

Masteroppgave i informasjonssystemer

Fakultet for økonomi og samfunnsfag
Høgskolen i Agder - Våren 2007

Ungdom og e-demokrati

Hvilke ønsker og forventninger har ungdom til e-demokrati?

Svein Sundfør Scheie
Jan Helge Austbø

Ungdom og e-demokrati

Hvilke ønsker og forventninger har ungdom til
e-demokrati?

Masteroppgave i informasjonssystemer

Svein Scheie og Jan Helge Austbø

**Høgskolen i Agder
Fakultet for Økonomi og samfunnsfag**

2007

Forord

Denne masteroppgaven er gjennomført ved Mastergradstudiet i Informasjonssystemer ved Høgskolen i Agder våren 2007. Oppgavens omfang utgjør 30 studiepoeng, vi er to studenter som har samarbeidet om denne oppgaven.

Formålet med masteroppgaven er å gi mulighet for faglig fordypning i forbindelse med gjennomføring av et prosjekt for en offentlig eller privat virksomhet. Gjennom arbeidet med masteroppgaven skal man lære å anvende teoretisk kunnskap og vitenskapelig metode på en anvendt problemstilling. Masteroppgaven skal være forskningsorientert og frembringe ny kunnskap og/eller utvikling av nye metoder.

Vi har i vår oppgave fokusert på å innhente ønsker og forventninger ungdom har til e-demokratiprojekt. Rapportens resultater er basert på kvalitative undersøkelser hvor vi har benyttet oss av en ny metode for kravinnsamling fra brukere som er geografisk spredt og er uhomogene.

Arbeidet med masteroppgaven har vært interessant og arbeidskrevende. Oppgaven har gitt oss faglig utbytte innenfor vitenskapelig metode og ungdom og e-demokrati.

I arbeidet med denne masteroppgaven har vi fått verdifull hjelp underveis. Vi ønsker å takke våre medstudenter på masterlaben for hjelp og diskusjoner underveis i oppgaven, spesielt vil vi takke Atle Sørensen og Geir André Lund for hjelp til å gjennomføre intervju under kravinnsamlingen.

Vi vil også rette en takk til Tuure Tuunanen for rask og positiv korrespondanse i startfasen av oppgaven, og til Gro Bråthen som skaffet oss innpass ved Gimle Videregående skole. Vi ønsker også å takke elevene ved Gimle videregående skole som stilte opp til intervju/rangering av resultater og til prosjektgruppen til Ung Agenda.

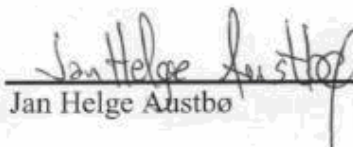
Takk til førsteamanuensis Øystein Sæbø og førsteamanuensis Tero Päivärinta for konstruktiv veiledning og motivasjon gjennom arbeidet.

Til slutt må vi takke Marianne Humborstad og Gunhilde Stebekk som har holdt ut med oss gjennom et langt og arbeidskrevende semester.

Kristiansand 31.5.2007



Svein Scheie



Jan Helge Austbø

Sammendrag

E-demokrati er et satsningsområde i offentlig sektor. Det har i Norge vært synkende deltagelse i valg både til Storting og kommunevalg ved de siste valgene. Ungdom i aldersgruppen 18 til 21 år har lavere oppslutning rundt valgene enn eldre aldersgrupper. Flere mener at e-demokrati kan bidra til å øke oppslutning rundt demokratiet og valgene. I denne sammenheng er ungdom en viktig målgruppe.

Vi har sett nærmere på e-demokrati rettet mot ungdom. Målet for denne masteroppgaven har vært å forstå hvilke ønsker og forventninger ungdom har til informasjonssystemer innen for e-demokrati. For å besvare dette spørsmålet har vi foretatt kvalitative undersøkelser blant ungdom.

Forskningen innenfor e-demokrati har vært fokusert på hvordan informasjonssystemer og applikasjoner kan engasjere ungdom. Det er gjort lite forskning på ungdoms ønsker, krav og forventninger til informasjonssystemer innenfor e-demokrati. Denne oppgaven vil kunne gi et bidrag til litteraturen innenfor dette fagfeltet.

Ungdom er en spredt uhomogen gruppe. I oppgaven har vi testet ut en metode for kravinnstilling som vi mener er egnet for å innhente kravspesifikasjon fra ungdom. Metoden er utviklet for å innhente krav fra store, geografiske spredt, uhomogene grupper. Dette gjør at vi mener den er godt egnet for innhenting av ønsker, krav og forventninger fra ungdom til e-demokrati

I oppgaven presenterer vi relasjonene mellom ungdoms ønsker, konsekvenser ungdom ser for seg og de effekter ungdom ønsker at deres e-demokratideltagelse skal gi. Gjennom innsamling av data og utarbeidelse av semantiske kart har vi kartlagt ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Denne masteroppgaven bidrar med empiri til fagfeltet ungdom og e-demokrati.

De viktigste ønskene er:

- E-demokratiløsningen må tilpasses ungdom både språklig og design
- Ungdom med i utviklingsprosessen
- Skape dialog mellom forskjellige interessenter
- Skape interesse for e-demokratiprojekt

Vi har identifisert fire hovedforventninger:

- Ungdom ønsker å oppnå resultater med sin aktivitet
- Ungdom vil ha politisk påvirkningskraft
- Ungdom forventer å få økt kunnskaper
- Ungdom forventer at e-demokrati skal være med på å øke motivasjonen og skape engasjement

Vi presenterer en modell for evaluering av e-demokratiprojekter. Modellen tar for seg våre resultater og hovedfunn og hvordan disse kan evalueres. Evalueringen er nødvendig for å finne ut i hvilken grad man oppnår forventet resultat. Dersom resultatet ikke er godt nok kan man gjennom evalueringen identifisere mulige forbedringstiltak.

Vi har med bakgrunn i den innsamlet data påvist relasjonene mellom ungdoms ønsker, konsekvenser og effekter.

WARE-metoden er ny og kan forbedres ytterligere. Denne masteroppgaven presenterer områder hvor metoden kan forbedres og hvordan vi har videreutviklet den. Kontroll av rangeringene utføres som en del av WARE-metoden for å finne ut om man kan si noe om den relative viktigheten av de innsamlede ideer. Undersøkelsen vår avdekker at denne rangeringen ikke kan benyttes slik WARE-metoden legger til grunn. I oppgaven argumenterer vi for å mer bruk av metode i WARE-metoden, både bruk av grunnlagt teori og fokusgrupper er med på å styrke metoden slik vi ser det.

Vi har vår oppgave tatt et skritt videre og utviklet et presentasjonsverktøy på nett. Alt datamateriell blir lagret i en database og presentert i et webgrensesnitt. Dette gir brukeren en helhetlig oversikt. Samtidig får brukeren muligheten til å gå lengre ned i materien, helt ned til enkelutsagn.

Nøkkelord: e-demokrati, ungdom, evaluering, WARE, WAEU

Begrepsforklaring

Begrepsforklaringen er ment å gi leseren forståelse for noen nøkkelbegrep brukt i denne oppgaven. Forklaringene under er én mulig tolkning av begrepene.

Demokrati: En styreform hvor flertallet har avgjørende innflytelse, men mindretallets interesser også blir tatt hensyn til (www.caplex.no).

E-demokrati: Demokratiske og politiske prosesser som understøttes av IKT-løsninger (Jansen, 2006).

E-forvaltning: Hvordan bruk av IKT kan bidra til å styrke forvaltningen internt, på tvers av etater og på tvers av forvaltningsnivåer og samtidig bedre kommunikasjon og samarbeid overfor borgere, næringsliv og organisasjoner. (www.hia.no)

Grunngitt teori: Grunngitt teori er en vitenskapelig metode hvor man går fra empiri til teori. Idealet går i korthet ut på å teorier dannes ut fra det som blir observert, det er empirien som skal danne utgangspunkt for teorien. (Jacobsen, 2003)

IKT (Informasjons- og kommunikasjonsteknologi): Et begrep som i tillegg til alle former for virksomhet knyttet til behandling, presentasjon og oppbevaring av informasjon (vi tenker da som oftest på bruk av datamaskiner og datateknologi) også dekker teknologi for kommunikasjon og utveksling av informasjon. (www.pcworld.no)

Kravspesifikasjoninnsamling: Prosessen med å identifisere krav til et system ved dialog med klienten, sluttbrukerne eller andre interessenter. (Sommerville og Sawyer, 1997)

Kendall's W: Kendall's W er koeffisient av enighet, som måler enigheten blant deltakerne. (www.faculty-staff.ou.edu)

Semantiske kart: Semantisk kart er en strategi for å representere konsepter grafisk. Semantisk kart portretterer et skjematisk relasjon som danner et konsept. (Thomas H. Estes, University of Virginia)

Stimuli: Stimuli er ting som forårsaker en handling eller starter en reaksjon. (www.mit.edu)

Tankerekke: En sammenhengende rekke av utsagn

Trappetrinnsteknikk: Strukturert intervju prosess (Tuunanen, 2004)

WAEU (Wide Audience End-Users): Kategori av sluttbrukere hvor antall sluttbrukere kan være stort og sluttbrukerne er spred geografisk. (Tuunanen, 2005)

WARE (Wide Audience Requirement Elicitation): Kravinnsamling av WAEU-sluttbrukere (Tuunanen, 2005)

Innholdsfortegnelse

1	<i>Innledning</i>	1
1.1	Problemstilling	1
1.2	Bakgrunn og motivasjon	1
1.2.1	E-demokratiets plass innenfor e-forvaltning	2
1.3	Oppgavens struktur	3
2	<i>Eksisterende forskning om e-demokrati og ungdom</i>	4
2.1	E-demokrati	4
2.1.1	Aktivitet	4
2.1.2	Design og brukervennlighet	4
2.1.3	Interesse	5
2.1.4	Kommunikasjon og dialog	5
2.1.5	Kunnskap	6
2.1.6	Resultat	6
2.1.7	Ungdom	7
2.2	Evaluering av e-demokrati	9
3	<i>Forskningsdesign og metodevalg</i>	11
3.1	Forskningsdesign	11
3.2	Metode	12
3.3	WARE-metode	14
3.3.1	Fase 1: Forstudie	15
3.3.2	Fase 2: Prosjektdefinisjon og valg av deltakere	15
3.3.3	Fase 3: Kravinnsamling	15
3.3.4	Fase 4: Modellaggregering	16
3.3.5	Fase 5: Presentasjon og ledelse av kravspesifikasjon	17
3.3.6	Fase 6: Seminar	17
3.3.7	Fase 7: Rangere kravene	17
3.3.8	Fase 8: Kravspesifikasjonsdesign	17
3.4	Grunngitt teori	17
4	<i>Vår bruk av WARE</i>	19
4.1	Fase 1: Forstudie	19
4.1.1	Prosjekt mål	19
4.1.2	Utarbeidelse av stimuliliste	19
4.1.3	Stimuliliste	20
4.2	Fase 2: Prosjektdefinisjon og valg av deltakere	22
4.2.1	Prosjektdefinisjon	22
4.2.2	Valg av deltakere	23
4.3	Fase 3: Kravinnsamling	24
4.4	Fase 4: Modellaggregering	25
4.4.1	Fra koding til tema	26
4.4.2	Fordeling tankerekker til tema	27
4.4.3	Semantiske kart	28
4.4.4	Utarbeidelse av kartet "Aktivitet gir resultat"	30
4.4.5	Utarbeidelse av kartet "Engasjement"	31
4.4.6	Utarbeidelse av kartet "Fange oppmerksomheten"	32
4.4.7	Utarbeidelse av kartet "Forsterke budskapet"	33
4.4.8	Utarbeidelse av kartet "Kommunikasjon"	34

4.4.9	Utarbeidelse av kartet "Tilpasset ungdom"	35
4.5	Fase 5: Presentasjon og ledelse av kravspesifikasjon	36
4.6	Fase 6: Seminar	37
4.7	Fase 7: Rangere kravene	38
4.8	Fase 8: Kravspesifikasjonsdesign	39
5	Resultat	40
5.1	Semantiske kart	40
5.1.1	Aktivitet gir resultat	40
5.1.2	Engasjement	42
5.1.3	Fange oppmerksomheten	44
5.1.4	Forsterke budskapet	46
5.1.5	Kommunikasjon	48
5.1.6	Tilpasset ungdom	50
5.2	Rangering av kravene	53
5.2.1	Enighet i rangeringen	55
6	Diskusjon	56
6.1	Semantiske kart	56
6.1.1	Aktivitet gir resultat	56
6.1.2	Engasjement	58
6.1.3	Fange oppmerksomheten	61
6.1.4	Forsterke budskapet	64
6.1.5	Kommunikasjon	66
6.1.6	Tilpasset ungdom	68
6.1.7	Oppsummering	71
6.2	Ungdoms ønsker	72
6.2.1	Tilpasset ungdom	72
6.2.2	Ungdom med i utviklingsprosessen	72
6.2.3	Dialog	73
6.2.4	Skape interesse	73
6.3	Ungdoms forventninger	73
6.3.1	Oppnå resultater og påvirke politiske prosesser	73
6.3.2	Få økt forståelse og personlig utvikling	73
6.3.3	Skape aktivitet og få flere brukere	73
6.3.4	Skape engasjement og motivasjon	74
6.4	Evaluering av e-demokrati	74
7	Konklusjon	77
7.1	Vårt bidrag til forskningslitteratur	77
7.1.1	Empirisk bidrag	77
7.1.2	Semantiske kart, relasjoner mellom ønsker og forventninger	77
7.1.3	Evaluering av e-demokrati	77
7.2	Vårt bidrag til praksis	78
7.2.1	Ungdom må med i utviklingsprosessen	78
7.2.2	Tilpass e-demokrati til ungdom	78
7.2.3	Kommunene må vurdere bidrag fra ungdom i den politiske prosess	78
7.2.4	Nettbasert presentasjonsverktøy	79
7.3	Vårt bidrag til WARE-metoden	79
7.3.1	Bruk fokusgrupper	79
7.3.2	Inkluder grunnlagt teori	79
7.3.3	Nytt nettbasert presentasjonsverktøy	80
7.3.4	Flytt seminar til etter rangering	80

7.3.5	Uklar rangering	80
7.4	Begrensninger	80
7.5	Videre forskningsområder	81
	<i>Referanseliste</i>	83
	<i>Vedlegg A – Prosjektplan</i>	A
	<i>Vedlegg B – Fokusgrupperapport</i>	B
	<i>Vedlegg C – Intervjunotat</i>	C
	<i>Vedlegg D – Modellaggregering</i>	D
	<i>Vedlegg E – WebWare</i>	E
	<i>Vedlegg F – Rangering av kravene</i>	F

Figurliste

Figur 1 - De tre hoveddimisjonene i e-forvaltning (Jansen, 2006)	2
Figur 2 - The shape of the e-participation field (Sæbø et al., 2007, s. 29).....	10
Figur 3 - Tidslinje for innhenting og analyse av data	11
Figur 4 - WARE prosessmodellen (Tuunanen, 2005, s. 47)	14
Figur 5 - Behov antall deltakere (Griffin og Hauser, 1993, s. 11)	15
Figur 6 - Personlig tankemodell basert på Peffers et al. (2003, s. 58)	16
Figur 7 - Tidslinje for innhenting og analyse av data - resultater	19
Figur 8 - Prosent av ideer identifisert i vår undersøkelse (jmf. Griffin og Hauser, 1993)	23
Figur 9 - Eksempel på tankerekke 1 fra intervjuobjekt 14	25
Figur 10 - Idédugnad – Fra koding til tema	26
Figur 11 - Forklaring av tankerekkenummer	27
Figur 12 - Eksempel fra aksial koding	29
Figur 13 - Idédugnad - Aktivitet gir resultat	30
Figur 14 - Idédugnad – Engasjement	32
Figur 15 - Idédugnad - Fange oppmerksomheten	33
Figur 16 - Idédugnad - Forsterke budskapet	34
Figur 17 - Idédugnad – Kommunikasjon	35
Figur 18 - Idédugnad - Tilpasset ungdom	36
Figur 19 - Aktivitet gir resultat	40
Figur 20 - Aktivitet gir resultat (sammendrag av våre funn)	42
Figur 21 - Engasjement	42
Figur 22 - Engasjement (sammendrag av våre funn)	44
Figur 23 - Fange oppmerksomheten.....	45
Figur 24 - Fange oppmerksomheten (sammendrag av våre funn)	46
Figur 25 - Forsterke budskapet.....	47
Figur 26 - Forsterke budskapet (sammendrag av våre funn)	48
Figur 27 - Kommunikasjon	49
Figur 28 - Kommunikasjon (sammendrag av våre funn)	50
Figur 29 - Tilpasse ungdom	51
Figur 30 - Tilpasset ungdom (sammendrag av våre funn)	53
Figur 31 - Konseptuel modell av "Aktivitet gir resultat"	56
Figur 32 - Aktivitet gir resultat (litteratur)	58
Figur 33 - Konseptuel modell av "Engasjement"	58
Figur 34 - Engasjement (litteratur).....	61
Figur 35 - Konseptuel modell av "Fange oppmerksomheten"	61
Figur 36 - Fange oppmerksomheten (litteratur)	63
Figur 37 - Konseptuel modell av "Forsterke budskapet"	64
Figur 38 - Forsterke budskapet (litteratur)	65
Figur 39 - Konseptuel modell av "Kommunikasjon"	66
Figur 40 - Kommunikasjon (litteratur).....	68
Figur 41 - Konseptuel modell av "Tilpasset ungdom"	69
Figur 42 - Tilpasset ungdom (litteratur).....	71
Figur 43 - Evalueringsmodell for ungdoms ønsker for e-demokrati.....	75
Figur 44 - Evalueringsmodell for e-demokrati.....	78

Tabelliste

Tabell 1 - Konseptuel oversikt over litteratur	9
Tabell 2 - Oversikt over stadier med tilhørende aktiviteter, deltakere og dokumentasjon	12
Tabell 3 - De syv problemområder ved innhenting av krav fra store uhomogen grupper (basert på Tuunanen et al., 2004, s. 32)	13
Tabell 4 - Problemområder og kravinnsamlingsmetoder basert på Peffers og Tuunanen (2005, s. 489)	13
Tabell 5 - WARE-metodens adressering av problemområder (Tuunanen et al., 2004, s. 44) .	14
Tabell 6 - Idèdugnad	21
Tabell 7 - Bearbeidet rådata	21
Tabell 8 - Stimulilisten	22
Tabell 9 - Fra 11 temaer til 6 temaer med aksial koding.....	26
Tabell 10 - Tematisering (Forfatter 1).....	27
Tabell 11 - Tematisering (Forfatter 2).....	27
Tabell 12 - Tematisering (felles)	27
Tabell 13 - Åpen koding av tankerekke 0104	28
Tabell 14 - Eksempel på tankerekke "Aktivitet" (tankerekke 0104)	30
Tabell 15 - Eksempel på tankerekke "Engasjement" (tankerekke 2905).....	31
Tabell 16 - Eksempel på tankerekke "Fange oppmerksomheten" (Tankerekke 1101)	32
Tabell 17 - Eksempel på tankerekke "Forsterke budskapet" (tankerekke 2704)	33
Tabell 18 - Eksempel på tankerekke "Kommunikasjon" (tankerekke 0103)	34
Tabell 19 - Eksempel på tankerekke "Tilpasset ungdom" (tankerekke 0402)	35
Tabell 20 - Oppsummert resultat av spørreundersøkelse seminar	37
Tabell 21 - Våre refleksjoner fra seminaret	38
Tabell 22 - Rangering av egenskapene	54
Tabell 23 - Våre funn mot tidligere litteratur	72

1 Innledning

Det er gjort lite forskning på ungdoms ønsker, krav og forventninger til informasjonssystemer innenfor e-demokrati. Livingstone (2003) påpeker at når det gjelder ungdoms internettbruk er det gjennomført lite forskning innen den offentlige sektor.

”Few political science studies on edemocracy address young people. Little in the public domain, though much commercial research, charts the growing online youth market. Few technological analyses consider young users, though abstract concepts of the user, citizen and market are widely discussed.” (Livingstone, 2003, s. 148)

Vår oppgave vil kunne gi et bidrag til litteraturen innenfor fagfeltet. Vi vil bidra med bedre metoder for innhenting av ønsker og krav til e-demokrati fra ungdom. I oppgaven tester vi ut en metode for kravinnstilling som vi mener er egnet for å innhente ønsker, krav og forventninger fra ungdom i en slik sammenheng.

1.1 Problemstilling

Vi vil i vår oppgave se nærmere på ungdom og e-demokrati. Målet for denne masteroppgaven er å forstå hvilke ønsker og forventninger ungdom har til e-demokrati. For å besvare dette spørsmålet har vi foretatt kvalitative undersøkelser blant ungdom.

1.2 Bakgrunn og motivasjon

Vår motivasjon for denne oppgaven er at vi er interessert i brytningspunktet mellom teknologi og mennesker. Vi er opptatt av at teknologien skal være et verktøy for oppgaven som skal utføres og at teknologien skal tilpasses menneskenes behov.

E-demokrati er et viktig satsningsområde for myndighetene (eNorge, 2006). I denne satsingen er ungdom en viktig brukergruppe. Forskingen innen for e-demokrati har vært fokusert på hvordan informasjonssystemer og applikasjoner kan engasjere ungdom. Det har i liten grad vært forsket på hvilke krav og forventninger ungdom har til e-demokratisystemer.

Det har i Norge vært synkende valgdeltagelse både til Stortings- og kommunevalg. Nedgangen ved kommunevalget var rekordlav i 2003 med valgdeltagelse rett under 60 % (Henriksen og Aalandslid, 2006). Dette er over 21 prosentpoengs nedgang fra toppåret 1963. Verst stilt er det i fylkesvalg der det var en valgdeltagelse i 2003 på bare 55,6 prosent.

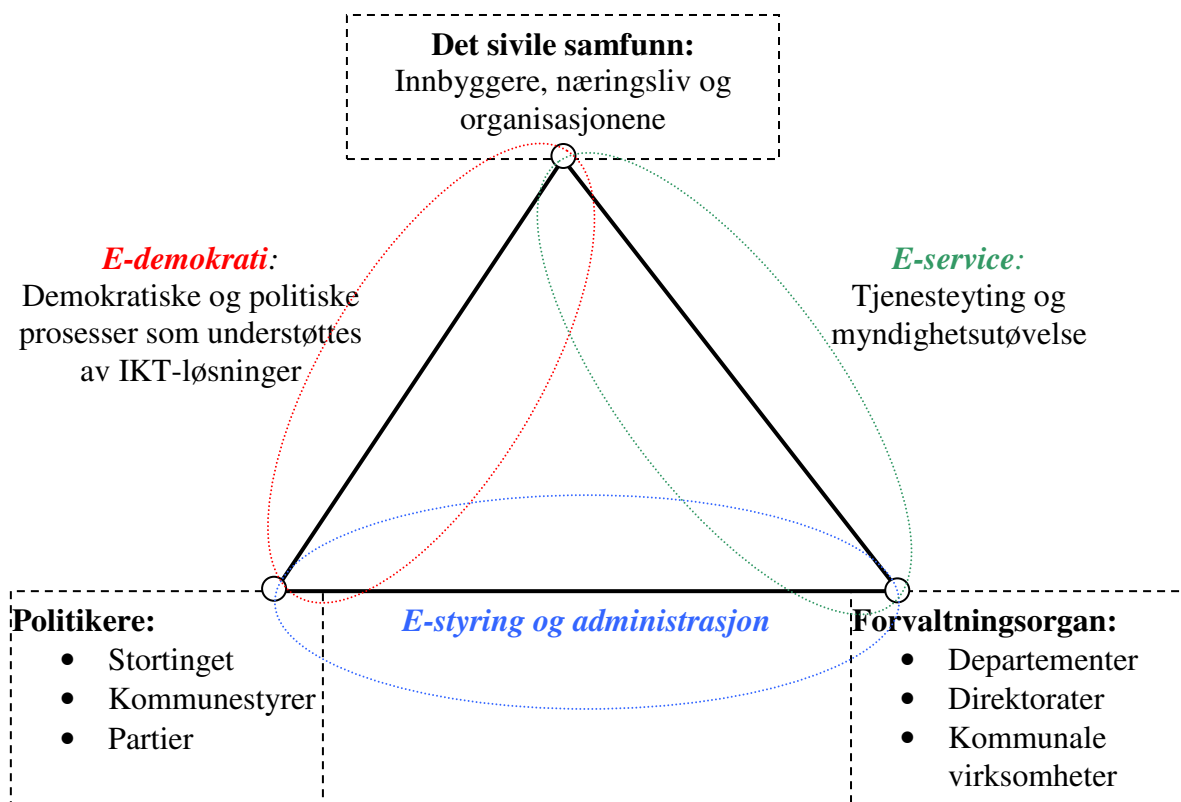
Ungdom er en stor potensielle velgergruppen. Ved valget i 2005 hadde 213.200 i aldersgruppen fra 18 til 21 år muligheten for å avgi stemme ved Stortingsvalget (Statistisk-Sentralbyrå, 2005). Ungdom under 30 utgjør bare 15 % av de som har brukt stemmeretten sin. (Aardal et al., 2003). Vesentlig færre førstegangselgere (55 %) brukte stemmeretten sin i 2005, enn for eksempel de over 60 år (83 %) (Statistisk-Sentralbyrå, 2006).

Vi har i denne oppgaven gjennomført datainnstilling i Ung Agendas målgruppe og gjennomført seminar med prosjektgruppen for Ung Agenda. Ung agenda er et prosjekt i gang satt av KS Agder for å styrke den politiske dialogen mellom ungdom og etablerte partier. Synliggjøre unge velgere i samfunnsdebatten, motivere til politisk deltakelse og samle kunnskap. For å oppnå dette samarbeider KS Agder med unge velgere, elever i videregående skole, ungdomspolitikere, partiene, kommuner, fylkeskommunene og forsknings- og

utredningsmiljø. Prosjektet Ung Agenda er i målgruppen for prosjekter som kan nyttiggjøre seg av vår forskning.

1.2.1 E-demokratiets plass innenfor e-forvaltning

E-demokrati er demokratiske og politiske prosesser som støttes av IKT, og er en av tre dimensjoner innenfor e-forvaltning. Grönlund (2003) ser på e-forvaltning som endringer innenfor flere ulike områder. Endringer i form av automatisering, samhandling og integrering mellom forvaltningsorganene, samt beslutningsprosessene. IT muliggjør for forvaltningsorganene å organisere sine tjenester for det sivile samfunnet. Dette på en slik måte at det øker og effektiviserer samhandling mellom det sivile samfunnet og den offentlige sektoren. Figuren under viser interessentene og tre hoveddimensjoner av e-forvaltning. En av hoveddimensjonene er e-demokrati.



Figur 1 - De tre hoveddimensjonene i e-forvaltning (Jansen, 2006)

Interessentene inndeles i tre grupper, politikere, forvaltningsorgan og det sivile samfunnet. Mellom interessentene foregår det forskjellige samhandlingsprosesser. E-service er handlingen som foregår mellom det sivile samfunnet og forvaltningsorganer, og innebærer digitale tjenester. Den andre dimensjonen er e-styring og administrasjon. Dette er de administrative systemer og prosesser som behandler data mellom forvaltningsorganer og politikere. E-demokrati er den tredje dimensjonen og er en handling mellom det sivile samfunnet og politikerne, og fokuserer på de demokratiske prosessene.

E-demokrati kan være med på å styrke de demokratiske prosesser. Demokratiet i Norge er basert på ulike former for deltagelse. I tillegg til å benytte stemmeretten ved valg har man muligheten til å utføre aktiviteter og handlinger med det formål å påvirke beslutningene som politikerne foretar i de forskjellige organene (Tinget.no, 2007). Tinget.no er et nettsted som informerer om Stortinget og hvordan den enkelte kan påvirke politikernes beslutninger. Nettstedet administreres av Stortings administrasjon.

”Demokratiets grunnidé er at man gjennom en fri og åpen diskusjon skal kunne påvirke beslutninger som angår egen livssituasjon. I dette ligger det også et ideal om politisk likhet, som innebærer at alle borgere skal ha de samme formelle rettighetene. Demokrati er en styreform der retten til å ta beslutninger skal utgå fra folket.” (Tinget.no, 2007)

Den stadig synkende valgdeltagelsen i Norge har ført til bekymring for at deltagelsen skal synke så lavt at oppslutningen ikke gir legitimitet for fellesskapets beslutninger (Meyers, 2004). Det er i denne sammenhengen at politikere ser for seg at e-demokrati skal kunne spille en positiv rolle.

”Politikere trenger nye arenaer til å kommunisere med velgere og mottakere av offentlige tjenester og høre deres syn og saker som angår dem. E-demokrati har potensialet til å bli en slik møteplass der vi kan øke brukerfokuset og bedre kvaliteten på tjenestene.”
(Meyers, 2004, s. 1)

Det finnes mange måter å bruke IKT til å fremme e-demokrati. Forskjellige teknologier og applikasjoner brukes allerede i dag til dette formålet. Vi vil, som nevnt i innledningen, ta utgangspunkt i ungdoms ønsker og forventninger til e-demokratiløsninger. De forskjellige verktøyene og IKT løsninger skal ikke styre utvikling av informasjonssystemet, verktøyene kan likevel være en del av den endelige løsningen.

Kommunal- og regionaldepartementet (KRD, 2001) mener at e-demokrati dreier seg om hvordan ulike IT-baserte løsninger kan benyttes til å styrke borgernes innvirkning i den demokratiske prosessen.

”Tilgangen på politisk informasjon øker, det samme gjør innsynet, samtidig som teknikken kan benyttes som en ny arena for diskusjon og debatt. Teknologien kan skape nye møtearenaer, danne grunnlaget for elektroniske stormøter og diskusjoner som ellers ikke ville vært mulige.” (KRD, 2001, s. 294)

Internett og IKT har muliggjort for bedre kommunikasjon og informasjon mellom forvaltningsenhetene og innbyggere. De fleste norske kommuner har etablerte nettsider som gir informasjon og tjenester til sine innbyggere (Haug, 2003).

E-demokrati konseptet er fortsatt ungt og under konstant utvikling. Flere land kjører pilotprosjekter for å skape en bredere forståelse for hvordan IKT kan forbedre relasjonene mellom innbyggere og myndighetene (Olsson, 1999, ; Wilson, 2006).

1.3 Oppgavens struktur

Vi har delt oppgaven inn i 7 kapitler. I kapittel 2 beskrives tidligere forskning innenfor e-demokrati og evaluering av e-demokratiprojekter. I kapittel 3 inngår forskningsdesign, metode og bruk av grunnlagt teori. Kapitlet beskriver også WARE-metoden. Dette er metoden vi benytter oss av for innhente ungdoms ønsker og forventninger for e-demokratiprojekter. Kapittel 4 beskriver hvordan vi har brukt WARE-metoden og hvordan vi har fylt den der vi mener det er rom for forbedringer. I kapittel 5 beskriver vi resultatene fra innhenting av ungdoms ønsker og forventninger for e-demokratiprojekt. I kapittel 6 diskuterer vi våre hovedfunn mot tidligere forskning. Vi ser nærmere på rangeringen av ønskene som ungdom har rangert. I kapittel 7 presenterer vi konklusjonen og forslag til videre forskning.

2 Eksisterende forskning om e-demokrati og ungdom

Vi har i innledning påpekt at det finnes lite litteratur om ungdoms ønsker, krav og forventninger til e-demokrati. Det finnes i midlertidig noe litteratur om evaluering av ungdom og e-demokrati. For å finne relevant litteratur innenfor e-demokrati og ungdom har vi benyttet oss av flere artikkeldatabaser (ACM Portal, EBSCO Host, SAGE og Springerlink).

Vi har søkt på e-demokrati, e-demokrati og ungdom, e-deltagelse, e-deltakelse og ungdom i databasene. Vi vil i neste underkapittel presentere de funn vi har fra tidligere litteratur.

2.1 E-demokrati

Vi vil her presentere forskjellige konsepter innenfor e-demokratifeltet. Utgangspunktet for disse konseptene er vitenskapelige artikler og case om e-demokrati og ungdom, for å gjøre det oversiktlig er litteraturen vinkle opp mot våre funn.

2.1.1 Aktivitet

Aktivitet er viktig for at e-demokrati skal lykkes. Ward og Gibson (2003) argumenterer for at det å bruke de forskjellige interaktive mulighetene som finnes åpner for større grad av direkte kontakt mellom politikere og velgere. Dette gir igjen innbyggerne mulighet til å være mer aktive opp mot partiene til å bidra med sine meninger og gi fortløpende tilbakemeldinger på saker som er aktuelle.

I evalueringen av Demokratitorget argumenterer Nilsen og Sæbø (2003) for at aktivitet er viktig for at denne typen prosjekter skal lykkes. Denne portalen var utarbeidet i samarbeid mellom Kristiansand kommune, Aust- og Vest-Agder fylkeskommune. Målet med prosjektet var å benytte IKT-verktøy for å få til en enklere og hurtigere tilgang til informasjon, samt å øke kontakten mellom innbyggere og politikere. Hovedfokuset var å få økt engasjement, spesielt blant ungdom.

”Hvis deltakelsen blir for liten vil det bli lite interessant å benytte siden, og den vil dermed ikke kunne bidra som ønsket. Å sikre vedvarende aktivitet er etter vår mening den største utfordringen i et slikt prosjekt” (Nilsen og Sæbø, 2003, s. 13)

Dersom det ikke er kontinuerlig aktivitet på diskusjonssidene vil ikke ungdom returnere og bruke sidene mer.

2.1.2 Design og brukervennlighet

Design og brukervennlighet er to viktige faktorer som må taes hensyn til i utvikling av e-demokratiprojekter. I evalueringen av Demokratitorget går det frem at et brukervennlig grensesnitt og lav brukerterskel er viktig for å få aktivitet på nettsiden.

”Enkelt grensesnitt og lav brukerterskel vil alltid være viktig for å få aktivitet på en webside.” (Nilsen og Sæbø, 2003, s. 14)

I en evaluering gjort av e-demokratiprojektet Nordpol.dk i Nord-Jylland (Jensen, 2003) viser at det å involvere brukerne i utviklingen av designet vil kunne gi positive effekter. Nordpol.dk var en av de mest ambisiøse initiativ fra myndighetene i Skandinavia på å etablere demokratisk dialog via internett (Jensen, 2003). Velgere ble invitert til å være med i

fokusgrupper og til å bidra med forslag til designet. Det ble spesielt tatt hensyn til førstegangsvelgere i denne prosessen.

En av utfordringene i Demokratitorget, som blir påpekt av Nilsen og Sæbø (2003), var kategoriseringen av diskusjon. Kategorisering av innholdet var et av problemene som politikerne var spesielt opptatt av. Ulike diskusjoner rundt samme tema havnet i flere kategorier, dette gjorde det vanskelig for politikerne å gi tilbakemelding og svar. I Nordpol.dk ble debattene strukturert med åtte hovedemner relevante for den lokale politikken. Dette, sammen med regler og retningslinjer for debatten, gav en klar ramme for debatten. Det at politikerne deltok i debatten bidro til saklighet og en respektfull tone i debatten.

Macintosh et al. (2003) ser på muligheten til å bruke IKT til å engasjere ungdom i den demokratiske prosessen.

“The design of e-democracy systems is critical to the success of engaging young people and also educating them about democratic decision making.” (Macintosh et al., 2003, s. 52)

I to e-demokratiprojekter gjennomført i Skottland ser Macintosh et al. (2003) på hvordan IKT engasjerer ungdom til å delta. Macintosh et al. (2003) konkluderer med at designet av e-demokratisystemer er en viktig faktor for å engasjere ungdom og for å gi dem forståelse for hvordan den demokratiske prosessen fungerer. Ungdom med i utviklingsprosessen vil muligens gi et riktig og tilpasset design for ungdom.

2.1.3 Interesse

I tidligere litteratur finner man at det er viktig å skape interesse. I Norpol.dk (Jensen, 2003) ble det brukt markedsføring for å skape interesse rundt fenomenet. For å sikre ungdommelig deltagelse ble prosjektet markedsført av ungdomspolitikere og gjennom forskjellige fora med ungt publikum.

Markedsføring er viktig for å skape aktivitet (Nilsen og Sæbø, 2003). Via markedsføring skaper man interesse og nysgjerrighet, dette var den viktigste grunnen til deltakelse.

Mer markedsføring alene hjelper ikke, man må ha aktivitet på siden for at ungdom vil ta den i bruk. Et forslag fra Nilsen og Sæbø (2003) for å øke deltakelsen var å involvere ungdom via skoler til å delta.

Det er viktig å vite hvem brukerne er og hva som vil motivere dem til å bli interessert i beslutningsprosessen (OECD, 2003).

“There is a need to understand who the audience is, what their communicative and technical skills are likely to be, and importantly, what will motivate them to become engaged in the policy-making process.” (OECD, 2003, s. 39)

Det er viktig til å finne nye og underholde måter for å engasjere ungdom slik at man vedlikeholder deres interesse.

2.1.4 Kommunikasjon og dialog

Internett tilbyr ungdom mulighet til skaffe informasjon og å debattere saker med hverandre og med andre interessenter. Ungdom kan med dette få sine meninger vurdert og få tilbakemeldinger. Personer og situasjoner som ungdom normalt ikke har tilgang til blir

tilgjengelig via internett. Dette skaper mulighet for dialog med forskjellige interessenter. E-demokrati kan være med å informere og gi ungdom bedre forståelse om den politiske prosessen (Masters et al., 2004).

I en casestudie gjort av Kosonen et al. (2004) tar for seg en e-demokratiportal rettet mot ungdom i Vaikuttamo, Finland. Prosjektet ble sett på som en suksess ettersom at de fikk ungdom til å ta del i portalen. En av faktorene som var grunnen til suksessen var den gode dialogen og kontakten mellom ungdom og politikere (Kosonen et al., 2004).

“Vaikuttamo has been able to empower the local youth and develop a positive feedback loop, where the community becomes even stronger through its regular action.”
(Kosonen et al., 2004, s. 8)

I en spørreundersøkelse blant politikere i Danmark sier politikere at ved bruk av internett har de en kommunikasjonskanal hvor meninger og uttalelser ikke blir filtrert bort (Hoff et al., 2003). Ytringsfriheten er i følge Hoff et al. (2003) viktig for e-demokrati.

Jensen (2003) påpeker at det er en del forutsetninger som må være på plass for at bruk av informasjonssystemer i et rådgivende demokrati skal fungere. Debatten må være fokusert, saklig, respektfull og være ferdomsfri for å sikre at alle deltagerne får en rettferdig og likeverdig mulighet til å uttrykke sine meninger. For å sikre innbyggernes påvirkningsmulighet er det viktig at debattene knyttes opp mot og videreføres i de politiske prosesser.

2.1.5 Kunnskap

E-demokrati kan være med på å gi ungdom økt forståelse for den demokratiske beslutningsprosessen. OECD (2003) viser til at IKT-baserte verktøy kan hjelpe ungdom til å få erfaring og økt forståelse av de demokratiske prosessene.

“ICT-based tools could be developed to support education in active citizenship. Such tools would provide young people with an opportunity both to experience and to understand collective decision-making.” (OECD, 2003, s. 86)

I forskningen gjennomført av Macintosh et al. (2003) påpekes det at IKT kan være med å gi økt forståelse for den demokratiske prosessen.

“Research indicates that democracy is best taught by practicing it and that many young people are comfortable using new information and communication technologies.”
(Macintosh et al., 2003, s. 43)

Den beste måten å tilegne seg kunnskap om demokratiet på er gjennom praksis (Macintosh et al., 2003).

2.1.6 Resultat

Ungdom som tar i bruk IKT-verktøyer i den demokratiske prosessen må se resultater. Tilbakemelding og videre oppfølging er viktig for at ungdom skal bli motivert til å benytte seg av verktøyene (Masters et al., 2004). I følge OECD (2003) er tilbakemeldinger grunnsteinen i demokrati på internett.

“Feedback is at the core of the democratic potential of the Internet.” (OECD, 2003, s. 154)

Ved å gi ungdom muligheten til å delta og lytte til hva ungdom har å si kan ungdom motiveres til å delta (Masters et al., 2004). IKT-verktøy kan hjelpe ungdom til å lettere komme i kontakt med beslutningstakerne og gi dem større mulighet til innflytelse.

"(...) by giving them the opportunity to participate and have their say on issues that affect them, young people may feel listened to and thus become engaged and responsible citizens."
(Masters et al., 2004, s. 16)

På Demokratitorget var ungdom opptatt av å kunne diskutere med og å få tilbakemeldinger fra politikerne. På denne måten kunne ungdom være med på å påvirke politikken. Deltakerne på Demokratitorget hadde tro på at diskusjonen var med på å påvirke politikerne og de politiske prosesser. Politikerne sa at dette ville avhenge av kvaliteten på diskusjonen, eventuell ny kunnskap og hvilke sak diskusjonen dreier seg om.

I studiet av Vaikuttamo gjort av Konsonen et al. (2004) var et av funnene at ungdom fikk mer kjennskap til sine rettigheter og at de viste at de hadde en innflytelse på politikken. Dette var viktig for at ungdom skulle være motivert til å ta i bruk portalen. Innflytelse og påvirkningsmulighet er også sett på som en viktig faktor i en studie av Aidemark (2003).

"The interest to be a part of a process is determined by the ability to make a difference."
(Aidemark, 2003, s. 323)

Aidemark (2003) har gjennom sin studie sett på flere case og hvordan forskjellige IKT-verktøy blir brukt til å støtte e-demokratiet. Et av resultatene er at innflytelse og påvirkningsmulighet er avgjørende for å vekke interesse blant innbyggerne (Aidemark, 2003).

2.1.7 Ungdom

En antagelse om ungdom og teknologi er at ungdom utgjør en homogen gruppe. Unge personer er kjønns-, etnisk- og klassedelt, og dette vil influere på deres perspektiv i livet generelt og på teknologi spesielt. Å se dette på noen annen måte resulterer i "one size fits all"-produkt, dette kan medføre til redusert involvering fra ungdom. En annen grunn for manglede suksess i å involvere ungdom er, både online og offline, mangelen på mulighet til å oppnå resultater (Masters et al., 2004).

Casestudie gjennomført av Konsonen et al. (2004) viser at det en av grunnene til suksessen var det sterke båndet mot skoler og lærere. I tillegg var sakene som ble tatt opp lokale og berørte ungdom direkte eller indirekte.

Sakene som blir ført må være relevant for ungdom, samt presentert på en ungdommelig måte (Macintosh et al., 2003).

"(...) many young people are turned off to adult politics by dislike of party structures, the style of debate, and the formality of communication" (Macintosh et al., 2003, s. 44)

Endringer i den tradisjonelle politiske prosessen må til for å få flere ungdom til å delta. I Skottland har sentrale og lokale myndigheter gått sammen med ungdom for å utarbeide utviklingsstrategier for e-demokratiportaler.

Holdning og kultur for demokratideltakelse blant ungdom må skapes (Masters et al., 2004). Dette er en stor utfordring som det ikke finnes noen enkel løsning på. IKT kan bidra som et godt verktøy til å støtte prosessen med å skape en god kultur og holdninger, men må sees som bare et verktøy og ikke som en løsning.

Sakene som presenteres må være av interesse for ungdom (Westholm, 2002). Westholm (2002) konkluderer med at man må tilpasse teknologien slik at den kan bidra til dagens diskusjon og motivasjon.

Inkludere sluttbrukerne i planlegging og designfasen er viktig for å lykkes (Macintosh et al., 2002). Dersom sluttbrukerne ikke blir inkluderte i denne prosessen er det mindre sjanse for at de vil ta systemet i bruk.

“It seems likely that if people are not included at planning and design stages, they are less likely to participate later when the expectations of others suddenly suggest they should.”
(Macintosh et al., 2002, s. 276)

Innenfor IS-faget er det allment akseptert at brukerinvolvering er et viktig element for å oppnå vellykket systemdesign. Flak et al. (2003) foreslår at det forskes mer på mer på brukerinvolvering i e-forvaltning, spesielt e-demokrati som en del av e-forvaltning bør være et fokusområde. Øke den demokratiske deltagelsen er ikke mulig uten direkte involvering av innbyggere og politikere.

I Tabell 1 viser vi en oppsummering over konseptene og funn i litteraturen.

Tabell 1 - Konseptuell oversikt over litteratur

Konsept	Beskrivelse	Litteratur
Aktivitet	Aktivitet er viktig for at denne typen prosjekter skal overleve. De forskjellige interaktive mulighetene som finnes på internett åpner for større grad av direkte kontakt mellom politikere og velgere. Dette gir igjen innbyggerne mulighet til å være mer aktive opp mot partiene til å bidra med sine meninger og gi fortløpende tilbakemeldinger på saker som er aktuelle.	Ward og Gibson (2003); Nilsen og Sæbø (2003)
Design og brukervennlighet	Design og brukervennlighet er to viktige faktorer som må tas hensyn til i utvikling av e-demokratiprojekter. Designet av e-demokrati er viktig for å engasjere ungdom og for å gi dem forståelse for hvordan den demokratiske prosessen fungerer. Involvering av brukerne i utviklingen av designet vil kunne gi positive effekter.	Jensen (2003); Nilsen og Sæbø (2003); Macintosh et al. (2003)
Interesse	Markedsføring kan brukes for å skape interesse rundt fenomenet. Markedsføring blir påpekt å være en viktig faktor for å skape aktivitet. Det er viktig å vite hvem brukerne er og hva som vil motivere dem til å bli med i prosessen.	Jensen (2003); Sæbø og Nilsen (2003); OECD (2003)
Kommunikasjon og dialog	Personer og situasjoner som ungdom normalt ikke har tilgang til blir tilgjengelig og det skapes mulighet for dialog. En faktor for suksess er god dialog og kontakt mellom ungdom og politikere. Debatten må være fokusert, saklig, respektfull og være fordomsfri for å sikre at alle deltagerne får en rettfærdig og likeverdig mulighet til å uttrykke sine meninger.	Masters et al. (2004); Konsonen et al. (2004); Nilsen og Sæbø (2003); Hoff et al. (2003); Jensen (2003)
Kunnskap	E-demokrati kan være med på å gi ungdommen økt forståelse for den demokratiske beslutningsprosessen. IKT-baserte verktøy kan hjelpe ungdommen til å få erfaring og økt forståelse av de demokratiske prosessene. Det påpekes at beste måten å tilegne seg kunnskap om demokratiet er gjennom praksis.	OECD (2003); Macintosh et al. (2003)
Resultat	Ungdom som tar i bruk IKT-verktøyer i den demokratiske prosessen må se resultater. Tilbakemelding og videre oppfølging er viktig for at ungdom skal bli motivert til å benytte seg av verktøyene. Ved hjelp av IKT-verktøy kan ungdom lettere komme i kontakt med beslutningstakerne, samt igjen gi større mulighet til innflytelse.	Aidemark (2003); Masters et al. (2004); Konsonen et al. (2004); OECD (2003); Nilsen og Sæbø (2003)
Ungdom	Unge personer er kjønns-, etnisk- og klassesdelt, og dette vil influere på deres perspektiv i livet generelt og på teknologi spesielt. Sakene som ble tatt opp må være lokale og berøre ungdom direkte eller indirekte, samt presentert på en ungdommelig måte. Flere ungdom mener at den "voksne" politikken er for formell og strukturert på en måte som virker lite innbydende. Om ikke sluttbrukerne blir inkluderte i denne prosessen er det mindre sjanse for at de vil ta systemet i bruk.	Konsonen et al. (2004); Masters et al. (2004); Flak et al. (2003); Macintosh et al. (2002); Westholm (2002)

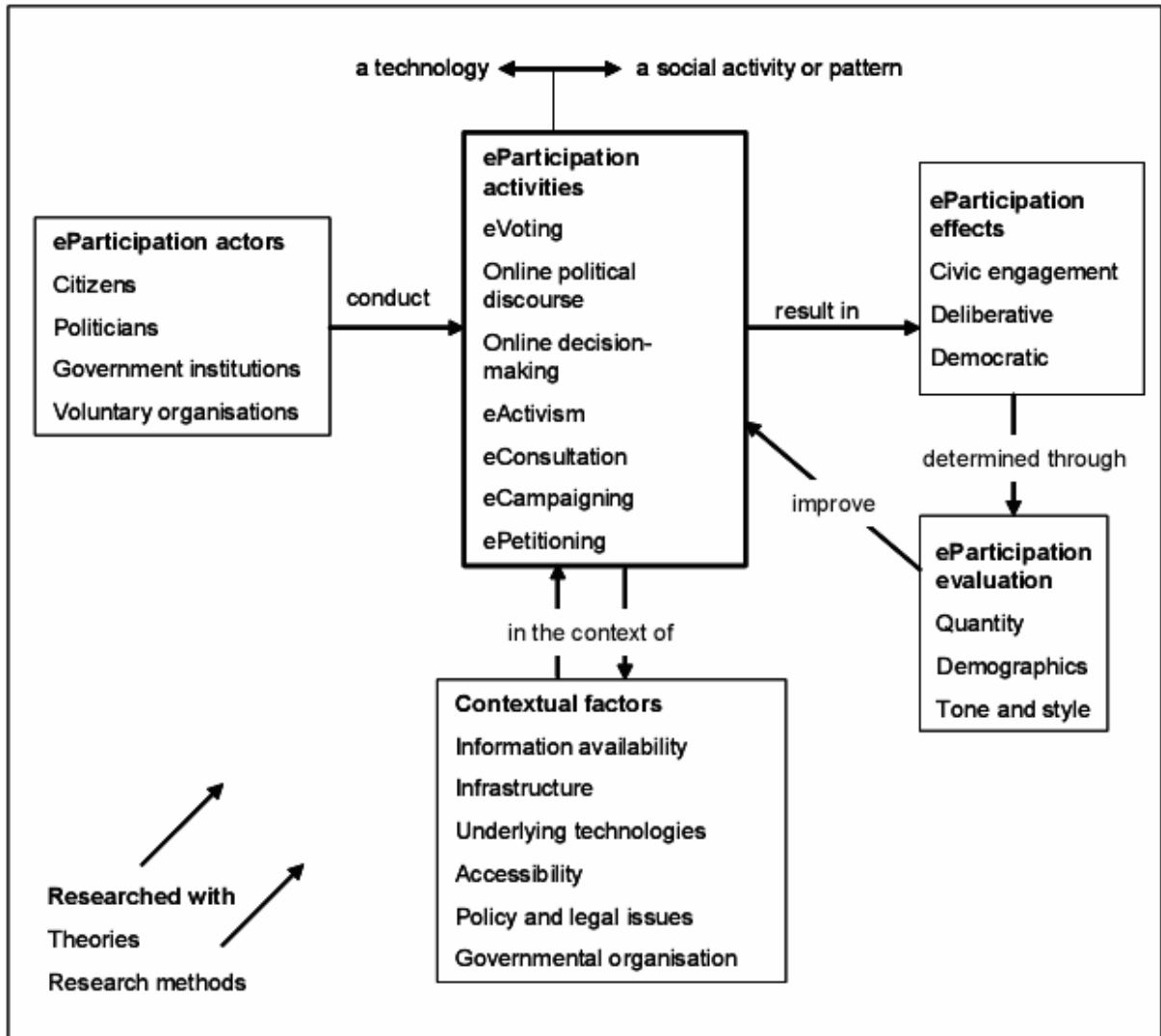
I diskusjonen (kap. 6) vil vi knytte våre funn opp mot denne tabellen.

2.2 Evaluering av e-demokrati

For å fastslå om man når de ønsker og forventninger som settes til e-demokrati er det viktig å gjennomføre evaluering. Det mangler et klart akseptert rammeverk på hvordan måle effektene av e-demokratisystemer. Dette henger sammen med at det ikke finnes noen klar metodiske rammeverk for å evaluere deltagelse generelt. Det argumenteres for at det må utvikles et rammeverk som må ivareta de tre overlappende perspektivene, politisk, teknisk og sosial (Macintosh et al., 2002).

Sæbø et al. (2007) argumenterer for det er vanskelig å definere fenomenet e-deltagelse da det ikke er en generell enighet på definisjon av feltet. Det finnes ingen god oversikt over forskningsdisipliner eller metoder og begrensningene til feltet er ubestemt. På bakgrunn av å ha gjennomgått kjernelitteratur på området presenterer Sæbø et al. (2007) en modell som bidrar med struktur for å forstå feltet. Modellen til Sæbø et al. (2007) bygger på en litteraturgjennomgang av 131 artikler. Basert på kjernelitteratur innen e-demokrati presenteres sammenhengen mellom aktører, aktiviteter, kontekst, effekter og evaluering.

