velgere).

I nordisk sammenheng er derimot Carl Bildts blogg et mer interessant eksempel og viser også at det etter hvert kan bli vanskelig å opprettholde en symmetrisk kommunikasjonsprosess med leserne. Bildt opprettet sin blogg i februar 2005. Frem til januar 2007 skrev han på engelsk, men tok etter hvert et valg om å skrive på svensk for å kommunisere mer direkte med sine svenske lesere. Som svensk utenriksminister oppfattet også flere lesere det som et naturlig valg. I begynnelsen svarte gjerne Bildt på lesernes kommentarer til hans blogginnlegg. I dag skjer det sjelden, og det er heller ikke særlig merkelig. Utover våren 2007 fikk Bildt stadig flere kommentarer, ofte opp til flere hundre. Blogger er ikke nødvendigvis symmetriske, men beveger seg mellom den symmetriske mellommenneskelige kommunikasjonen og den asymmetriske massemedierte formen for kommunikasjon (Lüders, 2008a). For politikere har blogging likevel en svært viktig funksjon i og med at de slipper unna massemedienes vinkling og redigering av politiske saker og utspill. Bildt har opprettholdt en svært aktiv bloggeaktivitet og kommenterer internasjonale hendelser omgående.

Det bør imidlertid påpekes at bruken av sosiale medier blant politikere spiller en underordnet rolle i denne rapporten. Likevel speiler dette initiativet interessante aspekter ved medborgerdrevne informasjonstjenester. De politiske initiativene sier noe om hvordan disse fungerer, som igjen sier noe om hvordan offentlig sektor kan utnytte dette i en type informasjonsstrategi hvor borgerne spiller en mer aktiv rolle.

7.2 Brukerskapt initiativer initiert av ulike eForvaltninger internasjonalt

Utvikling av egne informasjonstjenester og brukerskapt nettverkstjenester i eForvaltnings regi er økende. Eksempler på dette er følgende tjenester:

Oxygen

Intranett konstruert som en sosial nettverkstjeneste for forvaltningsansatte under 35 år i South-Australia (Griffiths, 2007)

Ung.no

Integrert informasjonstjeneste som gir unge brukere gode muligheter til å kommentere og bidra med relevant informasjon. Det offentlige bør kanskje også tillegge mer fokus på erfaringer fra Ung.no, som er en 2.0-tjeneste som det offentlige allerede støtter.

Svensk ambassade i SecondLife

Målet med den virtuelle ambassaden har vært å skape en informasjonsportal for Sverige. Man kan ikke motta pass eller visum der, men hjelp til hvordan man skaffer dette i den virkelige verden .

SecondLife er et avansert nettsamfunn, en 3D verden som åpnet i 2003 av LindenLabs. I mars 2008 hadde SecondLife 13 millioner brukere - eller innbyggere. I SecondLife har flere store firmaer som Adidas, Rebook, Sun, og Nissan opprettet virtuelle kontorer.

GovGab (<http://blog.usa.gov>)

GovGab er en blogg som skrives av a Federal Citizen Information Center of the United States of America for å gi borgere en mere uformell info og kommunikasjonskanal. Denne kan også fåes mobilt: mobile.usa.gov*

eCitizen Singapore (<http://www.ecitizen.gov.sg/>)

Singapore er kjent for å ha en restriktiv informasjonspolitikk overfor sine medborgere. Alle medier, inkludert Internettleverandører, eies av staten eller av aktører med tette bånd til det regjerende partiet. Regjeringen kontrollerer tilgangen befolkningen har til nettet og viser ingen toleranse overfor for eksempel kritiske bloggere (Freedom House, 2007). Likevel har Singapore opprettet nettportalen eCitizen, der befolkningen oppfordres til å bli aktive medborgere, gi tilbakemeldinger og forslag.

ePeople Korea

I Sør-Korea kan borgere komme med ulike forslag knyttet til offentlig forvaltning og politikk. Forslag av interesse og som har mulighet for implementering blir gjengitt på nettsiden i små pop-up vinduer, hvor ideen presenteres sammen med navnet til hun/han som postet innlegget. (www.epeople.go.kr/). Målsetningen er å øke den aktive deltakelsen fra befolkningen ved å gjøre det enklere å ytre meninger på en arena der mulighetene for å bli hørt skal være reelle.

CNDP i Frankrike

I Frankrike har man gjennom The French National Commission of Public Debate (CNDP) en innovativ nettside som muliggjør debatt om offentlig prosjekter i Frankrike. Siden tilbyr borgere veldokumenterte forslag om temaer som blir debattert. Borgere kan dermed bli informert og etablere en mening i forkant. Nettsiden har også en kalender om ulike hendelsene og når debatter skal foregå i de ulike byene. Folk kan dermed delta både fysisk og online med sine synspunkter.

* Se også et case studie om denne tjenesten: <http://vivisimo.com/docs/caseusagov.pdf>.

Digital Pioneers i Nederland (<http://www.digitalpioneers.org/>)

Digital Pioneers er ikke én spesifikk tjeneste, men et program for å støtte innovasjonsprosjekter i Nederland. Prosjektet startet i 2002 da Departementet for utdanning, kultur og vitenskap iverksatte et fond der terskelen for å søke om finansiering ikke skulle være for høy. Prosjektet styres av den uavhengige tankesmien KnowledgeLand (<http://www.kennisland.nl/en>), som også står for de til nå 15 utlysingsrundene. 143 prosjekter har fått støtte i de 14 første utlysningene. Et av de mest relevante prosjektene er «Vrag het de politiek» (still spørsmål om politikk), som er inspirert av den britiske tjenesten WriteToThem (se under punkt 7.3). Prosjekteieren hetnieuqestemmen.nl hentet inn kontakttinformasjon og data om politikere og gjorde det således enklere for nederlendere å ta kontakt med politikere.

Debattforum i norske kommuner

I norsk sammenheng er det relevant å trekke frem forskningsprosjektet «IKT og lokaldemokratiet (2003-2007)» (<http://www.iktoglokaldemokratiet.com/>). Bakgrunnen var nettverkssamfunnet og demokratiske utfordringer. I et av underprosjektene diskuteres blant annet bruken (manglende bruken) av fire kommuners debattsider på nettet (Stavanger, Tromsø, Drammen og Førde).

Lokalpolitikkerne hadde store forventninger til deltakelse fra medborgerne, men ble skuffet over den faktiske deltakelsen. Kommunenes debattsider ble lite brukt (Skogerbø & Winsvold, 2008) og de få innleggene som ble postet var preget av det kommunepolitikkerne oppfattet som polemisk og usaklig debatt (Due, 2007). Skogerbø og Winsvold (2008) antyder årsaker til den mislykkede satsningen og peker primært på at lokalmediene allerede fyller arenaen for lokalpolitisk debatt. Videre får innbyggere sjelden svar når de tar opp noe i kommunenes debattfora, og debattsidene ble i større grad oppfattet som en del av den kommunale informasjonsstrategien enn som en integrert del av politikken.

Det er med andre ord ikke tilstrekkelig å sette opp debattsider og vente på konstruktive og «nyttige» kommentarer fra lokalbefolkningen. Arenaer for brukerskapt innhold må gis en relevant og politisk kontekst. Befolkningen må oppleve at deres innlegg, kommentarer og forslag faktisk har en mulighet til å bli tatt videre i politiske prosesser. Forventningene til at debatten alltid skal være saklig og nyttig bør senkes.

MyParl.eu.

Dette er et samarbeidsprosjekt initiert av Europaparlamentet og er tenkt som en sosial nettverkstjeneste for EU-parlamentarikere. Målsetningen er å skape en debattarena for europeiske anliggender.

7.3 Brukerskapt tjenester skapt av eGovgeeks og ikke-offentlige aktører

The internet can help to improve the civic lives of ordinary people, but only if it is based on a different principle. E-democracy should not be primarily about representation, participation, or direct access to decision makers. First and foremost, it should be about self-help (Crabtree, 2007)*.

I følge James Crabtree (2007) handler altså eDemocracy eller eDemokrati ikke nødvendigvis om direkte kommunikasjon mellom deg og meg og beslutningstagere som statsminister Jens Stoltenberg eller finansminister Kristin Halvorsen. Det handler heller om dialog mellom innbyggere, at befolkningen i stor grad kan hjelpe seg selv. At borgerne er en ressurs som kan sees på som en

* Civic hacking: a new agenda for e-democracy (2007) James Crabtree
<http://www.opendemocracy.net/debates/article-8-85-1025.jsp>

offentlig samarbeidspartner og ikke bare en passiv mottager av offentlig informasjon og tjenester. Det finnes m.a.o. et informasjonspotensial for offentlig sektor i å ta skrittet vekk fra tradisjonell enveiskommunikasjon. Dagens brukerdeltagelse i form av informasjonsdeling, brukerskapt innhold og dialog kan og bør utnyttes mye bedre.

