

## *Kapittel 5: EtterOljen.no*

### **Å nei! Ikke enda en gammel nettside**

Det finnes folk som vil at Norge skal være et skapende land; som vil at vi skal ha noe å leve av etter at inntektene fra sokkelen reduseres. Men som flere av kapitlene i denne rapporten har pekt på, er det et problem at så få av oss vet av hverandre - og samarbeider med hverandre. Vi trenger et felles løft for å redde Norge. Som et første steg på veien har vi valgt å lage et møtested for disse personene på nettet. Vi har kalt det EtterOljen.no, fordi vi, dagens ungdom, må finne ut hva vi skal leve av etter at oljeinntektene begynner å falle.

Vår visjon er at Norge skal ha levedyktige og teknisk avanserte næringer, med en kunnskapsrik befolkning, og med den politiske handlekraften som kan ta oss dit. Vi ønsker å profilere disse saken overfor folk, og få de rette personene til å snakke sammen. Vi må presentere løsninger, og ha en plattform for å påvirke. Et nettsamfunn kan hjelpe til med alt dette.

Dette kapitlet kommer kort til å presentere visjonene våre for nettsamfunnet - fra å nå være et sted der materialet fra denne rapporten presenteres på nettet, til vi forhåpentligvis får det til å bli et selvdrevet og populært nettsamfunn med mange høyt profilerte brukere. Vi vil særlig at kjente gründere og formidlere av forskning registrerer seg med bilde og "blog" og blir aktive medlemmer. På sikt er det ulitmate målet for nettsamfunnet å samle hele det norske nyskapingssmiljøet, noe vi alle vil kunne høste fruktene av.

### ***Diskusjon eller date?***

Det er et uomtvistelig faktum at i den vestlige verden er Internet i ferd med å bli den ultimate kanal for kommunikasjon. Det er imidlertid fortsatt et virvarr av *måter* dette skjer på. Hva denne kommunikasjonen går ut på varierer også sterkt. Fortsatt er det "mindre seriøs" kommunikasjon av typen "spraydate" og chat som er det mest populære. Det er imidlertid i ferd med å skje et nytt generasjonsskille, der de seriøse brukere tar over, og mye av "støyen" fra den andre nettbruken (eller misbruken som enkelte vil kalle det) filtreres vekk.

Opprettelser av nettsamfunn er på mange måter et av sunnhetsstrekkene i denne utviklingen. Det som skiller et nettsamfunn fra en vanlig side, er at en rekke aktive brukere har disse sidene som sitt "hjem". Brukerne kan blant annet kommentere aktualiteter, diskutere og publisere artikler. Man kan illustrere dette ved å sette opp en skala med den personlige hjemmesiden i den ene enden, og den nesten anonyme chat-kanalen i den andre. Et nettsamfunn vil helle mer mot den personlige hjemmesiden, men allikevel ha mange av de kommunikative trekkene til chat-kanalene.

I vårt tilfelle vil en seriøs redaksjon filtrere vekk “nett-støy”, og sikre kvaliteten på det som publiseres. Dette er en forutsetning for å trekke til seg seriøse brukere, og dermed også være interessant for andre lesere.

### **Utfylle forskningskanalene**

I Norge har vi mange formidlere av forskning, og en del satsinger på innovasjon. Teknisk Ukeblad [RE:1] kommer ut både på papir og på nettet. Forskning.no [RE:2] publiserer norske forskningsresultater på nett. Disse to kanalene er landsdekkende og meget aktive. Magasiner som formidler forskningsnyheter kommer også ut fra universiteter og bedrifter. Disse leses ofte av andre forskere og teknologer. Populærvitenskapelige blader og programmer i TV og radio sprer forskningsnyheter til folk flest. Nyheter om forskning og innovasjon blir også rapportert i vanlige aviser og nyhetssendinger. Mengden av slike nyheter er altså rimelig stor, mens oppmerksomheten om dem varierer.