Modellen kan benyttes til å evaluere hvordan aktivitetene resulterer i effekter. Evalueringen kan bidra til å forbedre aktivitetene slik at man når ønskede effekter bedre. Modellen til Sæbø et al. (2007) tar for seg aktiviteter og måling av effektene disse gir.



Figur 2 - The shape of the e-participation field (Sæbø et al., 2007, s. 29)

Modellen til Sæbø et al. (2007) har potential for å benyttes til å evaluere hvorvidt ungdoms ønsker gir den effekten de forventede.

3 Forskningsdesign og metodevalg

I dette kapittelet vil vi beskrive forskningsdesign og metodevalg. Vi vil beskrive metodene vi har brukt, i neste kapittel vil vi beskrive hvordan vi har brukt metodene i praksis.

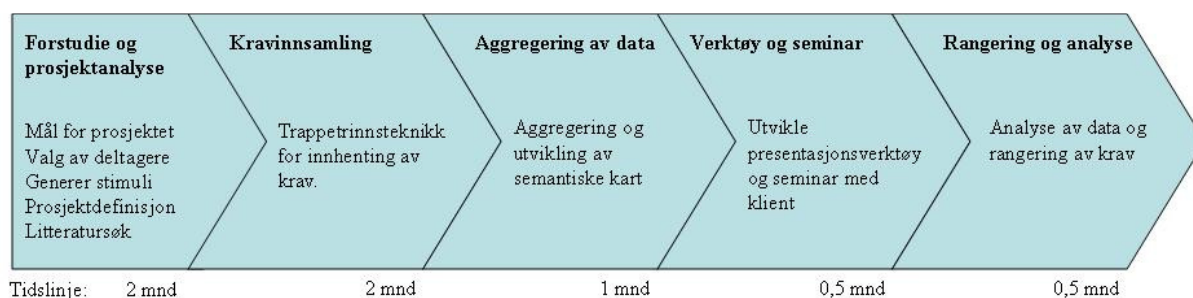
3.1 Forskningsdesign

Vi vil finne ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati, som vi har påpekt er det lite relevant litteratur på området. For å finne ungdoms ønsker er det viktig å få frem flest mulige ideer. Til dette egner kvalitative metoder seg bedre enn kvantitative metoder. Vi har derfor valgt å foreta en kvalitativ undersøkelse. Kvalitative undersøkelser egner seg til å finne ny informasjon og til å finne overraskende forhold som ikke var forventet på forhånd (Jacobsen, 2000). Kvalitativ forskning kan gjennomføres på forskjellige måter (Johannessen et al., 2006), det er derfor viktig at forskere beskriver alle faser i forskningsprosessen. Et godt etablert forskningsdesign gjør dette arbeidet lettere. For å støtte opp om den kvalitative undersøkelsen har vi benyttet oss av WARE-metoden. WARE-metoden presenteres senere i oppgaven.

Det finnes tre typer forskningsdesign, beskrivende, utforskende og forklarende (Jacobsen, 2000). Hvilken man velger avhenger av problemstillingen. Utforskende forskningsdesign egner seg på områder med lite kunnskap. Vi har påpekt tidligere at det er gjennomført lite forskning på ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Utforskende design er derfor hensiktsmessig for vår problemstilling og er derfor vårt valg.

Ved utforskende design vet man lite om emnet. For å finne ut hva som egentlig er problemet brukes kvalitative teknikker. Målet med forskningsdesignet er gjerne å finne frem til mulige forklaringer som siden kan fungere som grunnlag for beskrivende og forklarende design.

I metoden beskriver vi hvordan forskningsprosessen skal gjennomføres, fase for fase. I figuren under er tidslinjen og arbeidsoppgaver for vår oppgave illustrert. Vi vil i kapittel 4 bruke figuren for å illustrere hvilken dokumentasjon vi har fra de forskjellige stadiene.



Figur 3 - Tidslinje for innhenting og analyse av data

I tabell 2 har vi beskrevet hvilke aktiviteter, deltakere og dokumentasjon som tilhører hvert stadium i tidslinjen.

Tabell 2 - Oversikt over stadier med tilhørende aktiviteter, deltakere og dokumentasjon

Stadium	Aktivitet	Deltakere	Dokumentasjon	Kap.	Vedlegg
Forstudie og prosjekt-definisjon	Definere mål med prosjektet			4.1.1	
	Generer stimuliliste	9 masterstudenter fra IS414 (E-demokrati)	- ca 2 timer med intervju lagret på tape, transkribert og analysert - Stimulilisten	4.1.2 4.1.3	B B
	Prosjektdefinisjon			4.2.1	A
	Valg av deltakere			4.2.2	
	Litteratursøk			2	
	Kravinnsamling	Kravinnsamling	Elever fra 3A ved Gimle videregående skole	- ca 7 timer med intervju lagret på tape, transkribert	4.3
Aggregering av data	Aggregering av data		Analyse av innsamlet data	4.4	D
	Semantiske kart		Bilder fra ideudgnad og dokumentasjon på relasjoner mellom noder i kartet	4.4	D
Verktøy og seminar	Verktøy		Webverktøy (ware.austboe.com)	4.5	E
	Seminar	Møte med Ung Agenda	Resultat av spørreundersøkelse	4.6	
Rangering og analyse	Rangering av krav	Elever fra 3B ved Gimle videregående skole	Rangering av 42 egenskaper	5.2	F
	Kontroll av signifikans		Tabeller fra SPSS med resultat	5.2.1	F

I tillegg har vi i tabellen over henvist til hvilke kapitler og vedlegg de forskjellige stadium finnes.

3.2 Metode

Forskningsmetode beskriver hvilke potensielle svakheter som er knyttet opp mot resultatene av forskningen. Ved å beskrive forskningsmetoden er det mulig å etterprøve forskningsprosessen for å avdekke eventuelle feil og mangler. Metodekunnskap er viktig i forskning, blant annet for å gjøre oss i stand til å drøfte hvorvidt resultatene skyldes metodevalg eller om resultatene beskriver virkelighet slik den er. Metoden skal hjelpe oss til å stille kritiske spørsmål til de valg vi tar og konsekvensen av disse (Jacobsen, 2003).

I en artikkel om e-demokrati og ungdom påpeker Master et al. (2004) at unge personer er kjønns-, etnisk- og klassedelt, og dette vil influere på deres perspektiv i livet generelt og på teknologi spesielt. Ungdom er en stor gruppe, geografisk spredt og uhomogene. Det finnes flere problemområder når man skal innhente kravspesifikasjon fra store uhomogene grupper. I artikkelen ” Wide audience requirements engineering (WARE): A practical method and case study” (2004) identifiseres syv problemområder ved innhenting fra store uhomogene grupper (wide audience end-users), de syv problemområdene er listet i Tabell 3.

Tabell 3 - De syv problemområder ved innhenting av krav fra store uhomogen grupper (basert på Tuunanen et al., 2004, s. 32)

Nr	Problemområde	Beskrivelse
1	Kontekst	Potensielle sluttbruker kan ha lite kjennskap til organisasjonen, produktlinjen eller teknologien og mangle forståelse når det gjelder å beskrive funksjonaliteten til ideene, spesielt dersom man skal utvikle helt nye typer av funksjonaliter (IS).
2	Omfang	Tradisjonelle metoder tar utgangspunktet i at sluttbrukerne er tilgjengelig og kontrollbare., dette er ikke tilfellet med WAEU
3	Modellering	Sluttbrukeren sin tankegang vil variere fra utviklerens, som igjen vil medføre at det er vanskelig for beslutningstaker å forstå hva sluttbrukeren ønsker eller trenger, hvorfor de trenger det og hvor viktig deres preferanser er.
4	Modellaggresjon	Forskjellen innenfor WAEU kan være så stor at det kan være vanskelig å aggregere deres preferanser på en meningsfull måte for beslutningstakeren.
5	Presentasjon	Forskjellig perspektiv og kultur mellom sluttbrukerne og ledere kan gjøre det vanskelig for lederne å forstå og evaluere WAEU data for beslutningstaking angående hvilke funksjoner som IS skal inneholde og hvordan det skal implementeres.
6	Konsensus	Ledere kan mangle konsepter og verktøy som er nødvendig for å ta beslutninger angående funksjoner og attributter.
7	Krav	Det kan være vanskelig å modellere resultatene av kravinnhenting i en for som tillater WAEU syn til å bli bruk effektivt i designprosessen. Generelt blir kravspesifiseringer ved hjelp av intervjueteknikk lite brukt av praktikere.

En av hovedutfordringene når man skal utvikle innovative nyvinnende informasjonssystemer er hvordan brukeren skal være i stand til å komme med nye ideer. Brukeren vil ofte være fastlåst i eksisterende teknologi. Det å få brukeren til å se ut over dagens teknologi er en utfordring (Peffer og Tuunanen, 2005).

Det finnes flere mulige metoder å bruke til innhenting av kravspesifikasjon fra brukere. I Tabell 4 vises en oversikt over forskjellige kravinnstillingsmetoder og i hvilken grad de adresserer problemområdene identifisert av Tuunanen (2004). En av svakhetene med disse metodene er de er beregnet for utvikling av informasjonssystemer der brukergruppen er godt definert og tilgjengelig, og tar ikke høyde for større uhomogene grupper (Tuunanen et al., 2004).

Tabell 4 - Problemområder og kravinnstillingsmetoder basert på Peffer og Tuunanen (2005, s. 489)

	Delphi	Fokusgrupper	ETHICS/SADT	MCDM	TQM	WARE
Datainnstilling	√	√	√			√
Modellering			√	√	√	√
Modellaggresjon				√	√	√
Presentasjon		√				√
Beslutningsstøtte	√			√		√

WARE-metoden er utviklet med tanke på å løse de utfordringene som ligger i disse problemområdene. Wide audience requirements engineering (WARE) er en metode for kravspesifiseringsanalyse og spesifisering som møter de syv problemområdene som spesifisert tidligere (Tuunanen et al., 2004). I Tabell 5 ser vi hvordan metoden adresserer de forskjellige problemområdene.

Tabell 5 - WARE-metodens adressering av problemområder (Tuunanen et al., 2004, s. 44)

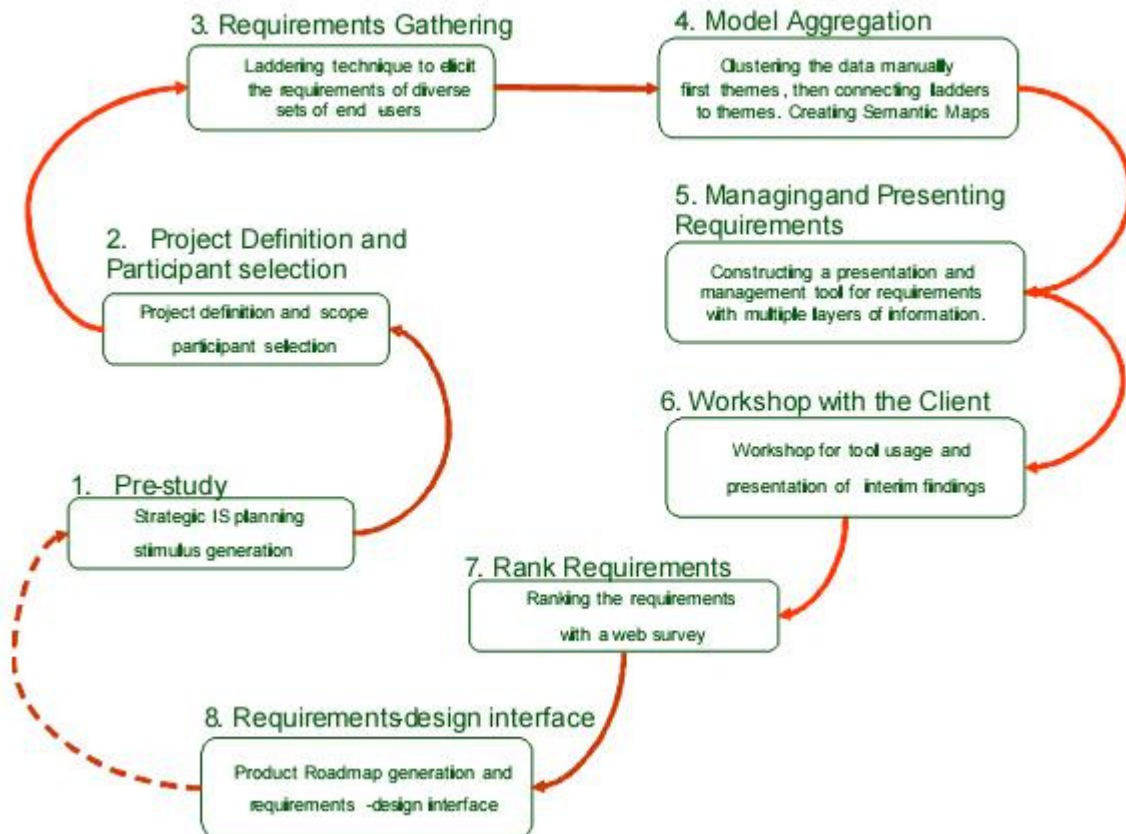
Informasjonsbehov	Problemområde	WARE-teknikk
Datainnsamling	Kontekst: Datainnsamlingsmetoder som ikke krever at brukeren må ha kjennskap til organisasjonen, produktlinjen eller teknologien.	Trappetrinnsmetoden
	Omfang: Tradisjonelle metoder tar utgangspunktet i at sluttbrukerne er tilgjengelig og kontrollbare., dette er ikke tilfellet med WAEU	Bred deltagelse av potensielle sluttbrukere
Modellering	Modellering: Modellere brukerens ønsker og verdier fleksibelt	Fleksibel modellering basert på trappetrinnsteknikken
Modellaggesjon	Modellaggesjon: Aggregere brukerens ideer raskt og fleksibelt	Iterativ klyngeprosess for å aggregere brukermodellen
Presentasjon	Presentasjon: Gi utviklere muligheten til å lett kunne sette seg inn i innsamlet data i forskjellige nivåer av aggregeringen.	Forskjellige aggregeringnivåer av informasjon
Beslutningsstøtte	Konsensus: Beslutningsstøtte for ledelsen	Seminar, rangering av kravene, rapport, kart
	Krav: Presentere modeller av nye egenskaper og attributter på en strukturert måte som er nyttig for systemdesignerne.	Begrenset støtte av presentasjonverktøyet

WARE-metoden er beskrevet brukt i to case fra Finland hvor den er brukt for å innhente krav fra store uhomogene brukere. De to informasjonssystemene var for to kommersielle aktører. Vi har ikke funnet litteratur på at WARE-metoden er brukt innenfor e-forvaltning.

Vi tror at metoden egner seg godt for å innhente krav til e-demokrati for ungdom da de utgjør en uhomogen gruppe. Vi har valgt å benytte oss av WARE-metoden for å innhente ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati.

3.3 WARE-metode

Vi vil i dette kapittelet beskrive WARE-metoden (Tuunanen, 2005) i detalj. Prosessmodellen består av åtte faser som figuren under illustrerer.



Figur 4 - WARE prosessmodellen (Tuunanen, 2005, s. 47)

Vi vil videre i kapittelet ta for oss WARE-metoden, fase for fase.

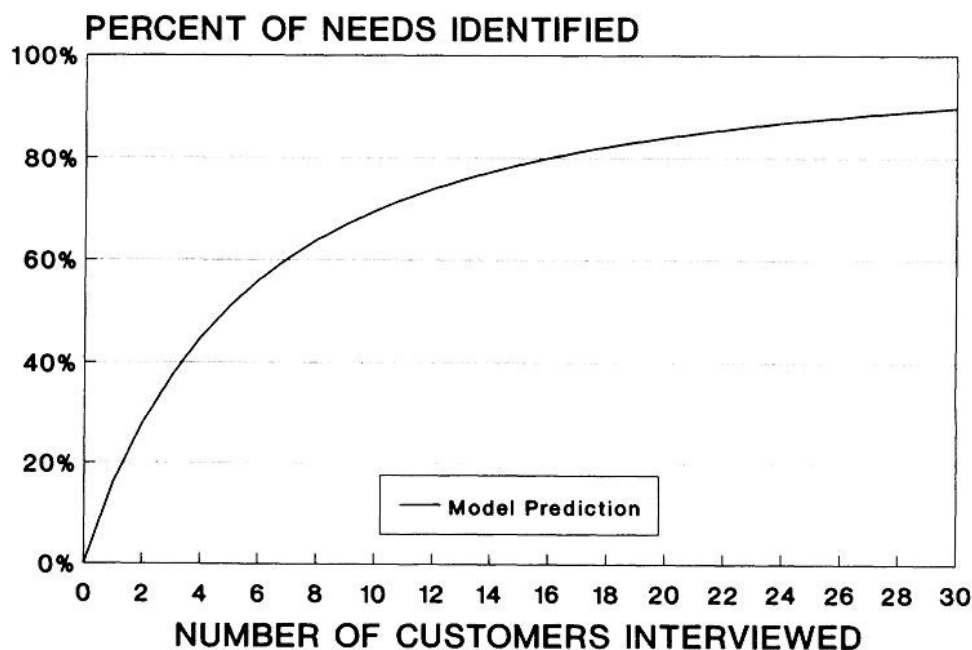
3.3.1 Fase 1: Forstudie

I denne fasen beskrives prosjektets mål og hvordan stimulilisten utarbeides. Stimulilisten er en liste som skal stimulere deltakeren til å reflektere over tema innenfor valgt område. I fasen skal også målet for prosjektet defineres.

3.3.2 Fase 2: Prosjektdefinisjon og valg av deltakere

Prosjektdefinisjon og utvelgelse av deltagere til datainnsamlingen gjennomføres i denne fasen. WARE-metoden angir at antallet som man skal intervjuer for å fremskaffe de nødvendige nye ideene bør være på ca. 30 personer. I en av casene ble det valgt deltakere ut fra forskjellig erfaringsnivå, dette for å få med erfarne og mindre erfarne sluttbrukere. I WARE-metoden refereres det til tidligere forskningen av Griffin og Hauser (1993) hvor de påpeker at en gruppe på 20-30 personer representerer 80-90% eller mer av potensielle ideer blant en befolkning.

Figuren under viser resultatene fra forskningen gjort av Griffin og Hauser (1993). Den horisontale linjen representerer antall deltakere. Den vertikale linjen representerer antall prosenter av potensielle ideer.



Figur 5 - Behov antall deltakere (Griffin og Hauser, 1993, s. 11)

I denne fasen skal også prosjektdefinisjonen utarbeides.

3.3.3 Fase 3: Kravinnsamling

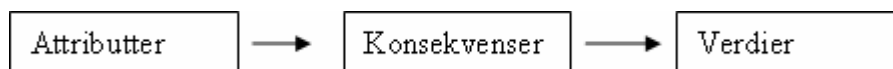
WARE-metoden benytter seg av trappetrinnsteknikken for å innhente kravspesifikasjonen blant deltakerne. Trappetrinnsteknikken (laddering technique) er basert på Kelly's arbeid i 1930 og 1940 årene da han utviklet "Personal Construct theory" (Kelly, 1955). Han argumenterte med at hvis man forstod hvordan folk ser og forstår verden rundt kan man forutsi deres oppførsel. Han modellerte hvordan folk så relasjonene mellom ulike stadier av

universet, konsekvensene av disse stadiene og den individuelle verdien som disse konsekvensene gav.

Potensielle sluttbrukere kan ha lite kjennskap til organisasjonen, produktlinjen eller teknologien og mangle forståelse når det gjelder å beskrive funksjonaliteten til ideene, spesielt dersom man skal utvikle helt nye typer av funksjonalitet. Disse kontekstrelaterte problemene blir adressert av metoden ved å benytte trappetrinnsteknikk. Trappetrinnsteknikken gjør underforståtte krav mer tydeligere og forstår hva sluttbrukerne egentlig ønsker (Tuunanen og Rossi, 2004). Dermed reduseres de kontekstrelaterte problemene.

Kravinnsamlingen gjennomføres ved å intervjuer deltakerne individuelt. Deltakerne presenteres for stimulilisten utarbeidet ved fase 1 (forstudiet). Stimulilisten inneholder tema som skal stimulere deltakerne i undersøkelsen til å reflektere over temaet. De rangerer denne etter hva de synes er mest viktig.

Deretter, for en stimuli om gangen, blir deltakeren bedt om å beskrive en egenskap som vil være viktig for ham/henne. Dette blir fulgt opp med å spørre deltakeren hvorfor denne egenskapen er viktig slik at vi finner konsekvensene som deltakerne forventer fra egenskapen.



Figur 6 - Personlig tankemodell basert på Peffers et al. (2003, s. 58)

Intervjuprosessen fortsetter med en serie av spørsmål om hvorfor er dette viktig for å finne hva deltakeren forventer som sluttresultat av egenskapen og konsekvensene. Dette vil også si at vi finner verdien for tankerekken. For å finne mer konkrete attributter (egenskaper) anbefaler metoden at man stiller en serie av spørsmål av typen hva er det med systemet som gjør at du tror at det vil utføre dette.

Dataen registreres som en serie av tankerekker. En tankerekke er en sammenhengende rekke av utsagn over samme tema. Dataene må aggregeres før at de skal gi mening, dette gjøres i neste fase.

3.3.4 Fase 4: Modellaggregering

Datasamlingen vil bestå av en stor samling av uttalelser og krav, og det vil derfor bli vanskelig å bruke dette som et beslutningsgrunnlag. Den innsamlede data kan bestå av tusenvis av utsagn og det vil være vanskelig eller umulig for beslutningstakere å tolke disse direkte. Dataen må aggregeres slik at de gir en mer oversiktlig og meningsfullt bilde av kravene. Det er viktig å bevare integriteten til de individuelle tankerekkene. Tankerekkene representerer argumentasjonen for ønsker og forventninger til deltagerne. Målet for modellaggregeringen er å finne tema, fordele tankerekkene til tema og lage semantiske kart. Semantisk kart gir en grafisk presentasjon av funn og relasjonene mellom disse. Dette gjør det enklere å få en helhetsoversikt.

I WARE-metoden anbefales det at man samler sammen tankerekkene i tema uten å bryte dem opp. Hensikten er å lage et aggregert topplag som representerer deltakermodeller i semantiske kart.

3.3.5 Fase 5: Presentasjon og ledelse av kravspesifikasjon

Aggregert data kan brukes til å danne nettverkskart. Deretter studerer man disse semantiske kart nøye for å finne undertema. Til slutt i fasen bør man utarbeide et grafisk semantisk kart. Semantiske kart kan implementeres som det første nivået i et elektronisk presentasjonsverktøy sammen med individuelle tankerekker og lydfiler. Tuunanen (2005) kobler sammen kartet med individuelle tankerekker slik at brukeren tillates å bevege seg ned i materien. Dette kan implementeres sammen og distribueres på DVD for bruk av designere og beslutningstakere.

3.3.6 Fase 6: Seminar

Presentasjonsverktøyet utarbeidet i fase 5 brukes til å forenkle de fremkommende tanker/ideer for ledelsen og utviklerne. I denne fasen avholdes det seminar med beslutningstakerne. Målet for seminaret er at beslutningstakerne skal bli kjent med presentasjonsverktøyet. Dette for at de kan få en forståelse for bruk av verktøyet.

3.3.7 Fase 7: Rangere kravene

Hittil i fasene har vi ikke sett på rangering av ideene. Dette kan løses ved å gjennomføre spørreundersøkelse av potensielle sluttbrukere for å fastslå den relative verdien av kravene og ikke minst validere den innsamlede data. Tuunanen (2005) anbefaler å bruke et utvalg på 30 uavhengige personer, utvalgt på samme måte som i fase 2. Deltakerne skal rangere hvert attributt i hver underkategori, fra mest viktig til minst viktig. Denne fremgangsmåten genererer verdier for hvert tema og individuelle verdier av attributter ved hjelp av deskriptiv statistikk.

3.3.8 Fase 8: Kravspesifikasjonsdesign

Basert på resultater av studie, skal analysen inneholde beskrivelse av behov og krav i en rapport. Rapporten kan gi anbefalinger for å fokusere ressurser for å utvikle egenskaper rangert på topp 10 av deltakerne i fase 7. Analysen bør peke ut egenskaper og tema som er mest verdifulle for sluttbrukerne.

3.4 Grunnlagt teori

Vi har i forbindelse med innsamling og bearbeiding av rådata benyttet vi oss av grunnlagt teori for å registrere data, finne mønster og finne forbindelse mellom kategorier og underkategorier.

Grunnlagt teori fremkommer ved at vi bearbeider data hvor målet for prosessen er å finne sammenhenger mellom definerte kategorier. De empiriske data kodes systematisk og vi får frem kategorier. Kategoriene systematiseres og gir grunnlag for teoretisk rammeverk som beskriver virkeligheten.

Vi bruker grunnlagt teori utarbeidet av Anselm Strauss og Barney Glaser som består av tre kodingsfaser:

- *åpen koding* – handler om å registrere fenomener, finne mønster og se bak de enkelte utsagn for å finne forståelse av hva intervjuobjektet mener.
- *aksial koding* – forsøker man å finne forbindelser mellom kategorier og underkategorier. Fokuset rettes mot relasjonene mellom kategoriene og det å bestemme deres egenskaper.
- *selektiv koding* – siste steg i grunnlagt teori. Forsøker å finne relasjoner mellom kategoriene som kan lede frem til kjerne-kategorier.

Teorien tar utgangspunkt i det empiriske datamaterialet og er på den måten grunnlagt i data. Dette betyr at informantenes egne oppfatninger og perspektiv danner utgangspunktet for analysen. Et sentralt trekk ved grunnlagt teori er at utviklingen av teorier skal utledes fra empiriske datamaterialet gjennom induksjon.

Målet med grunnlagt teori er at ikke noe skal begrense hvilken informasjon den enkelte forsker samler inn (Jacobsen, 2005).

”Idealet er forskere som går ut i virkeligheten men noe tilnærmet et helt åpent sinn, samler inn all relevant informasjon og til slutt går i tenkeboksen og systematisere de data som de har fått inn. Ut fra en slik åpen tilnærming dannes teoriene.”

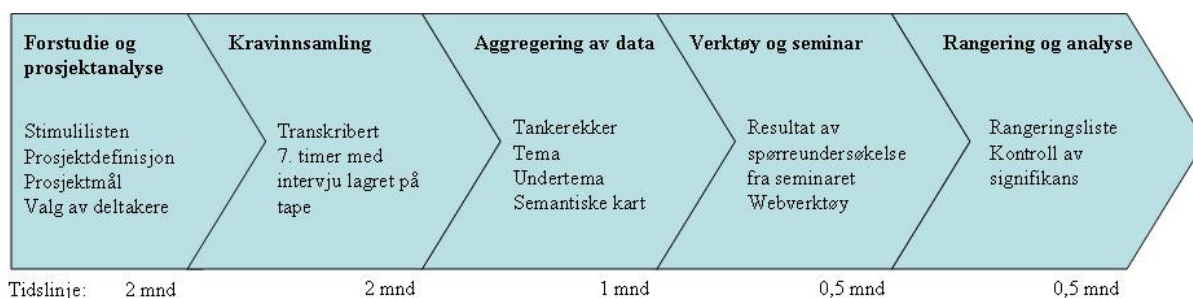
(Jacobsen, 2005, s. 30)

I åpen koding blir innsamlet data brutt opp. Dette gir muligheten for å dele den opp i kategorier, egenskaper og dimensjoner. I prosessen blir fenomenet (dataen) brutt opp og gitt navn, dette for å få system på rådataen. Etter arbeidet med oppdelingen og navngivingen, som kan bestå av et stort antall navngitt fenomener, oppretter man kategorier og kategorisere dataen. Selve kategoriseringen har til hensikt å redusere mengden enheter man skal analysere og bearbeide. Strauss og Corbin (1990) anbefaler at man tenker gjennom hvilke navn man gir kategoriene, det må være logisk og intuitive navn, men det viktigste er at du husker dem og at navnet gir mening for deg som forsker. Det å kategorisere kan i følge Strauss og Corbin (1990) være basert på fenomenet egenskap og der igjen dimensjon.

4 Vår bruk av WARE

I forrige kapittel gjennomgikk vi WARE-metoden slik utviklerne av metoden har beskrevet den. Vi vil i dette kapittelet beskrive hvordan vi har brukt WARE-metoden i vår studie for å finne ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. I neste kapittel (kapittel 5) vil resultatene bli presentert.

Figuren under viser tidslinjen for vår datainnsamling og resultatene fra hvert stadium.



Figur 7 - Tidslinje for innhenting og analyse av data - resultater

WARE-metoden åpner opp for at metoden kan være iterativ og starte med en ny gjennomgang av fasene når man er ferdig med siste fase (fase 8). En av avgrensningene med denne oppgaven er at vi bare vil gjennomføre prosessen en gang. I dette kapittelet tar for oss vår bruk av WARE-metoden, fase for fase.

4.1 Fase 1: Forstudie

Vi vil i denne fasen beskrive prosjektet vårt og hvordan vi gikk frem for å innhente stimulilisten. Stimulilisten skal danne utgangspunktet for kravinnsamlingen i fase 3.

4.1.1 Prosjekt mål

Mål for prosjektet vil naturligvis henge sammen med problemstillingen vi har valgt for masteroppgaven. Samtidig er det naturlig at vi ser mot de behov som finnes i kommuner og stat i Norge når det gjelder utvikling av e-demokrati for ungdom. Vi har sett på de utfordringer som kommuner har med e-demokrati. Gjennom diskusjoner og samtaler med veiledere har vi definerte mål for prosjektet. Etter å ha definert målet med prosjektet startet vi arbeidet med å utarbeide stimulilisten.

Vi har tidligere i oppgaven vist at det er gjort liten forskning på hva ungdom ønsker og vi vil derfor finne ut hvilke ønsker ungdom har til slike systemer. Målet for prosjektet er å finne ønsker og forventninger ungdom har til informasjonssystemer for e-demokrati.

4.1.2 Utarbeidelse av stimuliliste

Vi har valgt fokusgrupper for å utarbeide stimulilisten da fokusgrupper åpner for at man kan få med kjente forhold og oppdager uforutsette forhold. Ved å bruke fokusgrupper får vi en metodisk tilnærming for innhenting av data som danner grunnlag for stimulilisten.

WARE-metoden beskriver ikke fokusgrupper som en del av innhenting av stimuli. Imidlertid mener Tuunanen et al. (2004) at fokusgrupper er godt egnet for dette.

Fordelen med fokusgrupper er at de åpner for å oppdage uforutsette forhold og resultatene kan foreligge raskt. Fokusgrupper er en billig forskningsmetode og utvalgsstørrelsen kan økes uten konsekvenser for tid og kostnader (Nøtnæs, 2001).

Fokusgrupper er uformelle intervjuer (Nøtnæs, 2001). Intervjuene foretas i grupper og ledes av en møteleder. Gruppen kan bestå av 4 til 10 personer. Gruppediskusjonen er egnet til å få frem ny kunnskap ved at møteleder stiller spontane oppfølgingsspørsmål til utaleleser fra deltagerne.

I følge Morgan (1998) er ofte uerfarne forskere fokusert hovedsakelig på selve diskusjonsprosessen. For å unngå å dette, som uerfarne i bruk av fokusgrupper, har vi brukt mer tid enn vi opprinnelig hadde planlagt på planleggings- og analysefasen. I denne fasen utarbeidet vi en intervjuguide basert på de fem hovedtyper av spørsmål som beskrevet av Krueger (1998) (vedlegg B). Vi har også sørget for å få innspill til arbeidet vi har gjort i planleggingsfasen før vi gjennomførte intervju av fokusgruppene.

Fokusgrupper er en metode som åpner for at man oppdager uforutsette forhold og at ny kunnskap produseres. Den åpne formen til fokusgrupper gjør metoden godt egnet til å utforske nye felt (Nøtnæs, 2001). Vi hadde dermed muligheten til å få frem nye momenter til stimulilisten som vi ikke ville fått ved å gjennomføre tradisjonelle intervjuer.

Vi valgte å ha fokusgruppeintervju med studenter ved masterkurset e-demokrati, IS-414, ved Høgskolen i Agder. Dette er studenter som tar mastergrad innen informasjonssystemer og offentlig politikk og ledelse. Dette kurset skal gi studentene kunnskap om hvordan bruk av IKT kan styrke demokratiet. Fokusgruppe virker best når interessen for emnet til forskningsteamet samsvarer med deltakerne i fokusgruppen (Nøtnæs, 2001), noe som passet sammen med deltakere fra kurset e-demokrati.

Vi delte klassen opp i to mindre grupper på 4 og 5 personer, dette for at vi lettere skulle håndtere fokusgruppene. Selve gjennomførelsen av fokusgruppeintervjuene foregikk parallelt. Før gjennomføringen utarbeidet vi en plan (vedlegg B) for gjennomføring av fokusgruppene for å sikre oss at samtalene i de to fokusgruppene ble så likt som mulig.

Fokusgruppeintervjuene ble loggført på diktafon og bearbeidet i etterkant. Både forberedelser og bearbeiding av data ble gjort med utgangspunkt i Focus Group Kit vol. 1- 6 (Morgan og Krueger, 1998).

4.1.3 Stimuliliste

Vi har tidligere sett at fokusgrupper er en metode som åpner for at man oppdager uforutsette forhold og at ny kunnskap kan produseres ved den dynamikken som blir i fokusgruppene. Umiddelbart etter gjennomføringen tok vi en idédugnad av fokusgruppene der vi diskuterte og gjennomgikk hva som hadde vært mest diskutert og viktig for de to fokusgruppene. Resultatet av denne gjennomgangen er illustrert i Tabell 6.

Tabell 6 - Idédugnad

Resultat fra idédugnad
Feedback/tilbakemeldinger/se resultater/påvirkning/dialog/direkte kommunikasjon
Kommunikasjon må være mer rettet ungdom/mot saker som er interessant for ungdom/ikke byråkrati språk
Alt samlet på ett sted/tilgjengelighet/ikke bare debatter/
Få med nye deltagere
Bygge opp kommunenettsamfunn
Konkurranser
Design/brukervennlighet
Ressurser

Etter å ha gjennomført idédugnaden gjennomgikk vi tapene med opptak av fokusgruppene og skrev ned diskusjonen slik at den kan presenteres i papirformat. Etter at all rådata var transkribert (vedlegg B), bearbeidet og kategorisert vi rådataene igjen. Bearbeidelsen av rådata er gjort for å gi en bedre og lettere oversikt over hva deltagerne i fokusgruppene har uttalt. Kategoriene er utarbeidet med bakgrunn av idédugnaden og de inntrykk vi har fått av å høre gjennom og lese rådataene.

Tabell 7 - Bearbeidet rådata

Bearbeidet rådata
Påvirkningsmulighet
Skreddersydd informasjon
Alt på ett sted
Brukervennlig
Kommunenettsamfunn
Konkurranser

Vi har tidligere i oppgaven beskrevet litteratursøket vårt og beskrevet den litteratur som finnes på området. Denne litteraturen har vi benyttet oss av også i arbeidet med stimulilisten for å sikre oss at vi ikke mister viktige element til stimulilisten

Etter å ha bearbeidet rådata satt vi våre funn opp mot tidligere litteraturen. De bearbeidede data og tidligere litteratur danner utgangspunkt for den endelige stimulilisten.

På stimulilisten finner vi at det er viktig at informasjonen er tilpasset, intervjuobjekt B5 mener at informasjonen må være rettet mot ungdom og ikke være byråkratspråk.

”Den (informasjonen) må være rettet mot ungdom og ikke byråkratspråk” (B5)

Dette korresponderer med funn i gjort av Masters et al. (2004) hvor det påpekes ikke en gang sofistisert og innovativ teknologi kan skjule kjedelig politisk budskap.

Et annet stimuli som kom frem under fokusgruppeintervjuet var påvirkningsmulighet. Intervjuobjekt A4 mener at det bør være interaksjon mellom ungdom og politikerne, og at man må kunne se resultater, noe som korresponderer med funn gjort av Masters et al. (2004).

”Det betyr at det må være en form for interaksjon mellom ungdommen og politikerne og beslutningstakerne, (...) men jeg tror faktisk det å se resultatet er minst like viktig og kanskje viktigere” (A4)

Flere av deltakerne var opptatt av at det må være aktivitet på siden.

”Ja, du kan jo se på at politikere har sin egen blogg og så ser du siste oppdatert for et år siden. Det holder jo ikke mål en plass.” (B1)

Aktivitet er også noe som blir påpekt av Nilsen og Sæbø (2003) i deres evaluering av Demokratitorget.

Tabellen under presenterer stimulilisten slik den har blitt etter gjennomført fokusgruppeintervjuer, gjennomgang av litteratur og diskusjon med veiledere.

Tabell 8 - Stimulilisten

Stimulilisten
Aktivitet
Alt på et sted
Brukervennlig
Design
Markedsføring
Personlig gevinst
Påvirkningsmulighet
Tilpasset informasjon

Denne endelige stimulilisten danner utgangspunkt for intervjuene i forbindelsen kravinnsamlingen i fase 3. I neste fasen har vi definert prosjektet og funnet deltakere til intervjuene i fase 3.

4.2 Fase 2: Prosjektdefinisjon og valg av deltakere

I fase 2 vil vi utarbeide prosjektdefinisjonen og finne deltakere som skal intervjues i fase 3. Prosjektdefinisjon er ikke nærmere beskrevet i WARE-metoden. Vi har derfor valgt å se nærmere på annen litteratur for å finne frem til hva som bør inngå i prosjektdefinisjon.

4.2.1 Prosjektdefinisjon

Før i gangsettingen av et prosjekt er det viktig at man definerer hva som er målet for prosjektet og hvordan man skal nå dette målet (Harrison og Lock, 2004). Hvor detaljert prosjektdefinisjonen bør være avhenger av typen prosjekt. Dersom man skal utvikle et kampvåpensystem vil prosjektdefinisjonen være mer spesifikt enn om det er et prosjekt i å finne frem til hva som forårsaker alkoholproblemer. Det er viktig at prosjektdefinisjon prioriteres tidlig i prosjektet og at definisjonen blir vedlikeholdt gjennom hele prosjektet (Forrest og Lorenzoni, 1997).

Prosjektdefinisjonen har vært et levende dokument og endringer har blitt gjort blant annet på bakgrunn av endrede milepæler og tilbakemeldinger fra våre veiledere.

Vi har ikke hatt større avvik fra vår prosjektplan, og det har i liten grad vært nødvendig med endringer av planen (vedlegg A). Dette skyldes blant annet velvillighet fra eksterne ressurser som Gimle videregående skole og Kommunens sentralforbund Agder.

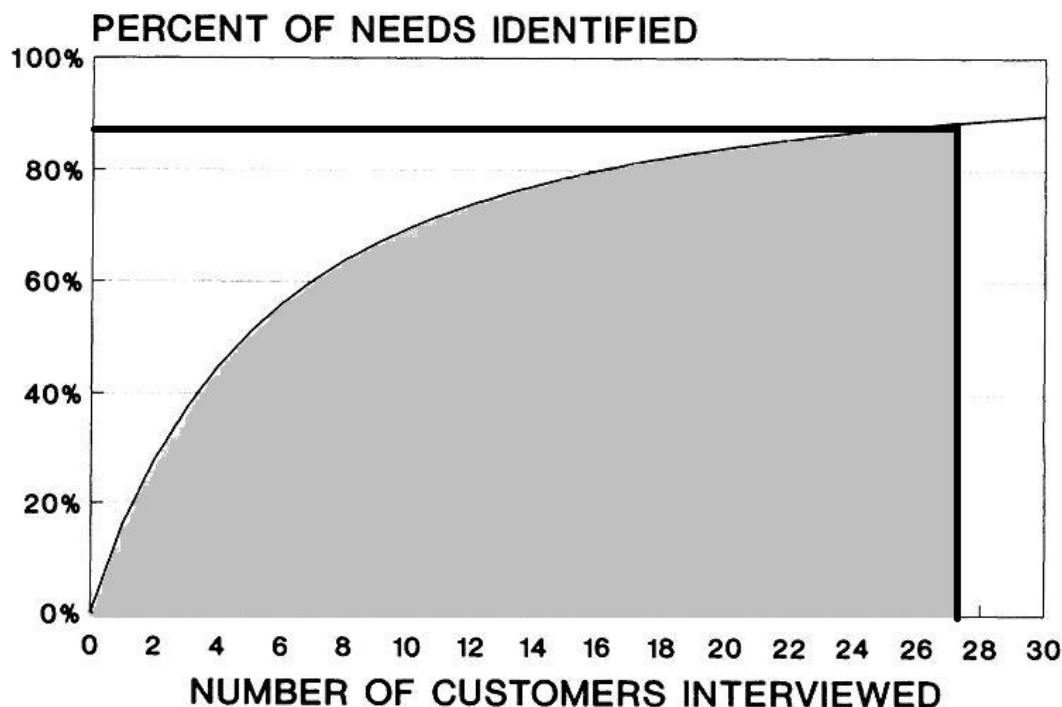
4.2.2 Valg av deltakere

Vi valgte deltagere fra en av 3. klassene ved Gimle videregående skole i Kristiansand. Vi diskuterte om vi skulle bruke 10. klasse fra ungdomstrinnet eller en klasse fra videregående skole. Vi valgte å vektlegge at de ved videregående skole hadde hatt mer i pensum om demokrati og at det ville være mer relevant for denne gruppen da de fleste allerede skal stemme ved kommende kommunevalg. I tillegg til en klasse fra en videregående skole har vi valgt å ta med fire deltagere med gode kunnskaper om demokrati eller e-demokrati.

Ressurspersonene er personell fra kommunes administrasjon, politiker og fagpersoner fra Høgskolen i Agder. Det å gjennomføre undersøkelsen på to forskjellige brukergrupper kan også være med på å sikre oss at vi ikke mister viktig funksjonalitet, som en av gruppene ikke får med seg.

I undersøkelsen var kjønnsfordelingen 56 % menn og 44 % kvinner. Dette ga oss en jevn kjønnsfordeling.

En skoleklasse passer godt med tanke på antall deltagere vi trenger. I følge Griffin og Hauser (1993) vil dette identifisere 80-90% av de potensielle behovene. Figuren under illustrerer hvor mange prosent av ideer vi identifiserer i vår undersøkelse. Tuunanen (2004) påpeker at det er viktig at utvalget er representativt av sluttbrukersegmentet.



Figur 8 - Prosent av ideer identifisert i vår undersøkelse (jmf. Griffin og Hauser, 1993)

Totalt hadde vi 27 deltagere til kravinnsamlingsfasen. Figuren over viser at vi med dette har mulighet til å finne frem til mellom 85-90 % av potensielle ideer i kravinnsamlingsfasen.

4.3 Fase 3: Kravinnsamling

Basert på stimulilisten utarbeidet i fase 1 rangerte deltakerne temaene i stimulilisten. Rangeringen dannet utgangspunkt for intervjuene. Hver deltaker ble intervjuet om de to temaene som de rangerte høyest. Intervjuene var strukturert ved hjelp trappetrinnsteknikk.

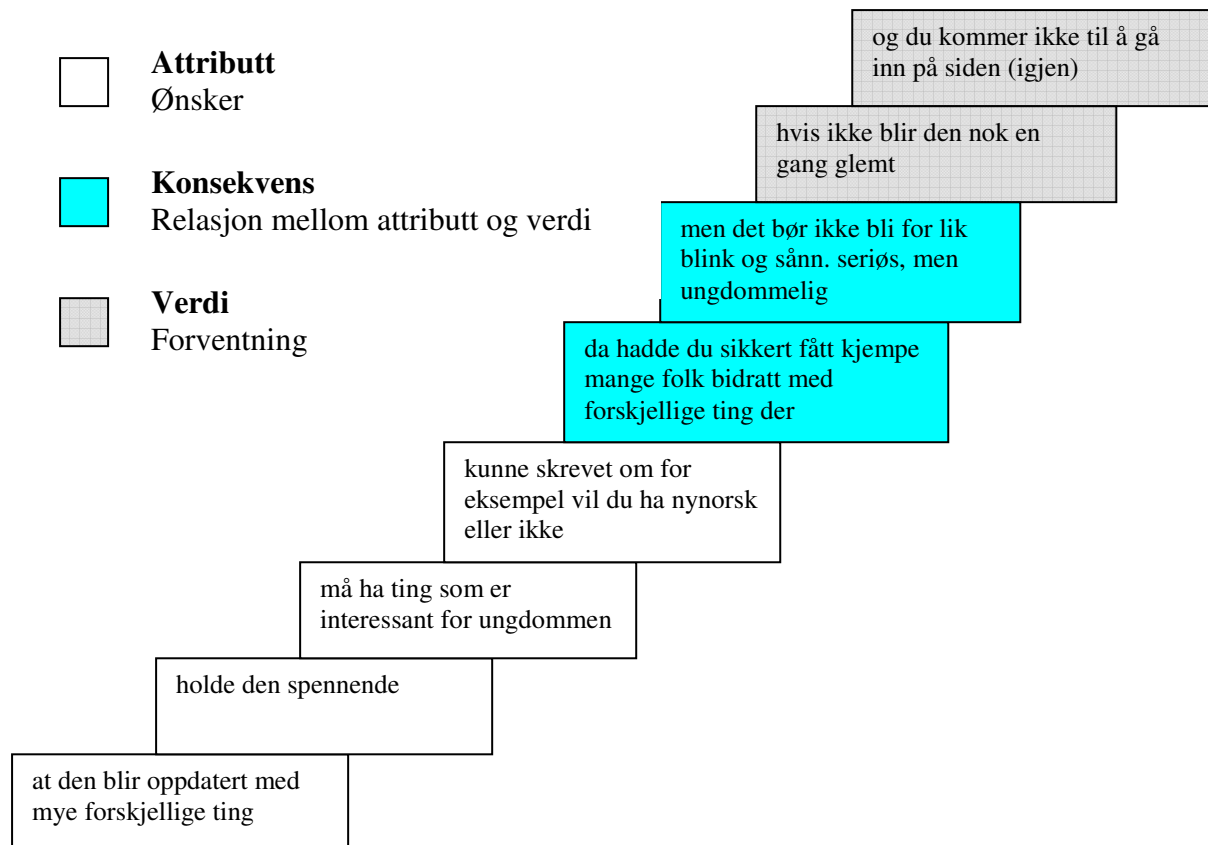
Under intervjuprosessen fikk vi hjelp fra to medstudenter. Før intervjuene gjennomgikk vi intervjuprosessen slik at alle fire som skulle intervjuer hadde en felles forståelse for fremgangsmåte. Vi utarbeidet en kort huskeliste for intervjuene (vedlegg C). For å lette gjennomføring av intervjuene, utarbeidet vi et skjema hvor utsagnene kunne settes direkte inn i tankerekker. Alle intervjuene ble tatt opp på diktafon og digitalisert.

Vi gjennomførte intervjuene 19. februar 2007 ved Gimle videregående skole. Skolen ga oss en dobbelttime til rådighet der vi kunne ta ut elevene en og en fra timene. Før elevene rangerte stimulilisten, ga vi en kort innføring i e-demokrati (5 minutter). Etter at rangeringen var gjennomført tok vi og en elev ut til intervju. For å utnytte tiden vi hadde fått tildelt valgte vi å få hjelp fra to medstudenter fra masterkullet. Det gjorde at vi hadde 15 minutter til å intervju hver enkelt. Gimle videregående skole stilte fire rom til disposisjon.

Hver deltager rangerte stimuliene. Vi startet intervjuprosessen ved å identifisere de to øverst rangerte stimuliene for hver enkelt deltager. For hver av de to stimuliene spurte vi intervjuobjektet om å beskrive en egenskap som vil være viktig for vedkommende ved den valgte stimuli. Deretter ble intervjuobjektet spurt om hvorfor dette var viktig for han/henne, dette ble gjort for finne konsekvensen som intervjuobjektet forventet fra denne egenskapen. Vi fortsatte med en serie av spørsmål av typen ”Hvorfor vil dette være viktig?”. Målet med dette var å finne konsekvenser som intervjuobjektet forventet av egenskapen (attributt). Etter at intervjuobjektet fortalte hvorfor det var viktig, fulgte vi opp med nye spørsmål. Vi ville få frem hva deltageren forventet å få igjen for de egenskapene og konsekvensene vedkommende synes var viktig.

I WARE-metoden defineres utsagnene som enten attributter, konsekvenser eller verdi. Attributt er ønsker ungdom har til utforming av e-demokrati, verdi er forventninger til hva som oppnås gjennom deltakelse og konsekvens er relasjonen mellom attributt og verdi. Etter å ha gjennomført intervjuene, satt vi oss ned i felleskap og gjennomgikk de utfylte skjemaene og hørte gjennom intervjuene. Alle utsagn fra intervjuobjektene ble skrevet ned og lagret i en database.

Utsagnene i intervjuene var ikke alltid delt opp i tydelige tankerekker. Intervjuprosessen ble gjort slik at samtalen ikke skulle hakkes for mye opp, og at intervjuobjektet skulle få forklare seg fortløpende. For hvert intervjuobjekt gikk vi gjennom alle utsagnene og splittet opp i nye tankerekker der dette var naturlig. Deretter diskuterte vi sammen hver enkelt tankerekke og definerte utsagnene inn i de tre kategoriene attributt, konsekvens og verdi.



Figur 9 - Eksempel på tankerekke 1 fra intervjuobjekt 14

Figuren over viser utdrag fra intervjuobjekt 14. Utgangspunktet var stimulien ”aktivitet”, tankerekken er nummer en av fire for dette intervjuobjektet. En tankerekke består av et sett med utsagn som henger sammen fra et gitt intervjuobjekt. Alle tankerekkene er samlet i vedlegg D.

De 27 intervjuene resulterte i 897 individuelle utsagn fordelt på 89 tankerekker. Dette ga et gjennomsnitt på 3,30 tankerekker per deltaker og 10 utsagn per tankerekke. Neste fase er å aggregere de innsamlede data.

4.4 Fase 4: Modellaggregering

Vi vil i denne fasen aggregere rådataen slik at de gir mening. Det er viktig at vi bevarer integriteten til de individuelle tankerekkene.

Gjennom datainnsamlingen, som gjennomføres i fase 3, er det mulig å bruke grunnlagt teori for å finne kategorier som dekker utsagnene. Vi er av den oppfatning av at dette kan gjøres samtidig som man beholder tankerekkene intakt. For å bevare tankerekkene intakt kodet vi alle utsagnene i tankerekkene og gjennomførte aksial koding på tankerekkenivå.

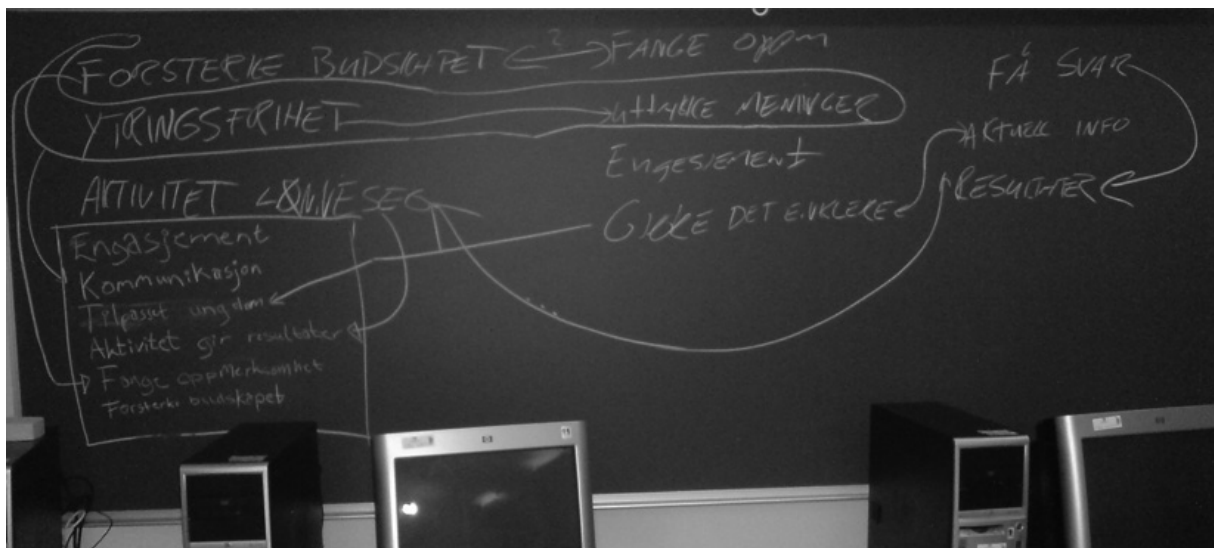
Vi har brukt grunnlagt teori for å få en metodisk tilnærming til de innsamlede data vi benytter oss av i WARE metoden. Det er ikke vår hensikt å utarbeide noen ny teori på bakgrunn av de innsamlede data, derfor gjennomfører vi heller ikke selektiv koding.