I listen nedenfor ser vi igjen at det er britiske og amerikanske tjenester som dominerer. Den britiske organisasjonen MySociety og amerikanske Everyblock er sannsynligvis ledende i verden når det kommer til erfaring med utvikling og bruk av slike tjenester. Tom Steinberg er initiativtaker for MySociety, et velledighetsprosjekt der hensikten er å teste ut nye måter å formidle informasjon, samt å lære opp befolkningen i frivillighet og det offentlige i åpenhet knyttet til informasjon og tjenester.

Følgende tjenester er identifisert:

FixMyStreet.com (Inisert 7. mars 2007, utviklet av MySociety.org)

Denne tjenesten muliggjør diskusjon og innrapportering av forfall og diverse i nabolaget der du bor, som graffiti, søppel, hærverk og lys etc. Se figur 17.



Figur 17. FixMyStreet muliggjør diskusjon og innrapportering av forfall i ditt nabolag.

En tilsvarende tjeneste i norske nabolag burde ha stor sjanse til å bli mye brukt, men suksess over lengre tid krever oppfølging av innrapporterte problemer. Dette er et generelt poeng for alle typer tjenester. Forskningsprosjektet «IKT og lokaldemokratiet» viser at kommunenes debattfora allerede har blitt brukt på en slik måte (selv om debattforaene i liten grad faktisk ble brukt):

Hvem har ansvaret for å fjerne glatte veier fra Shell-stasjonen på Åsen sykehjem i veien Haukåsstubben? (Stavager kommunes hjemmesider, debattforum, 23.1.2006) (Skogerbo & Winsvold, 2008: 53).

NotApathetic.com (Inisert 7. april 2005 utviklet av MySociety.org)

NotApathetic ble utviklet med tanke på å gi mennesker som ikke skulle eller ville stemme i the UK General Election 5. mai 2005 mulighet til å begrunne hvorfor de ikke ønsket å stemme. NotApathetic fikk oppmerksomhet av over 40,000 besøkende i løpet av valget og skapte debatt i flere nyhetsmedier fra New Zealand til Sør-Afrika.

WriteToThem.com (lansert 14. Februar 2005 utviklet av MySociety.org)

WriteToThem.com ett nettsted hvor du kan kontakte representanter som styrer i ditt distrikt i Storbritannia. For å gjøre dette skriver man inn sin postkode, og den vil fortelle deg hvem som er din lokale representant. Har fått pris for å være en god tjeneste som fremmer demokrati.

TheyWorkForYou.com (lansert 6. juni 2004 utviklet av MySociety.org)

TheyWorkForYou er en søkbar versjon av alt som blir sagt i Parlamentet, i tillegg til nyttige sider om og mål på aktiviteten hos ulike parlamentsmedlemmer og lokale medlemmer som jobber for din by, område. Tjenesten er en typisk Mash-up og således avhengig av åpne standarder for å muliggjøre enkel informasjonstapping. TheyWorkForYou henter blant annet informasjon fra Hansard (daglige debatter i House of Commons) (se Dutton & Peltu, 2007). Dette innebærer at også norske offentlige informasjonstjenester bør være basert på åpne standarder for at de skal bli nyttige for eGovgeeks.

E-Petitions.com (lansert 14. november 2006 utviklet av MySociety.org)

10 Downing Street e-Petitions er en tjeneste som gjør det mulig for folk til å henvende seg til statsministeren om ulike spørsmål. Den er laget med en åpen kildekode, for å kunne gjenbrukes andre steder.

I tillegg har MySociety utviklet andre nyttige tjenester som i stor grad støtter opp om kommunikasjon og informasjon mellom befolkning og styresmakter: HearFromYourMP.com og PledgeBank.com.

OpenAustralia.org (lansert i beta 16. juni 2008 av en gruppe frivillige med forbindelser til britiske TheyWorkForYou.). Tjenesten har samme målsetning som sitt britiske forbilde: å gjøre det lettere for den australske befolkningen å følge med på hva som skjer i parlamentet. Slik får medborgerne enklere tilgang til hva de ulike parlamentsmedlemmene faktisk står for.

EveryBlock.com

Et annet stort prosjekt (ved sidene av MySociety prosjektene nevnt ovenfor) er EveryBlock, som er operativt i Chicago, NewYork og San Francisco. EveryBlock er et prosjekt som drives på frivillig basis for å gjøre offentlige data mer tilgjengelige, nyttige og brukervennlige. EveryBlock får tilgang på data fra det offentlige, men kjemper også for at disse dataene skal bli tilgjengelig for alle, ikke bare dem selv. EveryBlock mener det er et poeng at nettopp uavhengige organisasjoner og ikke bare offentlige myndigheter skal utvikle slike tjenester. De mener det offentlig vil skjerpe seg til å frembringe data og gjøre de inspeksjonenes som de skal. De henter/aggregerer enorme mengder data fra ulike kilder, bilder fra Flickr, mistet og funnet fra Craigslist, og restaurant- og kaféanbefalinger fra Yelp, men primært altså fra det offentlige.

Hensikten med EveryBlock er å gi befolkningen tilgang på «hyperlokal» informasjon om bygningstillatelser, kriminalitet, restaurantinspeksjoner etc. Disse dataene er i mange tilfeller tilgjengelig info på nettet, men er ofte gravd ned i offentlige databaser som er vanskelig å finne. I andre tilfeller er den ikke tilgjengelig online.

EveryBlock er forøvrig i konkurranse med andre lignende brukerskapte tjenester som Outside.in. Yahoo's OurCity, og noe som heter YourStreet.com.

YourStreet.com

YourStreet samler og organiserer informasjon fra tusen av lokale nyhetsartikler, blogger og samtaler på nett ned på gatenivå. Igjen et eksempel på hvordan gjenbruk av informasjon kan generere hyperlokale tjenester, nyttig for de som bor i nabolaget. I tillegg kan brukere bli med i konversasjonen, bidra med innhold og legge til sin egen profil i karttjenesten.

WikiCrimes.org

Dette er en tjeneste som lar borgerne selv kartlegge og rapportere inn kriminalitet i Brasil og samtidig identifisere kriminaliteten i en karttjeneste fra Google. Opplegget bygger på samme lest som Wikipedia hvor folk samarbeider om å lage et leksikon, her samarbeider de om å lage et kart over kriminalitet i Brasil. Prosjektet er utviklet på frivillig basis av Vasco Furtado, Professor ved University of Fortaleza, Brazil*.

Wikimetro.org

Dette er et lokalt nettsamfunn som lar andre lokale brukere (som naboer etc.) samhandle og dele lokal informasjon med hverandre basert på wiki-teknologi.

Farmsubsidy.org

Dette er en tjeneste som er laget av uavhengige privat personer for å skape en tjeneste som åpner opp informasjon relatert til hvem som får landbrukssubsidier i EU. Tjenesten gjør det mulig å undersøke alt fra privat personer til større industrier innen for eksempel tobakk og alkohol. Dataene er generert fra 17 av 25 medlemsland, og du kan enkelt brette data ned fra land, region og ned til privatperson. Målet er å skape en mer åpen EU-forvaltning.

U.S. Congress Votes Database

Denne nettsiden hostes av washingtonpost.com og muliggjør åpenhet rundt alle stemmer som er gjort i den amerikanske kongressen siden 1991 (for eksempel 109th Congress senators). Data og informasjon hentes direkte fra flere offisielle netressurser. Siden publiserer RSS feed for hver eneste stemme for hvert enkelt medlem av kongressen og feed for nylige stemmer i alle kammerer. Sidene oppdateres flere ganger daglig. Siden ble laget av Adrian Holovaty i washingtonpost.com og Derek Willis i The Post.

OpenTheGovernment.org

En organisasjon som jobber med å frigjøre offentlig informasjon i USA. Flere nyttige ressurser som er relevante i forhold til hvordan offentlig forvaltning kan åpne opp for informasjonsdata.

PatientsLikeMe.com

PatientsLikeMe (PLM) er et privatfinansiert selskap med målsetning om å hjelpe pasienter til å hjelpe hverandre. Dette er med andre ord et nettsamfunn hvor folk kan dele helse og pasienterfaring med hverandre. Men nettsamfunnet er mer enn en utveksling av pasienterfaringer: Informasjonen som folk legger inn blir fortløpende systematisert gjennom avansert programvare. På denne måten kan pasienten følge med på sin egen sykdomsutvikling og på forventet behandlingsresultat. Man kan bl.a. legge inn (i) Sykdomshistorie, med diagnose og symptomdebut. (ii) Medikamentbruk inkludert startdato, sluttdato og dose. (iii) Symptombeskrivelser.

* WikiCrimes er også beskrevet i en artikkel skrevet av BBC den 15.04.08: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/7347101.stm>

Slike data er mye verdt for legemiddelindustrien, medisinske rådgivere, forskergrupper og nonprofit organisasjoner. Det er også disse dataene som er PLMs største ressurs. Kostnadene ved å drifte nettsamfunnet dekkes av partnere som får tilgang til anonymiserte data fra nettsamfunnet. PLM har følgelig også en utførlig personvernspolicy.