Det er på ingen måte et mål for oss å konkurrere ut disse kanalene. Vi mener allikevel at vårt nettsamfunn er både et supplement og et alternativ til dem. Det er behov for et åpent møtested der fokuset ligger på nyskaping og på Norges økonomiske fremtid.

Flere av redaksjonene for forsknings- og vitenskapsnyheter har startet nettfora for diskusjon av aktuelle saker. Problemene med slike fora er at aktiviteten ofte er lav, og at få deltar i dem. Nett-diskusjoner blusser også opp internt på universiteter og innen bedrifter, men disse er ofte stengt for utenforstående. Åpne "news"-diskusjonsgrupper om samfunn og teknologi har eksistert i lengre tid, men domineres ofte av "søppelmeldinger" og personangrep.

Debatten om innovasjon foregår på nettet, i massemediene, i styrerommene, på universiteter og skoler, i politiske partier, og i arbeidslivets organisasjoner. Men nyskaping og forskning er sjelden blant de viktigste temaene. Fordeling av penger, maktkamp og andre mer dagligdagse spørsmål får størst fokus.

### ***Et møtested for de som fortsatt vil ha jobb i Norge om 20 år***

Nettsidene kan samle både unge og eldre som er interessert i fremtiden, på tvers av politiske og andre skillelinjer. Oppsummert i punktform er målet at EtterOljen.no skal:

- Presentere produktene fra vår "landsby" i Ekspertter i team.
- Være et supplement og et alternativ til forskning.no og tu.no.
- Være med på å skape interesse for nyskaping hos folk flest.
- Gi en oversikt over alle de gode kreftene som jobber for at Norge skal være et skapende land.
- Invitere ildsjeler og flinke formidlere til å komme med sine meninger, og få teknologer mer inn i samfunnsdebatten.
- Videreformidle nyheter om forskning og nyskaping.
- Produsere egne nyhetssaker og andre artikler.
- Lage et samlingspunkt for aktuell debatt og uformelt samkvem på nettet.
- Underholde og påvirke folks holdninger

## Milepæler frem mot målet

Hvis EtterOljen.no skal bli et virkelig nettsamfunn, og ikke “bare enda en gammel nettside”, er det noen “milepæler” som må nås på veien frem til målet. Om vi når alle milepælene, og i hvilket rekkefølge, vet vi ennå ikke. Vi ser for oss at nettstedet kommer til å møte mange utfordringer, men vi synes vi med det arbeidet som har blitt lagt ned i denne landsbyen har mange gode utgangspunkt. Det følgende er en presentasjon av hvordan vi tror, håper og eventuelt frykter at veien videre kommer til å bli:

### *Utgangspunktet*

#### **Presenterer landsbyens produkt og kontaktpunkt for dem som var med**

EtterOljen.no starter med å presentere resultatene av arbeidet vi har gjort i faget "Eksperter i team". Ideene og produktene retter seg mot unge, mot folk flest, mot velgerne, og mot de som allerede er interessert i innovasjon, forskning og næringsliv. Hele fagrapporten er mest interessant for den sistnevnte gruppen, og særlig for dem som vi har hatt kontakt med i løpet av prosjektarbeidet. Hvis de liker det de ser, forteller de kanskje om det til likesinnede, venner og kolleger. Slik kan våre ideer få større gjennomslag, og flere får vite om EtterOljen.no.

Hver enkelt gruppes produkter kan også presenteres for sine respektive målgrupper. For eksempel kan brosjyren fra gruppen "Teknologi i politikken" legges ut for seg selv, og gis til velgere.

Websidene blir også stedet der man kan gi tilbakemelding på ideene og produktene fra landsbyen. Hva synes du? Hva kunne ha blitt gjort annerledes? Kan du bruke det vi har gjort til noe?

30 studenter og 3 "ledere" var med i landsby 39, "Teknologiens fravær". Nettsiden blir et sted der vi kan holde kontakten med hverandre etter at faget "Eksperter i team" har blitt en karakter på vitnemålet og et tåkete minne i bakhodet.