4.4.1 Fra koding til tema

Alle tankerekkenne ble gjennomgått av begge to samtidig og vi foretok den åpne kodingen sammen. Vi forsøkte å finne like betegnelser på tankerekker der intervjuobjektet snakket om samme emne, men i forskjellig språkdrakt. Dette for å forsøke å identifisere forskjellige tema som kan samle tankerekkenne.

Etter å ha gjennomgått alle tankerekkenne og kodet disse ved bruk av grunnlagt teori hadde vi 11 temaer som vi mente oppsummerte innholdet i tankerekkenne. Deretter forsøkte vi å finne ut om noen av temaene vi hadde funnet, hadde fellesnevnerne.

Figuren under er fra idédugnaden hvor vi fant fellesnevnerne til de 11 temaene som oppsummerte de 89 tankerekkenne vi fikk i kravinnsamlingen.



Figur 10 - Idédugnad – Fra koding til tema

Disse slo vi sammen slik at vi endte opp med 6 temaer som oppsummerte de 89 tankerekkenne våre. Tabell 9 viser resultatet fra idédugnaden og hvordan vi kom fra 11 tema til 6 tema.

Tabell 9 - Fra 11 temaer til 6 temaer med aksial koding

Sammenlång av tema	
Aktivitet gir resultat	Aktivitet skal lønne seg
	Få svar
	Resultater
Engasjement	Engasjement
Fange oppmerksomheten	Fange oppmerksomheten
Forsterke budskapet	Forsterke budskapet
Kommunikasjon	Ytringsfrihet
	Uttrykke mening
Tilpasse ungdom	Aktuell informasjon
	Forenkle budskapet
	Gjøre det enklere

Etter å ha funnet de seks konseptuelle temaene som fanger innholdet til samtlige tankerekker skal hver tankerekke fordeles til et av de seks temaene.

enighet, 71,9 % mot de 62 %, enn Tuunanen et al (2004) oppnådde. Graden av enighet vi oppnådde gjør at vi mener at det indikerer tilfredsstillende troverdighet.

4.4.3 Semantiske kart

Denne fasen avsluttes med å utvikle et grafisk nettverkskart (semantiske kart). Semantiske kart er en måte å representere den kunnskapen og de resultatene vi har funnet på en oversiktlig og intuitiv måte. Kartene får frem relasjonene mellom de ulike nodene i kartet. I neste fase utarbeider vi verktøyet som lenker de individuelle tankerekke til de semantiske kartene, slik at brukeren kan grave seg ned i de individuelle tankerekkene. Dette gir brukeren muligheten til å se hvordan nettverkskartene har blitt utviklet.

Det er viktig å bearbeide dataen slik at vi får et meningsfullt, men mindre sett av rikt ensrettet modell som designer og beslutningstagere kan forholde seg til. I denne fasen har vi, som beskrevet tidligere, valgt å utfylle WARE-metoden ved å bruke grunnlagt teori slik at vi får en mer metodisk tilnærming for å fremskaffe tema. I WARE-metoden er det viktig at man holder tankerekkene intakt når man bearbeider dataen. Vi har derfor tatt for oss tema for tema. For hvert tema har vi kodet alle utsagnene.

I den åpne kodingen av utsagnene fant vi ut hva det enkelte utsagnet representerte og fant da flere kategorier. Etter å ha funnet disse kategoriene forsøkte vi i felleskap å finne noen hovedkategorier de enkelte kategoriene kunne knyttes opp mot. Oversikt over all koding i modellaggregeringen finnes i vedlegg D.

I Tabell 13 ser vi eksempel på åpen koding av en tankerekke. Vi har beskrevet utsagnene til intervjuobjektene med beskrivende ord, slik at det skal bli lettere å se sammenhengen mellom de ulike intervjuobjektene. Vi kan lettere finne frem til der intervjuobjektene våre har brukt forskjellige språk, men utsagnene har samme mening.

Tabell 13 - Åpen koding av tankerekke 0104

Utsagn	Kode
010401 (A) - "Du skal kunne se på om en person har skrevet mye"	status
010402 (A) - "konkurranse hvor du skal skrive en god artikkel om et emne. "	konkurranse
010403 (A) - "Den beste artikkelen kan vinne for eksempel en mp3 spiller"	konkurranse
010404 (K) - "det var derfor ingen begynte å røyke på ungdomsskolen, antirøykekampanjen der du kan vinne en mp3 spiller"	aktivitet lønner seg
010405 (K) - "Hvis du er aktiv så skal du vinne på det."	aktivitet lønner seg
010406 (K) - "Da ville flere skrive interesange artikler"	skape aktivitet
010407 (K) - "Samle de beste artiklene. "	kvalitet
010408 (K) - "personlig utmerkelse en slags status"	aktivitet lønner seg
010409 (V) - "folk bli opptatt av det."	økt engasjement

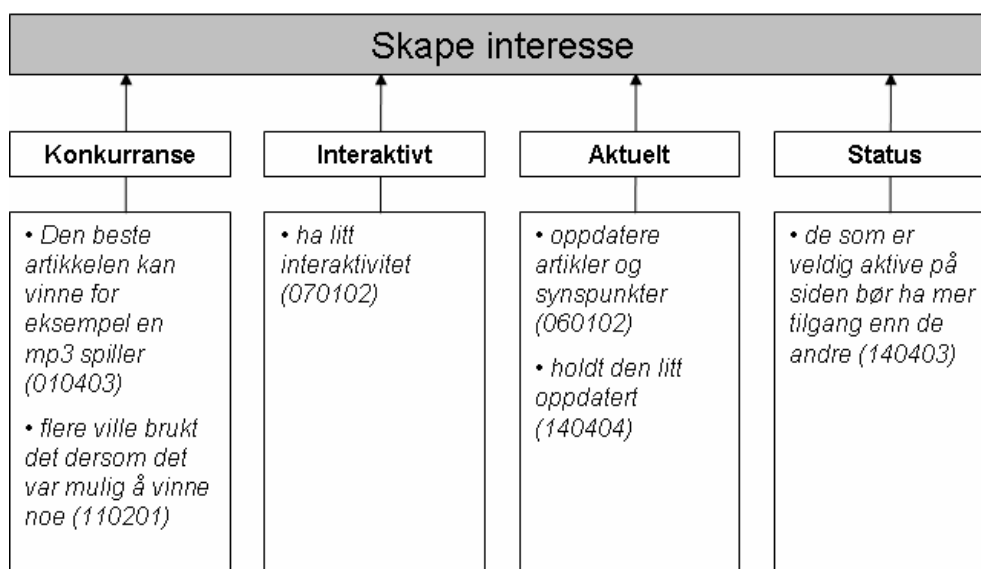
De to første tallene representerer intervjuobjektet, mens de to midterste tallene representerer tankerekkenummeret til intervjuobjektet. De to siste tallene refererer til utsagnsnummer. Bak hvert utsagnsnummer står en bokstav. Bokstaven angir om det er et attributt (A), konsekvens (K) eller verdi (V).

Alle tankerekkene ble gjennomgått av begge forfatterne og vi foretok den åpne kodingen sammen. Etter å ha kodet noen tankerekker, fant vi behov for å starte på nytt da vi hadde tilegnet oss ny kunnskap og så flere sammenhenger enn da vi startet å kode. Prosessen med åpen koding av tankerekkene ble dermed en iterativ prosess.

Etter at vi var ferdige med den åpne kodingen gjennomgikk vi intervjuene på nytt, kontrollerte kodene og samlet kodene i tre grupper. I WARE-metoden defineres utsagnene som enten attributter, konsekvenser eller verdi. Vi samlet kodene etter hvilken egenskap utsagnene hadde (attributt, konsekvens eller verdi).

Formålet med aksial kodingen i denne delen av analysearbeidet er å se etter spesielle kjennetegn og sentrale fenomen. Kan vi finne mønster, forhold eller sammenhenger? I denne fasen har vi funnet hoved- og underkategorier for gruppene attributter og konsekvenser. Det var så få verdier at vi fant det vanskelig å finne sammenhenger og mønster som kunne danne underkategorier for gruppen med verdier.

I figuren under ser vi en av kategoriene tilhørende "Aktivitet gir resultat". Kategorien er "Skape interesse", med de fire underkategoriene. Sitatene er tatt med for illustrere underkategoriene.



Figur 12 - Eksempel fra aksial koding

I WARE-metoden avsluttes prosessen med å finne tema og undertema med å utvikle et grafisk nettverkskart (semantiske kart). I dette kartet lenkes de individuelle tankerekke slik at brukeren kan grave seg ned i de individuelle tankerekkene. Dette gir brukeren muligheten til å se hvordan nettverkskartene har blitt utviklet.

Etter å ha kodet ferdig alle tankerekkene og utsagnene gjennomgikk vi en idédugnad hvor vi tok for oss tema for tema og så på kategoriene og underkategorier innenfor attributt, konsekvenser og verdier. Forbindelsen mellom de forskjellige underkategoriene har vi funnet ved å gjennomgå de enkelte tankerekkene. For å gi beslutningstagerne enklere oversikt og lettere tilgang på resultatene vil vi i neste fase utarbeide presentasjonsverktøy.

På bakgrunn av dette utarbeidet vi semantiske kart på en tavle. Dette for å få en enklere oversikt over hvert enkelt tema og sammenhengen mellom attributt, konsekvens og verdi på underkategorinivå.

Vi vil de neste underkapitlene presenterer arbeidet med å utvikle de semantiske kartene. For å illustrere relasjonene i de semantiske kartene presenterer vi et eksempel på en tankerekke innenfor hvert semantisk kart og hvordan den tankerekken er med på å skape relasjonene. Det

er alle tankerekke til sammen innenfor hvert tema som gir de relasjonene vi har funnet. Relasjonene ble funnet ved gjennomgang av alle tankerekke på idédugnad hvor vi tegnet opp relasjonene på tavle og diskuterte oss frem til de forskjellige relasjoner.

4.4.4 Utarbeidelse av kartet ”Aktivitet gir resultat”

Forbindelsen mellom de forskjellige underkategoriene har vi funnet ved å gjennomgå de enkelte tankerekke. For å illustrere hvordan vi har funnet relasjonen mellom de ulike kategoriene har vi valgt å bruke tankerekke 0104 som eksempel. Tankerekke 0104 tilhører temaet ”Aktivitet gir resultat”.

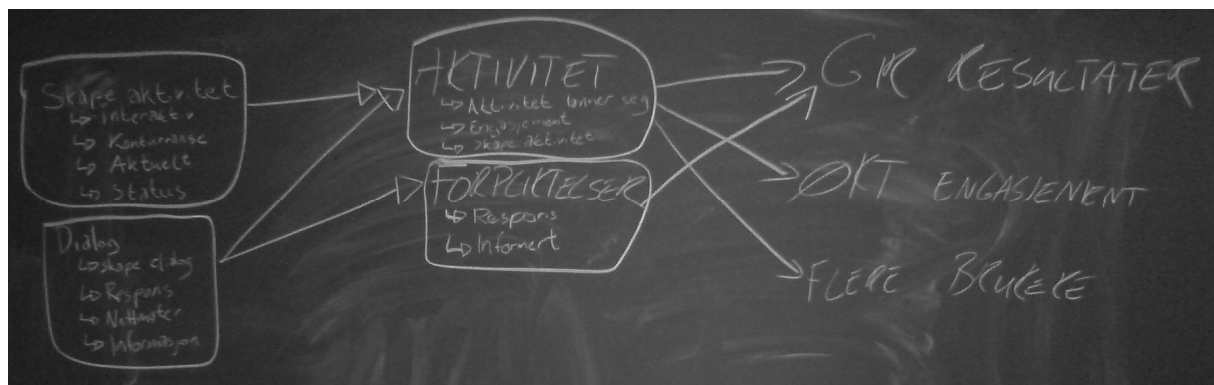
Vi har gjennom åpen og aksial koding funnet ut at utsagnene 010402 og 010403 tilhører underkategorien ”konkurranse” som igjen tilhører kategorien ”skape interesse”. Når vi da skal finne relasjonen til konkurranse har vi gjennomgått alle tankerekke tilhørende denne kategorien.

Tabell 14 - Eksempel på tankerekke ”Aktivitet” (tankerekke 0104)

Utsagn	Kode
010401 (A) - "Du skal kunne se på om en person har skrevet mye"	status
010402 (A) - "konkurranse hvor du skal skrive en god artikkel om et emnet. "	konkurranse
010403 (A) - "Den beste artikkelen kan vinne for eksempel en mp3 spiller"	konkurranse
010404 (K) - "det var derfor ingen begynte å røyke på ungdomsskolen, antirøykekampanjen der du kan vinne en mp3 spiller"	aktivitet lønner seg
010405 (K) - "Hvis du er aktiv så skal du vinne på det."	aktivitet lønner seg
010406 (K) - "Da ville flere skrive interessante artikler"	skape aktivitet
010407 (K) - "Samle de beste artiklene. "	kvalitet
010408 (K) - "personlig utmerkelse en slags status"	aktivitet lønner seg
010409 (V) - "folk bli opptatt av det."	økt engasjement

Ut fra utsagnene 010402, 010403, 010404 og 010404 ser vi at det er en relasjon mellom ”konkurranse” og ”aktivitet lønner seg”. Det fremgår også av tankerekken 0104 at det er relasjon mellom ”aktivitet lønner seg” og ”økt engasjement”.

I figuren under er første utkast i idédugnaden for å tegne semantiske kartet for temaet ”aktivitet gir resultat”.



Figur 13 - Idédugnad - Aktivitet gir resultat

Dersom relasjonen blir representert i flere tankerekke har vi valgt å ta den med i det semantiske kartet.

4.4.5 Utarbeidelse av kartet "Engasjement"

For å illustrere hvordan vi har funnet relasjonen mellom de ulike kategoriene i det semantiske kartet for engasjement har vi brukt tankerekke 2905 som eksempel. Tankerekke 2905 tilhørende tema "Engasjement".

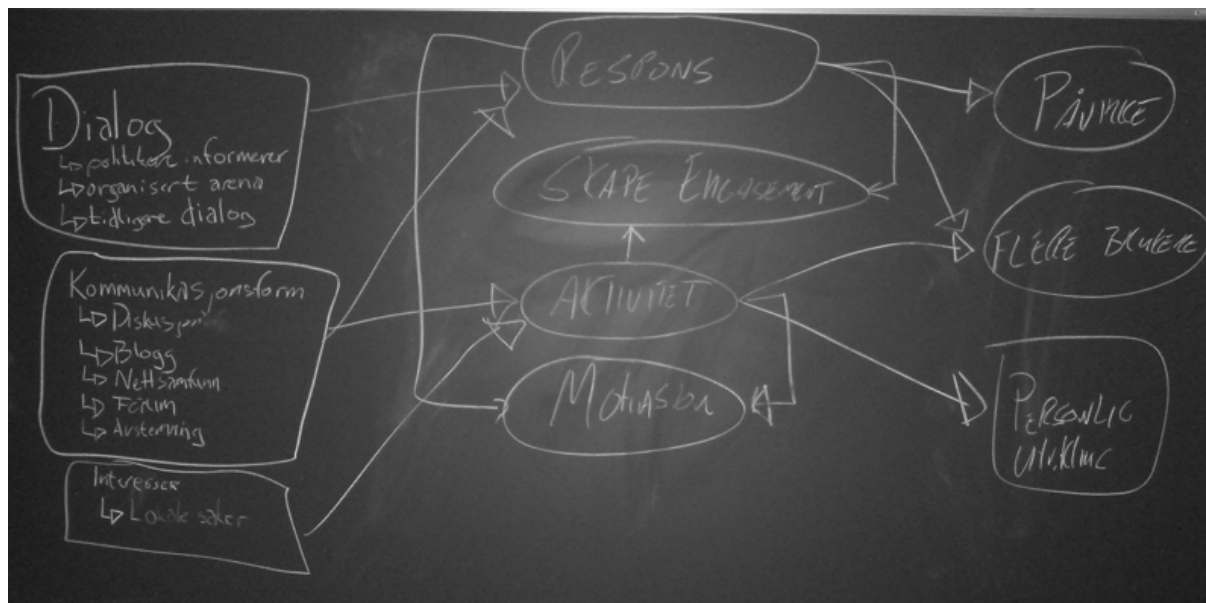
Vi har gjennom koding funnet ut at utsagnene 290501 og 290505 at intervjuobjektet mener at dialog er viktig. Ved dialog kan brukeren få respons, som er en konsekvens av dialog. **Feil! Fant ikke referanse kilden.** viser et eksempel på tankerekke fra teamet "engasjement".

Tabell 15 - Eksempel på tankerekke "Engasjement" (tankerekke 2905)

Utsagn	Kode
290501 (A) - "Viktig med tilbakemelding"	Politisk deltakelse
290502 (A) - "påvirke politiske beslutninger"	Politisk deltakelse
290503 (A) - "brukerne ser politikken i det"	Lære prosessen
290504 (A) - "lære hvordan politiske prosesser fungerer"	Lære prosessen
290505 (A) - "Komme med innspill før vedtak, istedet for å klage i etterkant"	Politisk deltakelse - Engasjere tidlig
290506 (K) - "Viktig at brukeren får respons"	Respons
290507 (K) - "Kan være med å påvirke selv om man ikke ser det direkte"	Respons
290508 (K) - "De må tro at det nytter å engasjere seg"	Motivasjon
290509 (K) - "og at de fortsetter å engasjere seg"	Skape engasjement
290510 (K) - "fortsetter å bruke systemet"	Kontinuet
290511 (K) - "kanskje blir interessert å øke engasjementet sitt"	Skape engasjement
290512 (K) - "demokratibyggning rett og slett"	Demokratibyggning
290513 (K) - "få tro på systemet"	Demokratibyggning
290514 (K) - "politikerne kan bli synligere"	Respons
290515 (K) - "Få tilgang til hva innbyggerne mener"	Dialog
290516 (K) - "Hendelser kan øke beslutningsgrunnlaget for politikerne"	Respons
290517 (V) - "viktig å se at man blir hørt"	Påvirke
290518 (V) - "brukerinnvolving kan bedre den politiske prosess"	bedre prosess

Responsen kan øke beslutningsgrunnlaget for politikerne (290516) og bedre den politiske prosessen (290518). Når politikerne ved innspill fra innbyggere får bedre beslutningsgrunnlag og beslutningsprosessen blir bedre har innbyggerne blitt hørt. Intervjuobjektet mener det er viktig at man ser at man blir hørt, slik at man har mulighet til å se at man har bidratt til å påvirke beslutningsprosessen.

Figur 14 er fra idédugnaden vi hadde med å utvikle det semantiske kartet for temaet "Engasjement"



Figur 14 - Idédugnad – Engasjement

Der vi fant flere sammenhenger, fra tankerekke, mellom attributter, konsekvens og verdi har vi opprettet en relasjon representert med pil mellom kategoriene.

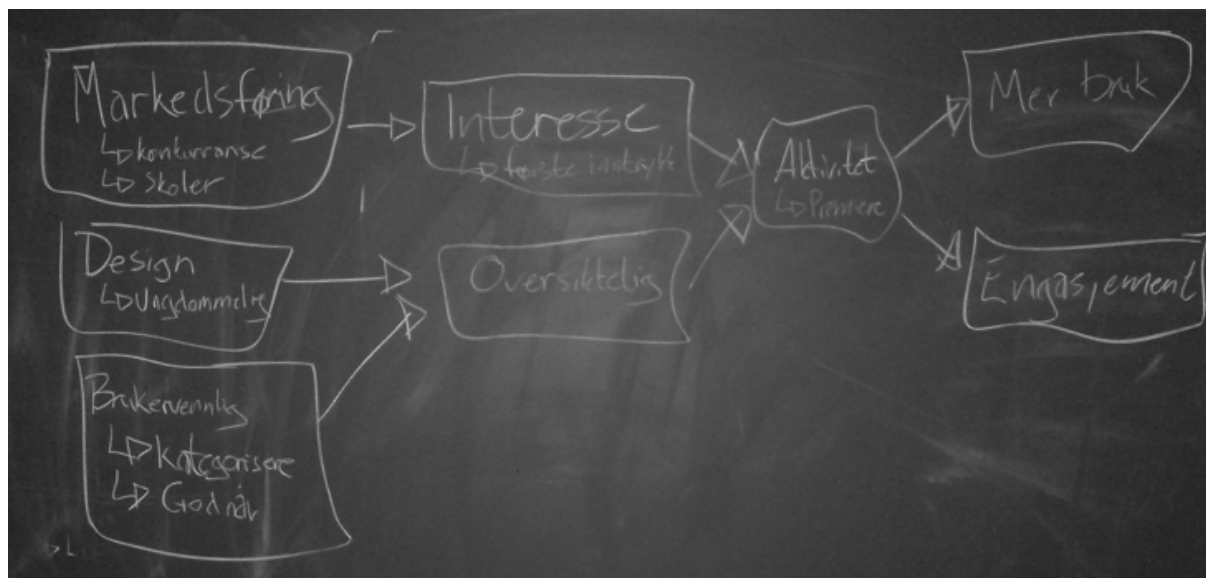
4.4.6 Utarbeidelse av kartet "Fange oppmerksomheten"

Intervjuobjekt 11 har i sin første tankerekke påpekt at bruk av siden må være lett og greit (110101 og 110103). Denne typen av *brukervennlighet* gjør at siden blir mer *oversiktlig* (110104 og 110105). Tabell 16 viser et eksempel på tankerekke fra teamet "Fange oppmerksomhet".

Tabell 16 - Eksempel på tankerekke "Fange oppmerksomheten" (Tankerekke 1101)

Utsagn	Kode
110101 (A) - "lett og greit"	Enkelt
110102 (A) - "oversiktlig"	Design
110103 (A) - "enkelhet er viktig"	Enkelt
110104 (K) - "ikke avansert og vanskelig å finne frem"	Oversiktlig
110105 (K) - "slipper å leite etter informasjonen man skal finne"	Oversiktlig
110106 (K) - "flere vil bruke det hvis det er enkelt"	Enkelt
110107 (V) - "hvis det var lett å bruke ville jeg bruke det oftere"	Flere brukere

Intervjuobjektet mener at en mer *oversiktlig* side vil medføre at det blir mer *aktivitet* på siden (110106). Figur 15 viser idédugnaden ved utarbeidelse av semantisk kart for temaet "Fange oppmerksomheten".



Figur 15 - Idédugnad - Fange oppmerksomheten

Intervjuobjektet ville brukt et e-demokratisystemet oftere dersom det var *oversiktlig* og *mer aktivitet* på siden. Dette vil igjen føre til *flere brukere*.

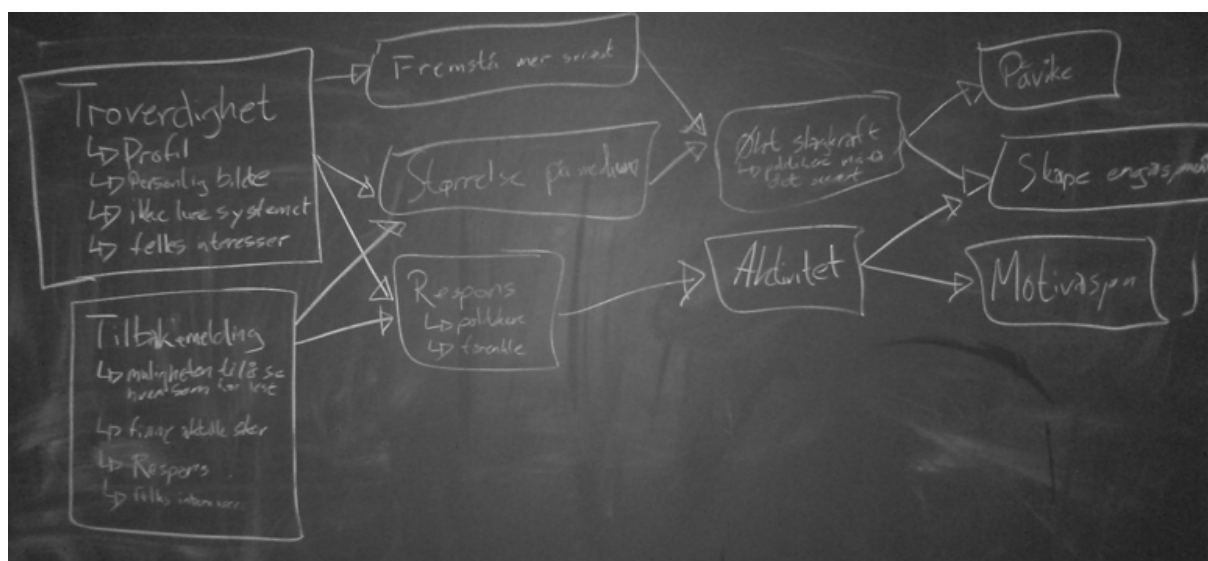
4.4.7 Utarbeidelse av kartet "Forsterke budskapet"

Intervjuobjekt 27 tror at dersom politikerne får *tilbakemelding* på at budskapet blir lest vil de benytte seg av systemet (270406). Samtidig mener han at hvor mange som leser innlegget er viktig, hvis nettstedet blir en dominerende kanal vil ikke politikerne ha noe valg (270419, 270416). *Størrelsen* på mediet er med på å bestemme hvor stor *slagkraft* det har. Tabell 17 viser et eksempel på tankerekke fra temaet "Forsterke budskapet".

Tabell 17 - Eksempel på tankerekke "Forsterke budskapet" (tankerekke 2704)

Utsagn	Kode
0270401 (A) - "hvis det var sånn at jeg visste at alle politikerene og de som jobber i kommunen med saken min"	politikere leser
0270402 (A) - "hvis de leste dette demokratistedet "	følger med på siden
0270403 (A) - "det å få dem (politikere) med i utgangspunktet, jeg tror at det er det som er vanskelig"	vanskelig å få med, utfordringer
0270404 (A) - "å få noen med til å begynne med"	begynne i det små
0270405 (A) - "diskusjonsforum kan være en ressurskrevende måte å gjøre"	forum, ressurskrevende
0270406 (A) - "jeg som en politiker kan være villig til å skrive hvis jeg vet at det er her folk går inn og leser"	delta hvis jeg får oppmerksomhet
0270407 (K) - "da er det klart at jeg ville lagt meg ordentlig i selen for å"	større gjennomslag
0270408 (K) - "fordi at det, vi har intervjuet dem litt, tar tid"	ressurskrevende
0270409 (K) - "hvertfall hvis ikke massen er stor nok"	størrelse
02704010 (K) - "her er det 50.000 av Kristiansands befolkning inne og"	størrelse, gjennomslag
02704011 (K) - "ok, da bruker jeg tid"	potensiale-->øker motivasjon
02704012 (K) - "er det 50 entusiaster kan ikke jeg bruke en time om dagen"	potensiale-->øker motivasjon
02704013 (K) - "det er litt med tyngden her"	potensiale-->øker motivasjon
02704014 (K) - "hvis man skriver noe i Fevennen, omtaler en politiker"	markedsledene
02704015 (K) - "så kommer det nokså fort svar fra den politiker"	gjennomslag
02704016 (K) - "han er nødt til det fordi det er så mange som ser det"	gjennomslag
02704017 (K) - "er noe med tyngden her"	størrelse gir gjennomslag-->gir deltagelse
02704018 (K) - "når nettstedet blir stort nok "	størrelse, gjennomslag
02704019 (K) - "den dominerende kanalen"	markedsledene
02704020 (K) - "da er det gjort"	resultat
02704021 (V) - "økt volum vil gjør det slagkraftig"	gjennomslag slagkraft
02704022 (V) - "gir større påvirkningsmulighet"	påvirkning

Dersom e-demokratisystemet får økt slagkraft vil det gi større påvirkningsmulighet.



Figur 16 - Idédugnad - Forsterke budskapet

Figuren over er fra idédugnaden "Forsterke budskapet" hvor vi diskuterte oss frem til relasjonene som fremgår av figuren.

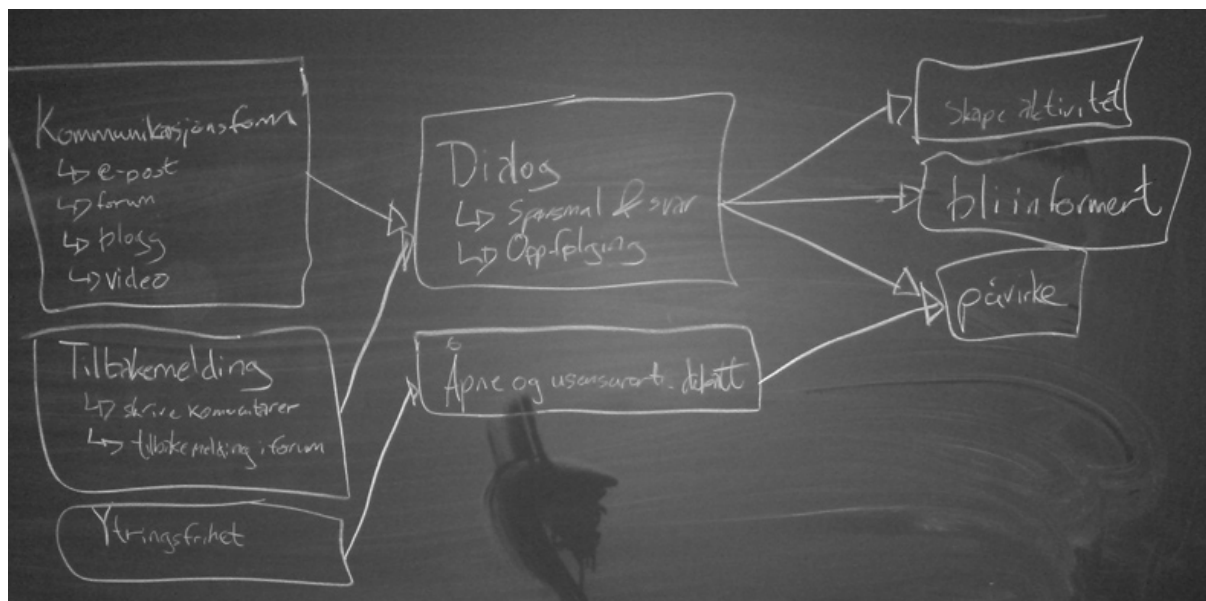
4.4.8 Utarbeidelse av kartet "Kommunikasjon"

Intervjuobjekt 1 er opptatt av mulighetene til å skrive uten å bli sensurert, de ønsker å ha *ytringsfrihet*. Dette slik at debatten blir *åpen og usensurert*. Tabell 18 viser et eksempel på tankerekke fra temaet "Kommunikasjon".

Tabell 18 - Eksempel på tankerekke "Kommunikasjon" (tankerekke 0103)

Utsagn	Kode
010301 (A) - "Muligheten til å skrive akkurat det du mener selv uten at det blir noe galt"	ytringsfrihet
010302 (A) - "snakke med folk"	kommunikasjonsform
010303 (A) - "sende epost"	kommunikasjonsform
010304 (K) - "du har ytringsfriheten"	dialog
010305 (K) - "Skriver din mening om en sak"	dialog
010306 (V) - "så kan du bidra til at andre får et annet syn på saken"	påvirke

Dersom debatten er *usensurert* og preget av *åpenhet* gir dette muligheter for at man kan *påvirke* andre til å få et annet syn på saken.



Figur 17 - Idédugnad – Kommunikasjon

Figuren over viser bilde fra idédugnaden for å finne relasjoner mellom de forskjellige kategoriene.

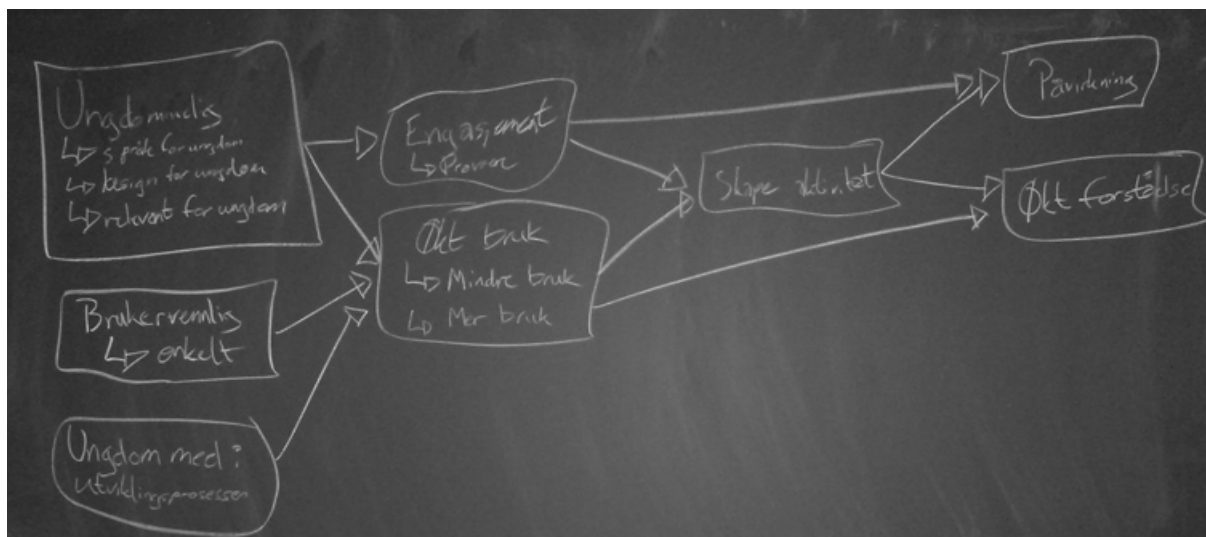
4.4.9 Utarbeidelse av kartet "Tilpasset ungdom"

Intervjuobjekt 4 mener at det er viktig at det som er skrevet er rettet mot ungdom, at språk og saker har en *ungdommelig* profil (utsagn 040201 og 040202). Tabell 19 viser eksempel på en tankerekke fra temaet "Tilpasset ungdom".

Tabell 19 - Eksempel på tankerekke "Tilpasset ungdom" (tankerekke 0402)

Utsagn	Kode
040201 (A) - "det som er skrevet må være rettet mot oss ungdom"	språk for ungdom
040202 (A) - "språk og sakene er tilpasset ungdom"	relevant for ungdom
040203 (K) - "slik at det er lettere for oss å engasjere oss"	engasjert
040204 (K) - "at det ikke blir så masse fremmedord som man må slå opp i ordboken for å kunne forstå"	språkbruk
040205 (K) - "vi blir mer fanget av å lese noe som appilerer oss"	engasjert
040206 (V) - "vi forstår det mer"	økt forståelse
040207 (V) - "forstå det som står"	økt forståelse

Det at sidene er *ungdommelig* gjør det lettere for ungdom å *engasjere* seg. Med ungdommelig menes både språk, design og sakene skal være av relevans for ungdom. I følge tankerekken over vil man med en ungdommelig profil skape økt engasjement. Dette vil igjen gi økt forståelse for den demokratiske prosessen (utsagn 040206). I følge tankerekken 2702 skaper engasjement aktivitet som igjen gir økt forståelse.



Figur 18 - Idédugnad - Tilpasset ungdom

Figuren over illustrerer temaet "Tilpasset ungdom" og viser relasjonene mellom attributter, konsekvenser og verdi.

Vi vil i neste fase utarbeide et presentasjonsverktøy med bakgrunn i de semantiske kartene utarbeidet i denne fasen.

4.5 Fase 5: Presentasjon og ledelse av kravspesifikasjon

Utkastene av semantiske kart i fase 4 inneholder relasjonene mellom attributter, konsekvenser og verdier innenfor hvert tema. I denne fasen utarbeider vi verktøyet som er webbasert og gir brukeren av verktøyet mulighet til å utforske de forskjellige tema og gå ned i de enkelte tankerekker.

Attributtene representerer egenskaper som kan implementeres i informasjonssystemet. Konsekvens viser hva som faktisk oppnås ved hjelp av attributtene, mens verdi er det deltagerne ønsker å sitte igjen med etter å ha brukt systemet.

De seks toppnivåene i vårt presentasjonsverktøy følger i underkapitelene nedenfor. Figurene viser første og andre nivå på undertema samt kobling til utsagn.

Vi har utarbeidet et nettbasert presentasjonsverktøy. Verktøyet gjør det mulig for beslutningstagerne å raskt få en oversikt over ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Samtidig som verktøyet gir en god oversikt har brukeren muligheten til å se hele argumentasjonen i de enkelte tankerekker.

Verktøyet har en eget kontrollpanel for innlegging og bearbeiding av rådata. Kontrollpanelet er enkelt men trenger videreutvikling for å øke funksjonalitet og brukervennlighet (vedlegg E).

Vi har valgt å utvikle denne løsningen selv da det ikke tidligere er lagd verktøy til denne metoden. All data blir lagret i database og presenteres dynamisk i et webgrensesnitt. De semantiske kart er utarbeidet i MS Excel for å spare tid, dette gjør at nettsiden fungerer best med nettleseren Internet Explorer.

Presentasjonsverktøyet er tilgjengelig på følgende adresse:

<http://ware.austboe.com>. Veiledning for bruk av nettsiden finnes i vedlegg E.

4.6 Fase 6: Seminar

Målet for seminaret er å presentere webverktøyet for beslutningstakerne. Vi avholdt seminar med prosjektgruppen til Ung Agenda. Prosjektet har, som tidligere nevnt, som mål å skape bedre dialog mellom ungdom og etablerte partier og motivere ungdom til politisk debatt.

Ung Agenda er et prosjekt som kan ha god nytte av den type forskning som vi gjennomfører i masteroppgaven. Vi tok derfor kontakt for å høre om de var interessert å delta i seminar hvor vi ville presentere verktøyet og de forløpige funn. Ung Agenda var positiv til vår forespørsel og vi avholdt seminar 27. april.

Tilstede på konferansen var representanter fra KS, Kristiansand kommune og lokale politikere. Vi innledet seminaret med en kort presentasjon av masteroppgaven, vår motivasjon for emnet, utfordringer med utvikling av informasjonssystemer og hvordan WARE-metoden adresserer disse utfordringene.

Vi ba om innspill fra deltagerne fra "Ung Agenda" hva de synes var viktige egenskaper for et informasjonssystem som skal rette seg mot ungdom og e-demokrati. Gjennom diskusjonen fikk vi anledning til å vise verktøyet og de forløpige funn. Når prosjektgruppen nevnte egenskaper som vi allerede hadde funnet gjennom intervjuene og modellaggregeringen viste vi disse på storskjerm. Deltagerne fikk også anledning til å bruke presentasjonsverktøyet.

Mot slutten av seminaret gjennomførte vi en spørreundersøkelse blant deltagerne fra Ung Agenda for å finne deltagerens syn på seminaret og de egenskapene som ble presentert i verktøyet. Resultatet fra spørreundersøkelsen fremgår i Tabell 20.

Tabell 20 - Oppsummert resultat av spørreundersøkelse seminar

Spørsmål	Gjennomsnittlig svar
Har du nå større forståelse for ungdoms ønsker/behov for e-demokratiløsninger?	2,33
Synes du at seminaret var nyttig?	1,33
Kom det opp nye ideer gjennom seminaret?	2,33
Ser du for deg at dette verktøyet kan være nyttig for utvikling av Ung Agenda?	2
Synes du det er viktig at ungdom deltar i utviklingsprosessen?	1
Tror du at masteravhandlingen kan være til nytte i Ung Agenda's videre arbeid?	1,67
Synes du at presentasjonsverktøyet var nyttig? (kartene)	2,33

Deltakerne rangerte spørsmålene fra 1 til 5, hvor 1 var i stor grad og 5 var i liten grad. I Tabell 20 vises oppsummert resultat av spørreundersøkelsen.

Deltagerne synes det var vanskelig å se hvordan resultatene så langt kunne implementeres i prosjektet til "Ung Agenda", selv om de synes at presentasjonen av de forløpige resultatene var nyttige. Deltagerne fikk mulighet til å skrive kommentarer til hvert spørsmål.

En av deltagerne skrev:

"Det er nyttig å få en presentasjon over resultatene så langt."

En annen skrev:

”Nyttig for kommunens videre satsing”

Deltagerne så frem til å få den ferdige oppgaven med anbefalinger til hva som bør gjennomføres. Responsen fra deltakerne var:

*”Absolutt, vi ser frem til sluttresultatene”
”Vi trenger flere slike undersøkelser”*

Umiddelbart etter seminaret satt vi oss ned og noterte ned våre umiddelbare refleksjoner, som vist i tabellen under.

Tabell 21 - Våre refleksjoner fra seminaret

Refleksjon fra seminar
Deltakere fra Kristiansand kommune (administrasjonen), politikere (fylkes- og lokalpolitikere) og fra KS som ga et greit utsnitt av beslutningstakere.
De var engasjert og visste interesse for vår presentasjon og emne.
Prosjektet deres (Ung Agenda) er i en slik fase at sluttprodukt fra oss synes de er interessant.
De hadde muligens for høye forventning. De ville vite konkrete resultater, noe vi i denne fasen ikke kunne gi.
Positive tilbakemelding ga oss økt motivasjon til videre arbeid.
Generell diskusjon var interessant.
Vi ser at vår oppgave kan bli tatt i bruk ved utvikling av slike systemer

Generelt synes deltakerne å være fornøyd av innholdet på seminaret, omfanget av ideer fra ungdom og det interaktive presentasjonsverktøyet.

Nytteverdien for beslutningstagerne og oss ville kanskje vært større dersom seminaret ble arrangert etter rangeringen av kravene. Beslutningstakerne var opptatt av hvordan de kunne benytte seg av ungdoms ønsker og forventninger i sitt prosjekt. På dette stadiet var dataene ikke ferdig bearbeidet og beslutningstakerne ønsket enkle konkrete råd om hvilke ønsker og forventninger ungdom har.

4.7 Fase 7: Rangere kravene

Samling av data, analyse og presentasjonsverktøyet gir beslutningstakeren rik informasjon om kundenes preferanser og begrunnelse. Beslutningstakerne får derimot liten informasjon om den relative viktigheten av de innsamlede ideer.

Vi har i denne fasen gjort de samme vurderingene som i fase 2 når det gjelder utvelgelse av deltakere. Rangeringen ble gjennomført av en tredje klasse ved Gimle videregående skole. Vi brukte en parallell klasse til den klassen vi brukte i fase 3, kravinnsamling.

Deltakerne rangerte attributtene innenfor hvert tema fra mest viktig til minst viktig. I tillegg rangerte de temaene på samme måte. I følge WARE-metoden får vi da en rangert liste med egenskaper, denne benyttes til å gi anbefalinger til beslutningstagerne om hvilke egenskaper som bør prioriteres i det nye informasjonssystemet.

Vi har valgt å kontrollere om rangeringen kan benyttes til å skille viktigheten mellom de rangerte egenskapene. For at rangeringene skal kunne brukes til dette formålet må det være en viss grad av enighet mellom deltagerne. Vi benyttet oss av statistisk metode for å finne i hvilken grad det var konsensusen mellom deltakerne.

4.8 Fase 8: Kravspesifikasjonsdesign

I denne fasen skal resultatene presenteres for beslutningstagerne slik at de kan foreta prioritering av hvilke egenskaper som skal implementeres og hvor fokuset fremover i utviklingen skal være.

I vår masteroppgave vil dette fremkomme av kapitlene 5, 6 og 7. I sluttkapitelene presenterer vi våre resultat, diskusjon rundt våre funn opp mot litteratur og konklusjon.

5 Resultat

I de to foregående kapitlene har vi sett på WARE-metoden og vår bruk av denne. Vi vil i dette kapitlet vise resultatene av bruk av WARE-metoden. I neste kapittel (kapittel 6) vil vi diskutere våre funn.

De viktigste funnene er etter vår mening fra fase 5 (semantiske kart) og fase 7 (rangering av egenskaper). I dette kapitlet presenterer vi hovedfunnene fra fase 5 og 7.

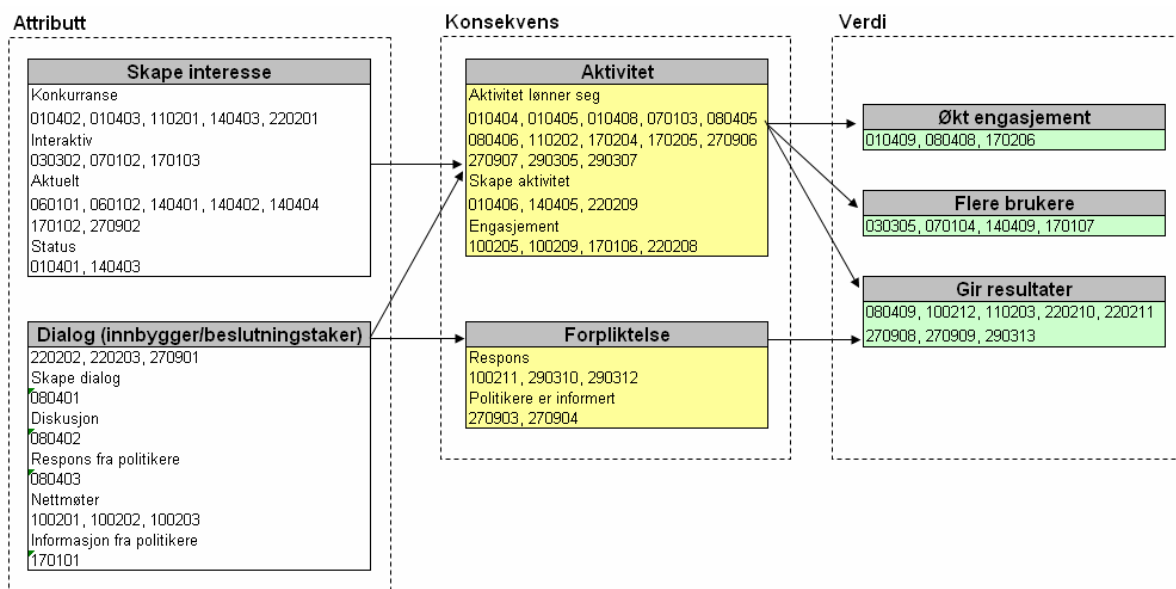
5.1 Semantiske kart

De semantiske kartene viser relasjonen mellom attributtene som representerer ungdoms ønsker for informasjonssystemet, konsekvens viser hva som faktisk oppnås ved hjelp av attributtene. Verdi er det deltagerne ønsker å sitte igjen med etter å ha brukt systemet. I underkapitlene under viser vi de seks semantiske kart og presenterer de funn vi har i tilknyttet de enkelte kart. Til slutt i hvert underkapittel presenterer vi sammendrag av funnene våre plassert inn i det semantiske kartet.

5.1.1 Aktivitet gir resultat

Det semantiske kartet for temaet ”Aktivitet gir resultat” viser at ungdom er opptatt av at det må etableres interesse rundt e-demokratiprosjekter, og at dialog mellom ungdom og beslutningstagere er viktig.

Figuren under viser toppnivået på ”Aktivitet gir resultat”. Vi ser her hvordan attributtene skape interesse og dialog relaterer seg til konsekvensene aktivitet og forpliktelse. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om økt engasjement, få flere brukere og at det gir resultater.



Figur 19 - Aktivitet gir resultat

Figuren over viser blant annet at deltagerne ønsker dialog mellom innbyggere og politikere. En måte de ser for seg dette er som intervjuobjekt 10 uttrykker det:

”Kan være en slags spørretime med politikere” (100201)

Deltagerne ønsker også at politikerne benytter seg av dialogen i sitt arbeid, og at det som intervjuobjekt 29 uttrykker:

”De som sitter med beslutningene må vise at de har lest det” (290310)

En av de tingene deltagerne ser for seg skal være grunnen for at de benytter seg av et slikt informasjonssystem er som intervjuobjekt 8 sier:

”at du ser resultater” (080409)

I undersøkelsen fant vi at ungdom mener at det må skapes interesse rundt e-demokratiprojekt. Ungdom mener at dette kan oppnås ved å arrangere konkurranser, ha interaktivitet på sidene og at sakene på sidene er nye og aktuelle til en hver tid.

”konkurranse hvor du skal skrive en god artikkel om et emnet.” (010402)

Det å være aktiv skal lønne seg. Flere av deltakerne nevner at man kan innføre en statusordning hvor de aktive får mer status og rettigheter.

”Du skal kunne se på om en person har skrevet mye.” (010401)

Intervjuobjektene var opptatt av at det måtte skapes gjensidig dialog mellom innbyggere og beslutningstakere.

”viktig å få svar fra politikere” (080403)

En måte å få til en slik dialog er å innføre spørretime/nettmøte med politikerne en gang i uken. I tillegg kan politikerne legge ut aktuelle saker og skrive blogg.

”Nettmøter med politikerne en gang i uken eller annenhver uke med forskjellige politikere”
(100203)

Ungdom mener at dersom det skapes aktivitet og flere deltar, økes engasjementet blant ungdom. Økt aktivitet gir også flere brukere og den økte aktiviteten kan være med å skape resultater.

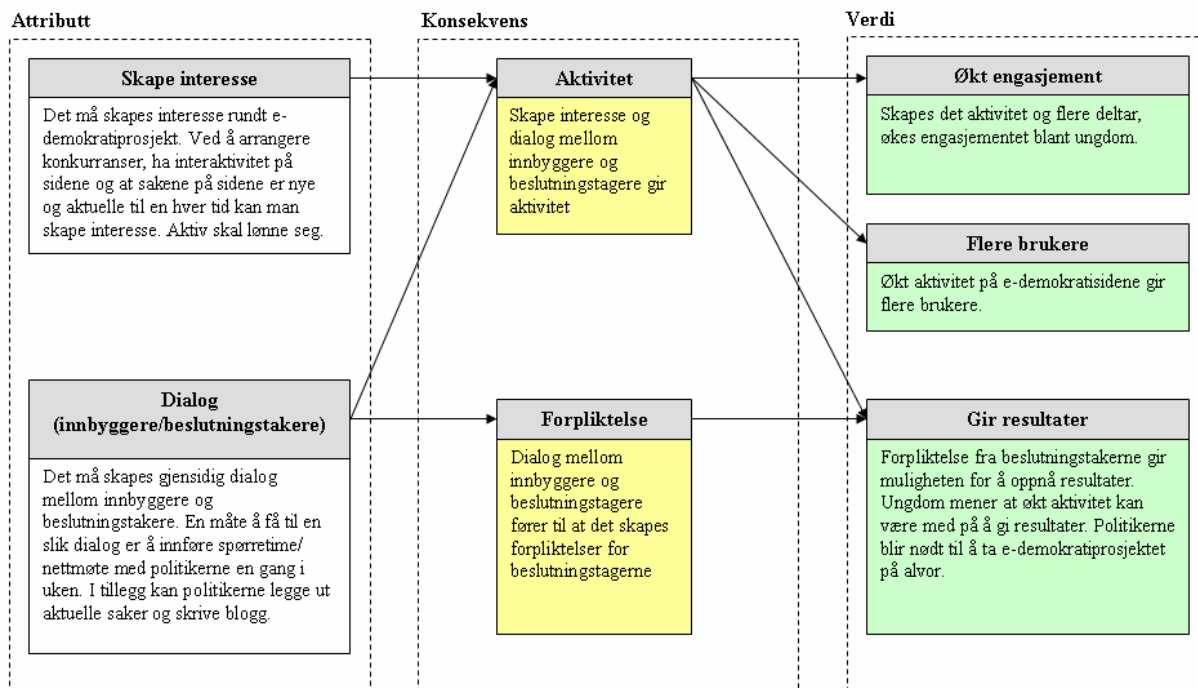
”ungdom kunne blitt mer engasjert” (170206)

Deltagerne i undersøkelsen mener at forpliktelse fra beslutningstakerne gir muligheten for å oppnå resultater.

”at du ser resultater” (080409)

Et annet resultat fra undersøkelsen vår er at ungdom mener at økt aktivitet kan være med på å gi resultater. Dette da politikerne blir nødt til å ta ungdom på alvor.

I figuren under har vi oppsummert våre funn i ”Aktivitet gir resultat” fra undersøkelsen plassert inn i det semantiske kartet.