Vi har tidligere understreket en tendens mot at nettsamfunnsdeltakere i økende grad er åpne omkring sin egen identitet (se seksjon 4). For helserelevante nettsamfunn kan det derimot være gode grunner for at deltakere velger å ha en pseudonym tilstedeværelse. Verdien ved å delta er uansett potensielt sett betydelig: pasienter drar nytte av hverandres sykdomshistorier og behandlingsformer, og får videre muligheten til å knytte bånd til andre i samme situasjon (Frost, 2008).

Det finnes også en rekke andre tilsvarende initiativer som det ikke er plass til å ta opp her. Se flere på følgende nettadresse for dette prosjektet: <http://del.icio.us/petterbb/FAD>. Gode eksempler finnes også i rapporten «Web 2.0 in Government: Why and how?» (Osimo, 2008).

7.4 Borgerjournalistikk

Med utviklingen av nettet de siste årene, har massemediene ikke lenger monopol på å formidle (og konstruere) virkelighetsbilder (Lüders, 2008a). Dette kommer både til uttrykk gjennom personlige blogger og nettsamfunn, men kanskje i enda større grad gjennom kollektive borgerjournalistiske prosjekter. Kjente eksempler finnes i boksen under:

OhMyNews

Pioneren blant borgerjournalistiske initiativer er en sør-koreansk nettbasert nyhetstjeneste. OhMyNews begynte å publisere medborgernes egne nyhetshistorier allerede i februar 2000 og har siden vokst til å bli den mest kjente og etablerte borgerjournalistiske nyhetstjenesten i verden. Nettjenesten har hatt en internasjonal utgave siden 2004.

Wikinews

Wikinews er et av Wikipedias søsterprosjekter. Betaversjonen av Wikinews ble lansert i desember 2004. Prosjektet har ikke hatt tilsvarende suksess som Wikipedia.

Indymedia.com

Indymedia ble etablert av uavhengige og alternative medieorganisasjoner i 1999 med den målsetningen å tilby en alternativ dekning av protestene under WTO-møtet i Seattle. Hvem som helst kan opprette en konto og bli bidragsyter. Indymedia kommer også i en norsk versjon (indymedia.no).

ABC Nyheter Borger

ABC Nyheter ble etablert i februar 2007. En viktig del av avisen er ABC Nyheter Borger, der leserne selv kan delta med artikler eller publisere kronikker og debattinnlegg.

Boks 1: Kjente eksempler på borgerjournalistiske prosjekter

Før vi oppsummerer dette kapittelet vil vi gå igjennom noen sentrale og relevante rapporter som er publisert siste året om hvordan web 2.0 teknologier kan anvendes i tilknytning til offentlige tjenester og informasjon.

7.5 Sentrale rapporter om eForvaltning og web 2.0

Følgende fire rapporter som tar for seg offentlige tjenester og web 2.0. trekkes frem som særlig relevante:

1. *The Power of Information*
2. *Government and Web 2.0: The Emerging Midoffice* (Gartner, 2007)
3. *The E-Government Hype Cycle Meets Web 2.0 - Goodbye Portals, Hello Web Services* (Gartner, 2007)
4. *Web 2.0 in Government: Why and how?* (Osimo, 2008).

Under følger korte sammendrag av disse rapportene.

7.5.1 Rapporten «The power of Information»

Ed Mayo og Tom Steinbergs* (2007) rapport *The Power of Information* anbefaler strategier for hvordan statelig forvaltning (i Storbritannia) kan engasjere brukere og operatører av brukerskapte innholdstjenester (eGovgeeks) til et felles samfunns mål om bedre og mer relevant informasjonstilgjengelighet. Videre vektlegges hvordan det offentlige bedre kan legge til rette for gjenbruk av offentlige data slik at disse kan gjenbrukes på nye innovative måter til befolkningens beste over tid. Myndighetene bør støtte tiltak for å øke befolkningens digitale kompetanse (fordi informasjonsmengden er overveldende og ikke alltid til å stole på) og hjelpe ekskluderte grupper til å dra nytte av nettverkssamfunnets fordeler.

Rapporten nevner en rekke eksempler og studier der deling av brukerskapt informasjon har ført til gunstige effekter på befolkning og samfunn.

Anbefalingene går i hovedsak ut på å styrke samarbeidet med private aktører av brukerskapte innholdstjenester. At de enkelte departementene forsøker å kartlegge hvilke tjenester som er relevante for dem, og at de går aktivt inn i disse, samt skape selvhjelpsfora for offentlige tjenester og informasjon. Støtteordninger for ikke-kommersielle aktører, samt at slike aktører får tilgang til offentlige data som de kan eksperimentere med, er også av de mer interessante tiltakene de anbefaler. Detaljert informasjon om samtlige anbefalinger kan leses i rapporten.

7.5.2 Gartner rapportene

De to nye rapportene fra Gartner om eGov og web 2.0 har dessverre vært vanskelig å oppdrive. Foreløpig har vi kun fått tilgang til en forskningsartikkel som omhandler rapportene og en oppsummering. Hovedbudskapet er at store offentlige «alt i ett» portaler vil miste sin betydning. Bruken av disse har også så langt vist seg å være beskjedene. For mange vil det å søke direkte fra Google også være et alternativ til å gå inn for eksempel på Norge.no hvis de ønsker offentlig informasjon.

Gartner ser for seg at offentlige tjenester kan integreres inn i nettsamfunn og andre steder på nettet som ikke er under statlig eller kommunal kontroll. (For eksempel hvis man trenger byggetillatelse, så kan den tjenesten også formidles av banker, forsikringsselskap og lignende som du allikevel må komme i kontakt med i en slik fase). Informasjon skal og kommer til å flyte mellom offentlige og private sektorer i større grad en før.

Det folk i dag bruker som personlige hjemmesider er ikke offentlige portaler (som MinSide eller Norge.no) men sider som matcher vedkommendes livsstil,

* Tom Steinberg er leder for tidligere nevnte MySociety.

preferanser og interesser: For eksempel et nettsamfunn, søkemotor eller avis, altså mer forbrukerorienterte sider. En må derfor spørre seg om ikke offentlige tjenester i større grad bør integreres inn i andre mer «private» løsninger.

Gartner tror at eForvaltning og web 2.0 vil komme for fullt i tiden fremover. Samtidige advarer Gartner mot å kaste seg ukritisk på Web 2.0 bølgen de neste 2 årene. I stedet bør det offentlige satse på noen få kontrollerte og fokuserte prosjekter hvor man kan ha kontroll knyttet til sikkerhet, ID og personvern.

7.5.3 Rapporten *Web 2.0 in Government: Why and How?*

Web 2.0 in Government: Why and How? er en nylig utkommet rapport (mai 2008).

Rapporten har på mange måter samme målsetninger som denne, nemlig å finne ut av hvordan brukerskapt applikasjoner kan bli brukt i offentlig relaterte oppgaver. Basert på en gjennomgang av eksisterende initiativer i offentlig og privat sektor argumenterer den for at denne type applikasjoner kan påvirke både offentlige tjenester og hvordan statsforvaltningen arbeider og kommuniserer seg i mellom. Rapporten nevner i den forbindelse ulike områder som regulering, samarbeid mellom ulike forvaltninger, kunnskapsledelse, tjenestetilbygning, politisk deltagelse og åpenhet, og rettsikkerhet.

Som denne rapporten, trekker den opp ulike case og hvordan web 2.0 alt i dag brukes i enkelte offentlig aktiviteter. Konklusjonen er at denne typen brukerskapt applikasjoner ser ut til å være både et potensielt gunstig verktøy å eksperimentere med, i tillegg til å være trygt. Trygt, fordi denne typen informasjon og spredning av informasjon alt brukes i stor skala, og at fremtiden vil bringe mer bruk av brukerskapt applikasjoner i relasjon til offentlige aktiviteter.

Ifølge rapporten, har derfor ikke myndighetene noe annet valg enn å begynne å ta denne typen informasjonsdeling og -produksjon på alvor. De er nemlig i en posisjon der de ikke kan velge fordi det skjer likevel. Å eksperimentere med denne typen applikasjoner og informasjonsdeling er derfor trolig den tryggeste veien å gå for myndighetene. De fleste applikasjonene er også gratis eller svært billige, noe som gjør eksperimentering enklere. Det er heller ikke bare et spørsmål om å adoptere teknologien. Altså, det å åpne opp en blogg eller en wiki på en offentlig nettside vil ikke i seg selv øke borgernes deltagelse. Det handler i stedet om å gå i retning av en mer åpen og transparent relasjon med brukere. Flere av løsningene som er presentert i denne rapporten (og i denne seksjonen) er implementert gjennom prøve og feilings strategier, i en iterativ utvikling gjennom «beta» løsninger. En slik lærings og utviklingsstrategi kan derfor i følge denne rapporten være gunstig også for statsforvaltningen.