#### **Startpunktet for innovasjon og teknologi**

Hva skjer av forskning og utvikling i Norge? Hvem hjelper deg hvis du har en idé som du vil sette ut i livet? Hva skjer med Norges fremtid?

Det finnes allerede organisasjoner, ressurser og informasjonssider på nettet der man kan få svar på slike spørsmål. EtterOljen.no gjør ikke disse kildene overflødige, men tilbyr en strukturert oversikt over dem. Hvis man går med en idé som man vil realisere, eller hvis man lurer på hva som foregår på innovasjonsfronten i Norge skal EtterOljen.no bli et kjent og naturlig utgangspunkt.

Besøk oss gjerne og se om vi har glemt noen initiativer fra din del av landet, eller fra ditt fagområde. Oversikten må oppdateres jevnlig for å være relevant.

### ***Gode besøkstall - profilerte brukere***

Etter å ha lagd sidene, ønsker vi selvfølgelig at flest mulig skal ville se på dem. For å hjelpe til med dette kan vi gjøre flere ting.

#### **Markedsføring**

"Teasere" på papirprodukter peker til sidene. Der kan påstandene på "teaserne" begrunnes og utdypes videre. Politikkbrosjyren, teknologihåndboken og hele Eksperter i Team-rapporten referer også til EtterOljen.no. Slik kan en person som er

interessert i et av produktene også bli oppmerksom på de andre produktene fra landsbyen, og involvere seg i diskusjoner og annen aktivitet på sidene.

Det er ikke bare produktene som skal reklamere for nettsamfunnet. Ulike former for markedsføring på nettet og utenfor, i vår fysiske verden, skal også hjelpe oss med å bli lagt merke til.

### **En god velkomst**

I "informasjonssamfunnet" er det ikke mangel på selgere av såpe og meninger. Bøker, TV, nettsider og blader skriker etter vår oppmerksomhet. De første sidene må appellere til følelsene dine, og fortelle deg hva som er meningen med sidene på kort tid. Hvis ikke vil sidene bare forstås av dem som er vant med nettsamfunn fra før; og bare besøkes av dem som allerede er interessert i nyskaping og næringsliv.

Det som møter en besøkende første gang, må være enkelt og lettfattelig, og vekke interessen for å komme inn og se. Selve nettsamfunnet må også være forståelig, men ikke så enkelt at dets muligheter skjules for brukeren.

### **Nyhets- og aktualitetsside**

Etter produktene fra Ekspertene i team, vil nyheter og aktualiteter være det "matnyttige" innholdet som gjør at folk vil besøke sidene flere ganger. I begynnelsen må vi legge inn nytt stoff regelmessig.

Å bare referere nyheter fra andre kilder er vanligvis ikke nok. Nettsiden må ha noe eget, unikt innhold, som gjør at folk har en grunn til å komme tilbake flere ganger, og å registrere seg som brukere. Hvis våre sider blir referert i andre nyhetskilder er det også med på å skape interesse.

Det er også viktig at nyhetene blir debattert, harselert og reflektert over. For å få et nettsamfunn må folk markere seg overfor resten av brukerne og bli kjent med hverandre.

### **Forlatt og pint til døde**

Hvis sidene er vanskelige å bruke, hvis innholdet ikke er interessant, eller hvis ingen får vite om sidene, vil EtterOljen.no svinne hen og dø. Denne milepælen står ikke i ro på veien, men vil luske etter oss som en litt uengasjert "mannen men ljàen" et stykke på veien. For å unngå å bli tatt igjen, og komme seg videre, kreves det noe arbeid. Nytt stoff og forbedringer kan legges inn på frivillig basis, eller så må noen ansettes for å gjøre det. Det viktigste er at sidene oppdateres jevnlig, og at nettsamfunnets brukere opprettholder sitt engasjement. Med et så viktig tema blir dette neppe et problem.

## ***Det levende nettsamfunnet***

Det er viktig at nettsamfunn oppnår en "kritisk masse", nemlig et antall brukere som er så stort at samfunnet kan leve videre uten mer starthjelp utenfra. Hvis brukerne er aktive og mange nok, vil brukerne selv finne nyheter, kommentere og selv utforme nettsiden.