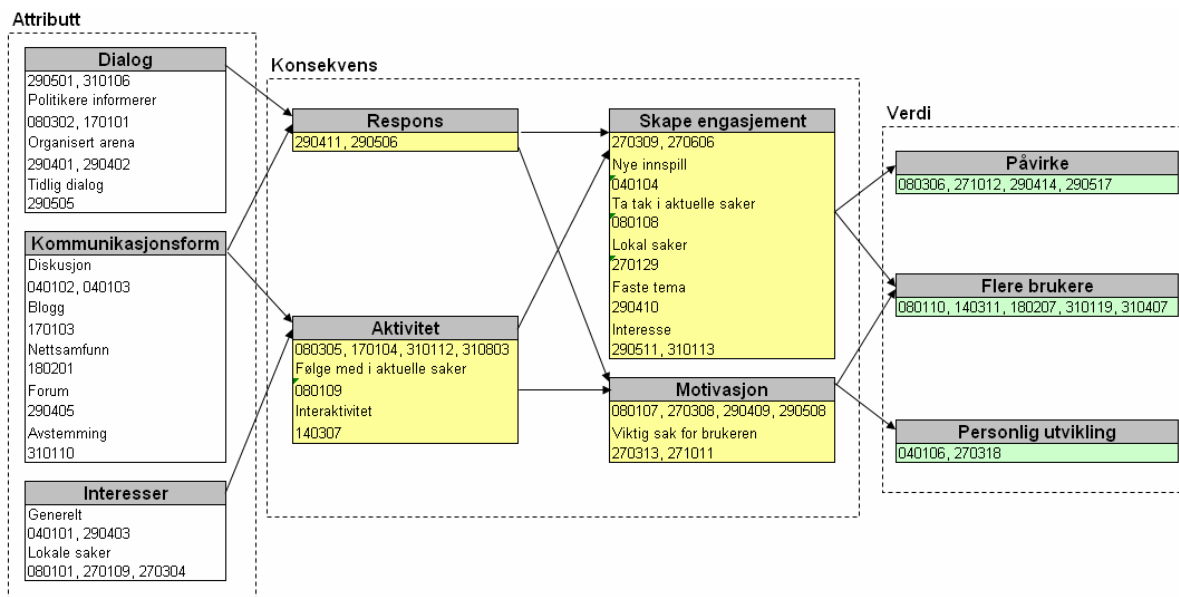


Figur 20 - Aktivitet gir resultat (sammendrag av våre funn)

5.1.2 Engasjement

Temaet "Engasjement" er resultatet av at ungdom ønsker at dialog, interesser og kommunikasjonsform skal gi de muligheter til å få flere brukere, gi ungdom personlig utvikling og ikke minst mulighet til å påvirke beslutningstakere.

Figuren under viser toppnivået på "Engasjement". Vi ser her hvordan attributtene skape dialog, kommunikasjonsform og interesser relaterer seg til konsekvensene respons og aktivitet som igjen gir motivasjon og skape engasjement. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten til å påvirke, få personlig utvikling og få flere brukere.



Figur 21 - Engasjement

Fra figuren over kan vi se at lokale saker er et av attributtene som gir aktivitet. Intervjuobjekt 8 mener at politiske saker i nærmiljøet er et viktig interessefelt som må taes hensyn til når man skal organisere et nettsted for e-demokrati. Intervjuobjekt 31 mener at aktivitet er en av forutsetningene for å lykkes med e-demokrati.

"Jeg tror det (aktivitet) er en forutsetning for å lykkes" (310112)

Aktivitet er viktig, men deltagerne må også ha motivasjon for å bruke siden. Eller som intervjuobjekt 29 sier det:

"De må tro at det nytter å engasjere seg" (290508)

Aktivitet og motiverte brukere kan i følge intervjuobjekt 14 gi flere forskjellige brukere.

"Så får du masse forskjellige brukere også" (140311)

Tidlig dialog i forkant av beslutninger ble sett på som viktig. Politikerne kunne informere om politiske saker i forkant av vedtak.

"komme med innspill før vedtak, istedenfor å klage i etterkant" (290505)

Dette kunne blitt gjennomført ved hjelp av organiserte arenaer hvor man hadde faste tidspunkt hvor politikere var tilstede og ga tilbakemeldinger. Politikerne kunne ta initiativet med å legge ut aktuelle saker i forkant for å skape diskusjon og dialog mellom beslutningstakerne og innbyggerne.

Deltakerne ser for seg flere måter for å kommunisere med politikerne. De mener blant annet at nettstedet kunne vært organisert som et nettsamfunn hvor du har muligheten til opprette profil. I profilen kan ungdom beskrive sine politiske meninger og komme i kontakt med andre likesinnede. Blogg og forum ser ungdom som gode kommunikasjonsformer for å skape aktivitet.

For å skape engasjement og motivere deltakerne må man finne saker og innhold som appellerer til ungdom.

"politiske saker i nærmiljøet" (080101)

Politiske saker fra nærmiljøet er et av forslagene til hvordan man skal fange ungdoms oppmerksomhet.

Deltagerne i undersøkelsen mener at aktivitet, respons og engasjement gir evnen til å påvirke. Påvirkning er viktig for ungdom, de ønsker å bli hørt og tatt på alvor av beslutningstagerne.

"slik at vi har mulighet til å påvirke" (080306)

"viktig å se at man blir hørt" (290517)

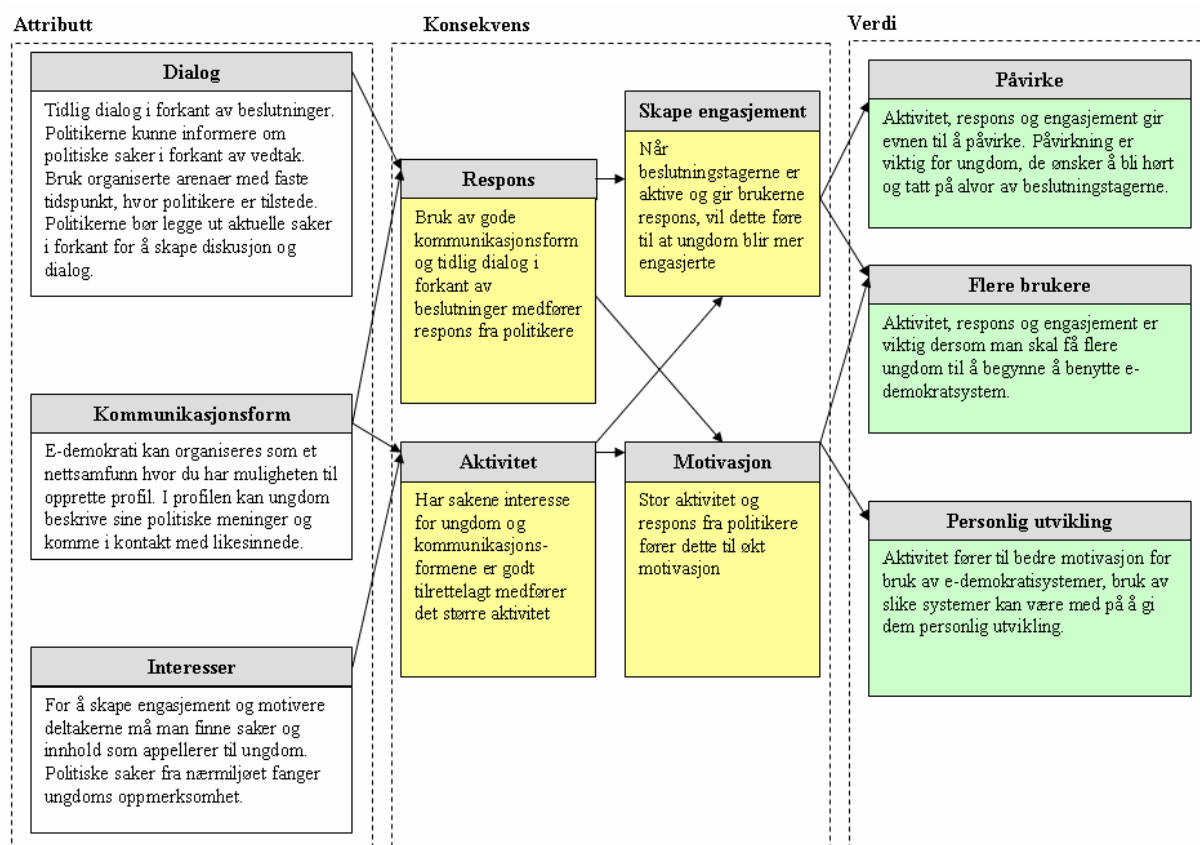
Ungdom i vår undersøkelse tror også at aktivitet, respons og engasjement er viktig dersom man skal få flere ungdom til å benytte e-demokratisystem.

"så får du masse forskjellige brukere også" (140311)

”det er sikkert mange som vil foretrekke den måten å delta på” (310119)

Flere ungdom mener at aktivitet fører til bedre motivasjon for bruk av e-demokratisystemer, og at bruke av slike systemer kan være med på å gi dem personlig utvikling blant annet i form av ny kunnskap.

I figuren under har vi oppsummert våre funn i ”Engasjement” fra undersøkelsen plassert inn i det semantiske kartet.

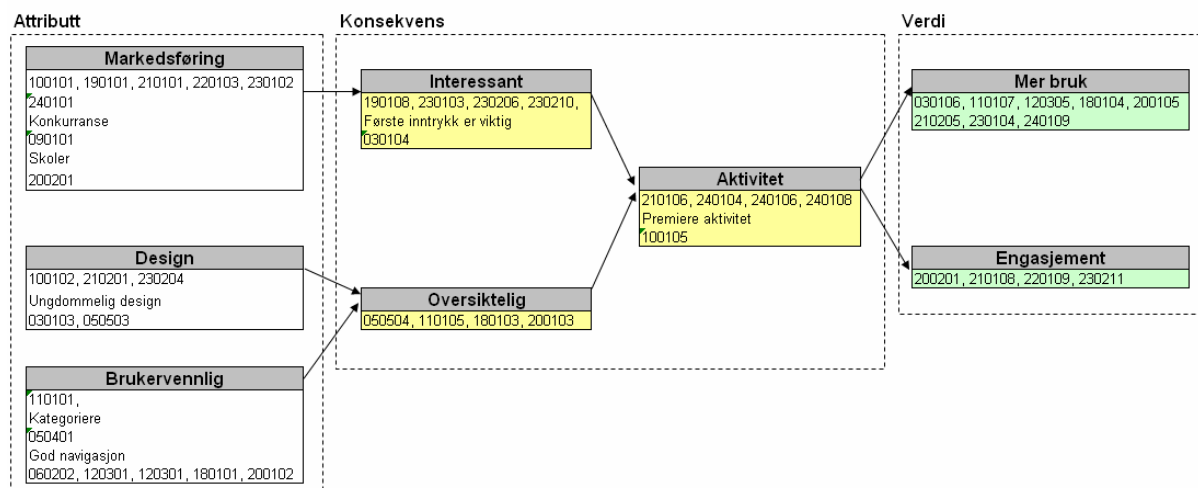


Figur 22 - Engasjement (sammendrag av våre funn)

5.1.3 Fange oppmerksomheten

Temaet ”Fange oppmerksomheten” viser hvordan ungdom mener markedsføring, design og brukervennlighet fører til at flere ungdommer blir engasjert og bruker e-demokratisystemet.

Figur 23 viser toppnivået på ”Fange oppmerksomheten”. Vi ser her hvordan attributtene markedsføring, design og brukervennlig relaterer seg til konsekvensene interessant og oversiktlig. Disse gir igjen aktivitet. Dette gir igjen forventninger fra deltakerne, om muligheten for mer bruk og økt engasjement.



Figur 23 - Fange oppmerksomheten

Fange oppmerksomheten blant ungdom kan gjøres på flere måter. En av måtene er nevnt av er å tilpasse det visuelle ungdom. Intervjuobjekt 3 sier følgende:

”design som treffer ungdom” (030103)

En side må ha en lett og oversiktlig profil. Intervjuobjekt 11 ønsker at det skal være lett å finne frem på siden.

”slipper å lete etter informasjonen man skal finne” (110105)

Premiering til de aktive skal være med å motivere dem til å øke aktiviteten på siden.

”hvis du er litt aktiv så kan du bli trekt ut premie” (100105)

Økt aktivitet blant ungdom og politikere gjør at deltakerne forventer at man blir mer engasjert.

”blir man mer engasjert” (210108)

Markedsføring er i følge deltakerne viktig for å fange oppmerksomheten til ungdom. Ungdom må vite at e-demokratiportalen finnes og hva den kan tilby ungdom.

”Integrert e-demokrati i undervisningen” (200201)

Markedsføring på skoler og i fora hvor man finner et ungt publikum er noen av forslagene på hvor markedsføringen kan gjennomføres. En annen faktor som blir nevnt for å fange oppmerksomheten er design. Designet på siden må treffe ungdom. Flere av deltakerne mente at grå og kjedelig sider kunne ha en negativ effekt. De påpeker at første inntrykket er viktig for videre bruk.

I tillegg til et riktig design er det viktig at siden er brukervennlig. Det må være enkelt å finne frem på siden.

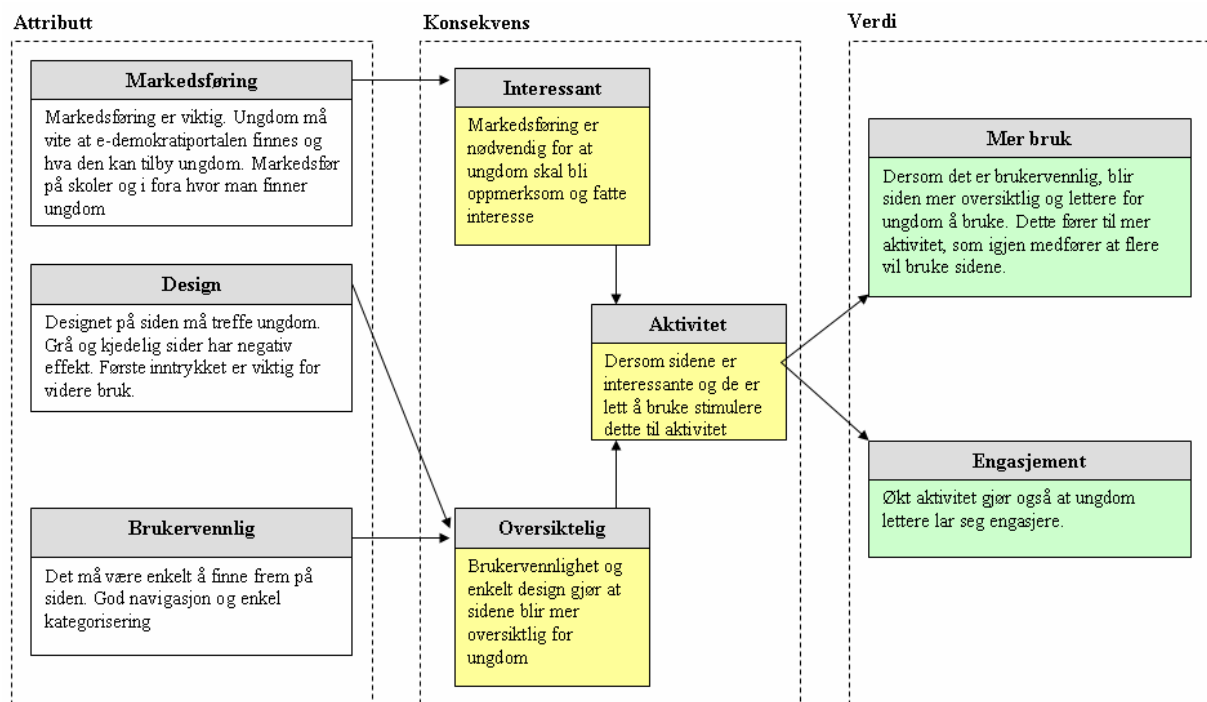
”lett å finne frem på siden” (120301)

God navigasjon og enkel kategorisering er noen av forslagene til hvordan man kan gjøre nettstedet brukervennlig. Dersom det er brukervennlig, blir siden mer oversiktlig og lettere for ungdom å bruke. Dette mener flere i vår undersøkelse at vil føre til mer aktivitet, som igjen medfører at flere vil bruke sidene.

”hvis det var lett å bruke ville jeg bruke det oftere” (110107)

Økt aktivitet gjør også at ungdom lettere lar seg engasjere.

I figuren under har vi oppsummert våre funn i ”Fange oppmerksomheten” fra undersøkelsen plassert inn i det semantiske kartet.

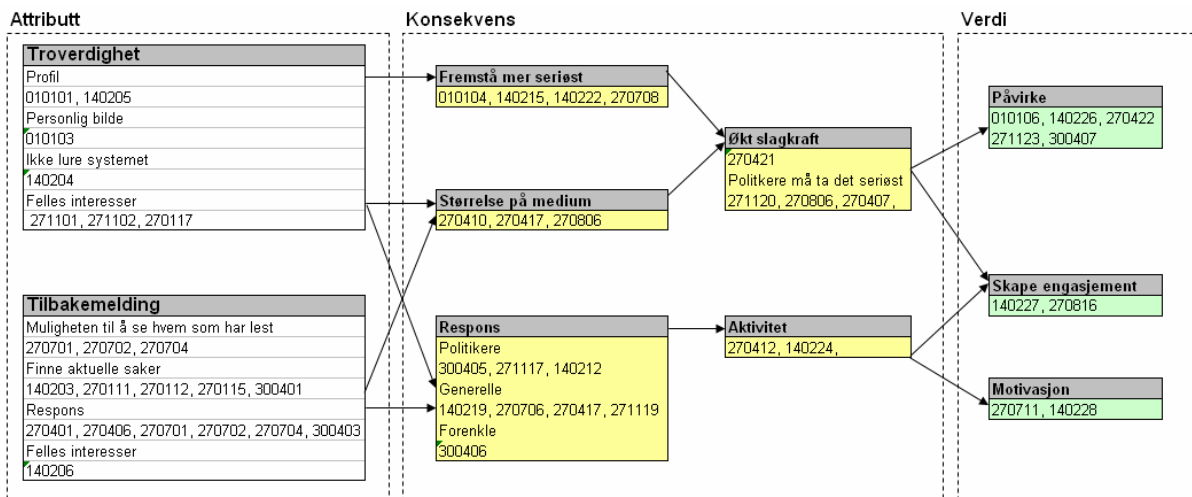


Figur 24 - Fange oppmerksomheten (sammendrag av våre funn)

5.1.4 Forsterke budskapet

Forsterke budskapet er et tema som viser hvordan et troverdig system som gir mulighet for tilbakemelding fra politikere skaper engasjement, gir økt motivasjon og muligheten til å påvirke.

Figur 25 viser toppnivået på ”Forsterke budskapet”. Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) troverdighet og tilbakemelding relaterer seg til konsekvensene fremstå mer seriøst, større på medium og respons som igjen gir aktivitet og økt slagkraft. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten for å påvirke, skape engasjement og økt motivasjon.



Figur 25 - Forsterke budskapet

I dette toppnivået ser vi at et av hovedattributtene er tilbakemelding. Deltagerne ønsker at det skal være mulig å se om noen har lest det de har skrevet og få tilbakemelding.

"hadde det komt en slags logg, fått noe tilbakemelding på hvem som hadde lest det" (270701)

Problemet i dag er at ungdom ikke har reell påvirkningsmulighet. Intervjuobjekt 14 mener dette er en av grunnene til at ungdom ikke engasjerer seg, de får ikke respons fra politikere.

"mange ungdommer synes det ikke er så gøy med politikk fordi at de ikke kan være med å bestemme, de kan kun se på" (140212)

Dersom ungdom får mer respons og tilbakemeldinger vil dette gi høyere aktivitet og flere brukere mener intervjuobjekt 14.

"blir mer aktivitet og mer folk" (140224)

Intervjuobjekt 14 fortsetter tankerekken sin med at dette igjen gjør at du får mer engasjement.

"samtidig får du med deg masse flere interesserte" (140227)

For ungdom i undersøkelsen vår handlet troverdighet om at man ikke skulle kunne manipulere systemet, og at det profil og bilde av debattantene skulle være med på å øke troverdigheten på debattene. Bildet skulle bidra til å vise hvem som skrev innlegget og profil skulle hjelpe leseren å se hva debattanten står for.

"hadde det komt en slags logg, fått noe tilbakemelding på hvem som hadde lest det" (270701)

Tilbakemelding og oversikt over hvem som har lest dine innlegg er egenskaper som deltagerne i vår undersøkelse etterspør. Dette gjør at den som har skrevet innlegg får respons fra leseren. Respons stimulerer ungdom til ytterligere aktivitet.

"økt volum gir økt påvirkningskraft" (271123)

Størrelsen på mediet har betydning på hvor mye slagkraft og påvirkningsevne e-demokratisystemet har. Ungdom ønsker å påvirke politikerne med sine meninger.

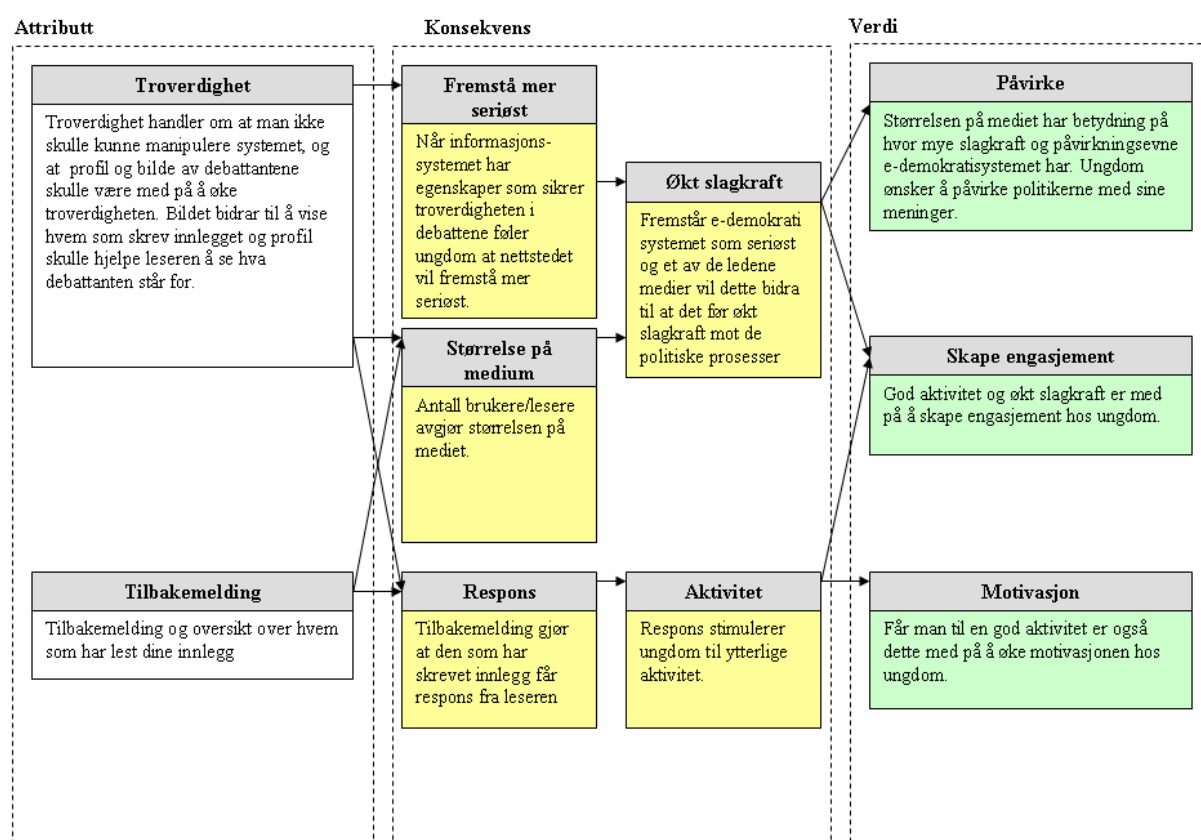
"komme noe vei med det du skriver, det hadde vært gøy, da er jeg med på å bestemme samtidig får du med deg masse flere interesserte" (140225-27)

God aktivitet og økt slagkraft er med på å skape engasjement hos ungdom.

"sånn at jeg kan hvertfall se eller eventuelt alle kan se, vertfall de (forfatteren) må kunne se hvor mange som har lest(...) økt motivasjon" (270709-11)

Får man til en god aktivitet er også dette med på å øke motivasjonen hos ungdom.

I figuren under har vi oppsummert våre funn i "Forsterke budskapet" fra undersøkelsen plassert inn i det semantiske kartet.

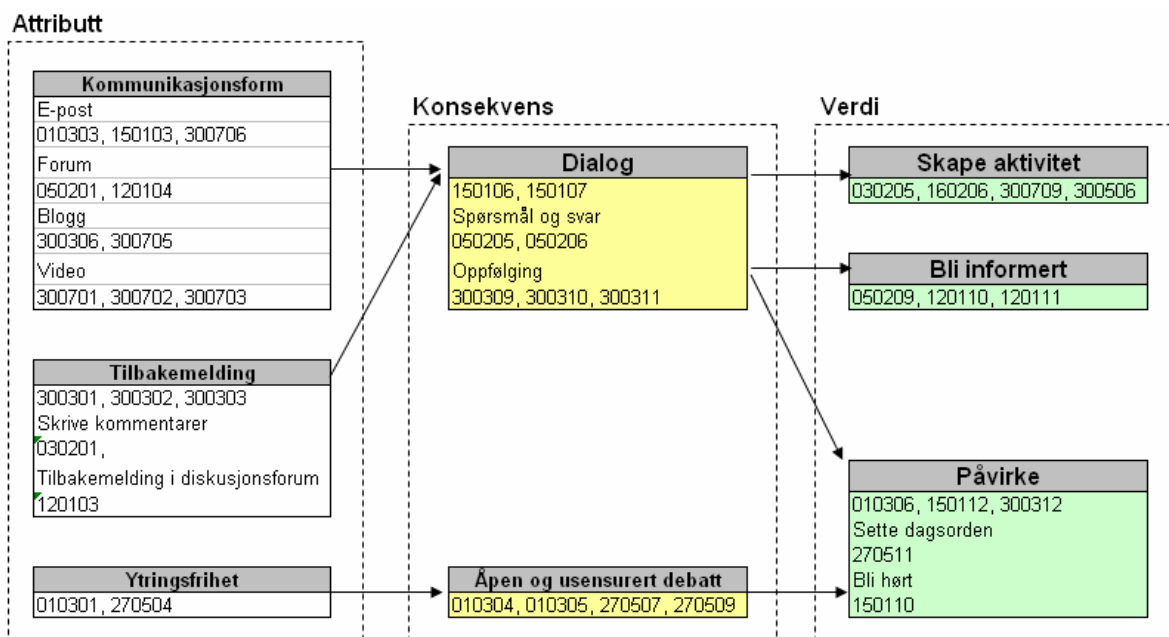


Figur 26 - Forsterke budskapet (sammendrag av våre funn)

5.1.5 Kommunikasjon

Temaet "Kommunikasjon" handler om hvordan ungdom tror at ytringsfrihet, kommunikasjonsform og tilbakemeldinger fra beslutningstagere gir de mulighet til å bli informert, skap aktivitet og mulighet til å påvirke politikere.

Figur 27 viser toppnivået på "Kommunikasjon". Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) kommunikasjonsform, tilbakemelding og ytringsfrihet relaterer seg til konsekvensene dialog og åpen og usensurert debatt. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten for å skape aktivitet, bli informert og muligheten til å påvirke.



Figur 27 - Kommunikasjon

Deltagerne mener at e-demokratinetstedet bør ha forskjellige muligheter for å kommunisere mellom ungdom og mellom ungdom og politikere. En av kommunikasjonsformene som har blitt nevnt i undersøkelsen er at innbyggerne kan sende inn videosnutter om tema som engasjerer dem.

”la innbyggerne sende inn video på kommunens sider om aktuelle saker” (300703)

Det å ha mange kommunikasjonskanaler inn mot politikere er av liten nytte dersom politikerne ikke svarer eller lytter til det som blir ytret. Dette mener intervjuobjekt 15 er viktig.

”viktig at politikerne svarer og lytter til folket som de representerer” (150106)

Dialog kan bidra til at du forandrer andres synspunkt og gir deg mulighet til å påvirke.

”så kan du bidra til at andre får et annet syn på saken” (010306)

Ungdom ønsker å kommunisere på ulike former. De ser for seg mulighetene til å laste opp videosnutter, skrive blogg, debattere i forum og e-post for å fremme sine meninger.

”la innbyggerne sende inn video på kommunens sider om aktuelle saker, gjerne lenket direkte opp mot sakene” (300703-04)

Det er viktig at det finnes mulighet til å gi tilbakemeldinger til de som debatterer, både generelt og personlig til debattantene.

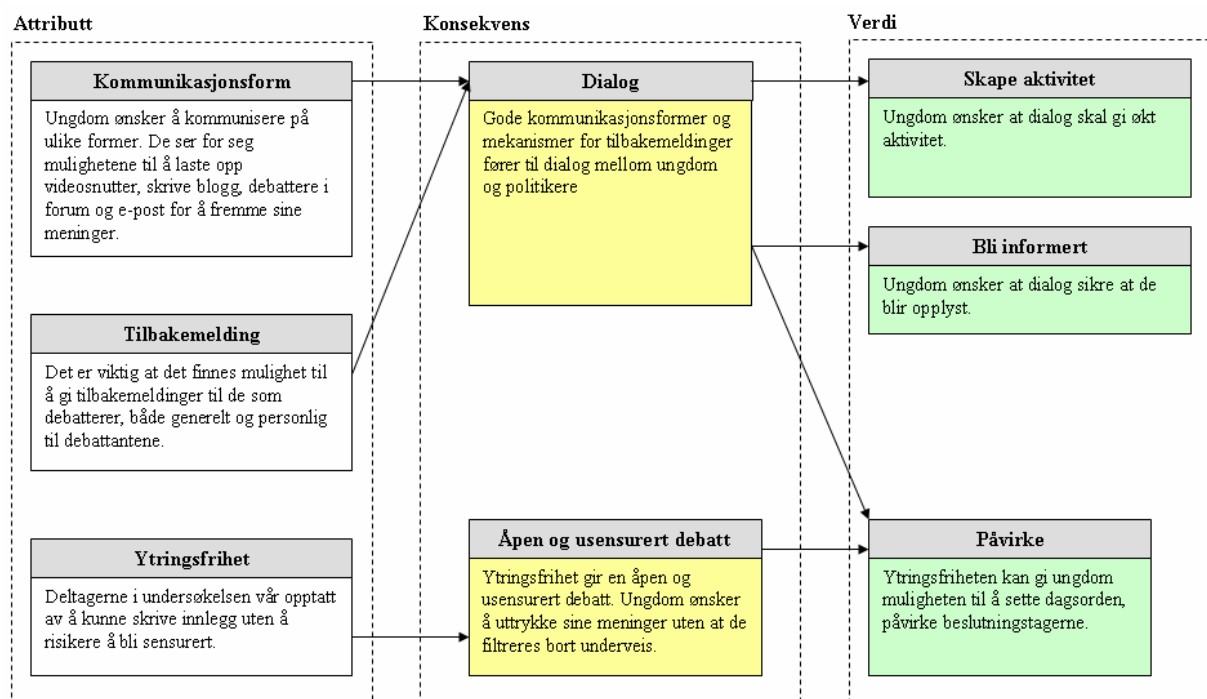
”Viktigste at politikerne gir tilbakemelding, flere måter å gi tilbakemelding, gi personlig tilbakemelding” (300301-03)

I dette temaet også, er deltagerne i undersøkelsen vår opptatt av å kunne skrive uten å risikere å bli sensurert. Ytringsfriheten kan gi ungdom muligheten til å sette dagsorden, påvirke beslutningstagerne.

"få ut ideer, utrykke meninger, skape aktivitet" (030203-05)

Gode kommunikasjonsformer og mekanismer for tilbakemeldinger fører til dialog mellom ungdom og politikere. Ungdom ønsker at dette skal gi økt aktivitet og sikre at de blir opplyst. De kan finne ut hva de mener og sette dagsorden, slik at de kan påvirke de politiske beslutningsprosesser.

I figuren under har vi oppsummert våre funn i "Kommunikasjon" fra .

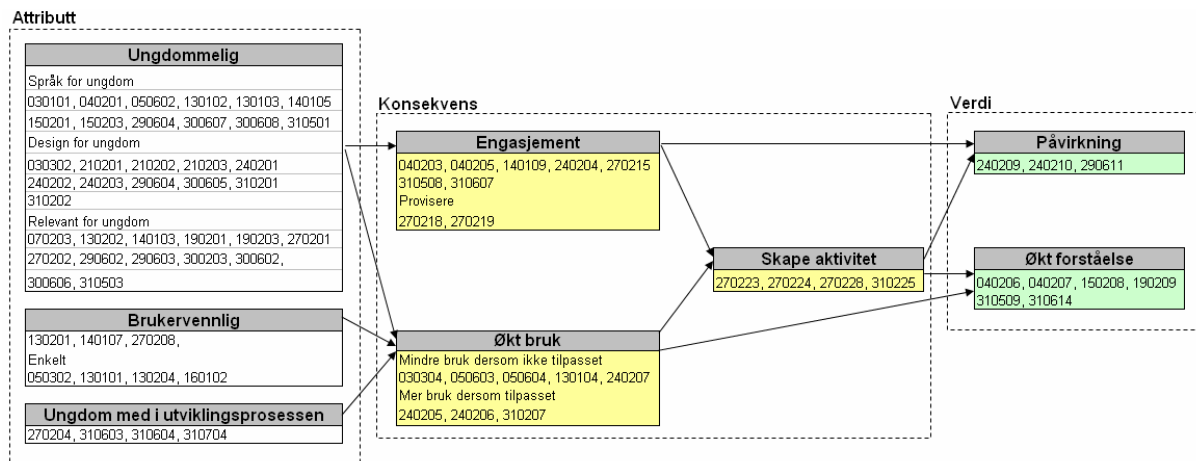


Figur 28 - Kommunikasjon (sammendrag av våre funn)

5.1.6 Tilpasset ungdom

"Tilpasset ungdom" viser at ungdom tror at tilpasse e-demokratiprojektene i form og språk gir økt forståelse og påvirkningsmulighet. Tilpasse ungdom handler om å tilpasse design, språk og innhold til ungdom som er sluttbrukerne av systemet.

Figur 29 viser toppnivået på "Tilpasse ungdom". Vi ser her hvordan attributtene ungdommelig, brukervennlig og ungdom med i utviklingsprosessen relaterer seg til konsekvensene engasjement og økt bruk som igjen fører til å skape aktivitet. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten for å påvirke samt økt forståelse av demokratiet.



Figur 29 - Tilpasse ungdom

Flere deltakere mener at det er viktig å tilpasse språk, design og innhold mot ungdom. Intervjuobjekt 13 mener at man må kvitte seg med det byråkratiske språket.

”ikke typisk politiker språk” (130102)

Intervjuobjekt 13 fortsetter tankerekken med at om språket er for vanskelig blir siden ikke brukt.

”blir det for vanskelig gidder jeg ikke” (130104)

Dersom man tilpasser siden til ungdom gir det økt bruk som igjen skaper økt aktivitet.

”det bidrar vel egentlig til at man skaper aktivitet” (310225)

Enklere språk og økt aktivitet gir ungdom muligheten til å være med å påvirke i lokalsamfunnet.

”Føler at man har muligheten til å gjøre noe, å påvirke” (240209)

Resultatet av vår undersøkelse viser at det var mange som var opptatt av at et e-demokratisystem må være tilpasset ungdom både i språk og design, i tillegg må innholde være relevant for ungdom.

”det som er skrevet må være rettet mot oss ungdom” (040201)

Yngre misliker det byråkratiske språk, hvordan debatter føres og partistrukturer. Skal man lykkes med e-demokratiprojekter er det viktig at språklige barrierer mellom ungdom og beslutningstagere brytes ned.

”ikke typisk politikerspråk” (130102)

Ungdom er opptatt av at sidene skal fremstå som ungdommelige, ikke byråkratiske og kjedlige.

”må se litt fresh og litt gøy ut” (240203)

Ungdom forventer at systemet skal være brukervennlig. De mener at bruk av selve applikasjonene ikke skal være hinder eller barriere for bruk av e-demokratisystemet. Brukervennlighet er en forutsetning som må ligge i bunn av systemet.

”viktig at det er brukervennlig” (130201)

Deltagere i undersøkelsen vår deler oppfatningen av å ha ungdom med i utviklingsprosjektet kan gi en positiv effekt for e-demokratiprojekter.

”tror det er et poeng at ungdom selv er med å utvikle sidene” (310603)

Ungdom tror at økt bruk, engasjement og aktivitet vil gi de større innsikt i demokratiske prosesser.

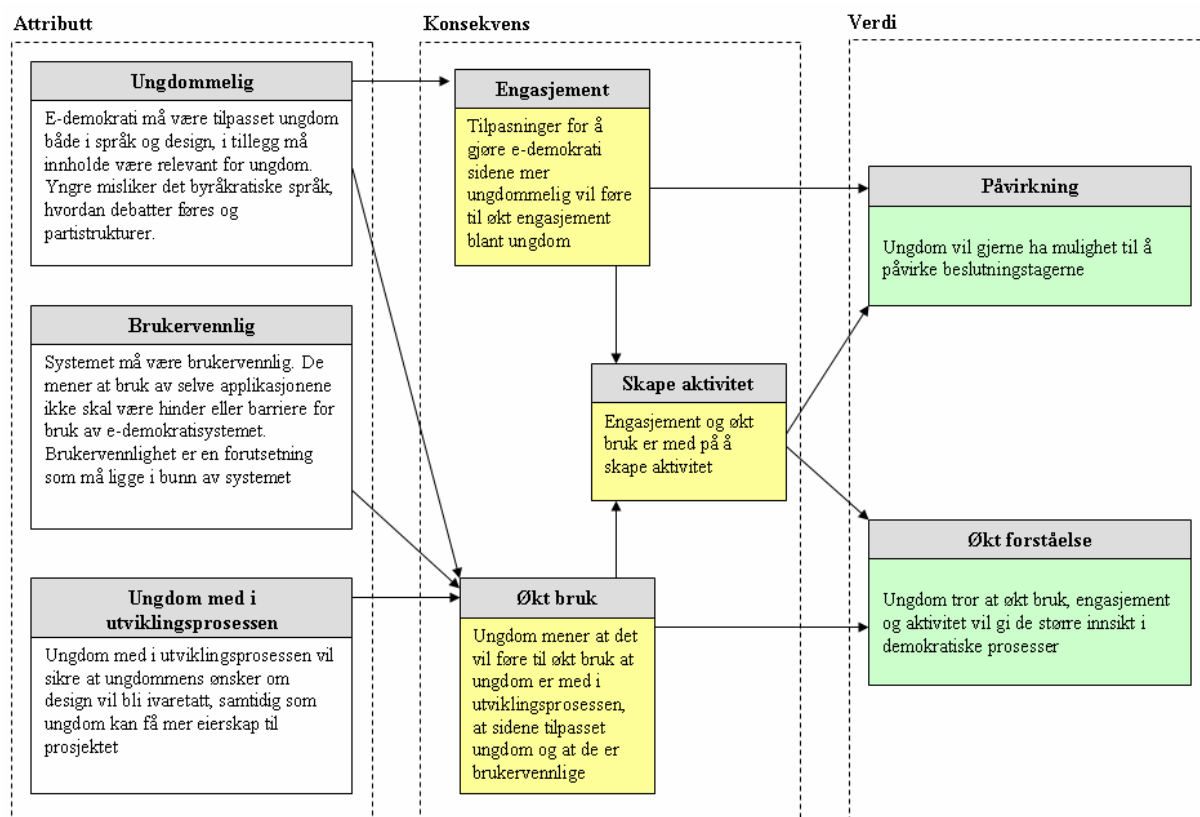
”ungdom kan forstå hva som foregår” (150208)

Ungdom vil gjerne ha mulighet til å påvirke beslutningstagerne, dette er en av de verdiene som fremkommer av vår undersøkelse. Dette er verdien (effekten) av at det skapes økt bruk, engasjement og aktivitet blant ungdom.

”Føler at man har muligheten til å gjøre noe, å påvirke” (240209)

Dette er igjen skapt av at sidene tilpasses ungdom, ungdom har vært med å utvikle sidene og har eierforhold til dem, samt at det er lett for ungdom å bruke sidene.

I figur 30 har vi oppsummert våre funn i ”Tilpasset ungdom” fra undersøkelsen plassert inn i det semantiske kartet.



Figur 30 - Tilpasset ungdom (sammendrag av våre funn)

5.2 Rangering av kravene

Rangeringen gjennomføres for å finne de egenskapene ungdom verdsetter mest. Dette for at utviklerne skal kunne prioritere fokus og ressurser riktig. Rangeringen ble gjennomført ved Gimle videregående skole.

Deltakerne har rangerte attributtene innenfor hvert tema fra mest viktig til minst viktig. I tillegg rangerte de temaene på samme måte. Innen hvert tema ble den høyeste rangerte attributt gitt 10 poeng, nest høyeste 9, tredje høyeste 8 og så videre. Resultatet av rangeringen fremgår av tabell 22.

Tabell 22 - Rangering av egenskapene

Egenskap	Tema	Sum
Relevante saker for ungdom	Tilpasset ungdom	225
Sidene må være brukervennlig	Tilpasset ungdom	216
Kategorisere slik at det er lett å finne frem	Fange oppmerksomheten	215
Ungdommelig design for å fange oppmerksomheten	Fange oppmerksomheten	214
Viktig med konkurranse for å markedsføre siden	Fange oppmerksomheten	210
Ungdom med i utviklingsprosessen av nettsiden	Tilpasset ungdom	206
Markedsføring på skoler er viktig	Fange oppmerksomheten	203
Ikke kunne manipulere systemet	Forsterke budskapet	201
E-post som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	198
Oversiktelig navigasjon	Fange oppmerksomheten	198
Språk tilpasset ungdom	Tilpasset ungdom	197
Designet må være tilpasset ungdom	Tilpasset ungdom	196
Muligheten for å skrive uten sensur (ytringsfrihet)	Kommunikasjon	195
Tilbakemelding i diskusjonsforum	Kommunikasjon	189
Nettsiden må være oppdatert og ha aktuelle saker	Aktivitet gir resultat	187
Ha konkurranser for å skape interesse	Aktivitet gir resultat	186
Muligheten for å finne andre med felles interesser	Forsterke budskapet	185
Video som kommunikasjonskanal (youtube)	Kommunikasjon	184
Finne aktuelle saker	Forsterke budskapet	184
Få og gi tilbakemelding	Forsterke budskapet	181
Blogg som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	178
Egen profil vil styrke troverdigheten	Forsterke budskapet	178
Muligheten til å se hvem som har lest	Forsterke budskapet	176
Nettsamfunn er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	176
Diskusjon er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	173
Forum som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	172
Personlig bilde vil styrke troverdigheten	Forsterke budskapet	169
Lokale saker skaper engasjement	Engasjement	169
Skape dialog	Aktivitet gir resultat	164
Skrive kommentar som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	158
Avstemning er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	152
Blogg er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	150
Forum er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	150
Tilbakemelding fra politikere er viktig	Aktivitet gir resultat	149
Dialog i forkant av beslutninger	Engasjement	148
Politikere legger ut saker	Engasjement	147
Aktive deltakere får høyere status	Aktivitet gir resultat	146
Politikerne legger ut aktuelle saker	Aktivitet gir resultat	145
Diskusjon mellom innbyggere og politikere er viktig	Aktivitet gir resultat	145
Siden må være interaktiv	Aktivitet gir resultat	142
Nettmøter med politikere skaper god dialog	Aktivitet gir resultat	140
Organisert arena som for eksempel avsatt tid til nettmøter	Engasjement	139

Ut fra WARE-metoden kan vi benytte rangeringen i tabellen over til å gi anbefalinger av egenskaper som beslutningstagerne og utviklerne bør prioritere i e-demokratiprojekt.

Dersom rangeringen skal kunne vektlegges når utviklerne skal prioritere fokus og ressurser er det viktig å vite i hvilken grad ungdom enige i den rangeringen som er foretatt.

5.2.1 Enighet i rangeringen

Etter at vi hadde gjennomført rangeringen ønsket vi å finne ut i hvilken grad av enighet det var mellom deltagerne i rangeringen av egenskapene. Vi benyttet oss av Kendall's korrelasjon koeffisient (W). For å finne denne benyttet vi oss av statistikkprogrammet SPSS, resultatene fra dette er presentert i vedlegg F. Dette vil vi kommenterer i diskusjonskapittelet.

Det var i liten grad enighet mellom deltagerne av rangeringen. Det at det var liten grad av enighet sier bare at vi ikke kan si at for ungdom er den ene egenskapen viktigere enn den andre. Egenskapene som fremkommer av Tabell 22 er egenskaper som ungdom ønsker at e-demokratiprojekt skal ha. Funnene er viktige selv om innbyrdes rangering ikke kan leses av tabellen.

6 Diskusjon

Denne masteroppgaven bidrar med kvalitative funn om hvilke ønsker og forventninger ungdom har til deltagelse i e-demokrati.Attributtene er de ønsker ungdom har til informasjonssystem for e-demokrati, mens verdiene er det ungdom forventer som resultat av å delta. Konsekvensene er det som binder attributtene og verdiene sammen. Vi vil i dette kapittelet diskutere våre funn mot tidligere litteratur. Vi vil også diskutere bruken av de semantiske kart som mulig evalueringsmetode for e-demokratiprojekter og hvordan rammeverket til Sæbø et al. (2007) kan bidra til å forbedre evalueringsprosessen.

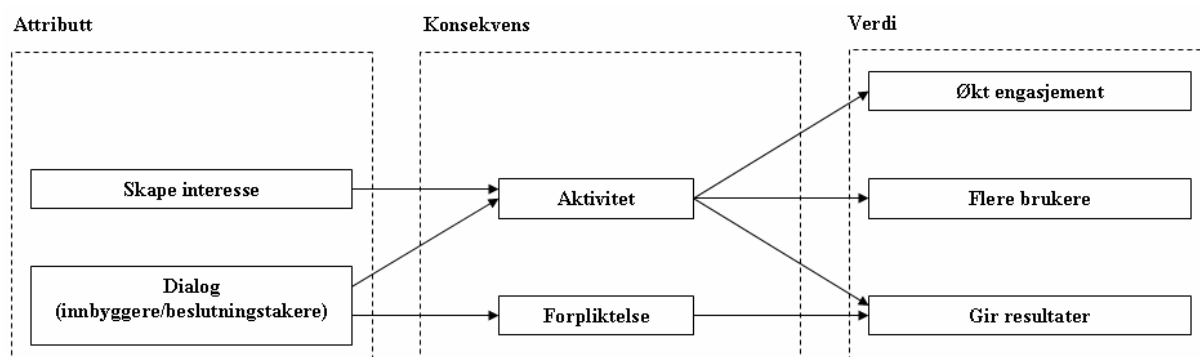
Vi vil videre i dette kapittelet ta for oss de ulike tema og diskutere funn opp mot tidligere litteratur.

6.1 Semantiske kart

De semantiske kartene viser hvordan ungdom i vår undersøkelse mener det er sammenheng mellom de ønsker og effekter (verdier) de vil oppnå. Relasjonene mellom de ulike kategoriene fremkommer av de forskjellige tankerekken til ungdom i undersøkelsen, dette er beskrevet i kapittel 4. Tilsvarende relasjoner har vi ikke funnet i litteraturen.

6.1.1 Aktivitet gir resultat

I dette underkapittelet diskuteres våre funn innenfor temaet "Aktivitet gir resultat" opp mot tidligere litteratur. Til slutt i underkapittelet oppsummeres funn fra litteraturen opp mot det semantiske kartet for "Aktivitet gir resultat". Figuren under viser den konseptuelle modellen av temaet "Aktivitet gir resultat".



Figur 31 - Konseptuell modell av "Aktivitet gir resultat"

I undersøkelsen fant vi at ut ungdom mener at det må skapes interesse rundt e-demokratiprojekt, ungdom må vite at muligheten finnes. Ungdom mener at dette kan oppnås ved å arrangere konkurranser, ha interaktivitet på sidene og sørge for at sakene på sidene er nye og aktuelle til en hver tid.

Evalueringen (Nilsen og Sæbø, 2003) av Demokratitorget peker på viktigheten av at e-demokratiprojekt markedsføres. Markedsføring er viktig for å skape aktivitet på siden.

"Markedsføring kan være en viktig faktor for å øke aktiviteten. Det er viktig å påpeke at det må være aktivitet på siden for at det kan være nyttig med markedsføring."

(Nilsen og Sæbø, 2003, s. 14)

Intervjuobjektene var opptatt av at det måtte skapes gjensidig dialog mellom innbyggere og beslutningstakere. En måte å få til en slik dialog er å innføre spørretime/nettmøte med politikerne en gang i uken.

"Nettmøter med politikerne en gang i uken eller annenhver uke med forskjellige politikere"
(100203)

I tillegg kan politikerne legge ut aktuelle saker og skrive blogg. Ward og Gibson (2003) påpeker at de mulighetene teknologien gir med flere former for dialog åpner opp for større mulighet for direkte kontakt mellom politikere og innbyggerne.

"Creating an ongoing dialogue with voters – (...) clearly open up the possibility of greater direct dialogue with voters" (Ward og Gibson, 2003, s. 190)

Ungdom mener at de som er aktive skal få belønning for det. Det skal lønne seg å være aktiv og flere av deltakerne nevner at man kan innføre en statusordning hvor de aktive får høyere status og flere rettigheter enn vanlige debattanter.

Den beste artikkelen kan vinne for eksempel en mp3 spiller (010403)

Ved å gi de aktive deltagerne økt status ønsker ungdom det skal gi mer engasjement blant deltagerne og stimulere til mer aktivitet.

"at man får noe igjen for det og har mulighet til å påvirke, ungdom kunne blitt mer engasjert" (170205-06)

Master et al. (2004) argumenterer for at dersom ungdom får anledning til å delta og bidra i saker vil de bli engasjerte i samfunnet.

"Therefore, by giving them the opportunity to participate and have their say on issues that affect them, young people may feel listened to and thus become engaged and responsible citizens" (Masters et al., 2004, s. 16)

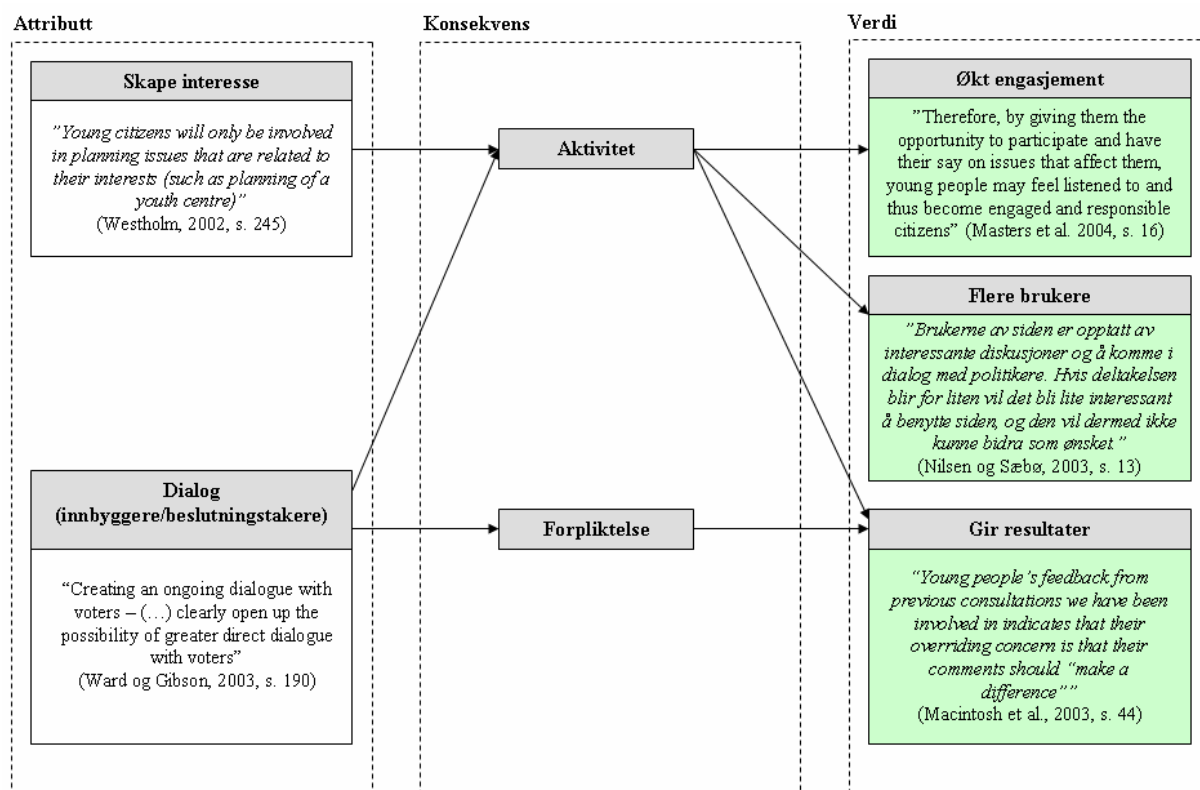
Ungdom mener at dersom det skapes aktivitet og flere deltar, økes engasjementet blant ungdom. Økt aktivitet gir også flere brukere og den økte aktiviteten kan være med å skape resultater. Erfaringer fra Demokratitorget (Nilsen og Sæbø, 2003) viser at ungdom er opptatt av at det er aktivitet og at aktiviteten har mulighet til å gi påvirkning mot politikerne.