7.6 Oppsummering av internasjonale trender

Borgerne har gjennom ny teknologi fått mer makt og større muligheter til selv å velge og å dyrke egne interesser og nisjer via både tips fra andre brukere og utforsking i et uendelig univers av valgmuligheter. Mulighetene for å finne nisjeinformasjon som er tilpasset den enkelts behov er derfor blitt langt større via nettsamfunn og brukerskapt tjenester. Vi ser altså en trend som kan oppsummeres i 10 hovedtrekk:

1. Brukerdeltagelse
2. Brukerskapt innhold
3. Delekultur mellom borgere
4. Kollektiv intelligens og massenes kunnskap

5. Desentralisering av informasjon og tjenester
6. Tilnærmet direkte kommunikasjon mellom politikere og borgere
7. Personorientert nisjeinformasjon
8. Hyperlokale tjenester
9. Økt åpenhet og tilgjengelig informasjon
10. eGovgeeks som utvikler brukerskapte informasjonstjenester basert på data fra offentlig forvaltning i kombinasjon med annen informasjon og tjenester

Samtidig som innføring av større offentlige IKT-systemer (som f.eks MinSide) ofte kan møte motstand ser vi at forbrukere tar i bruk ulike internetteknologier i stor skala. De er også ofte innholdsleverandører til slike systemer, som Facebook, YouTube, Wikipedia etc. Et åpent spørsmål er om det er mulig å la brukerdrevne systemer (forbrukerteknologi og web 2.0 verktøy) bli integrert i design på offentlige løsninger, for både å fremme bruken av disse og for å gjøre de mer brukervennlige.

En klar trend er økt brukerdeltagelse fra borgere og eGovgeeks innen brukerskapte offentlig informasjon og tjenester. Det lages nye informasjonstjenester ved gjenbruk av tilgjengelig offentlig informasjon i kombinasjon med andre løsninger og informasjon. Dette krever imidlertid enkel tilgjengelighet til data fra offentlig forvaltning. Tilgjengelighet til metadata og data skal vi se nærmere på i neste seksjon.

8. Offentlig forvaltning og datatilgjengelighet

Dette kapitlet gir en rask innføring i status for datatilgjengelighet innen offentlig forvaltning, samt en visjon om hvordan dette bør endres for å muliggjøre gjenbruk av data i nye kontekster for på den måten kunne skape brukerskapte offentlige tjenester. I dette kapitlet refereres det også til et case i dette eBorger2.0-prosjektet: et intervju med Even Westvang og Simen Svale Skogsrud i Bengler (se boks under).

Det er mange fordeler ved å tilby et fritt og åpent datagrunnlag relatert til offentlig informasjon. En av disse fordelene er at kreative privatpersoner, som er teknologiaktører utenfor det offentlige, kan lage nye tjenester basert på datagrunnlag fra det offentlige. Tjenester som det offentlige kanskje ikke hadde tenkt på å lage selv (se eksempler i seksjonene over). Problemet er at data fra offentlig sektor befinner seg i et digitalt, men lukket lappeteppe (se case i boksen under). Det finnes få eller ingen gode mekanismer som muliggjør det å laste ned store datasett, metadata fra det offentlig (kommune og stat) for å kunne skape alternative tjenester som f.eks They Work For You eller EveryBlock. I stor grad er metadata fra offentlig forvaltning ikke-eksisterende.

I samsvar med dette bør det offentlige undersøke mulighetene knyttet til åpenhet for API-er (Application Programming Interface et verktøy som brukes til å utvikle programvare). Altså et økende fokus på Open Source, at kildekoden til produktet eller applikasjonen er fri for alle til å bruke eller endre. Videre, at man undersøker muligheter for remiksing (mashup) av data og kombinasjon av ulike kilder og tjenester (eks backstage BBC og yr.no). Det etterlyses i den forbindelse en mulighet for å for eksempel mikse data fra det offentlige som Statens kartverk og andre offentlige tjenester.

Det ligger enorme muligheter knyttet til åpenhet rundt datainformasjon. Det er derfor en stor fordel om forvaltningen satser på mer åpenhet og tilgjengelighet til offentlige data. Det er videre ønskelig å stimulere til en utvikling i retning av at offentlige data kan bli utnyttet i private informasjonstjenester eller såkalte uavhengige brukerskapte tjenester. Dette krever i hovedsak følgende fra offentlig sektor:

- * Felles og/eller standardiserte publiseringsløsninger for offentlige data, både på statelig og kommunalt nivå.
- * Utvikle gode beskrivende og strukturerte metadata på tvers av offentlige etater som kan promotere åpenhet og tilgjengelighet for offentlig informasjon.
- * Tilgang til effektive verktøy for uthenting av metadata og store datasett også for andre (for eksempel eGovgeeks).

For øvrig må det nevnes at den nye offentlighetsloven (<http://www.lovdatab.no/all/hl-20060519-016.html>) trådte i kraft 1. juli 2008. Dette innebærer at offentlig virksomhet skal være åpen og gjennomsiktig. I lovens formålsparagraf poengteres det videre at loven skal legge til rette for viderebruk av offentlig informasjon. Dette prosjektet må følgelig ses på også i en sammenheng der politiske prosesser skal gjøres så transparente som mulig.

Leder ved Nasjonalt senter for telemedisin, Steinar Pedersen (2007), beskriver IKT-utviklingen i helsevesenet som uten sentral styring. Resultatet er et digitalt lappeteppes med mange, fragmenterte løsninger som ikke kommuniserer med hverandre. Han illustrerer dette ved å vise til at fem regionale helseforetak har kjøpt elektronisk pasientjournal fra tre forskjellige leverandører - uten at det er stilt krav om at pasientopplysninger skal kunne sendes sikkert mellom sykehusene.

Problemet er ikke bare dårlige it-tjenester innad i og på tvers av offentlige etater, men også en fragmentert og lukket digital offentlig informasjonsvirkelighet. Dette ble bekreftet i et intervju vi gjorde i 12. mars 2008 med Simen Svale Skogsrud og Even Westvang i Bengler som driver nettsamfunnene Origo og Underskog. Det er strengt tatt umulig å få tilgang til offentlige data de kan gjenbruke i sine nettjenester. De refererte blant annet til problemer de har hatt i forbindelse med det å få tilgang til kartdata fra Statens kartverk. Disse dataene er utilgjengelige så sant du ikke betaler store penger for dem (betaler per klikk). Løsningen blir da å benytte Google sine kartdata isteden.

Et annet problem de referer til er at det i liten grad eksisterer felles og/eller standardiserte publiseringsløsninger for både stat og kommune. Offentlig informasjon publiseres vilkårlig på word, pdf, html etc. Skogsrud og Westvang etterlyste standardiserte webpubliseringsløsninger for gjenbruk av informasjon. I tillegg viste de til at det er behov for en bedre oversikt over dataene som faktisk finnes. Mye kan imidlertid tyde på at det eksisterer mye data innad i etater som det ikke finnes reelle oversikter over. Det trengs med andre ord metadata som beskriver de eksisterende data. Dette fremheves også av prosjektleder i Karde AS i en artikkel i Computerworld (Solli 13.07.08), som hevder at den største utfordringen for offentlige etater er å utarbeide en løsning for gjøre eksisterende data tilgjengelig og utvikle metadata for dette.

Det er for øvrig ikke slik at det ikke eksisterer offentlige digitale data som i prinsippet kan gjenbrukes. Store mengder offentlige data finnes tilgjengelig i tjenesten «Norge digitalt». Norge digitalt består i hovedsak av offentlige virksomheter som utveksler data- og geodata fritt med hverandre. Problemet er at tjenesten Norge digitalt inneholder data som ikke er tilgjengelig for andre enn offentlige ansatte. Muligheten for gjenbruk av store datasett for andre «ikke-profesjonelle» aktører som ønsker å lage alternative tjenester er derfor ikke tilstede.

Et siste problem, som ble observert i intervjuet med Skogsrud og Westvang, var betydningen av informasjon der du bor, lokale data. Lokalinformasjon var noe de opplevde som kritisk i nettsamfunnet Origo, hvor lokalpolitikere klaget over ikke å bli synliggjort i lokale tradisjonelle medier, samtidig som brukere i små lokale samfunn savnet substansiell lokal informasjon.

Boks 2: Case: Intervju med Skogsrud og Westvang i Bengler

9. Konfliktdimensjoner – muligheter og utfordringer

Som nevnt innledningsvis studerer rapporten hvordan forvaltningen bør forholde seg til nye muligheter og tilhørende utfordringer forbundet med brukerskapte innholdstjenester. Disse mulighetene og utfordringene kan settes opp som en rekke konfliktdimensjoner. De mest sentrale konfliktdimensjonene presenteres i tabellen nedenfor. I det videre arbeidet med å utvikle den offentlige IKT-politikken og fremtidig satsning på nettverkstjenester og brukerskapt innhold, må de problematiske aspektene inkluderes som faktorer. Det er derimot viktig at utfordringene ikke tolkes som uunngåelige. Oppmerksomhet om utfordringene må ikke komme i veien for viljen til å ta sjanser. Få mennesker ville for eksempel på forhånd forestilt seg suksessen til nettleksikonet Wikipedia.