Kanskje vil EtterOljen.no og vår innsats bli omtalt i dagens viktigste hovednyhetssending på TV, eller er med i et stort oppslag i en riksdekkende avis utenfor "agurktiden". Hvis vi når denne milepælen, har vi nådd vår målsetting for eksponering.

### **Nettsidene betaler seg selv**

Utsiktene for reklameinntekter på nettet var en stund svært overdrevet. Samtidig som nedgangen i sysselsettingen i IKT-sektoren falt prisene på nett-reklame, og mange nettsider måtte ta betalt av sine brukere eller ble lagt ned.

I dag er mulighetene for reklameinntekter mindre, men fremdeles til stede. Salg av klær og andre ting med nettsamfunnets logo kan også skaffe noen inntekter. Hvis aktiviteten er stor nok, er det mulig å få inn store nok inntekter til å dekke utgiftene til drift av nettsamfunnet. Når denne milepælen er nådd, har nettsamfunnet vist at det har livets rett i økonomisk forstand.

### **Første barn født av foreldre som møttes på EtterOljen.no**

Hvis nettsamfunnet når sitt mål om å bringe sammen teknologiinteresserte fra hele landet, og det er mange nok aktive medlemmer, vil noen av dem før eller senere finne sammen privat, og starte familie. Dette er enda et tegn på at nettsamfunnet er et ekte samfunn. Det første barnet som blir født av noen som møttes på EtterOljen.no vil bli skjenket noe oppmerksomhet.

Hvis foreldrenes engasjement for Norge hjelper, får barnet vokse opp i et land med et trygt velferdssystem, og har mulighet til å lage noe selv når det har blitt stort.

## **Praktisk bruk**

Innledningssidene er meget enkle å se igjennom. Selve området med artikler og diskusjon er lett å navigere hvis man er vant med nettaviser og diskusjon fra før.

Alle som besøker EtterOljen.no får se vår innledning, hente ned produktene våre, lese nyheter og lese hva som foregår i diskusjonsfora. Hvem som helst får også sende inn artikler, men en av redaktørene må godkjenne artikkelen før den kan leses av andre besøkende.

Registrerte brukere får kommentere nyhetsartikler, delta i diskusjonsfora, lage sin personlige side og "blog". Denne "blog'en", webloggen, er en slags dagbok der brukerne kan skrive om løst og fast slik at andre kan lese det og gi kommentarer til det.

En fyldig brukerveiledning ligger på siden.

### **Om systemet**

Systemet som per i dag gir deg EtterOljen.no er Tiki CMS [RE: 4]. Det er gratis å laste ned og bruke. Vår jobb har vært å installere det, oversette ca. 2000 linjer med engelsk og svensk språk til norsk, og å legge inn tekst og bilder i systemet.

## **Velkommen til oss**

Landet står overfor noen viktige utfordringer i tiden som kommer. Vi har det godt i dag, men vi kan ikke bare lene oss tilbake og tro at alt vil ordne seg fremtiden også. Dagens velferd og velstand skyldes hell, hardt arbeid og fremsynthet. På EtterOljen.no prøver vi å se fremover mot utfordringene, og møte dem med en positiv innstilling og med forslag til løsninger.

Hvis du vil at Norge skal være et skapende land, og du enten vet eller lurer på hvordan vi oppnår det målet, er du velkommen til å besøke EtterOljen.no i dag. Er vår fremtid verdt noen minutter av din nåtid?

## Referanser

[RE: 1] Teknisk Ukeblad: <http://www.tu.no>

[RE: 2] Forskning.no: <http://www.forskning.no>

[RE: 3] Girgensohn, A. og Lee, A. "Sicuk navigation: Making web sites be places for social interaction," ACM conference on Computer supported cooperative work, ACM Press, New Orleans, Louisiana, USA, 2002, sider 136-145.

[RE: 4] Tiki: <http://sourceforge.net/projects/tikiwiki>