"De som sitter med beslutningene må vise at de har lest det" (290310)

Deltagerne i undersøkelsen mener at forpliktelse fra beslutningstakerne gir muligheten for å oppnå resultater. Et annet resultat fra undersøkelsen vår er at ungdom mener at økt aktivitet kan være med på å gi resultater. De mener at politikerne blir nødt til å ta e-demokratiprojektet på alvor dersom det er mye aktivitet på siden og siden blir et viktig medium i den politiske debatten. Macintosh (2003) viser for at tilbakemeldinger fra ungdom peker på at ungdoms overordnede ønske er at deres bidrag er med på å forandre politikken.

"Young people's feedback from previous consultations we have been involved in indicates that their overriding concern is that their comments should "make a difference" "
(Macintosh et al., 2003, s. 44)

I figuren under har vi satt inn funn fra litteraturen i det semantiske kartet for temaet "Aktivitet gir resultat".

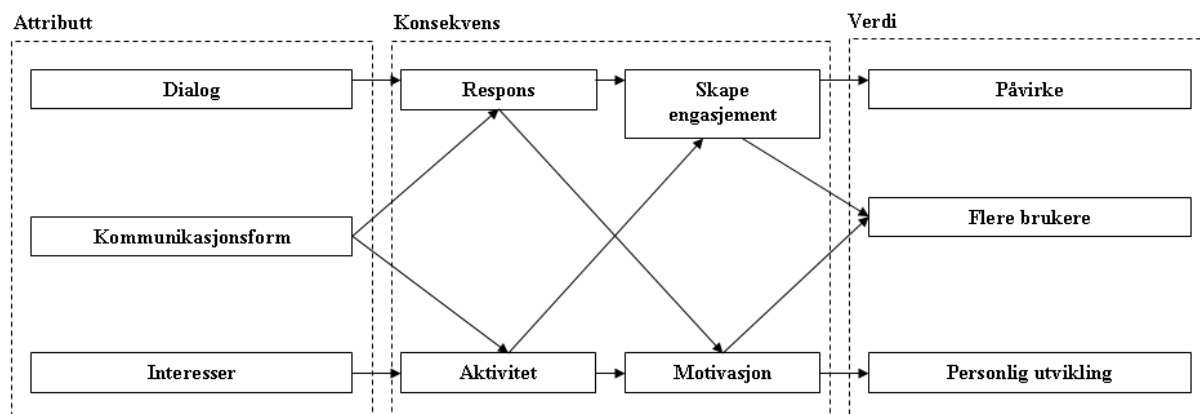


Figur 32 - Aktivitet gir resultat (litteratur)

Det er viktig at politikerne deltar i dialog med ungdom og forplikter seg til samarbeid i et e-demokratiprojekt. Ungdom må få tilbakemelding på sine bidrag og føle de er en del av fellesskapet. Tilbakemelding kan gis direkte via e-post, svar på innlegg eller brukeren kan få tilbakemelding på hvor mange og hvem som har lest innleggene. Uten dialog vil ungdom miste interesse og aktiviteten forsvinner. Aktivitet på siden fører til økt engasjement, dette må til for å få flere brukere.

6.1.2 Engasjement

Engasjement er et av de seks hovedtemaene i undersøkelsen. Våre funn for dette temaet vil vi diskutere opp mot tidligere litteratur, i figuren vises den konseptuelle modellen av temaet.



Figur 33 - Konseptuel modell av "Engasjement"

Tidlig dialog i forkant av beslutninger ble sett på som viktig av deltagerne i undersøkelsen vår.

”Komme med innspill før vedtak, i stedet for å klage i etterkant” (290505)

Politikerne bør informere om politiske saker i forkant av vedtak slik at ungdom får mulighet til å komme med innspill før vedtak.

”må lage en organisert arena for å sikre at politikere deltar” (290401)

Dette kunne blitt gjennomført ved hjelp av organiserte arenaer hvor man hadde faste tidspunkt hvor politikere var tilstede og ga tilbakemeldinger. Initiativ med å legge ut aktuelle saker i forkant for å skape diskusjon og dialog mellom beslutningstakerne og innbyggerne er en mulighet ungdom mener politikerne bør benytte seg av.

Deltakerne ser for seg flere måter for å kommunisere med politikerne. De mener blant annet at nettstedet kunne vært organisert som et nettsamfunn hvor du har muligheten til opprette profil. I profilen kan ungdom beskrive sine politiske meninger og komme i kontakt med andre likesinnede. Diskusjonsforum er også nevnt som en kommunikasjonsform, hvor man kan debattere mot politikerne eller andre brukere av forumet.

Ward og Gibson (2003) mener at en kontinuerlig dialog vil gi muligheten for en bedre og direkte dialog med innbyggerne. Ved en kontinuerlig dialog kan beslutningstakerne samle inn ideer og meninger fra innbyggerne før beslutningene blir tatt.

“Creating an ongoing dialogue with voters – (...) clearly open up the possibility of greater direct dialogue with voters” (Ward og Gibson, 2003, s. 190)

Aidemark (2003) ser på forskjellige case og hvordan IKT-verktøy blir brukt til å støtte e-demokratiet. Et av verktøyene som blir nevnt er diskusjonsforum som et velegnet verktøy for å utveksle meninger. Forum gir muligheten for at brukerne kan skrive innlegg og samt få tilbakemeldinger fra andre brukere og beslutningstagere.

“Discussion forums, generally these had a dual direction, both to put questions to the public, to inform the public and to give politicians feedback on issues. (...) forums are used in initiating processes like drafting and defining political“ (Aidemark, 2003, s. 320)

For å skape engasjement og motivere deltakerne må man finne saker og innhold som appellerer til ungdom. Politiske saker fra nærmiljøet er et av forslagene til hvordan man skal fange ungdoms oppmerksomhet.

politiske saker i nærmiljøet (...) hva politikerne mener om saker som har med oss (...) saker jeg bryr meg om (080101 -03)

Westholm (2002) har sett på flere e-demokratiløsninger i Tyskland. Han argumenterer for å engasjere ungdom bør sakene kunne være relatert til ungdoms interesser.

“Young citizens will only be involved in planning issues that are related to their interests (such as planning of a youth centre)” (Westholm, 2002, s. 245)

Deltagerne i vår undersøkelse mener at aktivitet, respons og engasjement gir evnen til å påvirke. Påvirkning er viktig for ungdom, de ønsker å bli hørt og tatt på alvor av beslutningstagerne. Ungdom tror også at aktivitet, respons og engasjement er viktig dersom man skal få flere ungdom til å begynne å benytte e-demokratsystem.

Deltagerne på Demokratitorget ønsker å komme i kontakt med politikerne. Flertallet av de spurte oppgav at de forventet å få svar fra politikerne og 87 % forventet at politikerne tok hensyn til innleggene på Demokratitorget.

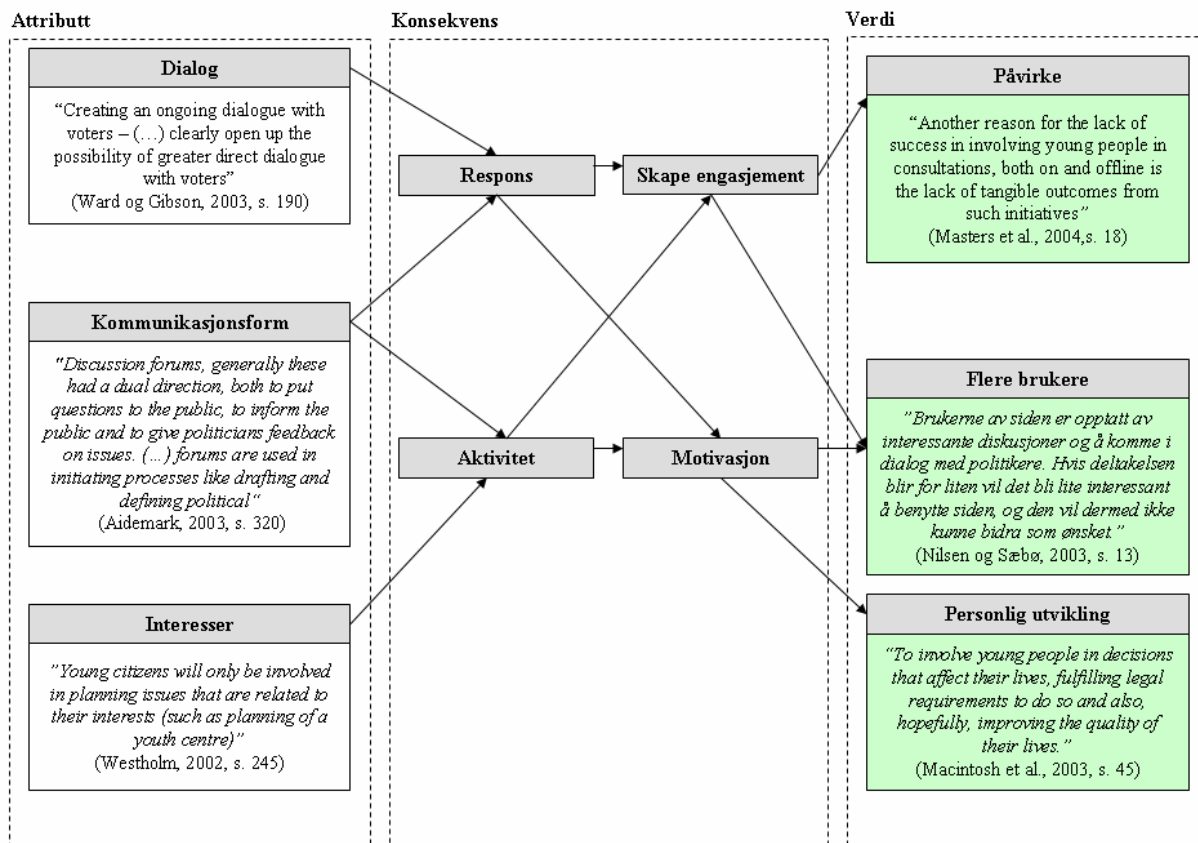
”Brukerne av siden er opptatt av interessante diskusjoner og å komme i dialog med politikere. Hvis deltakelsen blir for liten vil det bli lite interessant å benytte siden, og den vil dermed ikke kunne bidra som ønsket.” (Nilsen og Sæbø, 2003, s. 13)

Macintosh (2003) peker på at en av grunnene til at flere e-demokratiprojekter for ungdom ikke har blitt suksess er at ungdom ikke blir involvert i beslutningsprosessene.

Flere ungdom mener at aktivitet fører til bedre motivasjon for bruk av e-demokratisystemer, og at bruk av slike systemer kan være med på å gi dem personlig utvikling blant annet i form av ny kunnskap. Macintosh et al. (2003) mener at involvering av ungdom i beslutninger som påvirker livet deres kan være med å øke ungdoms livskvalitet.

“To involve young people in decisions that affect their lives, fulfilling legal requirements to do so and also, hopefully, improving the quality of their lives.” (Macintosh et al., 2003, s. 45)

I figur 34 har vi satt inn funn fra litteraturen i det semantiske kartet for temaet ”Engasjement”.

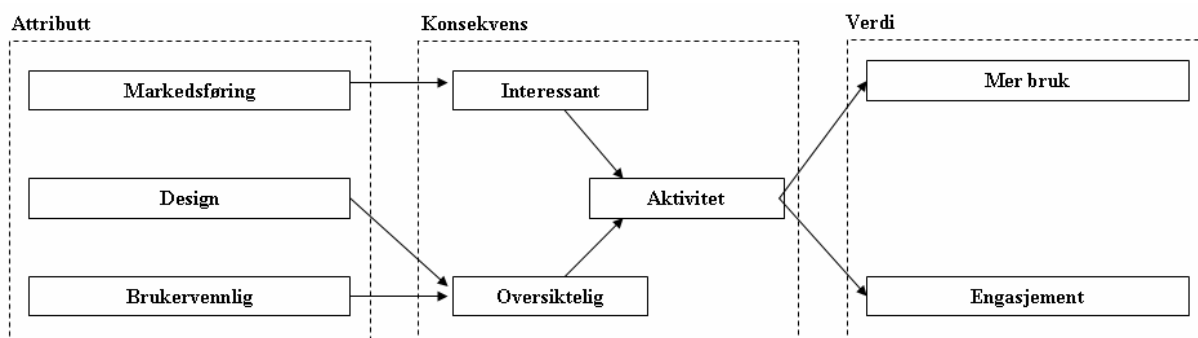


Figur 34 - Engasjement (litteratur)

Politisk deltagelse i e-demokratiprojekter er viktig. Evaluering av tidligere case har vist at dette er vanskelig å få til. Dette grunnet i manglende tid og ressurser. Det er derfor viktig å lage organiserte arena der politikere og ungdom kan møtes. Nettmøter til faste tidspunkt med forskjellige politikere er en måte å organisere denne type arena. Det er fornuftig å legge disse opp i forkant av kommunestyre slik at ungdom kan komme med innspill før beslutninger tas. Ungdom ønsker å komme i kontakt med andre med felles interesser. De ønsker å involvere seg politisk, høre nye løsninger og ideer og på denne måten få ny kunnskap.

6.1.3 Fange oppmerksomheten

Temaet "Fange oppmerksomheten" opptar ungdom. Vi vil i her se nærmere på dette temaet og diskutere våre funn opp mot tidligere litteratur. Figuren under viser den konseptuelle modellen av temaet.



Figur 35 - Konseptuel modell av "Fange oppmerksomheten"

Markedsføring er i følge deltakerne viktig for å fange oppmerksomheten til ungdom. Ungdom må vite at e-demokratiportalen finnes og hva den kan tilby ungdom. Markedsføring bør skje på skoler og i fora hvor man finner ungdommelig publikum, dette mener ungdom kan bidra til vellykket markedsføringen.

”det er viktig at man får vite om det på skoler, plakater, spre gjennom venner, jungeltelegrafene” (220101-03)

OECD rapporten om e-demokrati fastslår viktigheten av riktig markedsføring mot brukergruppen slik at de vet om at prosjektet blir lansert og hvordan de skal kunne benytte prosjektet.

”Invest adequate effort and resources to ensure that potential participants are aware that an online consultation will be launched and know how to take part” (OECD, 2003, s. 11)

Designet på siden må være tilpasset ungdom for at siden skal bli brukt av denne brukergruppen. Flere av deltakerne mener at grå og kjedelig sider kunne ha en negativ effekt. De påpeker også at første inntrykket er viktig for videre bruk.

”design som treffer ungdom” (030103)

I OECD rapporten slås det fast at design av systemet er kritisk for suksessen for å engasjere ungdom.

”The design of the e-engagement systems is critical to the success of engaging young people and also educating them about democratic decision-making.” (OECD, 2003, s. 86)

God design omfatter også at det er lett å finne frem på siden. Ungdom ønsker at navigasjon og kategorisering av diskusjonstema skal være enkelt å finne ut av. Dersom det er brukervennlig, blir siden mer oversiktlig og lettere for ungdom å bruke. Dette mener flere i vår undersøkelse vil føre til mer aktivitet, som igjen medfører flere vil bruke sidene. I evalueringen av Demokratitorget fastslås det at enkelt brukergrensesnitt og lav brukerterskel er viktig for å få aktivitet på en webside.

”Enkelt grensesnitt og lav brukerterskel vil alltid være viktig for å få aktivitet på en webside.” (Nilsen og Sæbø, 2003, s. 14)

Dette samsvarer med de funn Master et al (2004) beskriver. Master et al. (2004) argumenterer for at selv ungdom oppfattes som en gruppe som er innovativ når det gjelder ny teknologi, er det farlig å oppfatte denne gruppen som en homogen gruppe. Mange ungdom er teknofobe, dersom dette ikke tas hensyn til og det ikke utvikles brukervennlige løsninger vil dette bidra til at suksessen for e-demokratiprojekt uteblir.

”for de som ikke er vant til internett (...) er ikke så flink med data selv (...) så det er viktig for meg at det er brukevennlig” (160106-08)

Ungdom er opptatt av at det må være aktivitet på sidene. Dersom det ikke er aktivitet og ingen bruker siden, vil de ikke returnere til siden igjen. Dette samsvarer med evalueringen av Demokratitorget i Agder. Brukerne av diskusjonsforumet der var opptatt av interessante

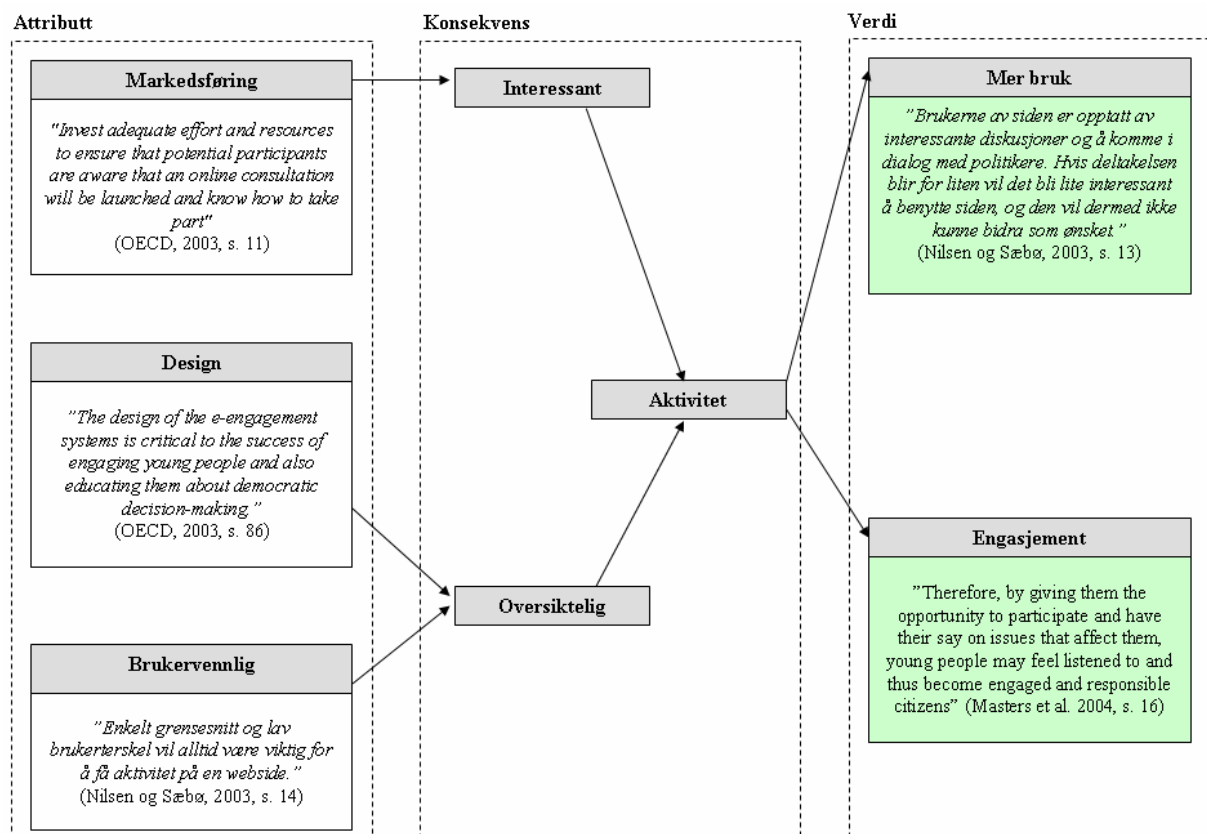
diskusjoner og komme i dialog med politikere. Hvis aktiviteten blir for lav mener ungdom at det vil bli uinteressant å benytte sidene.

”Brukerne av siden er opptatt av interessante diskusjoner og å komme i dialog med politikere. Hvis deltakelsen blir for liten vil det bli lite interessant å benytte siden, og den vil dermed ikke kunne bidra som ønsket.” (Nilsen og Sæbø, 2003, s. 13)

Deltagerne i undersøkelsen er av den oppfatning av at økt aktivitet vil føre til at ungdom vil bli mer engasjer i de demokratiske prosesser. Dette finner vi igjen i argumentene til Master et al. (2004) som mener at dersom ungdom får muligheten til å delta og ha innflytelse på saker som berører dem, vil de føle at de blir lyttet til og dermed bli engasjerte og ansvarlige borgere.

”Therefore, by giving them the opportunity to participate and have their say on issues that affect them, young people may feel listened to and thus become engaged and responsible citizens” (Masters et al., 2004, s. 16)

I figuren under har vi satt inn funn fra litteraturen i det semantiske kartet for temaet ”Fange oppmerksomheten”.

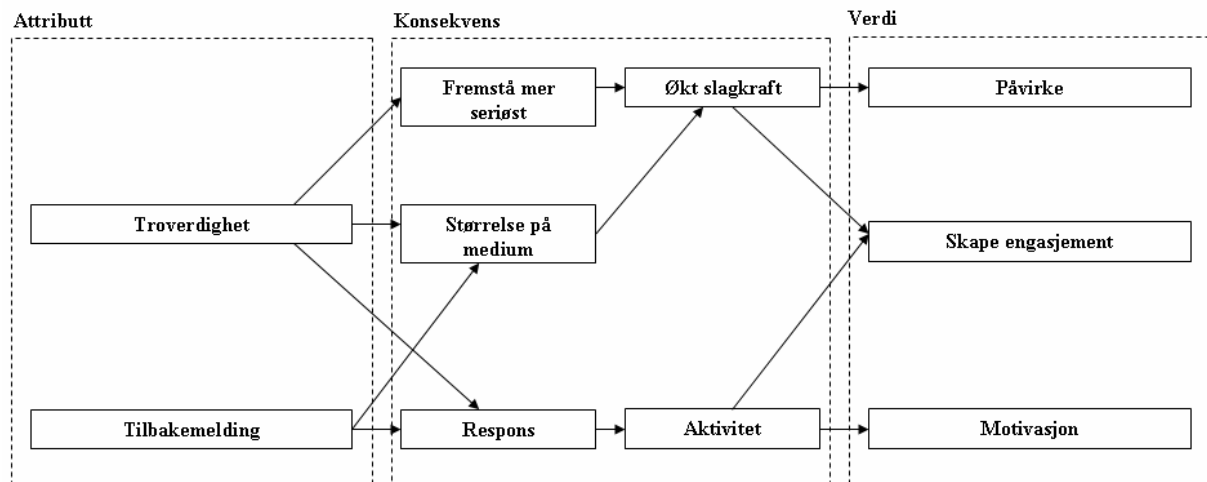


Figur 36 - Fange oppmerksomheten (litteratur)

Markedsføring av e-demokratiprojekt er viktig for å fange ungdoms oppmerksomhet. Det er viktig å nå et bredt spekter av ungdom. For å oppnå dette må markedsføringen gjøres i de fora ungdom er tilstede. Riktig markedsføring kan skille prosjektet fra å lykkes eller ikke. Målet for markedsføring må være å skape et fenomen som gjør at ungdom rekrutterer annen ungdom. Eksempler på slike fenomen er Facebook og Youtube.

6.1.4 Forsterke budskapet

I figuren under viser den konseptuelle modellen av temaet Forsterke budskapet.



Figur 37 - Konseptuel modell av "Forsterke budskapet"

For ungdom i undersøkelsen vår handlet troverdighet om at man ikke skulle kunne manipulere systemet. Det skal ikke være mulig å lure systemet. Profil og bilde av debattantene vil kunne forsterke troverdigheten på debattene. Bildet skulle bidra til å vise hvem som skrev innlegget.

"Du kan skrive om interessene dine, legge inn bilder av deg selv, hvis du får en profil med bilde så blir alt forsterket (...) du ser om de engasjerer seg i andre ting enn interessene deres" (010102-05)

Profil skulle hjelpe leseren å se hva debattanten står for og gjøre det mulig å finne andre med samme interesser. Det å finne andre med samme interesse er en av egenskapene som OECD rapporten mener er egenskaper som innbyggerne vil ha.

"(...) others will want to exchange views with those sharing their interests"
(OECD, 2003, s. 153)

Tilbakemelding og oversikt over hvem som har lest dine innlegg er egenskaper som deltagerne i vår undersøkelse etterspør. De synes det er viktig at andre leser innleggene for at de skal fortsette å skrive nye innlegg. I OECD rapporten argumenteres det for at myndighetene må legge til rette for at bidragene fra innbyggerne blir synlige i den videre politiske prosess.

"governments also need to develop ICT tools for the analysis of public input and to provide feedback to citizens on how their comments and suggestions have been used in reaching decisions on public policy" (OECD, 2003, s. 16)

Et av funnene som går igjen i flere av temaene, også i dette, er at ungdom ønsker å påvirke beslutningstagerne med sine meninger. Masters et al. (2004) argumenterer for at en av grunnene til at de fleste e-demokrati prosjekt ikke blir en suksess er at ungdom ikke får en reel påvirkningsmulighet.

"Another reason for the lack of success in involving young people in consultations, both on and offline is the lack of tangible outcomes from such initiatives"

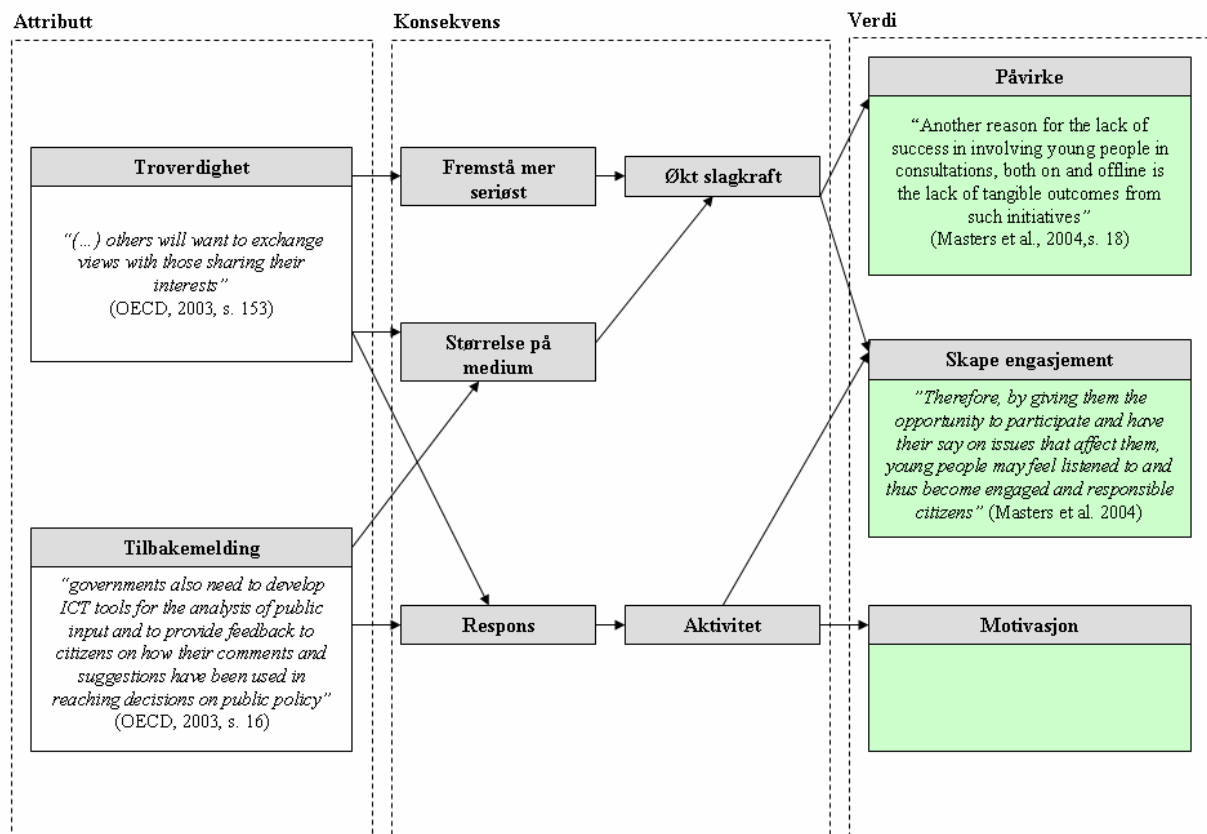
(Masters et al., 2004, s. 18)

I undersøkelsen vi har utført kommer det frem at ungdom tror at dersom de får respons på sine innspill fører det til at man fortsetter å være aktiv. Det at ungdom er aktive fører til økt engasjement blant ungdom i samfunnet. Masters et al. (2004) argumenterer for at hvis ungdom får mulighet til å delta i debatter på spørsmål som angår dem og at de føler de blir tatt hensyn til, vil de bli engasjerte og ansvarlige borgere.

”må ha muligheten til å være med å bestemme litt (...) mange ungdommer synes det ikke er så gøy med politikk fordi at de ikke kan være med å bestemme, de kan kun se på” (140211-12)

En faktor for å få ungdom motivert til å delta i e-demokratiprojekt er at det er aktivitet på sidene. Vi har i tidligere litteraturen ikke funnet motivasjon som en viktig faktor. I vår studie har motivasjon mye til felles med verdien engasjement, som vi har funnet i tidligere litteratur. Det deltagerne har ment er at aktivitet gjør at de ønsker å benytte seg av sidene. Dette samsvarer med evalueringen av Demokratitorget hvor aktivitet er listet som en av de viktigste suksessfaktorene for et diskusjonsforum.

I figuren under har vi satt inn de funn vi har fra litteraturen i det semantiske kartet for temaet ”Forsterke budskapet”.



Figur 38 - Forsterke budskapet (litteratur)

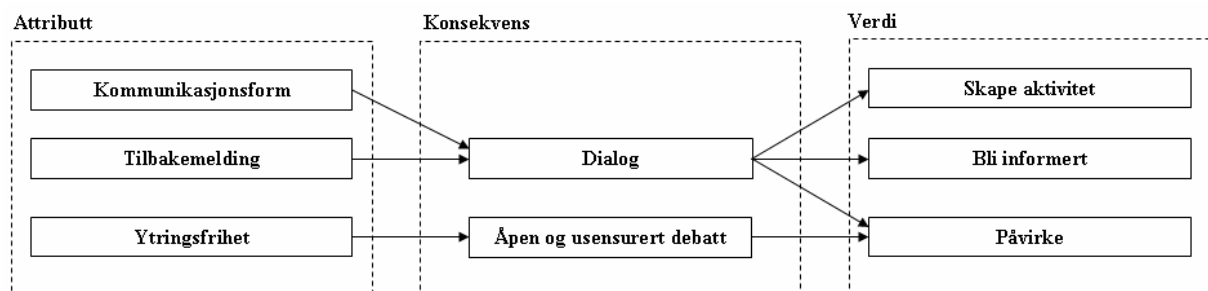
E-demokratiløsninger må fremstå seriøst. Alt for mange diskusjonssider ødelegges av personlige hets og useriøse innlegg. Skal sidene være med å spille en aktiv rolle i de politiske prosesser må dette unngås. Aktiv politisk deltagelse kan føre til at diskusjonen foregår i rolige og ordnede forhold. En annen måte for å unngå problemet er å gi alle skoleungdom brukernavn og passord, slik at innlegg og aktivitet kan knyttes opp mot brukere. Selv om

brukerne må logge seg kan systemet gir rom for at brukerne fremstår som anonyme dersom dette er ønskelig. På denne måten vil man ha muligheten til å stenge ut individ som ikke forholder seg til de normer og regler et slik nettsted må ha.

Økt seriøsitet kan være med på å gjøre nettstedet mer slagkraftig mot de politiske prosesser. Hvis e-demokratiløsningen blir blant de ledende medium må politikerne forholde seg til det. Dermed vil brukerne få påvirkningsmulighet.

6.1.5 Kommunikasjon

Kommunikasjon er et av de seks temaene vi har funnet i vår undersøkelse. Figuren under viser den konseptuelle modellen av temaet.



Figur 39 - Konseptuel modell av "Kommunikasjon"

Ungdom ønsker å kommunisere på ulike former. De ser for seg mulighetene til å laste opp videosnutter, skrive blogg, debattere i forum og e-post for å fremme sine meninger. Ward og Gibson (2003) argumenterer for at bruk av interaktive tjenester på nett åpner opp for mulighet for bedre direkte kontakt mellom politikere og innbyggere.

“Creating an ongoing dialogue with voters—the interactive features of web pages such as email, bulletin boards and on-line chat rooms clearly open up the possibility of greater direct dialogue with voters” (Ward og Gibson, 2003, s. 190)

I undersøkelsen vår understreker ungdom viktigheten av å få tilbakemeldinger for at man skal fortsette å være aktiv og å motivasjon for å bruke e-demokratiløsningene. Dette er egenskaper som utviklerne av denne typen tjenester må ivareta, slik at det finnes mulighet til å gi tilbakemeldinger til de som debatterer, både generelt og personlig til debattantene. OECD rapporten om e-demokrati adresserer også dette.

“governments also need to develop ICT tools for the analysis of public input and to provide feedback to citizens on how their comments and suggestions have been used in reaching decisions on public policy” (OECD, 2003, s. 16)

Der påpekes det at myndighetene må utvikle verktøy som gjør det mulig for innbyggerne å se hvordan deres kommentarer og tilbakemeldinger blir brukt i de politiske beslutninger. OECD rapporten om e-demokrati har utarbeidet retningslinjer for suksess med e-demokratiprojekter. Et av punktene der er å informere brukerne om hvordan bidragene deres blir brukt i de politiske beslutningsprosesser.

”Hvis det er i forbindelse med en konkret saksutredning, at man i saksfremstillingen etterpå viser at man har tatt hensyn til de innspill man har fått” (290312)

Deltagerne i undersøkelsen vår opptatt av å kunne skrive innlegg uten å risikere å bli sensurert. De ønsker å kunne gi uttrykk for sine meninger uten at voksne skal ha mulighet til å filtrere eller endre innholdet. Da danske politikere svarte på en spørreundersøkelse (Hoff et al., 2003) svarte de at de likte muligheten internett gav som en kommunikasjonskanal hvor meninger og uttalelser ikke blir filtrert bort.

“With the web you don’t have to take the journalists’ interpretation of a speech which inevitably reflects their own prejudices. You can go to conservatives.com and read or watch the speech for yourself.” (Ward og Gibson, 2003, s. 189)

Dette samsvarer med undersøkelser blant politikere som ser på internett som en mulighet til å nå sitt publikum uten at innholdet blir filtrert eller påvirket av de enkelte journalister og medier.

Ungdom i vår undersøkelse tror og ønsker at dialog skal gi økt aktivitet. De mener at aktivitet gjør at flere vil bli interessert i å bruke nettsiden. Westholm (2002) argumenterer for at e-demokrati kan gi flere som normalt ikke deltar i de politiske diskusjonene mulighet til å delta.

“The anonymity of the Internet empowers people to participate who normally would not do that and enables discussion among citizens who usually don’t have contacts”
(Westholm, 2002, s. 246)

I evalueringen (Nilsen og Sæbø, 2003) av Demokratitorget i Agder fylkene blir det påpekt at en av de viktigste suksessfaktorene er kontinuerlig aktivitet på siden. Uten aktivitet dør sidene ut, og at det for fremtidige prosjekter vil være en sentral utfordring å sikre aktivitet på sidene.

Flere i undersøkelsen ønsker at de skal bli informert og lære noe av å bruke e-demokrati nettsider. Macintosh et al. (2003, s. 43) har i en artikkel undersøkt hvordan det er mulig å adressere problemet med ungdom apati mot demokratiske prosesser med å bruke mulighetene informasjons- og kommunikasjonsteknologi for å engasjere ungdom. Gjennom å delta i e-demokratiprojektene i Skottland fikk ungdom mulighet til å delta i og opparbeide seg forståelse og kunnskap om de demokratiske prosesser.

“(…) which provide young people with opportunities to participate in and understand democratic decision making” (Macintosh et al., 2003, s. 43)

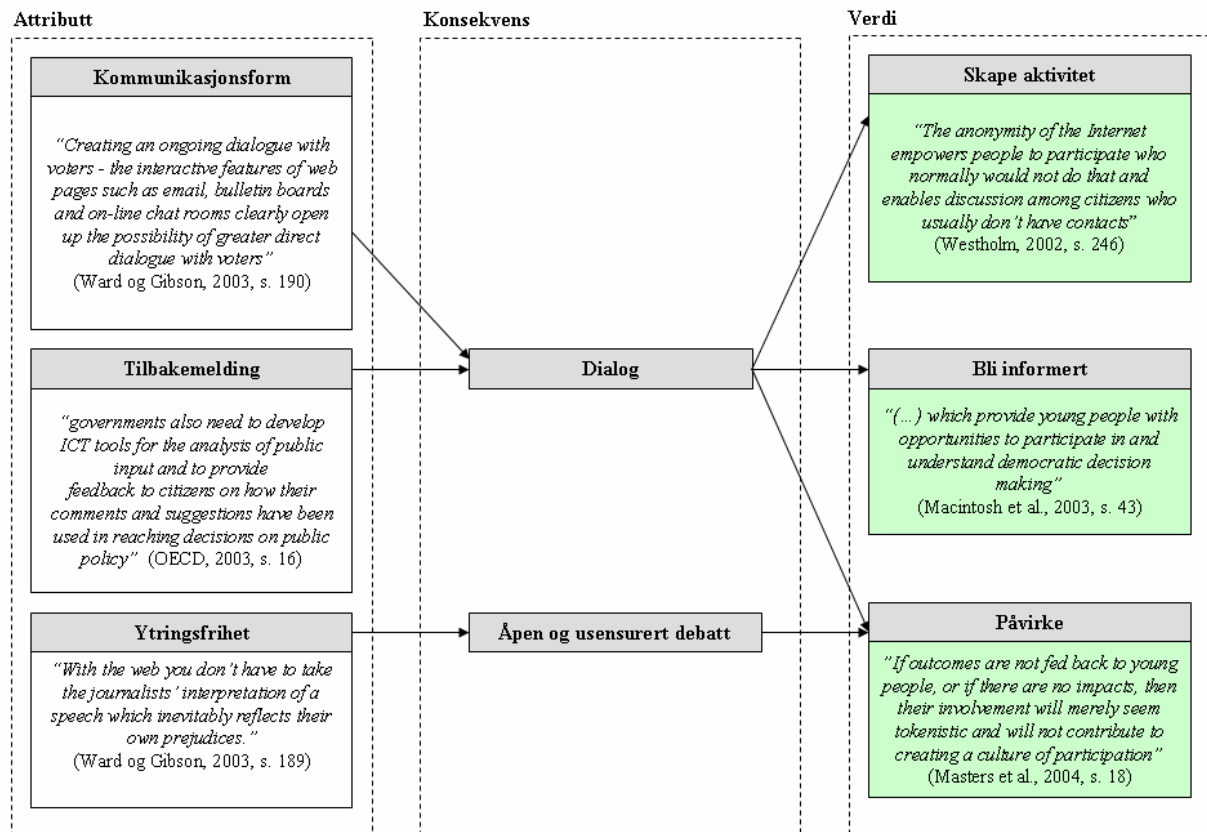
Deltagerne i undersøkelsen mener at det at de kan uttrykke seg fritt uten filtrering kan være med på å gi de mulighetene til å være med å sette den politiske dagsorden. Ungdom ønsker med sine bidrag å påvirke de politiske beslutningsprosesser.

”viktig å føle man blir hørt (...) Politikerne får vite hva folk mener” (150110-11)

Masters et al. (2004) argumenterer for at dersom ungdoms bidrag ikke blir tatt hensyn til, vil innsatsen deres bare gjøre at det ikke blir et reelt e-demokrati, bare et skinn e-demokrati.

”If outcomes are not fed back to young people, or if there are no impacts, then their involvement will merely seem tokenistic and will not contribute to creating a culture of participation” (Masters et al., 2004, s. 18)

I figuren under har vi satt inn de funn vi har fra litteraturen i det semantiske kartet for temaet ”Kommunikasjon”.



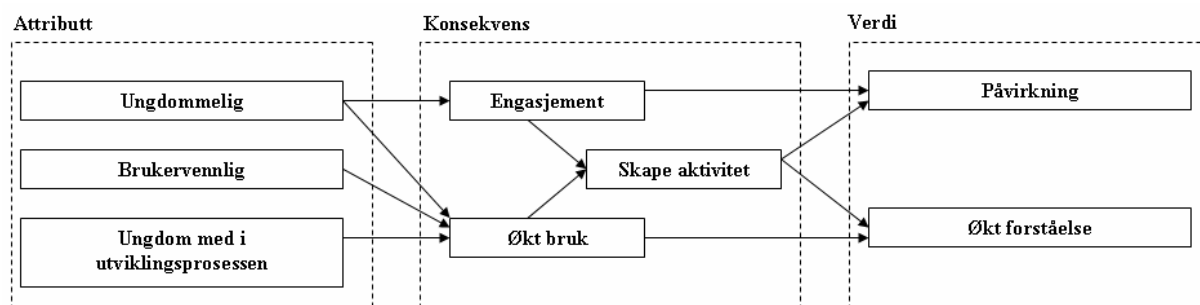
Figur 40 - Kommunikasjon (litteratur)

Ungdom bruker forskjellige typer kommunikasjon i sin e-hverdag. Vi har tidligere nevnt Facebook og youtube som kommunikasjonsform, i tillegg har vi de mer tradisjonelle som e-post, diskusjonsforum og blogg. Det er viktig å ta vare på dette mangfoldet slik at ungdom kan utnytte fordelene som de forskjellige kommunikasjonsformene gir. På denne måten kan det skapes dialog på forskjellig plan mellom forskjellige interessenter.

Ytringsfrihet er viktig for ungdom. De vil kunne gi uttrykk for sine meninger uten å bli redigert eller filtrert bort. Samtidig er det viktig at det ikke bare blir et skindemokrati. Ungdom må få reell mulighet til å påvirke. Dette løses best gjennom en åpen og god dialog mellom politikere og ungdom.

6.1.6 Tilpasset ungdom

I dette underkapittelet diskuteres våre funn innenfor temaet Tilpasset ungdom opp mot tidligere litteratur. Til slutt i dette underkapittelet oppsummeres funn i litteraturen opp mot det semantiske kartet. Figuren under viser den konseptuelle modellen av temaet Tilpasset ungdom.



Figur 41 - Konseptuell modell av "Tilpasset ungdom"

Resultatet av vår undersøkelse viser at det var mange som var opptatt av at et e-demokratisystem må være tilpasset ungdom både i språk og design, i tillegg må innholde være relevant for ungdom. Skal man lykkes med e-demokratiprojekter er det viktig at språklige barrierer mellom ungdom og beslutningstagerer brytes ned.

Dette samsvarer med de funn som Macintosh et al. (2003) har funnet i to case i Skottland. De fant ut at mange unge ble umotivert av voksenpolitikk, debattformen og formaliteten i kommunikasjonen.

"(...) many young people are turned off to adult politics by dislike of party structures, the style of debate, and the formality of communication" (Macintosh et al., 2003, s. 44)

Ungdom var opptatt av at sidene skulle fremstå som ungdommelige, ikke byråkratiske og kjedlige.

"det som er skrevet må være rettet mot oss ungdom (...) språk og sakene er tilpasset ungdom" (040201-02)

For å oppnå ungdommelig preg over designet ble det i Nordpol prosjektet i Danmark involvert ungdom i utviklingsprosessen av siden. Der deltok ungdom i fokusgrupper og bidro med ideer for hvordan sidene skulle se ut. Macintosh et al. (2003) argumenterer for viktigheten med at språk er tilpasset ungdom når man skal utvikle e-demokratisider.

"This use of language has been identified as potentially alienating young people from the political process. The importance of young people using their own voices also has implications for the realism of the website." (Macintosh et al., 2003, s. 48)

Ungdom forventer at systemet skal være brukervennlig. De mener at bruk av selve applikasjonene ikke skal være hinder eller barriere for bruk av e-demokratisystemet. Brukervennlighet er en forutsetning som må ligge i bunn av systemet. I evalueringen av demokratitorget ble det påpekt at enkelt grensesnitt og lav brukerterskel er viktig for å få aktivitet på siden.

"Enkelt grensesnitt og lav brukerterskel vil alltid være viktig for å få aktivitet på en webside." (Nilsen og Sæbø, 2003, s. 14)

Deltagere i undersøkelsen vår deler oppfatningen av å ha ungdom med i utviklingen kan gi en positiv effekt for e-demokratiprojekter.

”hvis et nettsted skal fungere så må det jo være aktivitet der (...) det må være en dynamikk på de nettsidene (...) tror det er et poeng at ungdom selv er med å utvikle sidene” (310601-03)

I Nordpol prosjektet i Nord-Jylland ble velgere invitert til å være med i fokusgrupper og til å bidra med forslag til designet. Dette ble gjort for å få med flere ungdom som deltagere i forumet (Jensen, 2003). I evalueringen av et e-demokratiprojekt i Skottland er viktigheten av at ungdom deltar i utviklingen av design på sidene blitt påpekt.

”The involvement of Youth Voice members has been instrumental in improving the design and in encouraging their ownership of the website, hopefully extending this enthusiasm to their peers.” (Macintosh et al., 2003, s. 45)

Ungdom vil gjerne ha mulighet til å påvirke beslutningstagerne, dette er en av forventningene som fremkommer av vår undersøkelse. Denne forventningen kommer av at det skapes økt bruk, engasjement og aktivitet blant ungdom. Dette er igjen skapt av at sidene tilpasses ungdom, ungdom har vært med å utvikle sidene og har eierforhold til dem, samt at det er lett for ungdom å bruke sidene. Viktigheten av at ungdom for reell påvirkningsmulighet understrekes av Masters et al. (2004).

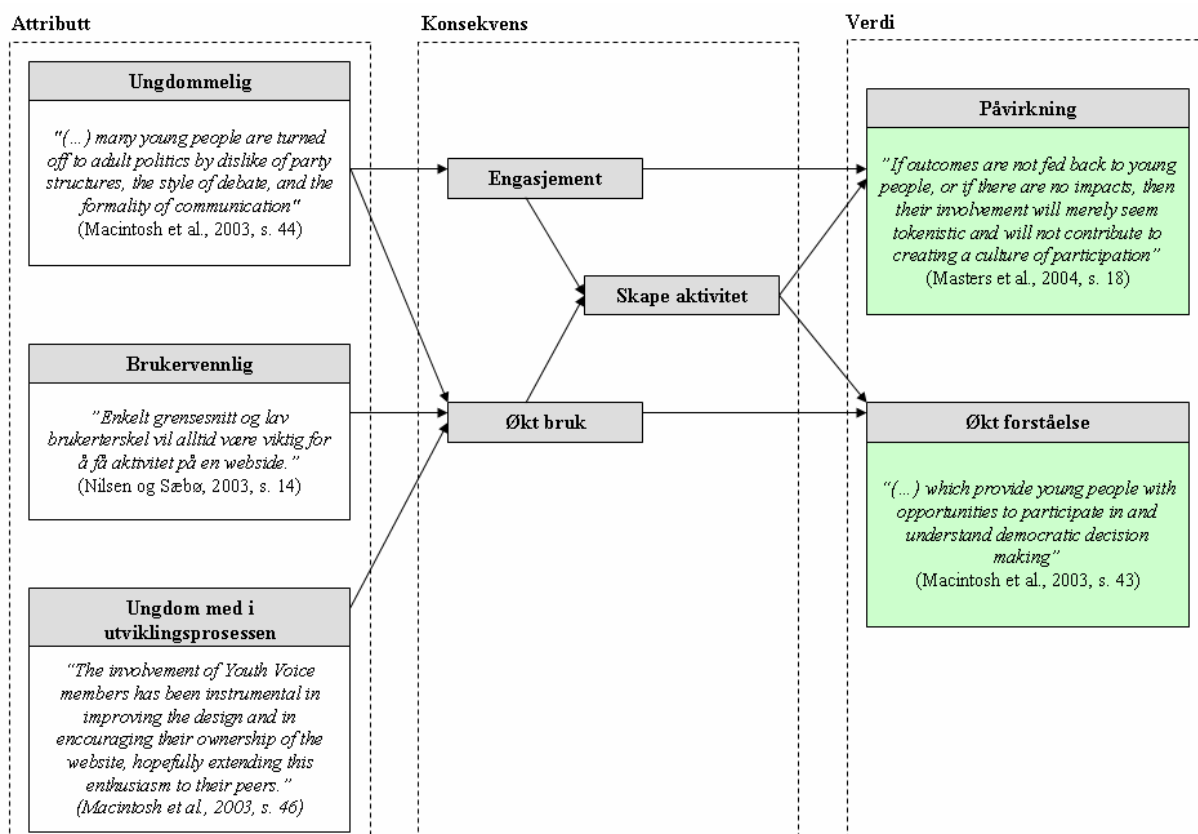
”If outcomes are not fed back to young people, or if there are no impacts, then their involvement will merely seem tokenistic and will not contribute to creating a culture of participation” (Masters et al., 2004, s. 18)

I evalueringen av demokratitorget har over halvparten forventinger til at politikerne skal ta hensyn til innleggene på forumet. Deltagerne i prosjektet har tro på at de har mulighet til å påvirke politikere (Nilsen og Sæbø, 2003).

“(...) which provide young people with opportunities to participate in and understand democratic decision making” (Macintosh et al., 2003, s. 43)

Ungdom tror at økt bruk, engasjement og aktivitet vil gi de større innsikt i demokratiske prosesser. Dette støttes av artikkelen til Macintosh (2003) hvor det fremheves at ungdom ved deltagelse i e-demokratiprojekter har mulighet til å få økt sin forståelse for de demokratiske beslutningsprosesser.

I figur 42 har vi satt inn de funn vi har fra litteraturen i det semantiske kartet. Funnene fra litteraturen sier ikke noe om relasjonene mellom de enkelte kategorier. Relasjonene fremkommer fra vår undersøkelse.



Figur 42 - Tilpasset ungdom (litteratur)

Normal politisk saksfremstilling synes ungdom er kjedelig. For å skape engasjement blant ungdom må sakene tilpasses språklig og utseendemessig. Det er også viktig at sakene er av interesse for ungdom. For å oppnå dette kan sakene gjerne fremstilles slik at de fremprovoserer engasjement.

For å sikre ungdommelig nettsider og skape eierforhold til e-demokratiløsningene er det viktig å engasjere ungdom i utviklingsprosessen. Det er her viktig å sørge for bred deltagelse for å fange opp forskjellige meninger og holdinger for ungdom. Lykkes man med å få ungdom med i utviklingsprosessen og tilpasse sidene til ungdom vil dette føre til mer engasjement og økt aktivitet.

6.1.7 Oppsummering

I Tabell 23 oppsummerer vi kort våre funn sett opp mot tidligere litteratur.