Tabell 2 under illustrerer hvordan muligheter jevnt over følges av tilsvarende utfordringer og antyder dermed at det er svært viktig med videre arbeid for å utforske hvordan mulighetene kan utnyttes og utfordringene imøtegås.

Konfliktdimensjoner	
Muligheter	Utfordringer
<p>Styrker demokratiet</p> <p>Debatt- og ytringsmuligheter, demokratisering og økt deltakelse. Dette bringer politiske prosesser nærmere berørte parter (se seksjon 5).</p>	<p>Ujevn fordeling - fordyper sosiale skiller</p> <p>Dypere digitale skiller, fordi det er de aktive offline som også er aktive online, og fordi deltakelse krever høyt utviklet digital kompetanse. (Dutton & Peltu, 2007; Hansen & Vabo, 2008). Det er derfor viktig at det offentlige fortsetter sitt arbeid med å fremme tilgangen til digitale medier og kompetansen til å bruke disse (jfr. «den digitale allemannsretten» i Stortingsmelding 17, 2006-2007).</p>
<p>Styrker ytringsfriheten</p> <p>Grunnloven § 100 stadfester retten til ytringsfrihet, det innebærer at enhver har rett til å meddele seg til andre. Ytringsfriheten er også stadfestet i Den europeiske menneskerettighetskonvensjonen artikkel 10. Utviklingen de siste årene har utvilsomt styrket medborgernes reelle muligheter til å ytre seg, og også til å faktisk bli hørt i offentlige sammenhenger.</p>	<p>Ytringsfrihetens begrensninger</p> <p>Ytringsfriheten er ikke uten begrensninger: ærekrenkelser, trusler, visse former for pornografiske ytringer, rasistiske ytringer og fredsforstyrrelser er blant annet ikke beskyttet av Grunnlovens paragraf nummer 100 (Bing, 2008; Sejersted, Ytringsfrihetkommisjonen, & Justis- og politidepartementet, 1999). På nettet er det svært enkelt å publisere ytringer som går utover ytringsfrihetens grenser.</p>

Konfliktdimensjoner

Muligheter

Utfordringer

Økt informasjonsutveksling

Det at flere har muligheten til å være leverandør og deler av informasjon og offentlig innhold fører til økt informasjonsutveksling. Det blir enklere å finne relevant informasjon i et språk som er enkelt å forstå.

Manglende innholdskvalitet

En av de mest sentrale utfordringene er innholdskvalitet – vil brukerskapt innhold forringe kvaliteten på offentlig informasjon og kan vi stole på informasjon fra andre borgere? I følge the Digital Future Report fra 2008, har troverdigheten til informasjon på Internett blant amerikanere falt de siste 8 årene. Dette kan antagelig skyldes at flere nettsted drives av ikke-profesjonelle aktører. Men, det kan også være fordi det er blitt større oppmerksomhet rundt kildekritikk på nettet de siste årene. Når vi ser på nettsteder som Wikipedia ser vi imidlertid at viljen til å levere troverdige fakta også er tilstede blant de såkalte «ikke-profesjonelle» aktørene.

Større tillit mellom borgere og myndigheter

Internett fører til hurtig informasjonsflyt og det går enkelt og kjapt å ytre egen mening, noe som kan oppleves demokratiserende. Slik kan nettet føre til en reell maktforskyvning fra de styrende til de styrte. Dette kan bidra til større tillit begge veier. Medborgerne får større tillit til den politiske eliten, og politikere får større tillit til at medborgerne faktisk er i stand til å bidra med nyttig og relevant informasjon.

Brutte forventninger

Politikk kan være en langsom prosess, og det kan følgelig være fare for overhying av hva nye tjenester kan tilby i et demokratiseringsperspektiv. Brukere med høye forventninger kan bli skuffede. Det er derfor viktig å legge til rette for realistiske forventninger. Deltakere bør for eksempel oppleve at deres stemmer og erfaringer lyttes til, men det er selvfølgelig ikke mulig å komme med løfter om at alle bidrag fører til konkrete politiske endringer.

Større valgmuligheter

Store mengder innhold og flere valgmuligheter for den alminnelige borger, også for produksjon og deling av offentlig informasjon.

De rike blir rikere

Nettet gir riktignok alle med tilgang mulighet til bidra og ytre sin mening. Men ikke alle blir hørt av særlig mange. I weblogkretser diskuteres ofte a-liste bloggerne – de få store og etablerte bloggerne med stort publikum. Nettverksstrukturer er ikke nødvendigvis «rettferdige» men følger såkalte «power-laws» (Barabási, 2003): Flesteparten av nodene i et nettverk er små med få linker inn. Disse eksisterer side om side med noen få store nettverkshubber, som gjerne stadig blir mer betydningsfulle i kraft av sin størrelse. De rike blir rikere. Denne nettverksdynamikken er det viktig å ha i mente, spesielt for å unngå at deltakere i nettverksoffentligheter opplever skuffelse tilknyttet dette.

Konfliktdimensjoner	
Muligheter	Utfordringer
<p>Hurtig og fleksibel innholdsutveksling</p> <p>Internett er et hurtig og fleksibelt verktøy, og det er enkelt å kopiere og spre innhold.</p>	<p>Brudd på åndsverksloven</p> <p>Det at digital informasjon er så enkelt å kopiere og videredistribuere stiller store krav til hvordan immaterielle rettigheter (IPR) og åndsverk skal beskyttes.</p>
<p>Åpenhet</p> <p>Normen går mot større åpenhet og mindre grad anonym deltagelse på nettet. Dette gir muligheter for mer pålitelig brukerskapt innhold. (Studier viser at åpenhet om brukernes identitet skaper bedre forutsetninger for pålitelig innhold (se f.eks. Kelly, Sung, & Farnham, 2002).</p>	<p>Personvern</p> <p>Systemer der brukerne registrerer persondata utfordrer problemstillinger knyttet til overvåking, personvern og tillit. Orwels fremtidsdystopi 1984 er vrangsidens som må unngås. Se også «Identity Parade» (The Economist, 14 February 2008) og Lüders, 2008b.</p>
<p>Dugnadsånd</p> <p>Brukerskapt nettverkstjenester preges av aktiv brukerdeltagelse, engasjement og en idealistisk dugnadsånd.</p>	<p>Kommersiell utbytting</p> <p>Kommersielle aktører utnytter i dag bruker- engasjementet rundt produkter og tjenester. Hvordan skape klare skillelinjer mellom kommersielle interesser og offentlige interesser?</p>
<p>Samhandling og interessefellesskap</p> <p>Mennesker som deler de samme interessene og verdier danner fellesskap som enkelt vedlikeholdes ved hjelp av nettmedier. Slik kan deres stemme også bli sterkere og de kan få større muligheter til å påvirke den offentlige debatten. Dette er spesielt viktig for grupper som er underrepresentert i den massemedierte offentligheten. Et relevant eksempel er betydningen den Oslo-baserte nettbaserte mediekanalen Democratic Voice of Burma (DVB) fikk stor betydning som informasjonsleverandør under demonstrasjonen i Burma høsten 2007. Selv om DVB er en mediekanal med profesjonelle journalister, er de også svært avhengige av informanter og bidragsytere på grasrota.</p>	<p>Meningsgettoer</p> <p>Faren for meningsgettoer, der man kun dyrker informasjon som støtter opp om egne interesser og egne meninger, som kan være i følge Sunstein (2007). Dette er kanskje spesielt problematisk i forhold til rasistiske/nazistiske grupperinger, men også i forhold til for eksempel pro-anorektiske eller pro-bulimiske nettfellesskap («pro-ana» og «pro-mia»). Slike meningsgettoer skaper dårlige vilkår for idealtypiske offentligheter for meningsbrytning (Habermas, [1962] 1989).</p>
<p>eGovgeeks</p> <p>Inngå samarbeid med eGovgeeks</p>	<p>Crowdsourcing i liten skala</p> <p>Norge kan ha for få innbyggere til at det er fornuftig til å satse på og inngå samarbeid med eGovgeeks som kan bidra med kvalitetstjenester for befolkningen. Brukerskapt offentlige tjenester krever at massene (Crowdsourcing) bidrar som informasjonsbærere. Likevel ser Norge ut til å være den ivrigste nasjonen i verden når det kommer til nettsamfunn.</p>