Tabell 23 - Våre funn mot tidligere litteratur

Konsept	Våre funn	Beskrivelse	Litteratur
Aktivitet	Aktivitet Skape aktivitet Flere brukere Økt bruk Mer bruk Engasjement Skape engasjement	Aktivitet er viktig for at denne typen prosjekter skal overleve. De forskjellige interaktive mulighetene som finnes på internett åpner for større grad av direkte kontakt mellom politikere og velgere. Dette gir igjen innbyggerne mulighet til å være mer aktive opp mot partiene til å bidra med sine meninger og gi fortløpende tilbakemeldinger på saker som er aktuelle.	Ward og Gibson (2003); Nilsen og Sæbø (2003)
Design og brukervennlighet	Design Brukervennlig	Design og brukervennlighet er to viktige faktorer som må taes hensyn til i utvikling av e-demokratiprojekter. Designet av e-demokrati er viktig for å engasjere ungdom og for å gi dem forståelse for hvordan den demokratiske prosessen fungerer. Involvering av brukerne i utviklingen av designet vil kunne gi positive effekter.	Jensen (2003); Nilsen og Sæbø (2003); Macintosh et al. (2003)
Interesse	Skape interesse Interesser Markedsføring Motivasjon	Markedsføring kan brukes for å skape interesse rundt fenomenet. Markedsføring blir påpekt å være en viktig for å skape aktivitet. Det er viktig å vite hvem brukerne er og hva som vil motivere dem til å bli med i prosessen.	Jensen (2003); Sæbø og Nilsen (2003); OECD (2003)
Kommunikasjon og dialog	Dialog Kommunikasjonsform Troverdighet Tilbakemelding Ytringsfrihet	Personer og situasjoner som ungdom normalt ikke har tilgang til blir tilgjengelig og det skapes mulighet for dialog. En faktor for suksess er god dialog og kontakt mellom ungdom og politikere. Debatten må være fokusert, saklig, respektfull og være fordomsfri for å sikre at alle deltagerne får en rettferdig og likeverdig mulighet til å uttrykke sine meninger.	Masters et al. (2004); Konsonen et al. (2004); Nilsen og Sæbø (2003); Hoff et al. (2003); Jensen (2003)
Kunnskap	Personlig utvikling Bli informert Økt forståelse	E-demokrati kan være med på å gi ungdommen økt forståelse for den demokratiske beslutningsprosessen. IKT-baserte verktøy kan hjelpe ungdommen til å få erfaring og økt forståelse av de demokratiske prosessene. Det påpekes at beste måten å tilegne seg kunnskap om demokratiet er gjennom praksis.	OECD (2003); Macintosh et al. (2003)
Resultat	Gir resultater Påvirke Påvirkning	Ungdom som tar i bruk IKT-verktøyer i den demokratiske prosessen må se resultater. Tilbakemelding og videre oppfølging er viktig for at ungdom skal bli motivert til å benytte seg av verktøyene. Ved hjelp av IKT-verktøy kan ungdom lettere komme i kontakt med beslutningstakerne, samt igjen gir større mulighet til innflytelse.	Aidemark (2003); Masters et al. (2004); Konsonen et al. (2004); OECD (2003); Nilsen og Sæbø (2003)
Ungdom	Økt engasjement Ungdommelig Ungdom med i utviklingsprosessen	Unge personer er kjønns-, etnisk- og klassesdelt, og dette vil influere på deres perspektiv i livet generelt og på teknologi spesielt. Sakene som ble tatt opp må være lokale og berøre ungdom direkte eller indirekte, samt presentert på en ungdommelig måte. Flere ungdom mener at den "voksne" politikken er for formell og strukturert på en måte som virker lite innbydende. Om ikke sluttbrukerne blir inkluderte i denne prosessen er det mindre sjanse for at de vil ta systemet i bruk.	Konsonen et al. (2004); Masters et al. (2004); Flak et al. (2003); Macintosh et al. (2002); Westholm (2002)

Kolonnen "Våre funn" har hentet ut kategorier fra de semantiske kartene. Noen kategorier finnes i mer enn et kart. Disse er tatt med bare en gang.

6.2 Ungdoms ønsker

Gjennom innsamling av data og utarbeidelse av de semantiske kart har vi kartlagt ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Vi presenterer her de viktigste funn fra undersøkelsen.

6.2.1 Tilpasset ungdom

E-demokratiløsninger må tilpasses ungdom. Et ungdommelig språk er viktig for å få ungdom til å lese sakene. Dersom det som presenteres er typisk byråkratispråk vil dette bli ignorert av ungdom. Sakene som presenteres må også være relevant for ungdom, det må være saker som ungdom engasjerer seg i.

Det er også viktig at sidene er innbydende for ungdom. Ungdom vil ha friskt, innovativt design og det må fremstå seriøst.

6.2.2 Ungdom med i utviklingsprosessen

Ungdom må være med i utviklingsprosessen. Dette sikrer at ungdom får eierskap til systemet og sikrer at sidene blir tilpasset ungdom. Det må være en bred sammensetning av ungdom, slik at man fanger opp ønsker og krav fra ungdom. Vi har tidligere påpekt at ungdom er en uhomogen gruppe. Derfor er det vanskelig å generalisere. Det er derfor viktig at ungdom er representert på en slik måte at mangfoldet i ønsker og krav fanges opp.

6.2.3 Dialog

Dialog mellom beslutningstagerne og ungdom er et av ønskene fra ungdom. Det må være støtte for dialog innenfor e-demokrati, dette gjelder dialog mellom beslutningstagerne og ungdom og mellom ungdom selv. Ungdom ønsker at dialogen skal skje tydelig slik at det er mulig å påvirke den politiske prosessen. For å oppnå dette ser de for seg at det kan etableres organiserte arenaer, hvor ungdom og politikere kan utveksle meninger. Ungdom er opptatt av at teknologien utnyttes. Teknologi som nevnes er blogg, nettsamfunn, diskusjonsforum og muligheten for å legge ut videosnutter.

Ungdom ønsker at dialogen skal skje på en troverdig og seriøs måte. Det at politikere deltar kan være med på å bidra til dette.

6.2.4 Skape interesse

Markedsføring er viktig for å fange ungdoms oppmerksomhet. For å oppnå dette må man markedsføre på arenaer hvor ungdom er tilstede. Ungdom i undersøkelsen anbefaler at markedsføringen skal skje på blant annet skoler, internett og gjennom jungeltelegrafan. Jungeltelegrafan er viktig, til sammenligning har Facebook.com fått rett over 170.000 (NTB, 2007) ny brukere i løpet av 6 måneder uten aktiv markedsføring.

Ungdom tror at bruk av konkurranser på nettsiden kan være med å bidra til fange ungdoms oppmerksomhet. Økt status til aktive brukere kan også være med på å skape interesse.

6.3 Ungdoms forventninger

Ungdom har forventninger basert på ønsker de har til e-demokrati. I undersøkelsen har ungdom fire hovedforventninger, forventningene går igjen på flere semantiske kart uavhengig av tema på kartene.

6.3.1 Oppnå resultater og påvirke politiske prosesser

Ungdom ønsker å oppnå resultater med sin e-demokrati aktivitet. De vil ha politisk påvirkningskraft. Dette fremgår av de semantiske kartene, hvor det å påvirke og gi resultat er med i fem av seks kart.

Ungdom ønsker å oppnå resultater og påvirkning gjennom sin aktivitet og dialog på nettet. Gjennom dialog med beslutningstagerne håper ungdom at de skal oppnå forpliktelser fra politikere. Dersom engasjementet blir stort nok, tror ungdom at e-demokratiet vil bli en ledende kanal som politikere må ta hensyn til.

6.3.2 Få økt forståelse og personlig utvikling

Økt forståelse og personlig utvikling fremkommer på halvparten av de semantiske kartene. Ungdom forventer at de gjennom deltagelse i e-demokrati får økt kunnskaper om demokratiske prosjekter og tilegner seg ny kunnskap.

Gjennom å få respons på sin deltagelse forventer ungdom at økt motivasjon skal gi dem personlig utvikling. Ungdom tror at dersom e-demokratiprojektet tilpasses ungdom vil de delta mer i e-demokrati og få økt forståelse for demokratiske prosesser.

6.3.3 Skape aktivitet og få flere brukere

Forventningene om å skape aktivitet og flere brukere er representert på fire av seks semantiske kart.

For å oppnå økt aktivitet vil ungdom at sakene som presenteres må være ungdommelige og aktuelle for ungdom. Ungdom er opptatt av at det må være mulig å få tilbakemelding både fra andre ungdom og fra politikere.

6.3.4 Skape engasjement og motivasjon

Ungdom forventer at e-demokrati skal være med på å øke motivasjonen og skape engasjement blant ungdom. Disse forventningene fremkommer på halvparten av de semantiske kartene.

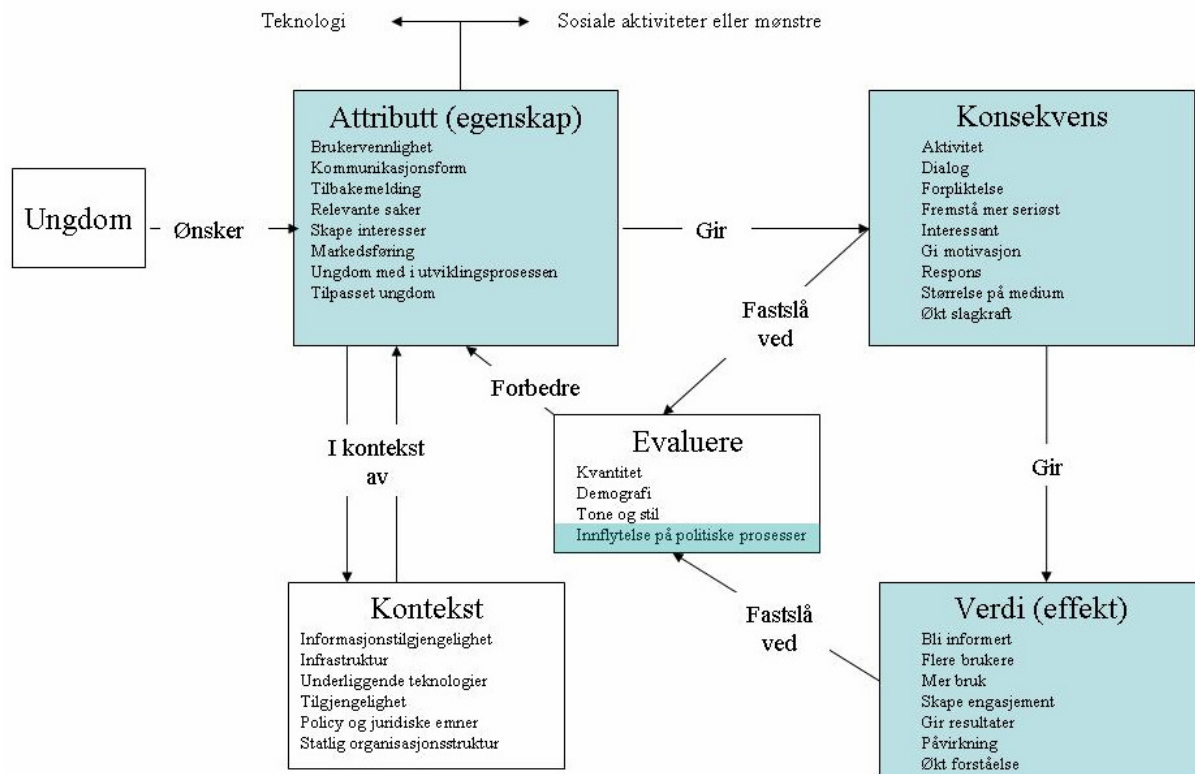
Dersom ungdoms aktivitet blir belønnet, i form av høyere status eller premier, tror ungdom i undersøkelsen at dette vil bidra til øktengasjement blant ungdom. Ungdom ønsker at diskusjonen skal være preget av seriøsitet og troverdighet. Dette vil gi økt slagkraft mot de politiske beslutninger og føre til økt engasjement blant ungdom.

6.4 Evaluering av e-demokrati

Evaluering er viktig for å kunne se om man oppnår de forventninger ungdom har til e-demokratisystemer. Modellen til Sæbø et al. (2007), som er presentert i kapittel 2.2, har potensial for å benyttes til å evaluere resultatene fra de semantiske kartene i WARE-metoden.

Ved evaluering må de tre overlappende perspektiver, politisk, teknisk og sosial ivaretas (Macintosh et al., 2002). Slik vi oppfatter dekkes ikke det politiske dimensjonen godt nok i modellen til Sæbø et al. (2007). Vi har valgt å ta med innflytelse på politiske prosesser som en del av evaluering slik at også den politiske dimensjonen blir evaluert.

Vi presenterer under en modell for evaluering av e-demokratiprojekter for ungdom basert på Sæbø et al. (2007). Relasjonene vi har funnet, representert ved de seks semantiske kartene, danner grunnlag for den evalueringsmodellen vi har utarbeidet med bakgrunn i modellen til Sæbø et al. (2007). I figur 43 har vi satt inn våre hovedfunn fra de seks semantiske kartene.



Figur 43 - Evalueringsmodell for ungdoms ønsker for e-demokrati

De semantiske kartene vi har utviklet på bakgrunn av innsamlede data har tre typer kategorier, attributt, konsekvens og verdi. De seks semantiske kartene viser relasjonene mellom disse kategoriene. I evalueringsmodellen (Figur 43) har vi satt inn de tre kategoriene.

Attributter er de egenskapene ungdom ønsker for e-demokratisystemer. Dette kan være egenskaper både ved utvikling av prosjektet eller egenskaper som kan implementeres i informasjonssystemet.

Ungdom i vår undersøkelse ønsker blant annet at e-demokratiprojekter må være brukervennlige, inneholde relevante saker for ungdom og være tilpasset ungdom i språk og utseende. Dersom e-demokratisystemene har de egenskapene ungdom forventer vil de resultere i konsekvenser. Konsekvenser er det ungdom forventer skal skje når man benytter seg av de forskjellige egenskapene som er implementert i informasjonssystemer for e-demokrati. Vi ser av figuren over at konsekvensene kan være at det blir mer aktivitet, at ungdom får respons fra beslutningstagere eller at ungdom får økt motivasjon.

Gjennom evaluering vil man finne ut hvorvidt relasjonene faktisk er tilstede. Etter å ha gjennomført evaluering kan man gå tilbake og forbedre egenskapene slik at det oppnås de konsekvenser som er forventet.

Verdi er det ungdom forventer å sitte igjen med etter å ha brukt e-demokratisystemet, hva deres bidrag til systemet fører til. Det er de forskjellige konsekvensene som er bindeleddet mellom attributt og verdi. Konsekvensene fører frem mot det ungdom ønsker som endelig resultat av sin bruk av systemet. I vår undersøkelse ønsker ungdom at de gjennom bruk av systemet skal bli informert, at de skaper engasjement og får påvirket de politiske prosesser.

Evaluering av e-demokratiprojekter må utføres for å finne ut om de verdier ungdom ønsker faktisk blir oppnådd. Dersom det gjennom evalueringen fremkommer at man ikke oppnår forventet effekt av e-demokratiprojektet er det mulig å forbedre systemet med å gå tilbake til egenskaper og endre disse.

7 Konklusjon

I denne masteroppgaven undersøker vi hvilke ønsker og forventninger ungdom har til e-demokratiprojekter. Gjennom kvalitative undersøkelser har vi fokusert på ungdom og e-demokrati. Vi har identifisert relasjoner mellom ungdoms ønsker og den effekt ungdom vil ha deres deltagelse skal ha.

Vi vil i dette kapitlet presentere vårt bidrag til litteratur, praksis og WARE-metoden. I tillegg vil vi vise til begrensninger med vår oppgave og videre forskningsområder.

7.1 Vårt bidrag til forskningslitteratur

Denne masteroppgaven bidrar til en teoretisk forståelse ved å identifisere relasjoner mellom ungdoms ønsker, konsekvenser og forventninger. Litteraturen på området har i all hovedsak vært preget av evalueringer av e-demokratiprojekter og hvordan teknologien har vært brukt. Forskningen har i liten grad fokusert på ungdoms ønsker for e-demokratiprojekter.

WARE-metoden er tidligere kun benyttet for kravinnsamling innen kommersielle områder. Vi har med vår masteroppgave vist at denne metoden egner seg godt til innsamling av ungdoms ønsker og forventninger.

7.1.1 Empirisk bidrag

Vi har tidligere påpekt at det er gjennomført lite forskning på hva ungdom ønsker og forventer av e-demokratisystem før systemet utvikles. Vi har gjennomført en kvalitativ undersøkelse for å finne ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Vårt bidrag er empiri til fagfeltet ungdom og e-demokrati. Tidligere litteratur har i stor grad vært fokusert på evaluering av e-demokratiprojekter og vårt bidrag er med på å utfylle kunnskapen innenfor fagfeltet.

7.1.2 Semantiske kart, relasjoner mellom ønsker og forventninger

Vår masteroppgave har fokusert på ungdoms ønsker og forventninger til e-demokratiprojekter, uten å fokusere på spesielle teknologier eller plattformer. Vi har med bakgrunn i den innsamlet data påvist relasjonene mellom ungdoms ønsker, konsekvenser og effekter. Disse relasjonene har vi ikke funnet i tidligere litteratur.

De semantiske kartene gir en enkel og oversiktlig illustrasjon av ungdoms ønsker og forventninger basert på de 897 utsagn og 89 tankerekke. I webverktøyet har man mulighet til både å få helhetsoversikt og å grave seg ned til hver enkel tankerekke og utsagn.

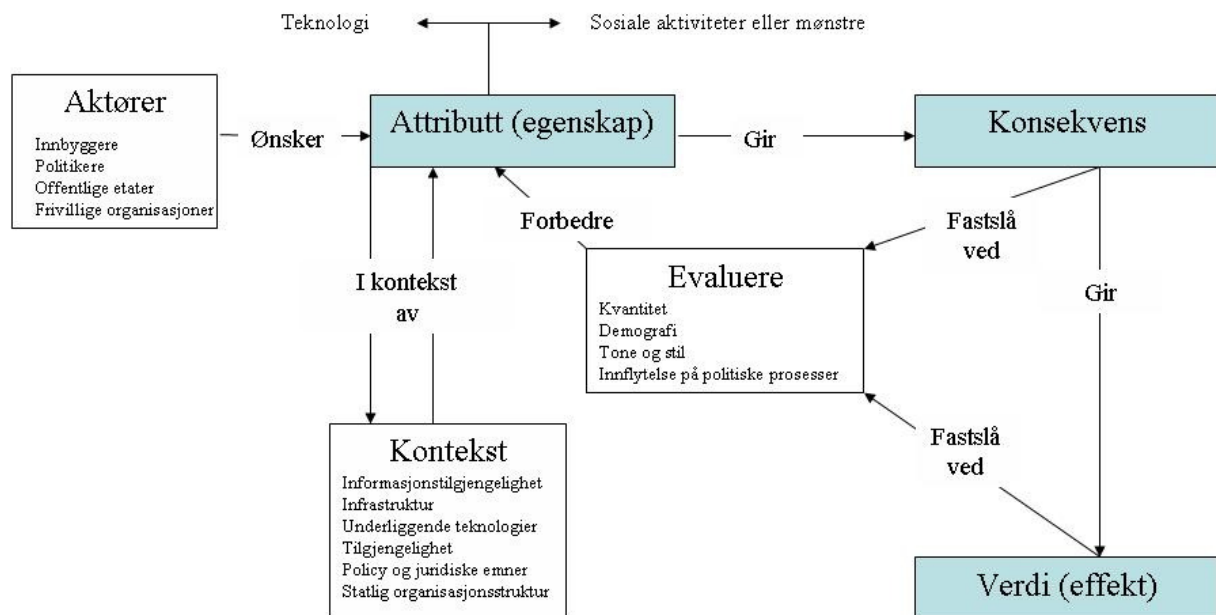
Relasjonene bidrar med økt forståelse mellom ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Dette gir grunnlag for å evaluere e-demokratiprojekt for ungdom. Evalueringen kan avdekke om ungdom gjennom sin deltagelse får det ønskede resultat og om deres forventning til e-demokrati blir oppnådd.

7.1.3 Evaluering av e-demokrati

Evaluering er viktig for å kunne se om man oppnår de forventninger ungdom har til e-demokratisystemer.

Vi presenterte tidligere en modell for evaluering av e-demokratiprojekter for ungdom basert på Sæbø et al. (2007). Vi foreslår at modellen brukes for å evaluere informasjonssystemer

hvor WARE-metoden har vært benyttet for å innhente ønsker og krav. Resultatene fra hver enkelt kart kan da settes in i modellen under og evalueres.



Figur 44 - Evalueringsmodell for e-demokrati

Gjennom evaluering vil man finne ut hvorvidt relasjonene faktisk er tilstede. Evalueringen vil også avdekke om man når de konsekvensene og verdier som forventes.

7.2 Vårt bidrag til praksis

Vår undersøkelse viser hvilke ønsker og hvilke forventninger ungdom har til e-demokratiprojekt. Kommuner som skal igangsette e-demokratiprojekter for ungdom bør ta hensyn til de ønsker og forventninger ungdom har gitt uttrykk for i undersøkelsen.

7.2.1 Ungdom må med i utviklingsprosessen

Kommuner som skal gjennomføre e-demokratiprojekt må ha ungdom med i utviklingsprosessen. Dette er viktig for at ungdom skal få eierskap og e-demokratiprojektet skal ha mulighet til å lykkes.

7.2.2 Tilpass e-demokrati til ungdom

Ungdom ønsker at e-demokrati skal være tilpasset sin aldersgruppe. Dette medfører at sakene må være interessante for ungdom og de må presenteres på en måte som gjør at ungdom fatter interesse for dem.

7.2.3 Kommunene må vurdere bidrag fra ungdom i den politiske prosess

Ved e-demokratiprojekt er det viktig at ungdoms bidrag blir synlige i de politiske prosesser. Uavhengig av om ungdom når frem med sine meninger eller ikke, er det viktig at de er synlige i den politiske prosessen. Kommunene må vise at de har vurdert de innkommende bidrag fra ungdom. Vi foreslår at kommunene kan løse dette med å ta med ungdoms bidrag inn i de politiske høringer, samtidig må ungdom få tilbakemelding på at deres bidrag er tatt med i den demokratiske prosessen.

Dialog mellom ungdom og politikere kan være vanskelig å få til. Vi anbefaler kommuner å skape en organisert arena innenfor e-demokrati som kan knytte politikere og ungdom sammen. Uten deltagelse fra politikere vil ikke e-demokratiprojekt lykkes.

7.2.4 Nettbasert presentasjonsverktøy

Vi har utviklet et nettbasert presentasjonsverktøy (ware.austboe.com). Verktøyet viser ungdoms ønsker og forventninger til e-demokratiprojekt. Kommuner som vil innføre e-demokratiprojekter får her mulighet til å se de overordnede linjer i hva ungdom vil, samt å gå ned på detaljnivå i ungdoms ønsker og forventninger.

7.3 Vårt bidrag til WARE-metoden

Tuunanen (2004) peker på at WARE-metoden er ny og kan forbedres ytterligere. Gjennom vår arbeid med metoden har vi funnet områder hvor vi mener metoden kan forsterkes og videreutvikles for å styrke metoden.

7.3.1 Bruk fokusgrupper

WARE-metoden beskriver ikke konkret hvilken metode man bør benytte for utarbeidelse av stimuliliste. I artiklene som ligger til grunn for utarbeidelse av metoden er det beskrevet to caser hvor stimuliliste er benyttet. I det ene casen blir stimuliliste gitt av oppdragsgiver og det er ikke beskrevet fremgangsmåten for utarbeidelse av listen. I det andre casen blir stimulilisten utarbeidet på bakgrunn telefonintervjuer av både eksperter og sluttbrukere.

Det er viktig å ha en metodisk tilnærming for å fremskaffe eller kvalitetssikre stimulilisten. Stimulilisten danner utgangspunkt for den videre datainnsamling og et riktig utgangspunkt er viktig. Dersom det gjøres feil her, for eksempel å ikke få med et viktig stimuli, kan det få store konsekvenser for de kravspesifikasjoner man innhenter senere. Det finnes flere metoder som kan benyttes for å fremskaffe eller kvalitetssikre stimulilisten.

Oppgaven beskriver fordeler ved fokusgrupper og hvordan vi har brukt fokusgrupper til å innhente stimuliene. Fokusgrupper er godt egnet til å få frem nye uoppdagede funn som er viktig i utarbeidelse av stimulilisten og egner seg godt til bruk for dette formålet i WARE-metoden.

7.3.2 Inkluder grunnlagt teori

Overgangen fra rådata til bearbeidet data beskrives i mindre grad i WARE-metoden. Forskerne diskuterer seg frem til enighet når tema og under tema skal finnes. Det samme skjer når tankerekker skal fordeles til tema.

Vi er av den oppfatning av at det er viktig å ha en metodisk tilnærming, ikke minst for at andre skal ha mulighet til å etterprøve de resultater som fremkommer.

Grunngitt teori tar utgangspunkt i det empiriske datamaterialet og er på den måten grunnlagt i data. Dette betyr at informantenes egne oppfatninger og perspektiv danner utgangspunktet for analysen. Et sentralt trekk ved grunnlagt teori er at utviklingen av teorier skal utledes fra empiriske datamaterialet gjennom induksjon.

Egenskapene ved grunnlagt teori gjør den til en godt egnet metode til å bearbeide all rådataen som samles inn i WARE-metoden. WARE-metoden skal finne frem til overordnet tema hvor

alle tankerekkene skal kunne plasseres inn under. Her kan grunnlagt teori brukes til å kode alle tankerekkene og kategorisere de.

Når det for hvert tema skal finnes kategorier og sammenhenger mellom disse kan samme fremgangsmåte benyttes. Alle utsagnene i tankerekkene som tilhører det aktuelle tema kodes. Ut fra dette finne vi kategorier og sammenhenger innen for hvert tema, slik det fremgår av de semantiske kartene som utarbeides i etterkant.

7.3.3 Nytt nettbasert presentasjonsverktøy

I WARE-metoden blir Microsoft Excel brukt for å utarbeide et presentasjonsverktøy. Sammen med det grafiske presentasjonsverktøyet blir alt datamateriell lagret på DVD for så distribueres.

Vi har vår oppgave tatt et skritt videre og utviklet et presentasjonsverktøy på nett. Alt datamateriell blir lagret i en database og presentert i et webgrensesnitt. Dette gir brukeren en helhetlig oversikt. Samtidig får brukeren muligheten til å gå lengre ned i materien, helt ned til enkel utsagn. Fordelen med et nettbasert presentasjonsverktøy er tilgjengeligheten og gir økt brukervennlighet i forhold til Excel verktøyet utarbeidet av Tuunanen.

7.3.4 Flytt seminar til etter rangering

Nytteverdien for beslutningstagerne kunne vært større dersom seminaret ble arrangert etter rangeringen av kravene. Beslutningstakerne var opptatt av hvordan de kunne benytte seg av ungdoms ønsker og forventninger i sitt prosjekt. Beslutningstakerne ønsket enkle og konkrete råd om hvilke ønsker og forventninger ungdom har. På dette stadiet var dataene ikke ferdig bearbeidet og det var derfor vanskelig å tilfredsstille dette ønsket. Vi anbefaler at rangeringsfasen (fase 7) gjennomføres før seminaret (fase 6).

7.3.5 Uklar rangering

WARE-metoden gir beslutningstagerne mye informasjon om kundenes preferanser og begrunnelse. Beslutningstakerne får derimot liten informasjon om den relative viktigheten av de innsamlede ideer. I WARE-metoden danner rangeringen utgangspunkt for anbefalingen. Dette uten at den relative viktigheten mellom de innsamlede ideer testes. Slik metoden fremstår i dag er det ikke grunnlag for å kunne presentere rangeringen som et nyttig verktøy for beslutningstagerne. Dette da det ikke testes i hvilken grad deltagerne er enig i rangeringen.

Rangeringen kan testes ved hjelp av teknikker for ikke parametriske statistikk. Vi har benyttet oss av Kendall's W (vedlegg F) for å finne i hvilken grad deltakerne er enig om rangeringen. Vår undersøkelse viste ingen signifikant enighet blant deltakerne. Vi kan dermed ikke si at de 10 øverste på rangeringslisten er viktigere enn de andre egenskapene på listen. Dette er viktig for beslutningstagerne å vite når de skal prioritere viktige egenskaper og fokusområder for videre utvikling.

Vi anbefaler at testing av rangeringene utføres som en del av WARE-metoden for å finne ut om man kan si noe om den relative viktigheten av de innsamlede ideer. Uten dette kan rangeringslisten ikke brukes til å prioritere egenskaper ut fra innbyrdes viktighet.

7.4 Begrensninger

WARE-metoden er en ny metode som er lite beskrevet i litteraturen. Dette har gitt utfordringer når vi gjennomførte de forskjellige fasene, mye av veien har vi måtte gå opp selv.

Den kunnskapen vi har tilegnet oss gjennom denne prosessen gjør at dersom vi skulle gjennomført en ny runde med de forskjellige fasene vil stå bedre rustet for å løse utfordringene metoden gir.

Det anbefales at man tenker igjen hvilke navn man gir kategoriene, det må være logisk og intuitive navn. Vi har som uerfarne forskere erfart gjennom denne prosessen at navngiving er viktig, og ser at navn på tema og kategorier med fordel kunne vært enklere og mer intuitive.

En av begrensningene med oppgaven er at den kun gir beslutningstagerne overordnede føringer for hva som er viktig for ungdom. Dette gjør det vanskelig for beslutningstagerne å identifisere konkrete egenskaper som kan implementeres direkte i et e-demokratiprojekt.

WARE-metoden åpner opp for at metoden kan være iterativ og starte med en ny gjennomgang av fasene når man er ferdig med siste fase (fase 8). Etter å ha gjennomgått alle fasene en gang har vi fått kunnskap om ungdoms ønsker og forventninger til e-demokratiprojekter på et overordnet nivå. Dersom vi hadde hatt mulighet til å gjennomgå fasene en gang til kunne vi fått mer konkrete egenskaper som ungdom ønsker skal implementeres i e-demokratisystem.

Vi har funnet lite litteratur som handler om hva ungdom ønsker og forventninger de har. Tidligere litteratur har i stor grad fokusert på evaluering av e-demokratiprojekter. Dette gjør at vi ikke har stort sammenligningsgrunnlag for våre resultater opp mot tidligere forskning.

7.5 Videre forskningsområder

Vi har i oppgaven avdekket relasjoner mellom ungdoms ønsker og deres forventninger. Det er lite forskning innen for dette området. Funnet av relasjonene bidrar med økt forståelse mellom ungdoms ønsker og krav til e-demokrati, og de forventninger ungdom har til sin deltagelse. Vi har anbefaler at det forskes mer innenfor dette området.

Vi har i denne oppgaven presentert en evalueringsmodell for WARE-metoden. Denne metoden er ny og lite bruk. Vi har foreslått utbedringer til metoden og gjennom modell for evaluering. Vi foreslår at det gjennomføres mer forskning på ungdom og e-demokrati ved å bruke WARE-metoden. Evalueringsmodellen vår kan da bli prøvd ut.

Videre utvikling av det nettbaserte presentasjonsverktøyet er nødvendig. Beslutningstagerne har behov for klare og konkrete råd. Presentasjon av resultatene fra fase 8 bør integreres i presentasjonsverktøyet. Dette vil kunne gi beslutningstageren muligheten til å få konkrete råd, samtidig ha helhetsoversikten. Vi ser for oss at rangeringslisten lenkes opp mot det semantiske kartet.

Rangeringen av kravene (fase 7) i WARE-metoden brukes for å gi anbefalinger til hva som bør prioriteres, dette finnes det ikke holdepunkt for å gjøre. Dette da det ikke er noen kontroll på i hvilken grad av enighet det er blant deltagerne. Vi ser viktigheten av at beslutningstagerne vet hvilke krav som sluttbrukerne ønsker skal prioriteres. Uten rangering vil det være vanskelig å finne de egenskapene som vil få ungdom til å bruke e-demokratiprojektet. Dersom en rangering med de viktigste egenskapene foreligger, vil dette lette beslutningstagerens prioritering av ressurser og egenskaper som skal implementeres. Vi anbefaler at det forskes videre på å finne en egnet måte gjennomføre rangering på slik at den gir et signifikant bilde av deltagerens enighet.

Vi har i våre begrensinger påpekt at vi i liten grad har funnet konkrete egenskaper som kan implementeres direkte i et e-demokratiprojekt. Vi anbefaler at videre forskning ser nærmere på konkret bruk av teknologi som ungdom ønsker å benytte med utgangspunkt i våre funn. Dette vil gjøre det enklere for beslutningstagere å utvikle e-demokratiløsninger for ungdom.

Det har vært forsket lite på ungdoms ønsker og forventninger til e-demokrati. Vårt bidrag er med å til å utfylle forskningen innen for dette feltet. Det må imidlertid forskes mer på dette området for at vi skal få en forståelse av ungdoms ønsker og forventninger og hvordan dette påvirker retningen fremover for e-demokrati feltet.

Referanseliste

Aidemark, J. (2003): "A knowledge perspective on e-democracy." EGOV 2003 LNCS 2739: s. 319-324.

eNorge. (2006): "eNorge 2009 - det digitale spranget." Besøkt 24.04.2007, http://www.regjeringen.no/nb/dep/fad/Tema/IT-politikk__eNorge/eNorge-2009.html?id=439499.

Flak, L., C. E. Moe og Ø. Sæbø (2003): "On the Evolution of E-Government: The User Imperative." Second International Conference on E-Government, EGOV.

Forrest, D. C. og A. B. Lorenzoni (1997): Applied Cost Engineering. New York, USA, Marcel Dekker, Inc.

Griffin, A. og J. R. Hauser (1993): "The voice of the customer." Marketing science 12(1): 1-27.

Grönlund, Å. (2003): "Emerging Electronic Infrastructures: Exploring democratic components." Social Science Computer Review Vol. 21(Nr. 1): 55-72.

Harrison, F. L. og D. Lock (2004): Advanced Project Management: A Structured Approach, Gower Publishing Limited.

Haug, A. (2003): "Politisk kommunikasjon på kommunale hjemmesider".

Henriksen, K. og V. Aalandslid. (2006, 11.12.2006): "Deltar vi mindre enn før – eller bare på en annen måte?" Besøkt 05.01.2007, <http://www.ssb.no/vis/samfunnsspeilet/utg/200605/13/art-2006-12-11-01.html>.

Hoff, J., K. Löfgren og L. Torpe (2003): "The state we are in: E-democracy in Denmark." Information Polity: The International Journal of Government & Democracy in the Information Age Vol. 8(Issue 1/2): 49-66.

Jacobsen, D. I. (2000): Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode. Kristiansand, Norge, Høyskoleforlaget.

Jacobsen, D. I. (2003): Forståelse, beskrivelse og forklaring. Kristiansand, Norge, Høyskoleforlaget.

Jacobsen, D. I. (2005): Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode. Kristiansand, Norge, Høyskoleforlaget.

Jansen, A. (2006, 06.11.2006): "eForvaltning – visjoner og realiteter", 01.02.2007, http://www.uio.no/studier/emner/jus/afin/DRI2001/h06/DRI2001-H06-07112_eForv_aj_pdf.pdf.

Jensen, J. (2003): "Virtual democratic dialogue? Bringing together citizens and politicians." The international journal of government and democracy in the information age: s. 29-47.

Johannessen, A., L. Kristoffersen og P. Tufte (2006): Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode. Oslo, Abstrakt forlag.

Kelly, G. A. (1955): The psychology of personal constructs. New York, W W Norton & Company.

Kosonen, M., O. Cavén-Pöysä og K. Blomqvist (2004): "Social and political impact of virtual communities – Case Vaikuttamo: a successful community to serve local youth e-democracy."

KRD (2001): Velgere, valgordning, valgte. K.-o. regionaldepartementet, Norges Offentlige Utredninger.

Krueger, R. A. (1998): Developing questions for focus groups. Focus group kit. 3.

Livingstone, S. (2003): "Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda." New Media Society Vol. 5(nr. 2): s. 147–166.

Macintosh, A., A. Malina og A. Whyte (2002): "Designing e-democracy in Scotland." Communications 27: s. 261-278.

Macintosh, A., E. Robson, E. Smith og A. Whyte (2003): "Electronic Democracy and Young People." Social Science Computer Review vol. 23: s. 43 - 54.

Masters, Z., A. Macintosh og E. Smith (2004): "Young People and e-Democracy: Creating a Culture of Participation." Lecture Notes in Computer Science : Electronic Government: 15-22.

Meyers, M. A. (2004, 26.08.2004): "Tale om eDemokrati på de nordiske IT-ministrenes møte i Reykjavik." Besøkt 05.01.2007, <http://www.dep.no/odinarkiv/norsk/bondevikII/mod/taler/002001-991460/dok-bn.html>.

Morgan, D. L. (1998): Planning focus group. Focus group kit. 2.

Nilsen, H. og Ø. Sæbø (2003): "Evaluering av Demokratitorget."

NTB. (2007, 11.05.2007): "Norge dominerer på Facebook." VG Besøkt 19.05.2007, <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=196398>.

Nøtnæs, T. (2001): Innføring i bruk av fokusgrupper. Seksjon for statistiske metoder og standarder. S. Sentralbyrå.

OECD (2003): "Promise and Problems of E-Democracy: Challenges of Online Citizen Engagement."

Olsson, A. R. (1999): "Elektronisk demokrati." Statens offentliga utredningar(SOU 1999:12).

Peppers, K., C. E. Gengler og T. Tuunanen (2003): "Extending critical success factors methodology to facilitate broadly participative information systems planning." Journal of management Information systems Vol. 20(1): 51-85.

Peffer, K. og T. Tuunanen (2005): "Planning the IS Applications: a practical, information theoretical method and case study in mobile financial services." *Information & Management* Vol. 42(3): 483-501.

Statistisk-Sentralbyrå. (2005, 05.04.2005): "Stortingsvalet 2005. Personar med røyserett. Utrekna tal." Besøkt 18.03.2007, <http://www.ssb.no/emner/00/01/10/stemmerettst/>.

Statistisk-Sentralbyrå. (2006, 2006): "Valgdeltakelse, etter alder og kjønn. 2001 og 2005 " Besøkt 18.03.2007, <http://www.ssb.no/emner/00/01/10/vund/tab-2006-06-30-04.html>.

Strauss, A. og J. Corbin (1990): *Basics of qualitative research - Grounded theory procedures and techniques*, SAGA - International educational and professional publiser.

Sæbø, Ø., J. Rose og L. Flak (2007): "The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research area." *EJIS* 2007.

Tinget.no. (2007): "Demokrati og folkestyre." Besøkt 27.03.2007, <http://www.tinget.no/demokrati/demokrati.aspx>.

Tuunanen, T. (2005): Requirements elicitation for wide audience end-users.

Tuunanen, T., K. Peffer og C. E. Gengler (2004): "Wide audience requirements engineering (WARE): A practical method and case study."

Tuunanen, T. og M. Rossi (2004): *Engineering a Method for Wide Audience Requirements Elicitation and intergration it to software development* 37th Hawaii International Conference on system sciences, Big Island, Hawaii.

Ward, S. og R. Gibson (2003): "On-line and on message? Candidate websites in the 2001 general election." *British Journal of politics and international relations* Vol. 5(nr. 2): s. 188-205.

Westholm, H. (2002): "e-Democracy Goes Ahead. The Internet As a Tool for Improving Deliberative Policies?" *EGOV 2002 LNCS 2456*: s. 240-247.

Wilson, R. (2006): "What is eDemocracy?" Besøkt 11.11.2006, http://www.icele.org/site/scripts/documents_info.php?documentID=494&pageNumber=1.

Aardal, B., H. Valen, R. Karlsen, Ø. Kleven og T. M. Normann (2003): *Valgundersøkelsen 2001 - Dokumentasjons- og tabellrapport*. Oslo - Kongsvinger, Statistisk Sentralbyrå.

VEDLEGG

Vi har i undersøkelsen brukt kvalitativ metode. Dette har gitt oss store mengder med data, som er transkribert, kodet og bearbeidet. For at det skal være mulig å følge prosessen og etterprøve resultatene har vi vedlagt dette i oppgaven. I tillegg til dette har vi vedlagt prosjektplanen og en brukerveiledning for nettverktøyet.

Vedlegg A - Prosjektplan

Oppgave	Beskrivelse	Startdato	Sluttdato	Antall dager
Fase 1	Forstudie	01.11.2006	22.01.2007	80
1.1	Litteraturstudie	01.11.2006	31.12.2006	60
1.2	Definere mål	01.01.2007	05.01.2007	4
1.3	Stimuliliste	06.01.2007	22.01.2007	16
Fase 2	Prosjekt definisjon og valg av deltakere	23.01.2007	29.01.2007	5
2.1	Valg av deltakere	23.01.2007	23.01.2007	0
2.2	Prosjekt definisjon	24.01.2007	29.01.2007	5
Fase 3	Kravinnsamling	30.01.2007	21.02.2007	21
3.1	Intervjue deltakerne (trappetrinnsteknikk)	30.01.2007	13.02.2007	14
3.2	Samle data elektronisk	14.02.2007	21.02.2007	7
Fase 4	Modellaggregering	22.02.2007	23.03.2007	28
4.1	Samle tankerekke	22.02.2007	08.03.2007	14
4.2	Aggregere rådata i topplag	09.03.2007	23.03.2007	14
Fase 5	Presentasjon av ledelse og kravspesifikasjon	24.03.2007	19.04.2007	24
5.1	Utarbeide nettverkskart	24.03.2007	01.04.2007	8
5.2	Lage undertema	02.04.2007	10.04.2007	8
5.3	Utarbeide grafisk oversikt (kobler nettverkskart og undertema)	11.04.2007	19.04.2007	8
Fase 6	Seminar	20.04.2007	23.04.2007	3
6.1	Forenkle fremkommende tanker og ideer	20.04.2007	23.04.2007	3
Fase 7	Rangere kravene	24.04.2007	05.05.2007	9
7.1	Valg av deltakere	24.04.2007	25.04.2007	1
7.2	Utarbeide spørreundersøkelse	26.04.2007	29.04.2007	3
7.3	Rangere kravene på bakgrunn av spørreundersøkelsen	30.04.2007	05.05.2007	5
Fase 8	Kravspesifikasjonsdesign	06.05.2007	21.05.2007	14
8.1	Beskrive behov og krav	06.05.2007	13.05.2007	7
8.2	Peke ut de viktigste funksjoner og tema	14.05.2007	21.05.2007	7

Vedlegg B

**Utarbeidelse av stimuliliste ved hjelp av
fokusgruppeintervju**

RAPPORT

Av

Svein Scheie

og

Jan Helge Austbø

Innholdsfortegnelse

1	Sammendrag.....	3
2	Fokusgruppe som metode.....	4
2.1	Planlegging av fokusgrupper.....	5
2.1.1	Moderering av fokusgrupper.....	5
2.1.2	Valg av deltakere.....	6
2.1.3	Analysering og rapportering.....	6
2.1.4	Forberedning til fokusgruppeintervju.....	7
2.1.5	Gjennomføring av fokusgruppeintervju.....	7
2.2	Vår intervjuguide.....	9
3	Foranalyse	11
4	Rådata.....	12
4.1	Gruppe A (A.mp3)	12
4.2	Gruppe B (B.mp3):.....	16
5	Beskrivelse	22
5.1	Påvirkningsmulighet.....	22
5.2	Gevinst	23
5.3	Skreddersydd informasjon.....	23
5.4	Oppdatert informasjon.....	24
5.5	Alt på ett sted.....	24
5.6	Brukervennlig	24
5.7	Design.....	25
5.8	Markedsføring	25
6	Tolkning	27
6.1	Påvirkningsmulighet.....	27
6.2	Gevinst	27
6.3	Skreddersydd informasjon.....	28
6.4	Oppdatert informasjon.....	28
6.5	Alt på ett sted.....	29
6.6	Brukervennlig	29
6.7	Design.....	29
6.8	Markedsføring	30
7	Anbefaling	31
7.1	Påvirkningsmulighet.....	31
7.2	Gevinst	31
7.3	Skreddersydd informasjon.....	32
7.4	Oppdatert informasjon.....	32
7.5	Alt på ett sted.....	33
7.6	Brukervennlig	33
7.7	Design.....	33
7.8	Markedsføring	33
8	Stimuliliste	35
9	Referanseliste	36

1 Sammendrag

Formålet med denne rapporten er å beskrive fremgangsmåten og de funn vi har gjort ved bruk av fokusgrupper som metode for å utarbeide stimuliliste. Stimulilisten skal brukes videre i vår masteroppgave og inngår som en del av WARE metoden. Denne rapporten er et vedlegg til masteroppgaven, og inneholder all rådata, bearbeidelse og analyse av fokusgruppeintervjuene. For å få full forståelse av fremgangsmåte må denne rapporten sees i sammenheng med innholdet i masteroppgave.

Første steg i et fokusgruppeintervju er planlegging, fasen legger grunnsteinen for et vellykket prosjekt. I denne fasen utarbeidet vi en plan for hvordan vi ønsket å gjennomføre metoden, hvilke krav vi hadde til deltakere og hva som var viktig for at vi som førstegangsbrukere av metodikken skulle lykkes.

Rekruttering av deltakere andre grunnleggende steg man må gjennom for å kunne gjennomføre et fokusgruppeintervju. Problemer med fokusgruppeintervju ofte kan kobles opp til uheldig valg av deltakere og mener derfor at rekrutteringen er viktig fase

Vi valgte å benytte oss av deltakere fra kurset e-demokrati ved Høgskolen i Agder. Studentene i denne klassen består av masterstudenter fra masterprogrammene i informasjonssystemer og offentlig politikk. Dette gjorde at vi fikk sikret oss deltakere med kjennskap til område, samt at de stilte seg mer positive til gjennomføring da de hadde interesse for feltet. Vi delte klassen opp i to mindre grupper på 4 og 5 personer, dette for at vi lettere skulle håndtere fokusgruppene.

Diskusjonen skal virke naturlig på deltagerne uten at det stykkes opp av at møteleder må blant annet i papir eller bruke unødvendige pauser for å finne ut hvor veien videre i møtet går. For at diskusjonen skal gå naturlig og styres slik at fokusgruppen belyser de temaene som ønskes er det viktig å utarbeide en bra intervjuguide.

Moderering av fokusgrupper er vanskelig når man ikke har erfaring med det tidligere, samtidig så kan en dårlig moderator redusere kvaliteten på resultatet som oppnås. Dette har vi forsøkt å være bevist på, med blant annet å legge ned mye arbeid i planlegging og styrke kompetansen vår på hvordan moderatorrollen skal være i forkant av intervjuene.

Siste steg er gjennomføring av analysen. Bearbeidelse fra rådata til tolkning og anbefaling. For å sikre oss et godt resultat har vi i analysen triangulert våre funn opp mot relevant litteratur.

Det endelige resultatet er stimulilisten vi skal bruke i forbindelse med WARE metoden. Stimulilisten inneholder åtte punkter som er viktige for e-demokrati:

- Alt på ett sted
- Brukervennlig
- Design
- Gevinst
- Markedsføring
- Oppdatert informasjon
- Påvirkningsmulighet
- Skreddersydd informasjon

2 Fokusgruppe som metode

Vi ønsket å finne en metode som tok hensyn til at vi skal kunne få med stimuli til innovativt informasjonssystem for e-demokrati, samtidig som vi ikke gikk glipp av noen sentrale tema. Tuunamanen (2005, s. 45) og Peffers og Tuunanen (2005, s. 487) nevner flere metoder som tradisjonelt benyttes til innsamling av kravspesifikasjon innen for informasjonssystemer:

Fokusgruppeintervju er et uformelt gruppeintervju som ledes av en møteleder og gruppediskusjonen er egnet til å gi innsikt i deltakernes følelser, holdninger og forståelse av fenomenet. Bruken av fokusgrupper er en anerkjent forskningsmetode innenfor samfunnsvitenskap og har vært brukt siden 1920-tallet (Nøtnæs, 2001).

Fordelen med fokusgrupper er den dynamikken man får når de forskjellige individene spiller på hverandre. Dynamikken i fokusgruppen bidrar til at spørsmålene som blir stilt blir sett fra forskjellige vinklinger og kontekst. Dette gjør at man får frem mer informasjon enn om man hadde gjennomført intervjuene enkeltvis (Nøtnæs, 2001).

Fokusgrupper har seks kjennetegn (Krueger, 1994):

1. Størrelsen på gruppen

Fokusgruppens størrelse bør være liten nok til at alle føler de har muligheten til å komme til ordet, samtidig bør det være så mange at man er sikret at det er meningsforskjeller i gruppen (Nøtnæs, 2001, ; Jacobsen, 2005). Det ideelle tallet på deltager i fokusgruppen er mellom 4-12 individer (Nøtnæs, 2001).

2. Gjennomføring med flere grupper

Faren med å kun arrangere et fokusmøte er at deltagerne ikke er representative eller at spesielle forhold påvirker gruppen slik at resultatet ikke blir representativt. I enkelte intervjustudier vil det være hensiktsmessig å benytte seg av mer enn en informantgruppe (Dalen, 2004). Dette vil gjøre det mulig å se hvordan ulike grupper opplever emnet, samt gir muligheten for å få flere nyanser og ideer rundt emnet. Man får flere perspektiv gjennom analysen, tolkningen og teoriutviklingen ved å benytte flere informantgrupper.

3. Deltagerne er utvalgt etter gitt kriterier

Sammensettingen av gruppen bør ikke skje tilfeldig. For å få en kreativ og stimulerende diskusjon er det en fordel at deltagerne har samme bakgrunn (Nøtnæs, 2001). Dersom det temaet i fokusgruppen er av en sensitiv art er det en fordel at deltagerne ikke kjenner hverandre. Det er lettere å snakke om sensitive emner når man vet at man ikke treffer igjen de andre i fokusgruppen (Nøtnæs, 2001).

4. Det genereres data fra fokusgruppene

I motsetning til andre typer grupper, som for eksempel prosjektgrupper og arbeidsgrupper, har ikke fokusgruppene som mål å komme frem til en konklusjon eller enighet om noe. Formålet med fokusgruppen er derimot å få frem informasjon og ulike meninger/synspunkt.

5. Bruk av fokusgrupper er en kvalitativ metode

Fokusgrupper produserer kvalitative data. Formålet er som tidligere nevnt å belyse emner, ikke si noe om utbredelsen av sosiale fenomen (Nøtnæs, 2001).

6. Diskusjonen i gruppen er fokusert

Det ligger i metodens navn at diskusjonen skal være fokusert, med det menes at emnet til diskusjonen er fastsatt og at møteleder styrer diskusjonen ved hjelp av intervjuguiden som er utarbeidet på forhånd. Deltagerne kan gjerne føle at diskusjonen

løper helt fritt, men diskusjonen er et resultat av en nøyaktig og godt forberedt møteleder.

Andre typer grupper kan ha en eller flere av disse egenskapene, men de har aldri alle seks kjennetegnene (Krueger, 1994). Krueger (1998a) beskriver de fordeler og ulemper denne samfunnsvitenskapelige metoden har. Fordelene til fokusgrupper er:

- Det er en billig forskningsmetode
- Fokusgrupper er godt egnet til å oppdage nye forhold
- Lett skalerbar utvalgsstørrelse
- Kort tid å planlegge, gjennomføre og presentere resultatene

Forskjellige metoder har sine svakheter og styrker som det er viktig å kjenne til før man iverksetter forskningen. Ulempene til fokusgruppene er:

- Intervjuer har mindre kontroll over samtalen
- Vanskelig tolkning
- Krever erfarne møteledere
- Vanskelig å få enkelte kategorier til å stille opp i fokus grupper

Ved utvelgelse av hvilken metode man skal bruke i forskningen er det viktig å ha fokus på hva man ønsker å oppnå, vurdere fordeler og ulemper med metodene og så velge den metoden som er best for oppgaven.

2.1 Planlegging av fokusgrupper

Første steg i et fokusgruppeintervju er planlegging, denne fasen legger, i følge Morgan (1998), grunnsteinen for et vellykket prosjekt.

”Successful projects begin with careful planning”
(Morgan, 1998b)

2.1.1 Moderering av fokusgrupper

Diskusjonen skal virke naturlig på deltagerne uten at det stykkes opp av at møteleder må blant annet i papir eller bruke unødvendige pauser for å finne ut hvor veien videre i møtet går. For at diskusjonen skal gå naturlig og styres slik at fokusgruppen belyser de temaene som ønskes er det viktig å utarbeide en bra intervjuguide. Intervjuguiden bør ha fem hovedtyper av spørsmål; åpnings, introduksjon, overgang, nøkkel- og avslutningsspørsmål. Krueger (1998b) nevner at det også kan være nødvendig med flere moderatorer om det er flere grupper innblandet i prosjektet, slik at man kan gjennomføre flere fokusgruppeintervju samtidig.

Moderatorens rolle er å styre diskusjonen og lytte på hva som blir sagt og ikke delta i selve diskusjonen (Krueger, 1998b). Moderering av fokusgrupper er vanskelig når man ikke har erfaring med det tidligere, samtidig så kan en dårlig moderator redusere kvaliteten på resultatet som oppnås. Dette har vi forsøkt å være bevist på, med blant annet å legge ned mye arbeid i planlegging og styrke kompetansen vår på hvordan moderatorrollen skal være i forkant av intervjuene.

2.1.2 Valg av deltakere

I følge Morgan (1998) er rekruttering av deltakere en av de fire grunnleggende stegene man må gjennom for å kunne gjennomføre et fokusgruppeintervju. Morgan (1998) påpeker at problemer med fokusgruppeintervju ofte kan kobles opp til uheldig valg av deltakere og mener derfor at rekrutteringen er viktig fase. En tidlig veldefinert gruppe kan være tidsbesvarende og en viktig faktor for prosjektresultatet (Morgan, 1998b).

Det ideelle tallet på deltagere i fokusgruppen er mellom 4-12 individer (Nøtnæs, 2001). Krueger (1998) anbefaler forskere med lite erfaring med fokusgruppeintervju bør ha få deltakere for å lettere kunne håndtere gruppen. Fokusgruppe virker best når interessen for emnet til forskningsteamet samsvarer med deltakerne i fokusgruppen (Morgan, 1998a) s. 10. For å få en kreativ og stimulerende diskusjon er det en fordel at deltagerne har samme bakgrunn (Nøtnæs, 2001).