Konfliktdimensjoner	
Muligheter	Utfordringer
<p>Flere og flere brukere finner relevant offentlig informasjon i offentlige brukerskapte fora.</p>	<p>Det er et gap mellom både hva brukerne faktisk gjør i dag og såkalte eGovgeeks og det offentliges planer og satsninger (for eksempel Origo og MySociety)</p>
<p>Åpenhet som ideal</p> <p>Mer åpenhet til offentlig informasjon og gjenbruk av offentlig informasjon i nye kontekster og for utvikling av nye innovative tjenester for befolkningen.</p>	<p>Realitet: lukkede informasjonsprosesser</p> <p>Offentlig informasjon og metadata er i liten grad tilgjengelig. Problemet ved offentlig informasjon og data er at disse ofte er laget for nettopp å nå sluttbrukere. Men, der er per i dag ingen gode mekanismer som muliggjør det å laste ned store datasett, metadata fra det offentlig (kommune og stat) for å kunne skape alternative sider som f.eks They Work For You eller EveryBlock. Det offentlige legger ikke til rette for innovative mash-up-løsninger og går således glipp av interessante og innovative prosjekter. I tillegg finnes det ikke standardiserte publiseringsløsninger for stat og kommune.</p>
<p>Ressursbesparende</p> <p>Flytte arbeid fra informasjonsprodusenten til brukeren. Ressursbesparende for offentlig informasjons virksomhet. Mayo og Stenberg (2007) understreker for eksempel hvordan brukerskapte netjtjenester til og med kan gjøre offentlige informasjonstjenester overflødige. Derfor bør det offentlige arbeide for at offentlige informasjonstjenester komplementerer borgerinitierte prosjekter (cf. anbefaling #3 i The Power of Information).</p>	<p>Redusert pålitelighet?</p> <p>Denne utfordringen er nært knyttet til utfordringen «manglende innholdskvalitet» over: Informasjonen må gjøres pålitelig og tilgjengelig for alle. Satsning på brukerskapte netjtjenester kan være ressursbesparende, men kun til en viss grad i og med at dette krever ressurser til oppfølging og sikring av informasjonspåliteligheten. Hovedutfordringen består i å utvikle gode mekanismer for å sikre pålitelig informasjon. Det bør for eksempel være enkelt å rapportere om uriktig eller upresis kvalitet på innhold, og slike tilbakemeldinger må følges opp.</p>

Tabell 2: Muligheter og utfordringer knyttet til brukerskapte nettverkstjenester.

Disse konfliktdimensjonene danner et bakteppe for de etterfølgende anbefalingene for informasjonsstrategier og tiltak.

10. Ideer og perspektiver

Denne seksjonen beskriver ulike ideer og perspektiver forvaltning kan iverksette for å fornye både offentlig IKT-politikk generelt og offentlig informasjonsstrategi spesielt. Samtlige anbefalinger støtter nye betingelser for samhandling og innholdsproduksjon av offentlig informasjon, der den alminnelige borger (eller

eBorger2.0) kan ha en mer aktiv rolle.

Ideene og perspektivene som fremmes nedenfor er basert på de nasjonale og internasjonale trendene og empirien vi har dokumentert i rapporten. En klar tendens er at borgere både produserer egen informasjon og konsumerer andre borgers informasjon. I årene fremover vil brukerskapte tjenester øke i omfang. Den hyppige bruken av Wikipedia og Facebook er eksempler på denne utviklingen.

Statens oppgave som informasjons- og tjenesteyter kan dra nytte av denne utviklingen ved å ta steget vekk fra en tradisjonell enveisinformasjonsspredning, til mer symmetriske kommunikasjonsprosesser. En ikke ubetydelig andel norske borgere konsumerer, skaper og deler offentlig informasjon i brukerskapte fora regelmessig allerede (17%). Offentlig forvaltning kan derfor ikke velge bort brukerskapte fora som en viktig arena for offentlig informasjon og tjenester, noe som også påpekes i EU-rapporten til Osimo (2008). Forvaltningen bør derfor vurdere å sette i gang snarlige tiltak for sikre økt kvalitet på offentlig informasjon og tjenester, også i brukerskapte fora.

10.1 WikiNorge.no

Hovedpoenget i denne rapporten er at det offentlige må se på borgerne som en samarbeidspartner og ikke bare som en passiv mottager av informasjon: Et radikalt forslag er at staten legger opp til og støtter et «Wikipedia» for offentlig informasjon. Et WikiNorge.no, der borgere på en mer uformell måte kan legge inn og redigere alle tenkelige typer offentlig informasjon, fra bytte av fastlege, regler for skoleflytting til skatt og trygdregler. Dette vil kunne medføre en enklere tilgang til offentlig informasjon for veldig mange brukergrupper som synes dagens systemer er komplekse og vanskelige å forstå. Samtidig kan et slikt system støtte samarbeid mellom borgere som kan hjelpe hverandre.

Utfordringene som skisseres under konfliktdimensjoner i det forrige kapittelet vil selvfølgelig være aktuelle, spesielt når det gjelder innholdskvalitet, brudd på åndsverkloven og påliteligheten ved informasjonen. Men dersom det settes inn ressurser og mekanismer for kvalitetssikring, er utfordringene overkommelige.

10.2 Åpenhet og gjenbrukbare data

Offentlig informasjon må gjøres fritt tilgjengelig og gjenbrukbar på Internett: Forvaltningen må åpne opp og tilgjengeliggjøre offentlig elektronisk informasjon, data og metadata, slik at borgere (og private aktører/utviklere) kan anvende, publisere og dele denne informasjonen i nye former og kontekster. Dette krever i større grad felles og/eller standardiserte publiseringsløsninger for både stat og kommune. Dette vil kunne skape tjenester og informasjon tilbake til det offentlige, gjennom en kombinasjon av offentlige data (som for eksempel kartdata) og andre tilgjengelig data (les Mashups), samt bemyndige borgerne til å ta ansvar og informere seg selv og andre. Det offentlige kan dermed bruke flere ressurser på tilgjengeliggjøring av offentlige metadata og data på et universelt format, og på den måten øke kvaliteten på tjenester og informasjon i andre ender.

Å motarbeide åpenhet er ikke forenlig med målsetningen om at offentlig virksomhet skal være åpen og gjennomsiktig. Kapittel 7.3 demonstrerer hvilke muligheter som oppstår med såkalte «mashupløsninger». Per i dag, er dessverre dette vanskelige å iverksette i en norsk kontekst på grunn av utpregede lukkede informasjonsutvekslingsløsninger innen offentlig sektor. For å stimulere til økt åpenhet bør man også vurdere premiering i form av økt støtte til de delene av offentlig sektor som er gode på åpenhet og tilgjengeliggjøring av offentlige

data. Se også kapittel 8 for mer utfyllende informasjon om hvordan offentlige data bør tilgjengeliggjøres.

10.3 Pilotprogrammer

Det offentlige bør etablere pilotprogrammer for utvikling av brukerskapte tjenester. Dette gjennom samarbeid med såkalte eGovgeeks om små, men nyttige og lokale tjenester* som gjort for eksempel i andre land - FixMyStreet.com. Tjenester som dette kan bidra til involvere borgerne i større grad også på det lokale plan. Digital Pioneers i Nederland og MySociety i Storbritannia er prosjekter som norske myndigheter kan lære av (se seksjon 7).

Terskelen for å søke midler bør være lav fordi frivillige aktører har begrensede midler til å iverksette sine ideer. Ideene kan likefullt ha stor samfunnsverdi og mulighet for privatfinansiering. Videre er det viktig å motvirke kommersiell utbytting og potensielt misbruk av persondata (jfr. tidligere nevnte utfordringer).

10.4 Betakulturen

Som ett tillegg til pilotprogrammer kan man (slik som Rune Røsten fremhevet på FAD-seminaret om den sosiale web'en 20. mai 2008) utnytte «betakulturen**». Med dette menes nettinvolvering av «superbrukere» for ideer og tanker i utviklingen av nye offentlige tjenester via for eksempel en blogg (slik NRKBeta gjør i dag for å utvikle sitt nettsted). Et lignende tiltak for offentlig sektor i Storbritannia finnes på nettstedet www.showusabetterway.co.uk På nettstedet står følgende tekst:

The UK Government wants to hear your ideas for new products that could improve the way public information is communicated.

Dette tiltaket er en direkte konsekvens av Mayo og Steinbergs rapport *The Power of Information* (Mayo & Steinberg, 2007). Konkurransen er åpen for alle som ønsker å komme med forslag til hvordan offentlig informasjon kan gjenbrukes på bedre og mer effektive måter. Gode forslag kan få støtte til prosjektgjennomføring. Konkurransen ble lansert 18. juni i år og pågår til slutten av september. Responsen har så langt vært overveldende (<http://www.showusabetterway.co.uk/call/ideas/>) og omfatter forslag og ideer som «Map-based Citizens' Engagement Tool», «The Law Says» og «How green is my 'hood»***.

På et slikt betanettsted kan man i tillegg lanserer betaversjoner av ulike nye offentlige tjenester og få feedback på disse fra interesserte brukere.

10.5 Eksperimentere og ta sjanser

Punktene over om pilotprogrammer og lansering av tjenester i betaversjoner vektlegger betydningen av å tørre å eksperimentere og å ta sjanser. Nettjenester er preget av en fleksibilitet som gjør at de relativt enkelt kan skaleres opp fra å fungere blant mindre brukergrupper til virkelig store masser. Dette er en annen strategi sammenlignet med den offentlig sektor ofte satser på - der komplekse tjenester (som for eksempel www.norge.no) utvikles over flere år og først lanseres når den oppfattes som klar til å brukes. I stedet bør det satses kjappere og friskere uten krav til at en tjeneste skal være perfekt og skalert til

* En lokal forankring for slike tjenester er en fordel: den enkelte borger er bedre informert om lokale forhold, i tillegg kan dette skape mer entusiasme blant borgere på det lokale planet.

** Ofte fokuseres det på digitale skiller i forhold til hvordan en teknisk opplyst elite er de første til å ta i bruk innovative tjenester (slik det også går frem av konfliktdimensjonene over). Men i forhold til tjenesteutvikling av denne typen kan disse superbrukerne være en verdifull ressurs. Det er heller ikke gitt denne typen tilnærming kun skal inkludere superbrukere. Betatesting kan være brukervennlighets- og brukererfaringstesting i storskala.

*** Dette punktet må sees i sammenheng med punktet om pilotprogrammer.

å fungere for hele befolkningen fra første stund.

10.6 Offentlig informasjonsdeling i alle kanaler

Nyttiggjør state of the art forbrukerteknologi som blogger wikis og nettverkstjenester til å modernisere publisering av offentlig informasjonsdeling. Dette kan bidra til bedre dialog, mer borgerinvolvering, mer åpenhet, samt skjerping av kvaliteten ved offentlige instanser. Nettsamfunn er også typiske kanaler for effektiv informasjonsdeling siden nettsamfunn ofte fungerer som en integrering av ulike informasjons- og delingstjenester. Ønsker det offentlige å spre et budskap eller informasjon generelt og øke antall søketreff i for eksempel Google, er derfor dette en strategi å benytte seg av.

10.7 Politikere i nettsamfunn

Politikere kan nyttiggjøre seg av state of the art forbrukerteknologi som blogger wikis og nettsamfunn. Slike teknologier innebærer en unik mulighet til å engasjere den enkelte borger og særlig de yngre brukerne under 35 år. I tillegg får politikere en større kontroll med hvordan de fremstilles og hvordan politikken presenteres sammenlignet med massemedienes redigerende makt. Nettsamfunn innebærer en synliggjøring av politiske tanker, ideer og arbeid: Profilerte politikere kan ved hjelp av enkel og mobil forbrukerteknologi, som for eksempel Twitter, Facebook og YouTube kontinuerlig informere og oppdatere borgere om hva de faktisk gjør og utfører av arbeid daglig, samt hvilke tanker og ideer de har. Dette gjøres i dag av ledene amerikanske og britiske politikere. Et eksempel på at dette også gjøres i Norge (riktignok blant de færreste) er at statsminister Jens Stoltenberg nå nylig har tatt i bruk Facebook.

11. Konklusjon

Denne rapporten har beskrevet hva den nye medieutviklingen i betydningen wikis, nettsamfunn og brukerskapt innhold kan bety for det offentliges mål og prinsipper innen IKT-politikken. Målet med rapporten har vært å utvikle ideer og perspektiver for hvordan offentlig sektor kan anvende brukerskapt innhold. Et sentralt spørsmål for rapporten har vært å belyse hvordan og på hvilken måte eForvaltningen kan nyttiggjøre seg av nettbrukerne som aktive deltagere og bidragsytere av informasjon. Men, også hvordan borgere på denne måten kan få et bedre informasjons- og tjenestetilbud.

Rapporten har undersøkt og kartlagt følgende tema:

- * Omfang og trender ved nettsamfunn og brukerskapt innhold i Norge.
- * Norske internettbrukeres befatning med offentlig informasjon i brukerskapt fora.
- * Utfordringer knyttet til tilgjengelighet og gjenbruk av digitalisert offentlig informasjon.
- * Internasjonale trender innen eForvaltningstjenester og brukerskapt eForvaltningstjenester.

Basert på kunnskap om trender både i befolkningen og internasjonal konkluderer rapporten med at ny teknologi og aktiv brukerdeltagelse kan og bør utnyttes av myndighetene for å skape nye offentlige tjenester. Tilgangen til ny teknologi og nye brukerskapt tjenester i kombinasjon med økt IKT-kompetanse i store deler av befolkningen har skapt unike muligheter å skape og å dele eget og andres innhold. En stor gruppe mennesker kan i dag sammen skape en verdifull

informasjonsmengde ved å gjøre litt hver og koordinere arbeidet over Internett (les «Crowdsourcing»). Wikipedia er et godt eksempel på hvordan kompetente mennesker kan lage god og viktig informasjon sammen.

Fra et overordnet kommunikasjonsperspektiv har vi beveget oss fra en «en-til-mange modell» (fra sender til mottaker), med eForvaltningen som styrende informasjonsprodusent og kringkaster, til en «mange-til-mange-modell», der borgerne selv er både aktive produsenter og distributører av offentlig tjenester og informasjon. Utfordringene er riktignok mange, men overkommelige. Det er viktig å ta utgangspunkt i nye behov, bruksmønstre og en ny informasjonsverden når nye prinsipper for fremtidens statlige IKT-politikk skal utvikles.

Det er viktig å poengtere at brukerskapte tjenester allerede har fått en sentral plass på Internett. Denne typen tjenester er på mange måter blitt de «nye portalene» blant nettbrukerne til fordel for de mer enveisstyrte informasjonsportalene. I vår studie rapporterer over halvparten av nettbefolkningen om at de bruker nettsamfunn. Vi anbefaler derfor at offentlig sektor aktivt forholder seg til de nye brukertrendene. En slik form for informasjon kan også ha økt informasjonsverdi for befolkningen. Offentlig sektor kan påvirke brukerskapte fora i en retning som gjør den mest mulig verdifull for brukerne, og da særlig for yngre brukergrupper under 35 år.

Åpenhet og tilgang til offentlig data er en hovedutfordring for å kunne skape gode betingelser for brukerdrevne informasjons- og kommunikasjonstjenester. For å skape mest mulig etterrettelig informasjon og innovasjon bør forvaltningen åpne opp og frigjøre offentlige data slik at disse kan gjenbrukes i nye kontekster og for utvikling av nye tjenester. Det finnes per i dag få eller ingen gode mekanismer som muliggjør det å laste ned store datasett, metadata fra det offentlig (kommune og stat) for å kunne skape alternative tjenester som f.eks They Work For You eller EveryBlock. I stor grad er metadata fra offentlig forvaltning ikke-eksisterende.

Videre krever en slik strategi at IKT-politikken ser på brukerne som en samarbeidspartner (og ikke en passiv mottaker). eForvaltningen bør på en best mulig måte utnytte overskuddet og kreativiteten blant befolkningen. I tillegg krever det at forvaltningen legger opp til et datagrunnlag som er søkbart og tilgjengelig for uavhengige aktører utenfor forvaltningen. Standardisering og åpne kildekoder er stikkord. Sentrale forslag er i tillegg å inngå samarbeid med såkalte eGovgeeks, samt å legge til rette for at brukerne kan hjelpe hverandre i et nytt offentlig egov-wikipedia, og å integrere offentlige tjenester i andre relevante brukerskapte fora.

12. Etterord

Vi vil gjerne takke kollegaene Asbjørn Følstad og Jan Håvard Skjetne ved SINTEF for gode innspill og tips. I tillegg en stor takk til Even Westvang og Simen Skogsrud i Bengler som driver tjenestene Underskog og Origo for gode samtaler underveis i prosjektet.

13. Referanser

For en fullstendig og mer utvidet referanseliste i dette prosjektet se taggene på følgende bokmerkested - nettside: <http://del.icio.us/petterbb/FAD>.