Vi valgte å benytte oss av deltakere fra kurset e-demokrati ved Høgskolen i Agder. Studentene i denne klassen består av masterstudenter fra masterprogrammene i informasjonssystemer og offentlig politikk. Dette gjorde at vi fikk sikret oss deltakere med kjennskap til område, samt at de stilte seg mer positive til gjennomføring da de hadde interesse for feltet. Vi delte klassen opp i to mindre grupper på 4 og 5 personer, dette for at vi lettere skulle håndtere fokusgruppene. Vi har begge hatt lite erfaring med fokusgrupper tidligere og fulgte derfor opp anbefalingen til Krueger (1998) om å ha få deltakere per gruppe. Planlegging er grunnleggende viktig for å få et bra resultat ved bruk av fokusgrupper. Nøtnæs (2001) nevner to forhold det er viktig spesielt viktig med god planlegging på, intervjuguiden og rekruttere deltagere til fokusgruppen.

“Planning is the fundamental first step in any project, similar to having an architect design your home. If it isn’t done well, everything that follows is of questionable value.”
(Morgan, 1998a, s. 67)

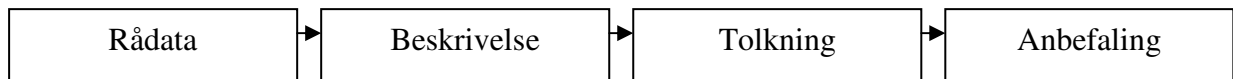
Morgan (1998b, 10) nevner flere viktige elementer i planleggingsfasen:

- Definere formål og målsetting for prosjektet
- Identifisere personell og arbeidsressurser
- Utvikle prosjektplan
- Bestemme hvem deltakerne skal være
- Lage intervjuguide
- Utvikle en rekrutteringsplan
- Finne lokasjoner, dato og tid
- Utvikle analyseplan
- Spesifisere elementer i sluttrapporten

I følge Morgan (1998b) vil de som er ny for fokusgrupper ofte fokusere på selve gruppediskusjonen, mens de som har erfaring vil ha minst like mye fokus på planlegging og analyseprosessen.

2.1.3 Analysering og rapportering

Analyse av data fra fokusgruppe er forskjellige fra analyse av data samlet gjennom andre kvalitative metoder (Morgan, 1998a). Ved hjelp av rådata og andre tilgjengelige dokumenter skal det være mulig for andre forskere å verifisere resultatet.



Figur 1 – Analysekontinuum (Krueger, 1998a, s. 27)

- **Rådata:** er ubehandlet samling av data fra fokusgruppen som presenterer deltakernes faktiske utsagn. Rådata kan være kategorisert og sortert.
- **Beskrivelse:** gir en kort oppsummering av temaet etterfulgt av ordrett sitat som illustrerer teamet. Utvelgelsen av sitat bør være påvirket av formålet med studien. Forskerne må spesifisere målet med utvelgelsen.
- **Tolkning:** Den beskrivende prosessen skal resultere i sammendrag av rådata, mens tolkningsprosessen skal gi forståelse av rådata.
- **Anbefaling:** I denne prosessen går vi utenom fokusgruppen og inkluderer annen informasjon for å sikre oss at studien er på rett vei og at sikre nytteverdien til rapporten. Sammenligning av data fra forskjellige kilder er kalt triangulering (Morgan, 1998b). For prosjekter som innbærer sensitive spørsmål og viktige beslutninger er det fornuftig å støtte seg på mer enn en type data.

2.1.4 Forberedning til fokusgruppeintervju

Krueger (1998b) beskriver tre ting som man må gjøre klart for at man som moderator skal være klar til å gjennomføre et fokusgruppeintervju:

- Forbered mentalt
- Utstyr som skal brukes under intervjuet
- Rom, hvor intervjuet skal ta sted

Moderatoren må være mentalt klar for intervjuet. Det vil si at man må være forbered og kjent med spørsmålene. Det er viktig at spørsmålene ikke blir leste direkte opp fra et ark men spurt som en naturlig samtale. Moderatoren må også være klar for tilleggsspørsmål som baseres på dialogen med deltakerne.

Utstyret som blir brukt under intervjuet bør være klart og testet. Moderatoren må også være kjent med utstyret slik at man er sikker på at alt fungerer. Det mest kritiske er når man eventuelt har basert seg på å bruke båndopptakere. Det er viktig at man vet hvordan mikrofon og opptaker fungerer, skulle noe være feil med utstyret er det vanskelig å motivere deltakerne til et nytt møte og man kan miste verdifull data.

Valg av plass for gjennomføring av intervjuet er viktig. Krueger (1998b) nevner flere aspekter man må tenke på i forhold til plassering:

- Rommet passer for gjennomføringen (ikke for stort, ikke for lite)
- Bordoppstilling (hestesko, øy, etc)
- Plassering av stoler
- Plassering av opptaker (mikrofon)

2.1.5 Gjennomføring av fokusgruppeintervju

Før man starter med selve intervjuet skal man gjennomføre en introduksjon av deltakerne skal være med på. I følge Krueger (1998b) bør man i en slik introduksjon ha med seg følgende elementer:

1. Velkommen
2. Kort beskrivelse av temaet og hvor de er her
3. Regler for gjennomføringen

4. Eventuelle spørsmål

Etter at man har gjennomført introduksjonen bør man starte med et åpeningsspørsmål som har som formål å ufarliggjøre selve intervjuprosessen og gir muligheten for at alle deltakerne kan delta.

Under et intervjuet kan man fort miste kontroll og diskusjonen sporer av. Det er viktig at moderatoren ikke styrer diskusjonen, men holder deltakerne på rett "spor". Moderatorene må hele veien følge med i diskusjonen og følge med om det dukker opp noen "gullkorn". Ofte er det nødvendig med noe tilleggsspørsmål som støtter opp disse gullkornene.

Krueger (1998b) påpeker at man som moderator må være oppmerksom på reaksjonene man gir deltakerne under intervjuprosessen. Enkelte moderatorer har til vane å bruke verbale og ikke-verbale tilbakemeldinger til deltakerne. Verbale tilbakemeldinger er slik som "ja", "hmmm" og "okey". Ikke-verbale er for eksempel nikkning. Reaksjoner moderatoren gir deltakerne kan ha påvirkning, både positivt og negativt, på selve diskusjonen. Det er derfor viktig at man som moderator tenker over hvilke tilbakemelding man gir og klarer å styre disse.

2.2 Vår intervjuguide

Sted: Høgskolen i Agder

Dato: 22. januar 2007

Tid: kl. 12.00 – 14.00

Deltakere: Studenter ved kurset e-demokrati (IS-414) ved Høgskolen i Agder

Moderator: Svein Scheie og Jan Helge Austbø

Innledning

- Kort presentasjon av moderatorene
- Formålet med studiet vårt
- Formålet med fokusgruppen

Fokusintervju er inndelt i fem faser. Vi vil her forklare hvordan vi vil gjennomføre fokusintervju for å finne frem til vår stimuliliste.

Åpningsspørsmål

Åpningsspørsmål er ment for å ufarliggjøre intervjuprosessen. Denne spørretypen skal bestå av enkle spørsmålene som skal gi alle muligheten til å delta. Spørsmålene kan være relatert til temaet.

1. Fortell litt om deg selv og hvorfor du synes e-demokrati er av interesse.

Introduksjonsspørsmål

Introduksjonsspørsmål skal være spørsmål som introduserer temaet for intervjuet.

Spørsmålene kan være formulert som åpne spørsmål som gir anledning for alle deltakerne til å si sine meninger og erfaringer om temaet. Introduksjonsspørsmål kan gi viktig informasjon, og kan være med å få opp nye synspunkt som kan være interessant å gå nærmere inn på.

1. Hvorfor er e-demokrati viktig?

Overgangsspørsmål

Overgangsspørsmål skal gi en lett overgang fra introduksjonsspørsmålet og nøkkelspørsmålene. Disse spørsmålene skal gå mer i dybden på deltakernes mening og forståelse av emnet.

1. Hva er det med e-demokrati som gjør at det kan engasjere ungdom?
 - a. Ikke?

Nøkkelspørsmål

Nøkkelspørsmålene er hovedessensen i fokusintervjuet og det er disse spørsmålene man ønsker å få besvart best mulig. Vi vil sette av ca. 10 minutter til hvert av spørsmålene.

1. Hva må til, tror du, for at flere ungdom vil ønske å delta på e-demokrati?
 - a. Hvilke muligheter gir denne løsningen deltagerne?
 - b. Utdyp, gi eksempler

Tips!

- *Kvittering etter uttak i minibank (eks. på egenskap)*
- 2. Hvilke egenskaper tror du/dere er viktige for at ungdom skal benytte e-demokrati? 3 eller flere (penn og papir)
 - a. Hvorfor?
 - b. Utdyp, gi eksempler.
 - c. Hvis du skal rangere disse, hva er viktigst?
 - i. Hva mener dere andre om det?
- 3. Hvilke egenskaper er viktig for deg?
 - a. Utdyp, gi eksempler
 - b. Tror du disse egenskapene vil medføre til økt demokratisk deltagelse?

Avslutningsspørsmål

Avslutningsvis ønsker vi å ha et sluttspørsmål som kan være med å unngå at viktig poeng kan utebli. Et sluttspørsmål begynner med at vi gir en kort oppsummering av intervjuet.

- Målet med dette intervjuet var for vår del å få frem viktige egenskaper ved e-demokratiløsninger.

1. Hva har vi glemt?
 - a. Hva synes du var det viktigste vi har diskutert? (runde)
 - b. Synes dere at denne intervjuprosessen ga dere en "gulrot" i forhold til kurset e-demokrati.
 - c. Se 3 b) (kommer an på hvordan diskusjonen blir)

3 Foranalyse

Vi gjennomførte to fokusgrupper, og gjennomførte gruppene parallelt. Umiddelbart etter gjennomføringen tok vi en for analyse av fokusgruppene der vi diskuterte og gjennomgikk hva som hadde vært mest diskutert og viktig for de to fokusgruppene.

Resultatet av denne gjennomgangen er presentert i denne listen:

- Feedback/tilbakemeldinger/se resultater/påvirkning/dialog/direkte kommunikasjon
- Kommunikasjon må være mer rettet ungdom/mot saker som er interessant for ungdom/ikke byråkrati språk
- Alt samlet på ett sted/tilgjengelighet/ikke bare debatter/
- Få med nye deltagere
- Bygge opp kommunenettsamfunn
- Konkurranser
- Design/bukervennlighet
- Ressurser

Etter å ha funnet de viktigste og mest diskuterte emnene gjorde vi en foreløpig kategorisering av emnene:

- Påvirkningsmulighet
- Skreddersydd informasjon
- Alt på ett sted
- Bukervennlig
- ”Kommunenettsamfunn”
- Konkurranser

Vi sammenlignet de to fokusgruppene og fant at de hadde mange av de samme tanker og ideer, samtidig som de to gruppene fokuserte litt forskjellig på de forskjellige spørsmålene.

4 Rådata

Etter å ha gjennomført foranalysen gjennomgikk vi tapene med opptak av fokus gruppene og skrev ned diskusjonen slik at den kan presenteres i papirformat.

4.1 Gruppe A (A.mp3)

Hvorfor er e-demokrati viktig?

Tid: 03:27

A4: Det er viktig fordi at valgdeltakelsen ikke er spesielt høy blant unge og den er ikke noe spesielt økende heller. Den er viktig for å få i gang, økte deltagelsen og ikke minst, skal man ha et demokrati må også den praktiske delen stå sterkt og e-demokrati er jo et forsøk på å støtte de prosessene. Derfor er det viktig.

Tid: 04:01

A2: Høres veldig fornuftig ut.

Tid: 04:11

A3: En god del av grunnen er også med tanke på selve valget, økningen av valgdeltakelsen, er det veldig viktig å kunne fremheve spesielt kunnskap og forståelse for hvordan det blir gjort og ikke ha fokus bare på å øke deltagelsen men ser på faktorer som kan muliggjøre det, kan du si.

Tid:04:41

A4: også bor vi i et land hvor det er over 80% av befolkningen har tilgang til internett og det vil si at det er jo medium eller en mulighet å kommunisere på som bare må utnyttes, også av det offentlige.

Hvordan kan e-demokrati være med å engasjere ungdom?

Tid: 05:16

A3: Veldig mye forskjellige her, en måte er jo å engasjere, øke dialogen mellom politikerne og innbyggerne. Det er en måte

Tid: 05:40

A4: Det er jo et medium for unge folk og det blir mer og mer brukt av yngre mennesker og de snakker jo ofte om det digitale skillet. Det går jo også litt på aldersnivå også, det her internett og IT-bruk det kommer tidligere og tidligere i skolen. Yngre folk, yngre generasjoner blir mer og mer vant med å bruke det, det vil si at det er et medium som faller mer naturlig for de og hvor hensynet er enklere å bruke og sannsynlig gjøre at det er lettere for de å ta i bruk og interessere seg for politikk når det ligger på et medium som de allerede kjenner. En måte å kommunisere på som de allerede kjenner. Tenker jeg.

Tid: 06:28

A3: Da er spørsmålet, er det et medium man skal bruke bare for å øke valgdeltakelsen blant de unge siden det er snakk om internett her, hvis vi tenker på de eldre som ikke har så mye kjennskap til de der digitale skille. At man får med ulike grupper kan man si i samfunnet og

minoriteter blant annet, folk som kommer fra andre deler av verden hvor det digitale skillene nødvendigvis ikke er så klart for dem.

Tid: 07:23

A4: Det har også vært hele veien en utfordring det med tanke på internettbruk eller den type forvaltning og det digitale skille, det går jo på det du sier (A3) ikke bare alder, det går utdannelsesnivå og det går på et andre ting også, det kommer også på hva slags del av verden man kommer fra. Tar man utgangspunkt i India er det jo en helt annen internettilgang og ikke minst internettkjennskap. Sånn at, og det er jo et av de store hindrene for utvikling av e-demokrati og e-forvaltning, når det gjelder det her med effekter går det i utgangspunktet på deltakelse, å få mer deltakelse, enten i beslutninger eller i valg og demokratiske prosesser, men det går for å få mer gjennomskiktighet og at det er mulig å påvirke samtidig som man kan se saksbehandling, samtidig som man deltar mer i beslutningen og påvirker beslutningen. Det er jo det det her handler om til slutt og for at få dette til å fungere ideelt så er det jo snakk om at man må ha et vist kunnskapsnivå når det gjeld bruk av internett. Utfordringen har vært der hele veien det er som sagt de som kan og de som ikke kan. Det går på fag og tilgang, hvor vidt man har ferdigheter til det og hvor vidt man har tilgang til det.

Hva må til for å få ungdom med på e-demokrati?

Tid: 09:25

A4: Design er vektlagt som viktig, men det er noe annet som enda viktigere tenker jeg, faktisk se, skal jeg gidde, skal jeg GIDD å delta på noe som helst skal jeg se et resultat av det. Det betyr at det må være en form for interaksjon mellom ungdommen og politikerne og beslutningstakerne, er ikke den tilstede så gidder jeg ikke å gjøre det selv, så enkelt er det bare. Så si at design er veldig viktig, ja det er det helt sikkert, men jeg tror faktisk det å se resultatet er minst like viktig og kanskje viktigere.

Tid: 10:01

A3: Tilhørighet tror jeg også er en veldig viktig egenskap, det å kunne...for eksempel viste Øystein en side hvor Kristin Halvorsen hadde en blogg på nettet og poenget med den siden var at den har veldig stor effekt dersom du skriver Kristin's blogg istedenfor finansministerens blogg at du da får en mer personlig tilhørighet, kan du si.

Tid: 10:55

A4: Du har jo disse her kjekke diskusjonsforum, vi kikket også på et diskusjonsforum her forrige gang og da var jo egentlig de som var aktuelle var jo fullstendig fraværende. Altså beslutningstakere og politikere var jo ikke der, der var jo der noen som veldig interessert bensinstasjoner og parkeringsplasser og sånne ting, men det var jo ikke et svar fra de som kunne påvirke og vedta noe som helst da tenker jeg, gidder jeg → NEI.

Tid: 10:22

A3: Var det den med smilies og sånn?

Tid: 10:23

A4: Ja

Tid: 10:25

A4: Et forum skal jo på en eller annen måte skape en interaksjon og er den ikke tilstede så mener jeg da, personlig, at det ikke har noe hensikt. Da kan allmennheten prate til krampen

tar dem men så lenge de som vedtar og beslutninger ikke er tilstede, da er påvirkningen relativt marginal.

Tid: 12:00

A2: Jeg tenker litt på tilgang til informasjon som er interessant for de som, de aldersgruppene, for eksempel en student er mer interessert i gratis skolebøker kanskje enn oljepolitikk, for eksempel.

Tid: 12:20

A4: Der har det jo vært en del måter å sjekke offentlig websider på innenfor effekt, gevinstrealisering, dette her med blant annet bygge scenarier. Jeg er en ungdom på 16 år skal inn å finne ut hva har kommunen tenkt med tanke på utbygging av ramper for skating for eksempel. Hvor enkelt er det for meg som 16 åring å komme inn å finne de opplysningene, er de der i det hele tatt? Og det er litt sånn så som det snakkes om her, det må være enkelt å finne samtidig som det er informasjon og ting som faktisk er aktuelt for målgruppen.

Tid: 12:57

A3: Tema må være definert på en måte

Tid: 12:59

A4: Hvor enkelt er det å finne, og det viser seg at det er ikke så enkelt å finne på veldig mange sider. Så er det jo en måte å se på disse sidene på, hvor enkelt er det for den og den typen for å finne svar på det og det.

Tid: 13:13

A3: Da kommer vi litt inn på design og brukervennlighet også.

Hvilke tre (eller flere) egenskaper tror du er viktige for at ungdom skal benytte e-demokrati?

Tid: 16:20

A2: Jeg tok det som jeg nevnt med innhold også tok jeg at det må være en dialog da mellom, altså altså, at de kan svareog hvor mye utslag vil det gjøre hvis du stemmer eller viser interesse.

Tid: 16:45

A1: Tilgjengelighet, på at sidene er tilgjengelig for de fleste ungdommer og god design på sidene slik at det blir morsomt eller kjekt å bruke sidene for ungdom. Også at det er tilbakemeldinger på innlegg som man skriver at man får en slags dialog. Også kan det være at man kanskje kan ha en konkurranse eller trekninger av premier på de som deltar på sidene eller legger inn innlegg

Tid: 17:17

A3: Ja, blir litt av det de snakket om tilgang til kunnskap og informasjon, samtidig som politikerne prøver å, det skal gå begge veier det skal ikke bare være de som skal være ute etter informasjon, man må også kunne gi og ta. Tilhørighet og følelse av nærhet mellom politikerne og innbyggerne, ungdommen. Brukervennlig og enkelt design, og spesielt design som fanger oppmerksomheten.

Tid: 17:57

A4: Jeg er så spennende at jeg sier innholdet, og i det legger jeg også design. Altså i innholdet står det altså innhold i og designet også spennendes. At det foregår en dialog og at det gir muligheten for dem muligheten for påvirkningen. Så det er ikke så forskjellige fra det som er sagt før.

Tid: 18:40

A4: Jeg har jo et lite ankerpunkt allerede der da, ungdom er ikke homogent. Det vil si at skal du prøve å designe noe for ungdom, så kan noen synes at blinkende flashy ting er kjempe spennendes, mens andre kikker på noe helt annet, slik at ungdom er det veldig vanskelig å si at ungdommen var sånn og sånn. Dem er minst like forskjellige som det vi mer eller mindre voksne er. Man må rett og slett definere flere målgrupper, noen er veldig opptatt av design, andre vil være mer opptatt av innhold, andre vil være opptatt av funksjonalitet, andre vil være veldig opptatt av at du faktisk gjør noe, andre vil være opptatt av søke å finne ting og kanskje ikke nødvendigvis påvirke og alle disse her skal liksom møtes, slik at. Jeg vil si at hva som er viktigst for ungdom er minst like vanskelig som å si at hva som er viktigst for resten av befolkningen, for ingen av gruppene er homogen.

Tid: 20:19

A4: Jeg kan snakke igjen jeg, jeg er ganske stille av meg. Jeg vil si påvirkning som viktigste, skal jeg gidd så vil jeg se et resultat. Enkelt og greit. Det andre, skal jeg gidd så må jeg få et svar tilbake, da er innhold ikke fullt så viktig for meg. Så enkelt er det å rangere for meg. Og sånn har jeg selvfølgelig sagt at ungdom også vil ha det. Det er kun jeg som er referanser her.

Tid: 20:50

A1: Jeg tok tilbakemelding på innlegg som viktigst, fordi at det er viktig å få i gang en dialog. At en føler at man blir hørt selv om man er en ungdom.

Tid: 21:06

A3: Da setter jeg første som tilgang til kunnskap og informasjon, gi frem og tilbake.

Tid: 21:24

A2: Jeg har valgt det samme som han, at man får, at det nytter å gjøre noe, hvis ikke det gjør noen ting så er det ingen vits. Det er vel det mange tenker, og i hvert fall jeg har tenkt sånn opp gjennom hele, at hvorfor gidder jeg det skjer jo ingenting for det.

Tror du at disse egenskapene vil medføre at man får økt demokratisk deltakelse?

Tid: 22:10

A4: Dersom folk ser resultat, ja. Det er tilbake til resultat og faktisk tilbakemelding det er det ligg, tenker jeg, er mye av nøkkelen. Du kan lage så fancy side du vil men får du ikke noe respons tilbake så er det døft. Men så er det dette med tillit til politikerne, det er ikke så mange som forventer, å få noe som helst svar eller noe særlig påvirkningskraft ovenfor politikerne eller byråkrater. Det er kanskje en endring der. Også har du den store utfordringen som det stod om i en av artiklene til i dag med middelmann paradox, med at politikerne som skal stå for endringer og organisasjonen som skal stå for endringer, og fronte endringer ønsker dem egentlig ikke. De vil ha den slik den var før. Og hvis de tenker sånn hva er da sjansen for at påvirkningen blir særlig større.....tjaa

Tid: 23:24

A1: Er ikke helt sikker jeg

Tid: 23:26

A3: Jeg tror det kommer litt på veldig mange ulike faktorer. Du kan se på det som noen har jo litt interesse av politikk fra før og, som kan føre til en mer, dette var jo mer interessant, liksom. Så har du jo de bare; nei politikk, det vil ikke gjøre noe med, det vil jeg ikke ha noe i det hele tatt noe med å gjøre, og da er jo det....de som...den målgruppen som størst mulig grad skyver det unna seg det er de som er utfordringen og kunne fange oppmerksomheten da. Og så har du også de som ikke har vært borti det og som ikke har noe spesiell mening, men så har de på en måte, vokse det noe frem, dette har jeg ikke hørt om før, dette kan være litt interessant.

Tid: 24:32

A2: Er litt usikker, det meste er egentlig sagt nå, tror jeg.

4.2 Gruppe B (B.mp3):

Hvorfor bør vi satse på e-demokrati?

Tid: 02:48

B2: Kanskje først og fremst fordi at det er så god dekning, så pass mange som har tilgang til internett og pc for tiden. Nå begynner det kanskje å bli muligheter for og gjør det i forhold til før ikke så mange som hadde tilgang til PC og internett.

Avbrutt

Tid: 04:31

B3: Jeg synes det er verdt å satse på fordi at, jeg leste jo hele den nynorske boken vi fikk utlevert. Da var jo sånn at det gikk at innbyggerne gikk fra å være sånn velge veldig mye på fylke så gikk de over til nasjonale så da synes jeg greit å hjulpet med e-demokrati liksom, å få mer kommunikasjon med de politikerne i fylket. Slik at man bygde opp en portefølje sånn liksom, for eksempel. Styrke, mer lokale og hvert fall at man trenger noe der. Jeg ser jo med den oppgaven vi også tar, jeg og en til tar masteroppgave i sånn CRM i offentlig sektor eller kommunen då. Så da er akkurat det litt interessant da, at man styrker det kundeforhold i kommunene, for det å bli kjent med innbyggerne osv og å ha portefølje de og sånn, jeg synes det trengs.

Tid: 05:42

B1: IT griper i inn så mange sammenhenger for folk flest i dag, det er vel på tide at det begynner å komme inn med politikk og, at det kan gjøre ting enklere der.

Tid: 06:00

B2: Det blir allikevel ikke være at bare du innfører noe e-demokrati og sånn så plutselig blir så blir alle så engasjerte og alle er med på alt. Det skal vel kanskje litt mer til.

Tid: 06:12

B1: For all del, men jeg tror det er en begynnelse. At det kan være noe.

Tid: 06:15

B4: Jeg tenker mest på valg, altså. Det blir færre og færre, altså eldre med mindre kunnskap om IT og mer og mer kunnskap de som etter hvert får stemmerett. For min del synes jeg at det vært mye enklere om jeg bare kunne sitte hjemme å stemme, samme som jeg gjør når jeg leverer selvangivelsen så kan jeg gjør det hjemme, bare rett på nett. Enn at du må ut å styre og stresse og en hau med papir, ikke en hau, men stappe de rundt forbi, istedenfor to klikk så har du gjort det. Det kan jo slå andre vei og, de som er, vet ikke om jeg skal kalle de gamle, de som altså ligger en generasjon eller to over oss eller mer. At de heller vil gå den tradisjonelle veien i motsetning til de andre.

Tid: 07:24

B5: Hvis vi skal tro på den historien vi fikk (...) så er det fortsatt velutdannet menn som bruker internett. Ut i fra det er det et stort vekstområde, det er ikke bare å starte det opp, for det var jo det i forhold til det jeg fikk med meg når jeg leste NOU'n at er så enkelt for kommunen på en måte å være først ute med et eller annet, uten at man egentlig tenker over hva en egentlig vil med det og hva er resultatet av det. Og det var jo det de opplevde i Lillesand kommune, jeg bor i lillesand, der har de vært veldig giret på å være langt fremme på journalføring på nett og det lå noen CV'er og sånt på nett der. Så det er mye, og det var jo det var vel det at jeg heiv meg på litt kurset fordi at det passet med tidspunktet og det var ikke, visste ikke hva jeg skulle velge av det andre, men når jeg begynte å kikke på det, så er det mye der altså.

Hva må til for at ungdom skal begynne å bruke e-demokrati?

Tid: 08:42

B5: Jeg tror ikke at det er nok at det bare er diskusjonstingen der.

Tid: 08:45

B3: Definitivt ikke, fordi at det må være, føler at det er noe mer med det. Jeg føler, jeg synes at, jeg har inntrykk at slik diskusjon på internett blir ofte veldig fort useriøst. Rett og slett, med en gang er folk liksom bitre på hverandre, jeg vet ikke hvorfor.

Tid: 08:59

B4: Jeg synes også at det er vanlig det der at du får en sånn litt sånn bitter tone på forskjellige former for forum. Men jeg tror ikke, det er ikke forum, skulle jeg regnet med selv som en del av den gruppe det er ikke det jeg ville brukt, jeg ville brukt sånn som MinSide, AltInn og stemmeavgivning og den retning der, det er sånne tjenester jeg har lyst på selv som skal være på nett. Jeg gjør mye av det på nett allerede, men jeg gjort enda mer.

Tid: 09:42

B2: De får noe igjen for det (...) spare tid, at det blir bedre kvalitet på tjenestene, at du får raskere svar, at du får mer utfyllende svar, at du kan kommunisere lettere kanskje, raskere.

Tid:10:01

B3: Jeg tror også det at hvis du for eksempel skal gi en søknad på en ting, at du da får en portefølje med en saksbehandler og kan ha en jevn kommunikasjon. Det er hjulpet kjempe mange, fordi de at å sende et brev til kommunen det tar jo et halvt år å få svar. Det hadde hjulpet deg om du bare skal spør om en liten ting, det er jo mye byråkrati og regler du må innom, da tror jeg det hadde hjulpet veldig, hvert fall for min del, rask portefølje og en rask kommunikasjon med en politiker eller de som saksbehandler. Det tror hvertfall jeg hadde hjulpet veldig mye, det også at man har veldig mye sånn saklig informasjon om partiene for

eksempel hvis man skal stemme og sånn, og at du får veldig klar informasjon om de mest aktuelle tingene i kommunen for eksempel. Også det som du også sier (B4), det å samle alle de der tingene sånn at du kan registrere deg og forandre bosted og sånne ting, at du kan gjør det veldig enkelt.

Tid: 11:03

B4: Det å ha sånne tjenester som jeg kan gjøre når jeg selv vil, det er nødvendigvis ikke, hele spekteret av tjenester, det du får igjen som innbygger, om jeg kan kalle det da, det at du kan gjør ting enklere og når du vil at du slipper, for eksempel å gå ned byen å gjøre en ting og gå her å gjøre en annen ting, å gå her og gjør en annen ting. Du kan samle alt på et sted også kan du gjør det, så har du gjort alt det. Si at du flytter etter eller annet så gjør du alt du trenger bare på en gang.

Tid:11:43

B5: Men skaper dette mer engasjement? For det er jo det som er litt av kjernen ved denne ordningen hvert fall, at den politiske interessen vår dabber. Nå er vi mer involvert i saker som berører oss, da kan vi hive over oss litt engasjement så roer vi oss i perioder.

Hva skal til for å øke engasjementet?

Tid:12:02

B5: Det vet ikke jeg om disse e-sidene, det vi snakker mye om nå er få tak i informasjon og å få tak i svar på søknader i fra en selv. Så man er på en måte engasjerende i hva er viktig i Lillesand i forhold til hvordan skal byplanen ser ut, hva mener jeg om utbyggingen.

Hvilke egenskaper synes du et slikt system skal ha for at det skal være verd å bruke det? Som innbygger/ungdom?

Tid: 12:50

B1: Jeg tror det er viktig, hvis jeg skal gidde å bruke det så må jeg vite at det sitter noen på andre siden som faktisk gidder å høre på det som jeg sier.

Tid: 13:01

B3: Ja, at det ikke bare er en statisk side hvor du lenger inn sånne greier.

Tid: 13:04

B1: Ja, du kan jo se på at politikere har sin egen blogg og så ser du siste oppdatert for et år siden. Det holder jo ikke mål en plass.

Tid: 13:14

B3: Det virker som at det veldig mye sånn ad-hoc liksom, at de bare finner på noe de månedene.

Tid:13:18

B1: Nå er det hipt

Tid: 13:19

B5: De vil være raskt ut, så oppretter de en side, så skjer det ikke noe mer.

Tid: 13:22

B3: Så er det ikke noe oppfølging, de tror det skjer av seg selv. En kan få inntrykk av det.

Tid: 13:26

B4: Jeg tenker også, å ha informasjon om hva som tjener de som bruker det, hvis du er en innbygger en plass hva får du igjen som bruker det. Hva oppnår du, er det lettere, enklere.

Tid:13:41

B2: Du må vel se noen resultater, at bruker du dette her så må du se at du fikk noe igjen for at du gadd å gå inn på kommunen for å sende en mail eller skrive et innlegg, eller et eller annet.

Tid: 13:53

B4: ja, du får noe igjen samme som du får med, andre ting som er gjort på nett. Da får du noe igjen så hvis du da får noe som du sparer tid eller bedre informasjon, du må finne som (...) finne noe sånn som selvangivelse på nett men det appellerer på folk på et vis, med at det blir enklere, men hvordan du skal få en tilsvarende appell på det andre, vet jeg ikke. Men å finne en sånn som appeller med at du får noe igjen for å gjøre det, ikke bare at det er der for det hold jo ikke.

Tid: 14:44

B2: Kanskje de bør satse på noe mer tabloidopplegg, at det er noe som virkelig engasjerer, at du fokusere på mer konkrete saker enn bare veldig høyt svevende, jeg har hvert fall inntrykk av det på kommunesiden, så er det ikke noe spesifikk som skaper debatter.

Tid: 15:03

B4: Det samme føler jeg med politiske partier også(...) Har ikke noe sånn at du skal støtte det og det i valgkampen.

Tid:1535

B5: Ikke alle sider som er lett å finne frem på heller aså. Veldig mye informasjon, men....

Tid:1640

B1: Ha det litt mer tabloid i hver fall i utseende. Så det ikke blir sånne heilt tørre greier.

Tid:1652

B2: må gi en grunn for at jeg skal gidde. Æ gidder ikke å gå inn på Kr sands nettsider veldig sjeldent. Men hvis det hadde veldig mye oppdaterte ting som jeg var interessert i så hadde jeg kanskje tatt meg en tur innom hver gang jeg var på nett og bare kikka om det var noe nyheter der. Men det er ikke noe vits nå for som du sier så bloggene er ikke oppdatert og det er jo ingenting nytt egentlig. Jeg vet ikke, det er jo kanskje litt enkelt å si, men litt fancy ting, lagt kart over hvordan for eksempel byen skal reguleres eller det må være noe interessant å se. Sånn som det er nå er det for det meste tekst, og noe saksdokumenter og møtereferater som ligger der. Ikke så veldig spennende.

Tid:1740

B5: Det må være et pedagogisk tanke bak det de legger ut.

Tid:1744

B4:

Istedenfor et evt møtereferat kan man bake det inn i en tabloid artikkel i stedet for. Det er lettere å lese enn sånn artikkel eller rapport.

Tid:1744

B2: Det må være et mål bak det. Pakke det fint inn.

Tid:2105

B3: Sånn igjen. Det jeg savner er at man kan spørre politikerne. Bryr meg ikke så mye om å diskutere med andre folk rundt omkring. Men akkurat å diskutere med politikere det er jo litt mer interessant. (..) mye mer interessant å ha en diskusjon med politikerne liksom og bare spør om ting å holde en portefølje på det.

Tid:2150

B4: Du har jo sånne nettmøter. (...) Det har du jo på forskjellige type nettaviser

Tid:2200

B1: Der ser det jo ut til å fungere ganske bra.

Tid:2210

B1: Hadde blitt ganske langsiktig liksom. Først så hadde en sett at man kunne prate med politikerne fått litt informasjon ut av de. Kanskje blitt litt engasjert i politikken (...) Hatt en litt mer personlig portefølje der man prater med en politiker hadde gjort mye mer en om man kommer å diskutere sånne usaklige saker. Ser tendensen på ulike forum..

Tid:2240

B4: Du fremmer de som er veldig sjenert også da. Med at de som ikke vil delta i debatter ute, kan delta i debatter der. Får evt med deg mer engasjement for det og.

(kort pause)

Overordnede egenskaper ved systemer for e-demokrati

Tid:2950

B4: men du har jo disse nettsamfunnene er jo store som... skremmende store, der er det mye debatt og engasjement. Men hvor kommer alle medlemmene derifra. Det lurer jeg på. Hvor starter det.

Tid:3150

B2: egentlig litt interessant det der med at man kunne vinne en sydentur dersom man stemte.(...) kanskje for ungdom(...) De må få noe igjen for det.

Tid:3226

B4: må finne hva det tjener de. Hva får de igjen for det(...)Hvis du er 16 år vil du ha noe igjen for det.

Tid:3226

B5: Jeg er lærer i en klasse i samfunnsfag i vgs. (.....) Når vi prøvde å gå inn på nettsider for å finne ut hva jobber de med lokalt, og hvilke saker som berører ungdommen. Hva mener partiene om det. Det var nesten ikke mulig å finne ut. (...)Det å tenke at de skal rekruttere velgere selv når det ikke er valg.

Tid:3442

B5:Den (informasjonen) må være rettet mot ungdom og ikke byråkratspråk.

Tid:3449

B2:ja, absolutt

Tid:3458

B5: hjelper ikke bare kan trykke for å få informasjonen, når du ikke forstår informasjonen som står der. Må være opptatt av den aldersgruppen. Gidde å stille opp

Tid:3510

B4: Skal du ha noe for ungdom må du ha et utsende for det du presenterer for ungdom

Tid:3520

B2: må være veldig direkte det som kommer frem. Enten for eller i mot flere ungdomsklubber.

Tid:3938

B3: De hadde en egen kommune mail og egen login. En sånn min side for innbyggerne og så kunne krysse av i hva du er interessert i. så kan du få tilsendt det i posten, eposten eller på en egen side. Egen profil lissom, Skredder sydd egen portefølje. (...) Kan muligens få opp andre med i samfunnet med de samme interessene. Mye av det samme som andre nettsamfunn bygger på.

Tid:4110

B3: Får inntrykk av at det er veldig useriøse greier. Litt haking og sånn på hverandre og veldig utdaterte. Da kan du heller droppe det.

5 Beskrivelse

I beskrivelsen har vi bearbeidet og kategorisert rådataene. Vi har gitt en kort beskrivelse til hver kategori. Bearbeidelsen av rådata er gjort for å gi en bedre og lettere oversikt over hva deltagerne i fokusgruppene har uttalt. Kategoriene er utarbeidet med bakgrunn av preanalysen og de inntrykk vi har fått av og høre gjennom og lese rådataene.

5.1 Påvirkningsmulighet

Begge fokusgruppene var opptatt av at det måtte være en påvirkningsmulighet mellom innbyggere og beslutningstagere. Systemet må skape en nærhet og tilhørrelse opp mot politikerne.

A4: Altså beslutningstakere og politikere var jo ikke der, (...) men det var jo ikke et svar fra de som kunne påvirke og vedta noe som helst

A4: Et forum skal jo på en eller annen måte skape en interaksjon og er den ikke tilstede så mener jeg da, personlig, at det ikke har noe hensikt. Da kan allmennheten prate til krampen tar dem men så lenge de som vedtar og beslutninger ikke er tilstede, da er påvirkningen relativt marginal.

A4: Det betyr at det må være en form for interaksjon mellom ungdommen og politikerne og beslutningstakerne, (...) men jeg tror faktisk det å se resultatet er minst like viktig og kanskje viktigere.

A1: Også at det er tilbakemeldinger på innlegg som man skriver at man får en slags dialog.

A3: Tilhørighet og følelse av nærhet mellom politikerne og innbyggerne.

A4: At det foregår en dialog og at det gir muligheten for dem muligheten for påvirkningen.

A4: Jeg vil si påvirkning som viktigste, skal jeg gidd så vil jeg se et resultat. Enkelt og greit

A1: Jeg tok tilbakemelding på innlegg som viktigst, fordi at det er viktig å få i gang en dialog. At en føler at man blir hørt selv om man er en ungdom.

B3: Da var jo sånn at det gikk at innbyggerne gikk fra å være sånn velge veldig mye på fylke så gikk de over til nasjonale så da synes jeg greit å hjulpet med e-demokrati liksom, å få mer kommunikasjon med de politikerne i fylket.

B1: (...) hvis jeg skal gidde å bruke det så må jeg vite at det sitter noen på andre siden som faktisk gidder å høre på det som jeg sier.

B3: Det jeg savner er at man kan spørre politikerne. Bryr meg ikke så mye om å diskutere med andre folk rundt omkring. Men akkurat å diskutere med politikere det er jo litt mer interessant. (...) mye mer interessant å ha en diskusjon med politikerne liksom og bare spør om ting å holde en portefølje på det.

B1: Først så hadde en sett at man kunne prate med politikerne fått litt informasjon ut av de. Kanskje blitt litt engasjert i politikken (...) Hatt en litt mer personlig portefølje der man

prater med en politiker hadde gjort mye mer en om man kommer å diskutere sånne usaklige saker.

5.2 Gevinst

Fokusgruppe B var mer opptatt av dette enn deltagerne i fokusgruppe A. De i Fokusgruppe B mente at det var en motivasjonsfaktor for brukerne at det var enklere å bruke e-demokratiløsninger slik at de kunne spare tid.

A4: Det er jo et medium for unge folk og det blir mer og mer brukt av yngre mennesker og de snakker jo ofte om det digitale skillet.

B4: Enn at du må ut å styre og stresse og en hau med papir, ikke en hau, men stappe de rundt forbi, istedenfor to klikk så har du gjort det.

B2: De får noe igjen for det (...) spare tid, at det blir bedre kvalitet på tjenestene, at du får raskere svar, at du får mer utfyllende svar, at du kan kommunisere lettere kanskje, raskere.

B4: Da får du noe igjen så hvis du da får noe som du sparer tid eller bedre informasjon, (...) med at det blir enklere.

5.3 Skreddersydd informasjon

Begge gruppene så for seg at en tjeneste rettet mot ungdom må ha skreddersydd informasjon som vekker interesse blant ungdom.

A2: Jeg tenker litt på tilgang til informasjon som er interessant for de som, de aldersgruppene, for eksempel en student er mer interessert i gratis skolebøker kanskje enn oljepolitikk, for eksempel.

A4: Jeg er en ungdom på 16 år skal inn å finne ut hva har kommunen tenkt med tanke på utbygging av ramper for skating for eksempel. Hvor enkelt er det for meg som 16 åring å komme inn å finne de opplysningene, er de der i det hele tatt? Og det er litt sånn så som det snakkes om her, det må være enkelt å finne samtidig som det er informasjon og ting som faktisk er aktuelt for målgruppen.

B3: Det tror hvertfall jeg hadde hjulpet veldig mye, det også at man har veldig mye sånn saklig informasjon om partiene for eksempel hvis man skal stemme og sånn, og at du får veldig klar informasjon om de mest aktuelle tingene i kommunen for eksempel.

B2: Kanskje de bør satse på noe mer tabloidopplegg, at det er noe som virkelig engasjerer, at du fokusere på mer konkrete saker enn bare veldig høyt svevende, jeg har hvert fall inntrykk av det på kommunesiden, så er det ikke noe spesifikk som skaper debatter.

B2: Jeg vet ikke, det er jo kanskje litt enkelt å si, men litt fancy ting, lagt kart over hvordan for eksempel byen skal reguleres eller det må være noe interessant å se. Sånn som det er nå er det for det meste tekst, og noe saksdokumenter og møtereferater som ligger der. Ikke så veldig spennende.

B5: Den (informasjonen) må være rettet mot ungdom og ikke byråkratspråk.

B4: Istedenfor et evt møterefereat kan man bake det inn i en tabloid artikkel i stedet for. Det er lettere å lese enn sånn artikkel eller rapport.

5.4 Oppdatert informasjon

Det var bare gruppe B som diskuterte at informasjonen måtte være oppdatert dersom ungdom skulle fortsette å ta i bruk løsningene.

B1: Ja, du kan jo se på at politikere har sin egen blogg og så ser du siste oppdatert for et år siden. Det holder jo ikke mål en plass.

B5: De vil være raskt ut, så oppretter de en side, så skjer det ikke noe mer.

B3: Så er det ikke noe oppfølging, de tror det skjer av seg selv. En kan få inntrykk av det.

B2: Men hvis det hadde veldig mye oppdaterte ting som jeg var interessert i så hadde jeg kanskje tatt meg en tur innom hver gang jeg var på nett og bare kikka om det var noe nyheter der. Men det er ikke noe vits nå for som du sier så bloggene er ikke oppdatert og det er jo ingenting nytt egentlig.

5.5 Alt på ett sted

Fokus gruppe B kom inn på fordelene med å samle alle tjenestene i en portal. Blant annet slik at de med sammenfallende interesser og synspunkt kunne finne hverandre og utveksle meninger.

B4: Du kan samle alt på et sted også kan du gjør det, så har du gjort alt det. Si at du flytter etter eller annet så gjør du alt du trenger bare på en gang.

B3: En sånn min side for innbyggerne og så kunne krysse av i hva du er interessert i. så kan du få tilsendt det i posten, eposten eller på en egen side. Egen profil lissom, Skredder sydd egen portefølje. (...) Kan muligens få opp andre med i samfunnet med de samme interessene. Mye av det samme som andre nettsamfunn bygger på.

5.6 Brukervennlig

I begge gruppene ble det påpekt at design var en av de viktige egenskapene for å fatte interesse, spesielt blant ungdom.

A3: Brukervennlig og enkelt design, og spesielt design som fanger oppmerksomheten.

B1: Hatt en litt mer personlig portefølje der man prater med en politiker hadde gjort mye mer en om man kommer å diskutere sånne usaklige saker.

B3: En sånn min side for innbyggerne og så kunne krysse av i hva du er interessert i. så kan du få tilsendt det i posten, eposten eller på en egen side. Egen profil lissom, Skredder sydd

egen portefølje. (...) Kan muligens få opp andre med i samfunnet med de samme interessene. Mye av det samme som andre nettsamfunn bygger på.

B2: De får noe igjen for det (...) spare tid, at det blir bedre kvalitet på tjenestene, at du får raskere svar, at du får mer utfyllende svar, at du kan kommunisere lettere kanskje, raskere.

B1: Hatt en litt mer personlig portefølje der man prater med en politiker hadde gjort mye mer en om man kommer å diskutere sånne usaklige saker. Ser tendensen på ulike forum..

B3: Jeg føler, jeg synes at, jeg har inntrykk at slik diskusjon på internett blir ofte veldig fort useriøst. Rett og slett, med en gang er folk liksom bitre på hverandre, jeg vet ikke hvorfor.

5.7 Design

I begge gruppene ble det påpekt at design var en av de viktige egenskapene for å fatte interesse, spesielt blant ungdom.

A4: Design er vektlagt som viktig.

A1: Tilgjengelighet, på at sidene er tilgjengelig for de fleste ungdommer og god design på sidene slik at det blir morsomt eller kjekt å bruke sidene for ungdom.

A3: Brukervennlig og enkelt design.

A4: Jeg er så spennende at jeg sier innholdet, og i det legger jeg også design. Altså i innholdet står det altså innhold i og designet også spennendes.

B2: Kanskje de bør satse på noe mer tabloidopplegg, at det er noe som virkelig engasjerer, at du fokusere på mer konkrete saker enn bare veldig høyt svevende.

B4: Istedenfor et evt møtetreferat kan man bake det inn i en tabloid artikkel i stedet for. Det er lettere å lese enn sånn artikkel eller rapport.

5.8 Markedsføring

Begge gruppene var innom markedsføring og at det kunne være nyttig for å skape engasjement rundt e-demokrati løsninger.

A1: Også kan det være at man kanskje kan ha en konkurranse eller trekninger av premier på de som deltar på sidene eller legger inn innlegg

B2: egentlig litt interessant det der med at man kunne vinne en sydentur dersom man stemte.(...) kanskje for ungdom(...) De må få noe igjen for det.

B2: Det blir allikevel ikke være at bare du innfører noe e-demokrati og sånn så plutselig blir så blir alle så engasjerte og alle er med på alt. Det skal vel kanskje litt mer til.

B2: egentlig litt interessant det der med at man kunne vinne en sydentur dersom man stemte.(...) kanskje for ungdom(...) De må få noe igjen for det.

B4: Du fremmer de som er veldig sjenert også da. Med at de som ikke vil delta i debatter ute, kan delta i debatter der. Får evt med deg mer engasjement for det og.

6 Tolkning

I denne delen av rapporten går vi et skritt videre fra å beskrive rådata til å forsøke å gi en forståelse av hva deltagerne i fokusgruppene mener.

6.1 Påvirkningsmulighet

Begge fokusgruppene var opptatt av at det måtte være en påvirkningsmulighet mellom innbyggere og beslutningstagere. Systemet må skape en nærhet og tilhørse opp mot politikerne.

A4: Et forum skal jo på en eller annen måte skape en interaksjon og er den ikke tilstede så mener jeg da, personlig, at det ikke har noe hensikt. Da kan allmennheten prate til krampen tar dem men så lenge de som vedtar og beslutninger ikke er tilstede, da er påvirkningen relativt marginal.

A4: Det betyr at det må være en form for interaksjon mellom ungdommen og politikerne og beslutningstakerne, (...) men jeg tror faktisk det å se resultatet er minst like viktig og kanskje viktigere.

A3: Tilhørighet og følelse av nærhet mellom politikerne og innbyggerne.

A4: At det foregår en dialog og at det gir muligheten for dem muligheten for påvirkningen.

A4: Jeg vil si påvirkning som viktigste, skal jeg gidd så vil jeg se et resultat. Enkelt og greit

A1: Jeg tok tilbakemelding på innlegg som viktigst, fordi at det er viktig å få i gang en dialog. At en føler at man blir hørt selv om man er en ungdom.

B1: (...) hvis jeg skal gidde å bruke det så må jeg vite at det sitter noen på andre siden som faktisk gidder å høre på det som jeg sier.

B3: Det jeg savner er at man kan spørre politikerne. Bryr meg ikke så mye om å diskutere med andre folk rundt omkring. Men akkurat å diskutere med politikere det er jo litt mer interessant.

Deltakerne i begge fokusgruppen mener at påvirkningsmulighet ovenfor politikere er den viktigste faktoren for at e-demokratiløsninger skal ha livets rett. Uten denne påvirkningen vil diskusjoner og meninger bare foregå i et politisk vakuum uten mulighet for å bli realisert.

6.2 Gevinst

Fokusgruppe B var mer opptatt av dette enn deltagerne i fokusgruppe A. De i Fokusgruppe B mente at det var en motivasjonsfaktor for brukerne at det var enklere å bruke e-demokratiløsninger slik at de kunne spare tid.

A4: Det er jo et medium for unge folk og det blir mer og mer brukt av yngre mennesker og de snakker jo ofte om det digitale skillet.

B4: Enn at du må ut å styre og stresse og en hau med papir, ikke en hau, men stappe de rundt forbi, istedenfor to klikk så har du gjort det.

B2: De får noe igjen for det (...) spare tid, at det blir bedre kvalitet på tjenestene, at du får raskere svar, at du får mer utfyllende svar, at du kan kommunisere lettere kanskje, raskere.

Flere av deltagerne ville bruke e-demokratiløsninger dersom de kunne spare tid på dette. Det at teknologi appellerer til ungdom var også et poeng som ble påpekt fra noen av deltagerne.

6.3 Skreddersydd informasjon

Begge gruppene så for seg at en tjeneste rettet mot ungdom må ha skreddersydd informasjon som vekker interesse blant ungdom.

A2: Jeg tenker litt på tilgang til informasjon som er interessant for de som, de aldersgruppene, for eksempel en student er mer interessert i gratis skolebøker kanskje enn oljepolitikk, for eksempel.

A4: (...) det må være enkelt å finne samtidig som det er informasjon og ting som faktisk er aktuelt for målgruppen.

B2: Kanskje de bør satse på noe mer tabloidopplegg, at det er noe som virkelig engasjerer, at du fokusere på mer konkrete saker enn bare veldig høyt svevende.

B2: Sånn som det er nå er det for det meste tekst, og noe saksdokumenter og møtereferater som ligger der. Ikke så veldig spennende.

B5: Den (informasjonen) må være rettet mot ungdom og ikke byråkratspråk.

B4: Istedenfor et evt møtereferat kan man bake det inn i en tabloid artikkel i stedet for. Det er lettere å lese enn sånn artikkel eller rapport.

Fokusgruppe B var veldig opptatt av at informasjonen må tilpasses ungdom, også enkelte av deltagerne i fokusgruppe A var innoen dette emnet.. I stedet for den vanlige byråkratiske språkbruken som gjerne preger offentlige sider, må teksten omarbeides slik at den blir mer innbydende for ungdom. Informasjonen som blir gitt må også være av interesse for ungdommen.

6.4 Oppdatert informasjon

Det var bare gruppe B som diskuterte at informasjonen måtte være oppdatert dersom ungdom skulle fortsette å ta i bruk løsningene.

B1: Ja, du kan jo se på at politikere har sin egen blogg og så ser du siste oppdatert for et år siden. Det holder jo ikke mål en plass.

B5: De vil være raskt ut, så oppretter de en side, så skjer det ikke noe mer.

B2: Så er det ikke noe oppfølging, de tror det skjer av seg selv. En kan få inntrykk av det.

B2: Men hvis det hadde veldig mye oppdaterte ting som jeg var interessert i så hadde jeg kanskje tatt meg en tur innom hver gang jeg var på nett...

Deltakerne i fokusgruppe B mente at det var viktig at sidene ikke ble statiske og at de ble jevnlig oppdatert. Diskusjonen om oppdatert informasjon i gruppe B var en ”spinn off” effekt av diskusjonen om tilpasset informasjon for ungdom. I gruppe A ble dette temaet ikke tatt opp

6.5 Alt på ett sted

Fokus gruppe B kom inn på fordelene med å samle alle tjenestene i en portal. Blant annet slik at de med sammenfallende interesser og synspunkt kunne finne hverandre og utveksle meninger.

B4: Du kan samle alt på et sted også kan du gjør det, så har du gjort alt det. Si at du flytter etter eller annet så gjør du alt du trenger bare på en gang.

B3: En sånn min side for innbyggerne og så kunne krysse av i hva du er interessert i. så kan du få tilsendt det i posten, e-posten eller på en egen side. Egen profil lissom, Skreddersydd egen portefølje. (...) Kan muligens få opp andre med i samfunnet med de samme interessene.