- AAD (2001), Arbeids- og Administrasjonsdepartementet. *Informasjonspolitik for statsforvaltningen. Mål, prinsipper og konsekvenser*. Revidert utgave 2001.
- Barabási, A.-L. (2003). *Linked: how everything is connected to everything else and what it means for business, science, and everyday life*. New York: Plume.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Media Freedom*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Bing, J. (2008). *Ansvar for ytringer på nett: særlig om formidlerens ansvar*. Oslo: Universitetsforlaget.
- boyd, d. (2008). Can Social Network Sites Enable Political Action? In A. Fine, M. L. Sifry, A. Rasiej & J. Levy (Eds.), *rebooting america. Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (pp. 70-74): Personal Democracy Press.
- Brandtzæg, P.B. & Heim, J. (forthcoming, 2009/paper still in review). Social networking sites – a user typology. Submitted CHI '09 Proceedings on Human Factors in Computing Systems (Boston, USA, April 05 - 10, 2008). CHI '09. ACM, New York
- Brandtzæg, P.B., & Heim, J. (2008). User Loyalty and Online Communities: Why Members of Online Communities are not faithful. INTETAIN. Proceedings of the 2008 ICST Second International Conference on Intelligent Technologies for Interactive Entertainment, ACM press, ISBN 978-963-9799-13-4. Playa del Carmen, Cancun, Mexico. 8-10 January, 2008.
- Brandtzæg, P. B. (2007a). Kronikk: Staten inn på Facebook. *Dagbladet*, lørdag 13. oktober, 2007, s. 48. Online: <http://www.dagbladet.no/kultur/2007/10/13/514923.html>
- Brandtzæg, P. B. (2007b). Kronikk: Verdiskapning 2.0. *Ny Tid*, nr. 23 årgang 55, 15. juni 2007. s 30-31. Online: www.nytid.no/?sk=urix&id=4183
- Brandtzæg, P. B & Heim, J. (2007). "Participation in Online Communities", in Brandtzæg, P.B. (eds) *Initial context, user and social requirements for the CITIZEN MEDIA applications: Participation and motivations in off- and online communities*. P6-2005-IST-41 (038312), CITIZEN MEDIA, D1.2.1. Available online: www.ist-citizenmedia.org
- Brecht, B. ([1930] 1974). Radioteori. In E. Thygesen (Ed.), *Folkets røst: offentlig adgang til massemedierne*. København: Tiderne Skifter.
- Crabtree, J. (2007). *Civic hacking: a new agenda for e-democracy*. <http://www.opendemocracy.net/debates/article-8-85-1025.jsp>
- Digital Future Report (2008). The Center for the Digital Future at the USC Annenberg School, <http://www.digitalcenter.org>
- Due, B. (2007). Viktige overraskelser: Ideer om uforutsigbar teknologibruk. In M. Lüders, L. Prøitz & T. Rasmussen (Eds.), *Personlige medier: Livet mellom skjermene* (pp. 38-55). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Dutton, W. H., & Peltu, M. *Reconfiguring Government-Public Engagements: Enhancing the Communicative Power of Citizens*. Oxford: Oxford Internet Institute.
- Enzensberger, H. M. ([1970] 2003). Constituents of a Theory of the Media. In N. Montfort & N. Wardrip-Fruin (Eds.), *The NewMediaReader* (pp. 259-276). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Ess, C. (1996). The Political Computer: Democracy, CMC, and Habermas. In C. Ess (Ed.), *Philosophical Perspectives on Computer-Mediated Communication* (pp. 195-230). Albany, NY.: State University of New York Press.

- Freedom House. (2007). *Map of Press Freedom 2007*. Retrieved 8 August, 2008, from <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2007>
- Frost, J. H. (2008). Social Uses of Personal Health Information Within PatientsLikeMe, an Online Patient Community: What Can Happen When Patients Have Access to Another's Data. *Journal of Medical Internet Research*, 10(3).
- Furuli, K., & Kongsrud, S. (2007). "Mypage and Borger.dk - a Case Study of Two Government Service Web Portals". *The Electronic Journal of e-Government*, 5(2), 165-176.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Griffiths, M. (2007). Oxygen: Social Intranets, Collective Intelligence, and Government Practices. *The Electronic Journal of e-Government*, 5(2), 177-190.
- Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16(4), 411-426.
- Habermas, J. ([1962] 1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity.
- Hagen, I. (1992). Democratic Communication: Media and Social Participation. In J. Wasko & V. Mosco (Eds.), *Democratic communications in the information age* (pp. 16-27). Toronto: Garamond.
- Hanssen, G. S., & Vabo, S. I. (2008). Styringsdilemmaer i lokaldemokratiet - økte utfordringer med digitalisering? In G. Enli & E. Skogerbø (Eds.), *Digitale dilemmaer: nye medieformer, nye utfordringer* (pp. 18-38). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Kelly, S. U., Sung, C., & Farnham, S. (2002). Designing for improved social responsibility, user participation and content in on-line communities. Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems: Changing our world, changing ourselves. Minneapolis USA. ACM press: 391-398
- Krogstad, A. (2007). En bok, en blogg og en blondine. Personlig politisk lederskap i nye medier. *Sosiologisk tidsskrift*, 15(3), 195-225.
- Lüders, M. (25 August 2007). Nettvalgkamp til stryk. *Dagens Næringsliv*.
- Lüders, M. (2008a). Conceptualizing personal media. *New Media and Society*, 10(5), 683-702.
- Lüders, M. (2008b). Synlighet og personvern. In G. Enli & E. Skogerbø (Eds.), *Digitale dilemmaer: nye medieformer, nye utfordringer* (pp. 103-124). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Mandagmorgen (2006). Nye opinionsledere surfer på bloggbølgen. Undersøkelse om blogging i Norge: Online: <http://mandagmorgen.no/artikkel.shtml?id=2033>
- Mayo, E., & Steinberg, T. (2007). *The Power of Information*. Online: http://www.ncc.org.uk/ncc-pdf/poldocs/NCC160pb_power_of%20information_review.pdf
- Moderniseringsdepartementet. (2005). *eNorge 2009 - det digitale spranget*. Online: http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/Tema/it-politikk__enorge/eNorge-2009.html?id=439499.
- Natvig (2007). Info bare for de sterkeste. *Kronikk Aftenposten* 23.08.07: <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article1952598.ece>
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Online: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

- Osimo, D. (2008). Web 2.0 in Government: Why and How? Authors: David Osimo; EUR Number: 23358 EN; Publication date: 5/2008. European Commission, Joint Research Centre, Institute for Prospective Technological Studies: Online: <http://www.epractice.eu/document/4724>
- Osimo, D. (2007). Kommentar i blogginlegget av DiMaio: What Does Web 2.0 Mean for Government? Scenario Planning Again. <http://blog.gartner.com/blog/government.php?itemid=1852>
- Pedersen, S. (2007). Et digitalt lappeteppe: Kronikk I *Nordlys* 9.02.07 <http://www.telemed.no/et-digitalt-lappeteppe.429495-80451.html>
- Preece, J. (2000). *Online communities: designing usability, supporting sociability*. Chichester: Wiley.
- Rasmussen, T. (2008). *Nettverksformelen. Hvordan det sosiale livet henger sammen*. Oslo: Unipub.
- Rheingold, H. (2008). Smartmobbing Democracy. In A. Fine, M. L. Sifry, A. Rasiej & J. Levy (Eds.), *rebooting america. Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age: Personal Democracy Press*.
- Schifferes, S. (2008). Internet key to Obama victories. Online: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/7412045.stm>
- Sejersted, F., Ytringsfrihetskommisjonen, & Justis- og politidepartementet. (1999). "Ytringsfrihed bør finde Sted": forslag til ny Grunnlov § 100: utredning fra en kommisjon oppnevnt ved Kongelig resolusjon 26. august 1996 Oslo: Statens forvaltningstjeneste, Statens trykning.
- Skogerbø, E., & Winsvold, M. (2008). Nettet som debattarena. In G. Enli & E. Skogerbø (Eds.), *Digitale dilemmaer: nye medieformer, nye utfordringer* (pp. 39-60). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Smith, A., & Rainie, L. (2008). The internet and the 2008 election. Online: http://www.pewinternet.org/PPF/r/252/report_display.asp
- Solstad, Ø. (2008). Foredrag på Seminaret om rike medier, brukervennlighet og personvern. 12. juni, 2008, SINTEF, Oslo.
- Sollie (2008). Vil tvinge fram samspill. *Computerworld* nr 22. 13.07.08 s.22-23.
- Storsul, T. (2002). *Transforming telecommunications: democratising potential, distributive challenges and political change*. Oslo: Faculty of Arts Unipub.
- Storsul, T., Arnseth, H. C., Bucher, T., Enli, G., Hontvedt, M., Kløvstad, V., et al. (2008). *Nye nettfenomener. Staten og delekulturen*. Oslo: University of Oslo.
- Stortingsmelding nr. 17 (2006-2007). *Eit informasjonsamfunn for alle*. Det kongelige fornyings- og administrasjonsdepartement.
- Sunstein, C. (2007). *Republic 2.0*.
- Tapscott, D., Williams, A. D., & Herman, D. (2007). *Gov 2.0: Government, Wikinomics & Democracy*: New Paradigm Learning Corporation.
- The Economist. (14 February 2008). Technology and Government: Identity Parade. *The Economist*, from http://www.economist.com/specialreports/displaystory.cfm?story_id=10638196
- van Dijk, J. (2005). *The Network Society: Social Aspects of New Media* (2nd ed.). London: Sage.
- Wikipedia (2008a) Geek: <http://en.wikipedia.org/wiki/Geek>
- Wikipedia (2008b). Wikipedia:Size comparisons. Retrieved online 08.02.08.: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Size_comparisons.

En SINTEF-rapport skrevet på oppdrag av Fornyings- og administrasjonsdepartementet
2008
ISBN: 978-82-14-04655-7