I fokus gruppe B var noen av deltagerne inne på at det kunne være en fordel om alt var samlet på ett sted. Slik at ungdom ikke trengte å forholde seg til flere sider for å ha kontaktflate opp mot de politiske partier og andre beslutningstagere.

6.6 Brukervennlig

I begge gruppene ble det påpekt at design var en av de viktige egenskapene for å fatte interesse, spesielt blant ungdom.

A3: Brukervennlig og enkelt design, og spesielt design som fanger oppmerksomheten.

B3: En sånn min side for innbyggerne og så kunne krysse av i hva du er interessert i. så kan du få tilsendt det i posten, eposten eller på en egen side. Egen profil lissom, Skredder sydd egen portefølje. (...) Kan muligens få opp andre med i samfunnet med de samme interessene. Mye av det samme som andre nettsamfunn bygger på.

B2: De får noe igjen for det (...) spare tid, at det blir bedre kvalitet på tjenestene, at du får raskere svar, at du får mer utfyllende svar, at du kan kommunisere lettere kanskje, raskere.

Brukervennlighet ble nevnt som en forutsetning for at ungdom skal bruke løsningene. Dette ble ikke diskutert så veldig mye, kanskje på grunn av at deltakerne var masterstudenter i informasjonssystemer og at de tar brukervennlighet som en selvfølge.

6.7 Design

I begge gruppene ble det påpekt at design var en av de viktige egenskapene for å fatte interesse, spesielt blant ungdom.

A4: Design er vektlagt som viktig.

A1 (..) god design på sidene slik at det blir morsomt eller kjekt å bruke sidene for ungdom.

A3: Brukervennlig og enkelt design.

Deltakerne i gruppe A var opptatt av at design var viktig for å nå ut til ungdom. Det må være en design som appellerer til ungdom og ikke fremstå som grått og kjedlig.

6.8 Markedsføring

Første inntrykk er viktig, dersom siden ikke umiddelbart virker innbydende på ungdom er faren til stede for at mange ikke vil bruke siden.

Begge gruppene var innom markedsføring og at det kunne være nyttig for å skape engasjement rundt e-demokrati løsninger.

A1: Også kan det være at man kanskje kan ha en konkurranse eller trekninger av premier på de som deltar på sidene eller legger inn innlegg.

B2: Egentlig litt interessant det der med at man kunne vinne en sydentur dersom man stemte.(...) kanskje for ungdom(...). De må få noe igjen for det.

B4: Du fremmer de som er veldig sjenert også da. Med at de som ikke vil delta i debatter ute, kan delta i debatter der. Får evt med deg mer engasjement for det og.

Deltagerne diskuterte markedsføring for at siden skulle bli oppfaget av ungdom. Moderator fikk inntrykk av at deltakere mente at bruk av premier ikke ville sikre det politiske engasjementet langsiktig, men kunne bidra i en start fase.

7 anbefaling

Resultatet fra fokusgruppeintervjuene ønsker vi å se opp mot de funn som finnes i litteraturen (triangulering). Dette for å se om vi finner støtte for de funn vi har gjort og om det eventuelt er andre funn som ikke fremkommer gjennom fokusintervjuene. Dette er spesielt viktig da vi ikke har erfaring fra å moderere fokusgrupper noe som Kreuger (1998) mener er en forutsetning for å få fullt utbytte av metoden. Det ferdige resultatet av denne trianguleringen utgjør stimulilisten vi skal bruke i det videre arbeidet med å innhente kravspesifikasjon for e-demokratiløsninger.

”Despite the potential for active involvement through the Internet, participation by young people in online consultation projects that the authors have undertaken has proved to be disappointing. It is clear that merely providing online mechanisms is not enough to encourage active citizenship.”

(Masters et al., 2004)

7.1 Påvirkningsmulighet

Begge fokusgruppene var enige om at mulighetene til dialog mellom innbyggerne og politikerne var viktig for at e-demokratiløsningen skulle fungere. Innbyggerne må ha en reell påvirkningsmulighet.

A4: Det betyr at det må være en form for interaksjon mellom ungdommen og politikerne og beslutningstakerne, (...) men jeg tror faktisk det å se resultatet er minst like viktig og kanskje viktigere.

Masters et al. (2004) har i sin studie funnet at en av hovedgrunnene til manglende deltagelse fra ungdom skyldes at ungdom ikke så noe konkret resultat av sin deltagelse.

B4: Det jeg savner er at man kan spørre politikerne. Bryr meg ikke så mye om å diskutere med andre folk rundt omkring. Men akkurat å diskutere med politikere det er jo litt mer interessant.

I Danmark ble det gjennomført et e-demokratiprojekt i Nord-Jylland. I evalueringen av prosjektet fastslår Jensen (2004) at:

One of the major successes of Nordpol was the enhanced and respectful dialogue between citizens and politicians.

(Jensen, 2004)

Mulighetene til kommunikasjon direkte mot beslutningstagerne har stor betydning for at e-demokratiløsninger skal bli brukt. Begge fokusgruppene var enige om at påvirkningsmulighet er viktig, og funn i litteraturen støtter opp om dette.

7.2 Gevinst

Flere av deltagerne i fokusgruppene mente at det måtte ligge en eller annen form for gevinst for at ungdom skal benytte seg av e-demokratiløsninger. En form for gevinst er at brukeren

får påvirkningsmulighet som beskrevet tidligere. En annen gevinst som ble nevnt i fokusgruppen er muligheten til å spare tid på bruk av e-demokrati i forhold til tradisjonelle løsninger.

B4: Enn at du må ut å styre og stresse og en hau med papir, ikke en hau, men stappe de rundt forbi, istedenfor to klikk så har du gjort det.

B2: De får noe igjen for det (...) spare tid, at det blir bedre kvalitet på tjenestene, at du får raskere svar, at du får mer utfyllende svar, at du kan kommunisere lettere kanskje, raskere.

Flere av deltagerne ville bruke e-demokratiløsninger dersom de kunne spare tid på dette. Det at teknologi appellerer til ungdom var også et poeng som ble påpekt fra noen av deltagerne.

7.3 Skreddersydd informasjon

Informasjonen som tilbys ungdom i forbindelse med e-demokratiløsninger må ha en språkdrakt som er tiltalende for ungdom. Byråkratisk språk oppfattes som vanskelig og lite tiltalende.

B5: Den (informasjonen) må være rettet mot ungdom og ikke byråkratspråk

Even when transmitted by the most sophisticated and cutting-edge multi-media technologies, dull political messages are still dull political messages and grey politicians are still just as miserably grey.

(Masters et al., 2004)

B2: Sånn som det er nå er det for det meste tekst, og noe saksdokumenter og møtereferater som ligger der. Ikke så veldig spennende.

Fokusgruppene og i litteraturen understreker at ungdommelig språkform er viktig for å nå ut til ungdom med budskapet.

7.4 Oppdatert informasjon

Aktivitet på sidene er viktige for å beholde ungdom på e-demokrati sidene. Uten aktivitet dør interessen og deltagelse fra ungdom ut.

B1: Ja, du kan jo se på at politikere har sin egen blogg og så ser du siste oppdatert for et år siden. Det holder jo ikke mål en plass.

En sentral utfordring for fremtidige prosjekter er å sørge for aktivitet på siden. Markedsføring er sentralt for å sikre aktivitet, men det er viktig at det allerede skjer noe på siden før markedsføring benyttes til å få inn nye brukere.

(Nilsen og Sæbø, 2003)

B2: Men hvis det hadde veldig mye oppdaterte ting som jeg var interessert i så hadde jeg kanskje tatt meg en tur innom hver gang jeg var på nett.

7.5 Alt på ett sted

Vi har ikke funnet støtte ”alt-på-et-sted” i litteraturen og det var kun den ene fokusgruppen som tok opp dette. Det kan diskuteres om denne kategorien kanskje hører hjemme under brukervennlighet. Vi har imidlertid valgt å ha dette som en egen kategori til stimulilisten.

B3: En sånn min side for innbyggerne og så kunne krysse av i hva du er interessert i. så kan du få tilsendt det i posten, eposten eller på en egen side. Egen profil lissom, Skreddersydd egen portefølje. (...) Kan muligens få opp andre med i samfunnet med de samme interessene.

Muligheten med å ha alt på ett sted, med egen profil gjør at man kan bygge opp e-demokratiløsningen på samme måte som de mange nettsamfunn som er svært populære i bruk.

7.6 Brukervennlig

E-demokratiløsninger må være enkelt å bruke, det må ikke være nødvendig med gode kunnskaper om inntrenett og data for å benytte seg av løsningene. Det må være en lav brukerterskel.

A3: Brukervennlig og enkelt design, og spesielt design som fanger oppmerksomheten.

Dersom brukerterskelen blir for høy vil løsningene miste aktivitet på siden, og hele brukergrupper vil være ”utestengt” fra e-demokratiet.

*Enkelt grensesnitt og lav brukerterskel vil alltid være viktig for å få aktivitet på en webside.
(Nilsen og Sæbø, 2003)*

7.7 Design

Ungdommelig språkdrakt og design som er rettet mot ungdom mente fokusgruppene var viktig for at ungdom skal fatte interesse for e-demokratiløsninger.

A1: (...) god design på sidene slik at det blir morsomt eller kjekt å bruke sidene for ungdom.

I evalueringen av Demokratitorget i Agder (Nilsen og Sæbø, 2003) kom det frem at en av de avgjørende egenskapene de yngre enn 30 år anså som viktig for at siden skulle bli brukt var at den hadde god design og innbydende.

A4: Design er vektlagt som viktig.

A3: (...) og enkelt design.

Første inntrykk er viktig, dersom siden ikke umiddelbart virker innbydende på ungdom er faren til stede for at mange ikke vil bruke siden.

7.8 Markedsføring

Begge gruppene var innom markedsføring og at det kunne være nyttig for å skape engasjement rundt e-demokrati løsninger.

A1: Også kan det være at man kanskje kan ha en konkurranse eller trekninger av premier på de som deltar på sidene eller legger inn innlegg

*Markedsføring er sentralt for å sikre aktivitet
(Nilsen og Sæbø, 2003)*

B2: Egentlig litt interessant det der med at man kunne vinne en sydentur dersom man stemte.(...) kanskje for ungdom(...) De må få noe igjen for det.

*”Jeg tror utfordringen til demokratitorget er markedsføring, sånn at ungdom blir klar over dette og kommer i gang med å bruke sida.” (respondent 2)
(Nilsen og Sæbø, 2003)*

For å få aktivitet på sidene er det viktig at e-demokratiløsningen gjøres kjent og at det skapes blest rundt det med for eksempel konkurranser og premier.

8 Stimuliliste

Vi har utarbeidet stimulilisten ved å bruke fokusgruppemetodikk. Etter å ha gjennomført fokusgruppeintervjuene, litteratur og diskusjon med veiledere har vi kommet frem til stimulilisten under.

- Aktivitet
- Alt på et sted
- Brukervennlig
- Design
- Markedsføring
- Personlig gevinst
- Påvirkningsmuligheter
- Tilpasset informasjon

Referanseliste

- Dalen, M. (2004): Intervju som forskningsmetode - en kvalitativ tilnærming, Universitetsforlaget.
- Jacobsen, D. I. (2005): Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode. Kristiansand, Norge, Høyskoleforlaget.
- Jensen, J. L. (2004): "NordPol - Government-hosted Election and Political Information and Discussion in Northern Denmark."
- Krueger, R. A. (1994): Focus groups : a practical guide for applied research.
- Krueger, R. A. (1998a): Analyzing & reporting focus group results. Focus Group Kit 6.
- Krueger, R. A. (1998b): Moderating focus group. Focus group kit. 4.
- Masters, Z., A. Macintosh og E. Smith (2004): "Young People and e-Democracy: Creating a Culture of Participation." Lecture Notes in Computer Science : Electronic Government: 15-22.
- Morgan, D. L. (1998a): The focus group guidebook. Focus group kit. 1.
- Morgan, D. L. (1998b): Planning focus group. Focus group kit. 2.
- Nilsen, H. og Ø. Sæbø (2003): "Evaluering av Demokratitorget."
- Nøtnæs, T. (2001): Innføring i bruk av fokusgrupper. Seksjon for statistiske metoder og standarder. S. Sentralbyrå.
- Peppers, K. og T. Tuunanen (2005): "Planning the IS Applications: a practical, information theoretical method and case study in mobile financial services." Information & Management Vol. 42(3): 483-501.
- Tuunanen, T. (2005): Requirements elicitation for wide audience end-users.

Vedlegg C

Intervjunotat

Intervjuet

- Man skal KUN se på de to øverste (rangert som nr. 1 og 2) på stimulilisten og kun ta en stimuli om gangen. Begynne med stimuli 1.

Med utgangspunkt i et av de to stimuliene:

Intervjuobjektet skal beskrive attributter som ønskes av stimuliet.

Hva er viktig for deg med X (valgt stimuli)?

Dersom man får flere attributter som er ulike, skal disse behandles for seg (egen kolonne).

Hver kolonne fokuserer på en funksjonalitet eller en gruppe med like attributter.

Med utgangspunkt i et attributt:

- Hvorfor er dette viktig for deg?
- Hvorfor vil X være viktig? (konsekvens) (gjentakende spørsmål)
- Hvordan ser du for deg at X skal løses i et informasjonssystem?

Med utgangspunkt i konsekvenser:

- Hva regner du med å få igjen for X (stimuli)? (verdi)
 - Hva regner du med å få igjen for X (konsekvens)? (verdi)

Neste viser skjemaet deltagerne har fått utlevert. Deltagerne skal rangere alternativene fra 1 til 8.

Kandidat: X

Under finner du en alfabetisk liste med alternativer. Ranger alternativene fra 1 til 8 etter hva du mener er viktigst for at du skal bruke e-demokrati løsninger.

Aktivitet

- Aktivitet på sidene er viktige for at jeg skal bruke e-demokrati. Uten aktivitet dør interessen og deltagelse fra ungdom ut.

Alt på ett sted

- La brukerne kunne lage sin egen profil og muligheter for å få kontakt med personer med samme interesser. Bygge e-demokratiløsning for ungdom på samme måte som de mange nettsamfunn som er svært populære i bruk (myspace, blink osv)

Brukervennlig

- E-demokratiløsninger må være enkelt å bruke, det må ikke være nødvendig med gode kunnskaper om internett og data for å benytte seg av det. Det må være en lav brukerterskel.

Design

- E-demokratisiden må ha god design og virke innbydende. Første inntrykk er viktig, og kan være avgjørende for om jeg vil benytte meg av siden.

Markedsføring

- Det er viktig at e-demokratiløsninger markedsføres godt blant ungdom for at det skal bli kjent og bli brukt av ungdom.

Personlig gevinst

- For at jeg skal benytte meg av e-demokrati løsninger må det være en gevinst å hente for meg, en gulrot. Dette kan være at det er mulig å vinne premier eller at det blir enklere for meg å bruke nettet, enn å gjøre det samme på tradisjonell måte.

Påvirkningsmuligheter

- Det er viktig at jeg blir hørt av de som skal bestemme og at e-demokratiløsningene fremmer dialog mellom ungdom og politikere.

Tilpasset informasjon

- Informasjonen på siden må være tilpasset ungdom og ikke være byråkratisk.

Kandidatnr. _____	1. Aktivitet 2. Alt på ett sted 3. Brukervennlig 4. Design	5. Markedsføring 6. Personlig gevinst 7. Påvirkningsmuligheter 8. Tilpasset informasjon				
Stimuli:						
Attributter						
Konsekvenser						
Verdi						

Dette skjemaet ble benyttet av intervjuene under intervjuprosessen.

Vedlegg D

Modellaggregering

Innholdsfortegnelse

1	Metodisk tilnærming	7
2	Tematisering	8
3	Fordele tankerekker til tema.....	10
4	Proessen ved utarbeiding av semantiske kart	10
4.1	Åpen koding av utsagn, tema for tema.....	11
4.1.1	Åpen koding av utsagn tilhørende ”Aktivitet gir resultat”.....	11
4.1.2	Åpen koding av utsagn tilhørende ”Engasjement”.....	14
4.1.3	Åpen koding av utsagn tilhørende ”Fange oppmerksomheten”.....	20
4.1.4	Åpen koding av utsagn tilhørende ”Forsterke budskapet”.....	24
4.1.5	Åpen koding av utsagn tilhørende ”Kommunikasjon”.....	28
4.1.6	Åpen koding av utsagn tilhørende ”Tilpasset ungdom”.....	31
4.2	Aksial koding av utsagn, tema for tema.....	39
4.2.1	Aksial koding av utsagn tilhørende ”Aktivitet gir resultat”.....	40
4.2.2	Aksial koding av utsagn tilhørende ”Engasjement”.....	41
4.2.3	Aksial koding av utsagn tilhørende ”Fange oppmerksomheten”.....	43
4.2.4	Aksial koding av utsagn tilhørende ”Forsterke budskapet”.....	44
4.2.5	Aksial koding av utsagn tilhørende ”Kommunikasjon”.....	46
4.2.6	Aksial koding av utsagn tilhørende ”Tilpasset ungdom”.....	48
4.3	Utarbeidelse av de semantiske kartene.....	49
4.3.1	Utarbeidelse av kartet ”Aktivitet gir resultat”.....	50
4.3.2	Utarbeidelse av kartet ”Engasjement”.....	51
4.3.3	Utarbeidelse av kartet ”Fange oppmerksomheten”.....	52
4.3.4	Utarbeidelse av kartet ”Forsterke budskapet”.....	53
4.3.5	Utarbeidelse av kartet ”Kommunikasjon”.....	54
4.3.6	Utarbeidelse av kartet ”Tilpasset ungdom”.....	55
4.4	Semantiske kart	56
4.4.1	Aktivitet gir resultat	56
4.4.2	Engasjement	57
4.4.3	Fange oppmerksomheten.....	58
4.4.4	Forsterke budskapet.....	59
4.4.5	Kommunikasjon	60
4.4.6	Tilpasse ungdom	60
5	Referanser.....	62

Figurliste

Figur 1 - Idédugnad av tema	9
Figur 2 - Eksempelfigur aksial koding	39
Figur 3 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (skape interesse) – attributt	40
Figur 4 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (dialog) – attributt	40
Figur 5 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (aktivitet) – konsekvens	40
Figur 6 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (forpliktelse) – konsekvens	41
Figur 7 - Aksial koding av engasjement (dialog) – attributt	41
Figur 8 - Aksial koding av engasjement (kommunikasjonsform) – attributt	41
Figur 9 - Aksial koding av engasjement (interesser) – attributt	42
Figur 10 - Aksial koding av engasjement (respons) – konsekvens	42
Figur 11 - Aksial koding av engasjement (aktivitet) – konsekvens	42
Figur 12 - Aksial koding av engasjement (skape engasjement) – konsekvens	42
Figur 13 - Aksial koding av engasjement – konsekvens	43
Figur 14 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (markedsføring) – attributt	43
Figur 15 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (design) – attributt	43
Figur 16 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (brukervennlig) – attributt	43
Figur 17 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (interessant) – konsekvens	44
Figur 18 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (oversiktlig) – konsekvens	44
Figur 19 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (aktivitet) – konsekvens	44
Figur 20 - Aksial koding av forsterke budskapet (troverdighet) – attributt	44
Figur 21 - Aksial koding av forsterke budskapet (tilbakemelding) – attributt	45
Figur 22 - Aksial koding av forsterke budskapet (fremstå mer seriøst) – konsekvensen	45
Figur 23 - Aksial koding av forsterke budskapet (respons) – konsekvensen	45
Figur 24 - Aksial koding av forsterke budskapet (økt slagkraft) – konsekvens	46
Figur 25 - Aksial koding av forsterke budskapet (aktivitet) – konsekvens	46
Figur 26 - Aksial koding av kommunikasjon (kommunikasjonsform) – attributt	46
Figur 27 - Aksial koding av kommunikasjon (tilbakemelding) – attributt	47
Figur 28 - Aksial koding av kommunikasjon (ytringsfrihet) – attributt	47
Figur 29 - Aksial koding av kommunikasjon (dialog) – konsekvens	47
Figur 30 - Aksial koding av kommunikasjon (åpen og usensurert debatt) – konsekvens	47
Figur 31 - Aksial koding av tilpasset ungdom (ungdommelig) – attributt	48
Figur 32 - Aksial koding av tilpasset ungdom (brukervennlig) – attributt	48
Figur 33 - Aksial koding av tilpasset ungdom (ungdom med i utviklingsprosessen) – attributt	48
Figur 34 - Aksial koding av tilpasset ungdom (engasjement) – konsekvens	49
Figur 35 - Aksial koding av tilpasset ungdom (økt bruk) – konsekvens	49
Figur 36 - Aksial koding av tilpasset ungdom (skape aktivitet) – konsekvens	49
Figur 37 - Idédugnad - Aktivitet gir resultat	50
Figur 38 - Idédugnad – Engasjement	52
Figur 39 - Idédugnad - Fange oppmerksomheten	53
Figur 40 - Idédugnad - Forsterke budskapet	54
Figur 41 - Idédugnad – Kommunikasjon	55
Figur 42 - Idédugnad - Tilpasset ungdom	56
Figur 43 - Aktivitet gir resultat	56
Figur 44 – Engasjement	57
Figur 45 - Fange oppmerksomheten	58
Figur 46 - Forsterke budskapet	59
Figur 47 - Kommunikasjon	60
Figur 48 - Tilpasse ungdom	61

Tabelliste

Tabell 1 – Koding av tankerekker (åpen koding).....	8
Tabell 2 – Fra 11 temaer til 6 temaer med aksial koding.....	9
Tabell 3 - Tematisering (Svein)	10
Tabell 4 - Tematisering (Jan Helge).....	10
Tabell 5 - Tematisering (felles).....	10
Tabell 6 - Åpen koding av tankerekke 0104	11
Tabell 7 - Åpen koding av tankerekke 0303	11
Tabell 8 - Åpen koding av tankerekke 0601	11
Tabell 9 - Åpen koding av tankerekke 0701	11
Tabell 10 - Åpen koding av tankerekke 0804	12
Tabell 11 - Åpen koding av tankerekke 1002	12
Tabell 12 - Åpen koding av tankerekke 1102	12
Tabell 13 - Åpen koding av tankerekke 1404	12
Tabell 14 - Åpen koding av tankerekke 1701	13
Tabell 15 - Åpen koding av tankerekke 1702	13
Tabell 16 - Åpen koding av tankerekke 2202	13
Tabell 17 - Åpen koding av tankerekke 2709	13
Tabell 18 - Åpen koding av tankerekke 2903	14
Tabell 19 - Åpen koding av tankerekke 0401	14
Tabell 20 - Åpen koding av tankerekke 0801	14
Tabell 21 - Åpen koding av tankerekke 0803	15
Tabell 22 - Åpen koding av tankerekke 1403	15
Tabell 23 - Åpen koding av tankerekke 1701	15
Tabell 24 - Åpen koding av tankerekke 1802	15
Tabell 25 - Åpen koding av tankerekke 2701	16
Tabell 26 - Åpen koding av tankerekke 2703	17
Tabell 27 - Åpen koding av tankerekke 2706	17
Tabell 28 - Åpen koding av tankerekke 2710	18
Tabell 29 - Åpen koding av tankerekke 2904	18
Tabell 30 - Åpen koding av tankerekke 2905	19
Tabell 31 - Åpen koding av tankerekke 3101	19
Tabell 32 - Åpen koding av tankerekke 3104	20
Tabell 33 - Åpen koding av tankerekke 3108	20
Tabell 34 - Åpen koding av tankerekke 0301	20
Tabell 35 - Åpen koding av tankerekke 0504	21
Tabell 36 - Åpen koding av tankerekke 0505	21
Tabell 37 - Åpen koding av tankerekke 0602	21
Tabell 38 - Åpen koding av tankerekke 0901	21
Tabell 39 - Åpen koding av tankerekke 1001	21
Tabell 40 - Åpen koding av tankerekke 1101	22
Tabell 41 - Åpen koding av tankerekke 1203	22
Tabell 42 - Åpen koding av tankerekke 1801	22
Tabell 43 - Åpen koding av tankerekke 1901	22
Tabell 44 - Åpen koding av tankerekke 2101	23
Tabell 45 - Åpen koding av tankerekke 2102	23
Tabell 46 - Åpen koding av tankerekke 2201	23
Tabell 47 - Åpen koding av tankerekke 2301	23

Tabell 48 - Åpen koding av tankerekke 2302	24
Tabell 49 - Åpen koding av tankerekke 2401	24
Tabell 50 - Åpen koding av tankerekke 0101	24
Tabell 51 - Åpen koding av tankerekke 1402	25
Tabell 52 - Åpen koding av tankerekke 2704	26
Tabell 53 - Åpen koding av tankerekke 2707	26
Tabell 54 - Åpen koding av tankerekke 2708	27
Tabell 55 - Åpen koding av tankerekke 2711	27
Tabell 56 - Åpen koding av tankerekke 3004	28
Tabell 57 - Åpen koding av tankerekke 0103	28
Tabell 58 - Åpen koding av tankerekke 0302	28
Tabell 59 - Åpen koding av tankerekke 0502	28
Tabell 60 - Åpen koding av tankerekke 1201	29
Tabell 61 - Åpen koding av tankerekke 1202	29
Tabell 62 - Åpen koding av tankerekke 1501	29
Tabell 63 - Åpen koding av tankerekke 1602	29
Tabell 64 - Åpen koding av tankerekke 2705	30
Tabell 65 - Åpen koding av tankerekke 3003	30
Tabell 66 - Åpen koding av tankerekke 3005	30
Tabell 67 - Åpen koding av tankerekke 3007	30
Tabell 68 - Åpen koding av tankerekke 0303	31
Tabell 69 - Åpen koding av tankerekke 0402	31
Tabell 70 - Åpen koding av tankerekke 0503	31
Tabell 71 - Åpen koding av tankerekke 0506	31
Tabell 72 - Åpen koding av tankerekke 0702	31
Tabell 73 - Åpen koding av tankerekke 1301	32
Tabell 74 - Åpen koding av tankerekke 1302	32
Tabell 75 - Åpen koding av tankerekke 1401	32
Tabell 76 - Åpen koding av tankerekke 1502	33
Tabell 77 - Åpen koding av tankerekke 1601	33
Tabell 78 - Åpen koding av tankerekke 1902	33
Tabell 79 - Åpen koding av tankerekke 2102	33
Tabell 80 - Åpen koding av tankerekke 2402	34
Tabell 81 - Åpen koding av tankerekke 2702	35
Tabell 82 - Åpen koding av tankerekke 2906	36
Tabell 83 - Åpen koding av tankerekke 3002	36
Tabell 84 - Åpen koding av tankerekke 3006	36
Tabell 85 - Åpen koding av tankerekke 3102	37
Tabell 86 - Åpen koding av tankerekke 3104	37
Tabell 87 - Åpen koding av tankerekke 3105	38
Tabell 88 - Åpen koding av tankerekke 3106	38
Tabell 89 - Åpen koding av tankerekke 3107	39
Tabell 90 - Eksempel på tankerekke til teamet "Aktivitet" (tankerekke 0104)	50
Tabell 91 - Eksempel på tankerekke til temaet "Engasjement" (tankerekke 2905)	51
Tabell 92 - Eksempel på tankerekke til temaet "Fange oppmerksomheten" (Tankerekke 1101)	52
Tabell 93 - Eksempel på tankerekke til temaet "Forsterke budskapet" (tankerekke 2704)	53
Tabell 94 - Eksempel på tankerekke til temaet "Kommunikasjon" (tankerekke 0103)	54
Tabell 95 - Eksempel på tankerekke til temaet "Tilpasset ungdom" (tankerekke 0402)	55

1 Metodisk tilnærming

Bruk av metode gjør oss i stand til å drøfte om resultatet av undersøkelsen vår skyldes metoden selv, eller om resultatet faktisk gjenspeiler virkeligheten (Jacobsen 2005). Metoden sørger for at vi på en systematisk måte stiller kritiske spørsmål til valg og til konsekvensene av valgene vi tar.

Vi har i vår kvalitative undersøkelse vært inspirert av idealene for grunnlagt teori. Grunnlagt teori fremkommer ved at vi bearbeider data hvor målet for prosessen er å finne sammenhenger mellom definerte kategorier. De empiriske data kodes systematisk og vi får frem kategorier. Kategoriene systematiseres og gir grunnlag for teoretisk rammeverk som beskriver virkeligheten.

Grunnlagt teori er utarbeidet av Anselm Strauss og Barney Glaser og består av tre kodingsfaser:

- *åpen koding* – handler om å registrere fenomener, finne mønster og se bak de enkelte utsagn for å finne forståelse av hva intervjuobjektet mener.
- *aksial koding* – forsøker man å finne forbindelser mellom kategorier og underkategorier. Fokuset rettes mot relasjonene mellom kategoriene og det å bestemme deres egenskaper.
- *selektiv koding* – siste steg i grunnlagt teori. Forsøker å finne relasjoner mellom kategoriene som kan lede frem til kjerne-kategorier.

Teorien tar utgangspunkt i det empiriske datamaterialet og er på den måten grunnlagt i data. Dette betyr at informantenes egne oppfatninger og perspektiv danner utgangspunktet for analysen. Et sentralt trekk ved grunnlagt teori er at utviklingen av teorier skal utledes fra empiriske datamaterialet gjennom induksjon.

Målet med grunnlagt teori er at ikke noe skal begrense hvilken informasjon den enkelte forsker samler inn (Jacobsen 2005).

”Idealet er forskere som går ut i virkeligheten men noe tilnærmet et helt åpent sinn, samler inn all relevant informasjon og til slutt går i tenkeboksen og systematisere de data som de har fått inn. Ut fra en slik åpen tilnærming dannes teoriene.”

(Jacobsen, 2005, s. 30)

I åpen koding blir innsamlet data brutt opp som igjen gir muligheten for å dele den opp i kategorier, egenskaper og dimensjoner. I prosessen blir fenomenet (dataen) brutt opp og gitt navn, dette for å få system på rådataen. Etter arbeidet med oppdelingen og navngivingen, som kan bestå av et stort antall navngitt fenomener, oppretter man kategorier og kategorisere dataen. Selve kategoriseringen har til hensikt å redusere mengden enheter man skal analysere og bearbeide. Strauss og Corbin (1990) anbefaler at man tenker igjen hvilke navn man gir kategoriene, det må være logisk og intuitive navn, men det viktigste er at du husker dem og at navnet gir mening for deg som forsker. Det å kategorisere kan i følge Strauss og Corbin (1990) være basert på fenomenet egenskap og der igjen dimensjon.

Vi har brukt grunnlagt teori for å få en metodisk tilnærming til de innsamlede data vi benytter oss av i WARE metoden. Det er ikke vår hensikt å utarbeide noen ny teori på bakgrunn av de innsamlede data, derfor gjennomfører vi heller ikke selektiv koding.

2 Tematisering

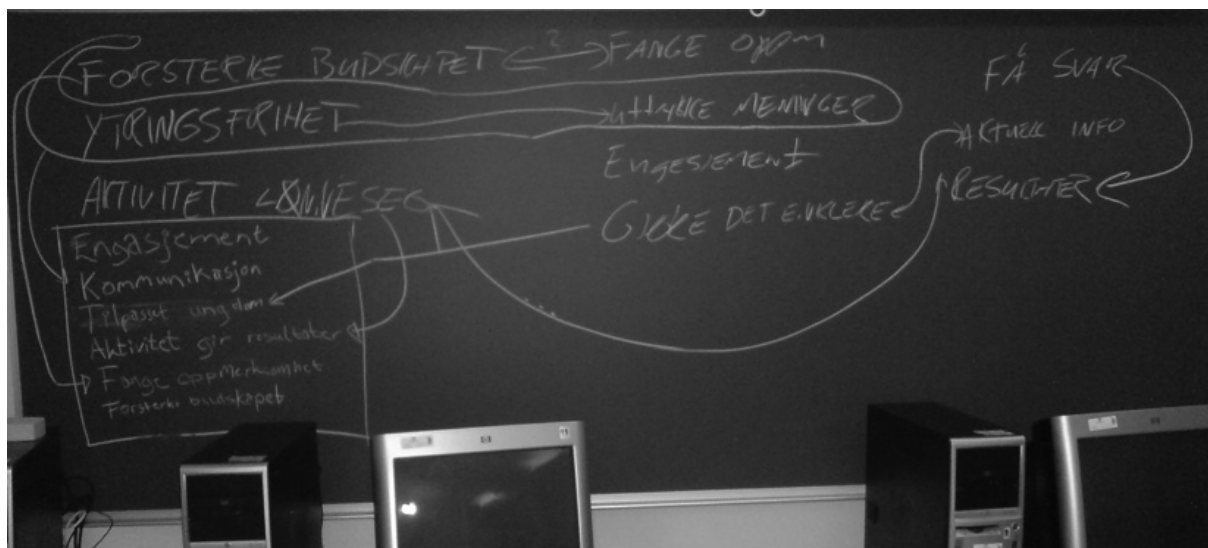
For å finne tema har vi tatt for oss alle tenkerekkene og gjennomført åpen koding. Dette for at vi skal kunne registrere fenomenet, finne mønster og finne forståelse for hver enkel tankerekke intervjuobjektet har foretatt. Alle tankerekkene ble gjennomgått av begge to samtidig og vi foretok den åpne kodingen sammen. Vi forsøkte å finne like betegnelser på tankerekker der intervjuobjektet snakket om samme emne, men i forskjellig språkdrakt. Dette for å forsøke å identifisere forskjellige tema som kan samle tankerekkene. Tabellen under viser kodingen av hver enkel tankerekke.

Tabell 1 – Koding av tankerekker (åpen koding)

Tankerekke	Koding	Tankerekke	Koding
0101	Forsterke budskapet	1802	Engasjement
0103	Ytringsfrihet	1901	Fange oppmerksomheten
0104	Aktivitet skal lønne seg	1902	Engasjement
0301	Fange oppmerksomheten	2001	Gjøre det enklere
0302	Uttrykke mening	2002	Fange oppmerksomheten
0303	Forenkle budskapet	2101	Fange oppmerksomheten
0304	Aktivitet skal lønne seg	2102	Fange oppmerksomheten
0401	Engasjement	2201	Fange oppmerksomheten
0402	Forenkle budskapet	2202	Aktivitet lønner seg
0501	Gjør det enklere	2301	Fange oppmerksomheten
0502	Få svar	2302	Fange oppmerksomheten
0503	Gjøre det enklere	2401	Fange oppmerksomheten
0504	Gjøre det enklere	2402	Aktivitet lønner seg
0505	Fange oppmerksomheten	2701	Gjøre det enklere
0506	Forenkle budskapet	2702	Aktuell informasjon
0601	Aktuell informasjon	2703	Engasjement
0602	Gjør det enklere	2704	Forsterke budskapet
0701	Fange oppmerksomheten	2705	Ytringsfrihet
0702	Aktuell informasjon	2706	Engasjement
0801	Fange oppmerksomheten	2707	Aktivitet lønner seg
0802	Aktivitet lønner seg	2708	Gjøre det enklere
0803	Aktuell informasjon	2709	Aktuell informasjon
0804	Resultater	2710	Engasjement
0901	Aktivitet lønner seg	2711	Aktivitet lønner seg
0902	Aktuell informasjon	2901	Aktivitet lønner seg
1001	Fange oppmerksomheten	2902	Aktivitet lønner seg
1002	Uttrykke meninger	2903	Aktivitet lønner seg
1101	Gjøre det enklere	2904	Uttrykke meninger
1102	Fange oppmerksomheten	2905	Resultat
1201	Uttrykke meninger	2906	Gjøre det enklere
1202	Få svar	3001	Aktuell informasjon
1203	Gjør det enklere	3002	Gjøre det enklere
1301	Gjør det enklere	3003	Engasjement
1302	Gjør det enklere	3004	Gjøre det enklere
1401	Gjør det enklere	3005	Gjøre det enklere
1402	Aktivitet skal lønne seg	3006	Gjøre det enklere
1403	Engasjement	3007	Uttrykke meninger

1404	Aktivitet skal lønne seg	3101	Engasjement
1501	Få svar/resultater	3102	Gjøre det enklere
1502	Gjøre det enklere	3104	Engasjement
1601	Gjøre det enklere	3105	Gjøre det enklere
1602	Uttrykke meninger	3106	Gjøre det enklere
1701	Aktuell informasjon	3107	Aktuell informasjon
1702	Resultater	3108	Engasjement
1801	Gjøre det enklere		

Vi fikk 11 temaer som vi mente oppsummerte innholdet i alle tankerekken. Deretter forsøkte vi å finne ut om noen av temaene vi hadde funnet, hadde fellesnevner. Disse slo vi sammen slik at vi endte opp med 6 temaer som oppsummerte de 89 tankerekken våre.



Figur 1 - Idédugnad av tema

Bildet er tatt under idédugnaden, hvor vi prøvde å finne fellesnevner til de 11 temaene. Tabellen viser resultatet.

Tabell 2 – Fra 11 temaer til 6 temaer med aksial koding

Aktivitet gir resultat	Aktivitet skal lønne seg Få svar Resultater
Engasjement	Engasjement
Fange oppmerksomheten	Fange oppmerksomheten
Forsterke budskapet	Forsterke budskapet
Kommunikasjon	Ytringsfrihet Uttrykke mening
Tilpasse ungdom	Aktuell informasjon Forenkle budskapet Gjøre det enklere

Neste steg er å fordele hver enkelt av de 89 tankerekken til en av de seks temaene.

I tabellene under har vi beskrevet utsagnene til intervjuobjektene med beskrivende ord, slik at det skal bli lettere å se sammenhengen mellom de ulike intervjuobjektene. Vi kan lettere finne frem til der intervjuobjektene våre har brukt forskjellig språk, men utsagnene har samme mening.

4.1 Åpen koding av utsagn, tema for tema

Vi har gjennomgått åpen koding for å fremskaffe temaene, før vi senere fordeler tankerekke til disse. Alle tankerekke ble gjennomgått av begge to samtidig og vi foretok den åpne kodingen sammen. Vi startet med å kode de første tankerekke. Etter å ha kodet noen tankerekke, fant vi behov for å starte på nytt da vi hadde tilegnet oss ny kunnskap og så flere sammenhenger enn da vi startet å kode. Prosessen med åpen koding på tankerekke ble dermed en iterativ prosess.

4.1.1 Åpen koding av utsagn tilhørende "Aktivitet gir resultat"

Tabell 6 - Åpen koding av tankerekke 0104

Kjede: 0104	
Utsagn	Kode
010401 (A) - "Du skal kunne se på om en person har skrevet mye"	status
010402 (A) - "konkurranse hvor du skal skrive en god artikkel om et emne. "	konkurranse
010403 (A) - "Den beste artikkelen kan vinne for eksempel en mp3 spiller"	konkurranse
010404 (K) - "det var derfor ingen begynte å røyke på ungdomsskolen, antirøykekampanjen der du kan vinne en mp3 spiller"	aktivitet lønner seg
010405 (K) - "Hvis du er aktiv så skal du vinne på det."	aktivitet lønner seg
010406 (K) - "Da ville flere skrive interesante artikler"	skape aktivitet
010407 (K) - "Samle de beste artiklene. "	kvalitet
010408 (K) - "personlig utmerkelse en slags status"	aktivitet lønner seg
010409 (V) - "folk bli opptatt av det."	økt engasjement

Tabell 7 - Åpen koding av tankerekke 0303

Kjede: 0303	
Utsagn	Kode
030301 (A) - "viktig med enkelt språk for at ungdom skal forstå"	enkelt språk
030302 (A) - "greit med bilder og sånt"	interaktiv
030303 (K) - "forenkle budskapet"	forenkle budskapet
030304 (K) - "Ungdom gidder ikke bruke lang tid på å lese"	forenkle budskapet
030305 (V) - "få flere lesere"	flere brukere

Tabell 8 - Åpen koding av tankerekke 0601

Kjede: 0601	
Utsagn	Kode
060101 (A) - "oppdatert og aktuelt"	aktuelt
060102 (A) - "oppdatere artikler og synspunkter"	aktuelt
060103 (K) - "ikke gøy å lese gammelt nytt"	aktuelt
060104 (V) - "kan få godt innblikk i hva feks partier mener om ting"	innblikk

Tabell 9 - Åpen koding av tankerekke 0701

Kjede: 0701	
Utsagn	Kode
070101 (A) - "musikk og spill"	interaktiv
070102 (A) - "ha litt interaktivitet"	interaktiv
070103 (K) - "uten aktivitet er det nesten ikke noe vits med sidene"	aktivitet lønner seg
070104 (V) - "det må være aktivitet på sidene for at jeg skal gidde å besøke"	flere brukere

Tabell 10 - Åpen koding av tankerekke 0804

Kjede: 0804	
Utsagn	Kode
080401 (A) - "skape dialog"	dialog
080402 (A) - "få diskusjon"	dialog
080403 (A) - "viktig å få svar fra politikere"	dialog
080404 (K) - "gjerne toveis kommunikasjon"	kommunikasjon
080405 (K) - "at det faktisk har noe å si det du gjør"	aktivitet lønner seg
080406 (K) - "at du har noe igjen for det"	aktivitet lønner seg
080407 (K) - "mulighet forpåvirkning underveis"	aktivitet lønner seg
080408 (V) - "ville blitt mer engasjert"	økt engasjement
080409 (V) - "at du ser resultater"	resultater

Tabell 11 - Åpen koding av tankerekke 1002

Kjede: 1002	
Utsagn	Kode
100201 (A) - "Kan være en slags spørre time med politikerene"	dialog
100202 (A) - "du kan sende inn spørsmål"	dialog
100203 (A) - "Nettmøter med politikerne en gang i uken eller annenhver uke med forskjellige politikere"	dialog
100204 (A) - "hvis du kan blogge og sånn"	avstemning
100205 (K) - "hvis jeg har et spørsmål, så kan jeg få svar"	engasjement
100206 (K) - "politikere må være forpliktet til å se på de bloggene som får flest stemmer"	forpliktelse
100207 (K) - "hvis du har noe å si så er det viktig å få det frem"	engasjement
100208 (K) - "ikke mange ungdom som er politisk aktive"	engasjement
100209 (K) - "slik at du kan få svar på forskjellige politiske ting"	engasjement
100210 (K) - "kan brukerne stemme opp de beste bloggene"	stemme
100211 (K) - "Topp 10 listen (blogger) kan så bli kommentert av politikere"	forpliktelse
100212 (V) - "bli hørt"	resultater

Tabell 12 - Åpen koding av tankerekke 1102

Kjede: 1102	
Utsagn	Kode
110201 (A) - "flere ville brukt det dersom det var mulig å vinne noe"	konkurransen
110202 (K) - "for eksempel en iPod"	aktivitet lønner seg
110203 (V) - "må få noe ut av det"	resultater

Tabell 13 - Åpen koding av tankerekke 1404

Kjede: 1404	
Utsagn	Kode
140401 (A) - "det må være noe nytt der hele tiden."	aktuelt
140402 (A) - "det må være oppdatert informasjon"	aktuelt
140403 (A) - "de som er veldig aktive på siden bør ha mer tilgang enn de andre"	konkurransen
140404 (A) - "holdt den litt oppdatert"	aktuelt
140405 (K) - "Det må være aktivitet på nettsiden for at man skal orke"	aktivitet
140406 (K) - "hvis ikke kan man besøke nettsiden en gang og så er du ferdig med den"	aktivitet
140407 (K) - "da glemmer du den fort"	motivasjon
140408 (K) - "det må være en grunn til at du vil klikke på den siden"	motivasjon
140409 (V) - "hvis ikke kommer jeg ikke til å gå inn på siden"	flere brukere

Tabell 14 - Åpen koding av tankerekke 1701

Kjede: 1701	
Utsagn	Kode
170101 (A) - "politikerne kan legge ut ting"	dialog
170102 (A) - "at det er aktuelle saker"	aktuelt
170103 (A) - "skrive blogger"	interaktiv
170104 (K) - "hvis ikke det er noe spennende på siden "	motivasjon
170105 (K) - "at det ikke bar står det samme på siden hele tiden"	aktuelt
170106 (K) - "ungdom må involvere seg"	engasjement
170107 (V) - "Hvis det er mye aktivitet på siden blir det mye mer interessant"	flere brukere

Tabell 15 - Åpen koding av tankerekke 1702

Kjede: 1702	
Utsagn	Kode
170201 (A) - "kan markesdføre via skolen, aviser, blader"	markedsføre
170202 (K) - "markedsføring gjør at det blir interessant"	motivasjon
170203 (K) - "Med markedsføring hadde ført til at det ble aktivitet på sidene"	motivasjon
170204 (K) - "viktig at man ser resultater"	aktivitet lønner seg
170205 (K) - "at man får noe igjen for det og har mulighet til å påvirke"	aktivitet lønner seg
170206 (V) - "ungdom kunne blitt mer engasjert"	økt engasjement

Tabell 16 - Åpen koding av tankerekke 2202

Kjede: 2202	
Utsagn	Kode
220201 (A) - "avstemninger"	konkurranse
220202 (A) - "politikere leser det og vet om det"	dialog
220203 (A) - "politikerne deltar"	dialog
220204 (A) - "de kan legge ut saker som folk kan debattere"	dialog
220205 (A) - "saker og ting fra lokalmiljøet"	dialog
220206 (K) - "føler ikke at det er så mange som gidder gå inn der kanskje, hvis ikke"	motivasjon
220207 (K) - "de som står bak det"	aktivitet
220208 (K) - "[j] delta i debatten"	engasjement
220209 (K) - "flere hadde besøkt "	aktivitet
220210 (V) - "det er viktig at det hjelper, har nytteverdi"	resultater
220211 (V) - "muligheten for å påvirke"	resultater

Tabell 17 - Åpen koding av tankerekke 2709

Kjede: 2709	
Utsagn	Kode
270901 (A) - "det kunne vært en ide det, at det var fast på bystyremøter og/eller rådmannsstaben at de tok opp det som rørte seg på denne siden "	dialog
270902 (A) - "man kunne tatt de saken med mye aktivitet og mye diskusjon "	aktuelt
270903 (K) - "bare veldig kort informere om at disse sakene diskuteres veldig mye nå, og litt om hva diskusjonen gikk på"	forpliktelse
270904 (K) - "det er ikke snakk om at det skal bli sånn som noen vil her, men det er jo det at det blir informert om mitt syn da "	forpliktelse
270905 (K) - "og så får det ta sin beslutning"	forpliktelse
270906 (K) - "det er jo egenlig alt dette stedet kan gjør, at jeg skal kunne si min mening "	aktivitet lønner seg
270907 (K) - "når jeg vet at denne meningen kommer frem"	aktivitet lønner seg
270908 (V) - "da har jeg påvirket"	resultater
270909 (V) - "da har jeg oppnådd mitt"	resultater

Tabell 18 - Åpen koding av tankerekke 2903

Kjede: 2903	
Utsagn	Kode
290301 (A) - "Det må være noen vits i"	gi mening
290302 (A) - "e-demokrati har mye til felles med vanlig demokrati arbeid"	fellesnevner
290303 (A) - "Det må være veldig gøy, hvis en (bare) skal gjøre det for gøy"	gøy
290304 (A) - "Få som gjør det for å være greie mot kommunen"	motivasjon
290305 (K) - "Skal folk gidde å engasjere seg må de tro at det har noe nytte"	aktivitet lønner seg
290306 (K) - "De må tro det har en effekt"	aktivitet lønner seg
290307 (K) - "de som sender noe inn, må ha tro på at det er noen i den andre neden som leser det og kan bli påvirket"	aktivitet lønner seg
290308 (K) - "Den tiden de bruker på det må ha noe for seg"	aktivitet lønner seg
290309 (K) - "De må få respons"	forpliktelse
290310 (K) - "De som sitter med beslutningene må vise at de har lest det"	forpliktelse
290311 (K) - "Hvis det er snakk om diskusjonsforum, at politikere deltar i diskusjonen"	forpliktelse
290312 (K) - "Hvis det er i forbindelse med en konkret saksutredning, at man i saksfremstillingen etterpå viser at man har tatt hensyn til de innspill man har fått"	forpliktelse
290313 (V) - "Blir lest og tatt på alvor"	resultater

4.1.2 Åpen koding av utsagn tilhørende "Engasjement"

Tabell 19 - Åpen koding av tankerekke 0401

Kjede: 0401	
Utsagn	Kode
040101 (A) - "snakk med andre med de samme interessene som deg"	Interesser
040102 (A) - "diskusjon"	kommunikasjonsform
040103 (A) - "komme med nye innspill"	kommunikasjonsform
040104 (K) - "for da kan du involvere deg i det som skjer på siden"	Skape engasjement
040105 (K) - "høre nye løsninger og nye ideer"	Nye ideer
040106 (V) - "få ny kunnskap"	Personlig utvikling

Tabell 20 - Åpen koding av tankerekke 0801

Kjede: 0801	
Utsagn	Kode
080101 (A) - "politiske saker i nærmiljøet"	Interesser - lokale saker
080102 (A) - "hva politikere mener om saker som har med oss"	politisk deltakelse
080103 (A) - "saker jeg bryr meg om"	Interesser - lokale saker
080104 (A) - "politikere må informere hva som skjer"	politisk deltakelse
080105 (K) - "hvis det er noe du brenner for er det alltid gøy se at det kommer opp"	Motivasjon
080106 (K) - "Hvis noen er i mot det forsøker du å finne motargumenter"	Skape engasjement
080107 (K) - "uten aktivitet er det ikke noe gøy"	Motivasjon
080108 (K) - "så kan vi ta tak i det og forsøke å påvirke"	Skape engasjement
080109 (K) - "gøy å følge med i hva som skjer"	Aktivitet
080110 (V) - "så trekker det flere folk"	Flere brukere

Tabell 21 - Åpen koding av tankerekke 0803

Kjede: 0803	
Utsagn	Kode
080301 (A) - "viktig med oppdateringer"	aktuelt
080302 (A) - "politikkerne legger ut saker"	politisk deltakelse
080303 (A) - "oppdatering om saksbehandling underveis"	aktuelt
080304 (A) - "viktig at sakene kommer opp tidlig, slik at vi har mulighet til å påvirke"	
080305 (K) - "er ikke noe gøy hvis det ikke skjer noe"	Aktivitet
080306 (V) - "slik at vi har mulighet til å påvirke"	Påvirke

Tabell 22 - Åpen koding av tankerekke 1403

Kjede: 1403	
Utsagn	Kode
140301 (A) - "jeg kan sende inn forslag"	kommunikasjonsform
140302 (A) - "muligheten til å ha et forum"	kommunikasjonsform
140303 (A) - "se film, høre på musikk"	kommunikasjonsform
140304 (A) - "slik som freakforum"	kommunikasjonsform
140305 (A) - "chat med andre"	kommunikasjonsform
140306 (A) - "spille et spill"	kommunikasjonsform
140307 (K) - "jeg vil kunne gjøre noe på siden"	Aktivitet
140308 (K) - "masse forskjellige ting å velge mellom"	Aktivitet
140309 (K) - "litt for alle"	Inkluderende
140310 (K) - "andre brukere på siden"	Inkluderende
140311 (V) - "så får du masse forskjellige brukere også"	Flere brukere

Tabell 23 - Åpen koding av tankerekke 1701

Kjede: 1701	
Utsagn	Kode
170101 (A) - "politikkerne kan legge ut ting"	politisk deltakelse
170102 (A) - "at det er aktuelle saker"	aktuelt
170103 (A) - "skrive blogger"	kommunikasjonsform
170104 (K) - "hvis ikke det er noe spennende på siden "	Aktivitet
170105 (K) - "at det ikke bar står det samme på siden hele tiden"	Aktivitet
170106 (K) - "ungdom må involvere seg"	Innvolvert
170107 (V) - "Hvis det er mye aktivitet på siden blir det mye mer interessant"	Økt motivasjon

Tabell 24 - Åpen koding av tankerekke 1802

Kjede: 1802	
Utsagn	Kode
180201 (A) - "noe "alla" blink"	kommunikasjonsform
180202 (A) - "lage din egen profil"	kommunikasjonsform
180203 (A) - "når jeg logger meg inn får jeg opp mine forumtråder"	kommunikasjonsform
180204 (A) - "hva jeg har besvart"	kommunikasjonsform
180205 (K) - "være sosial, og ikke bare tenke på demokrati"	Mer enn bare demokrati
180206 (K) - "hvis de ikke bare hadde hatt fokus på det hadde det kanskje blitt mer interesse "	Mer enn bare demokrati
180207 (V) - "da blir det kanskje mer brukt"	Flere brukere

Tabell 25 - Åpen koding av tankerekke 2701

Kjede: 2701	
Utsagn	Kode
270101 (A) - "litt gunstig hjelp i begynnelsen for å få den aktiviteten"	aktivitet
270102 (A) - "moderatorer"	seriøsitet
270103 (A) - "det må jo også systematiseres "	oversiktelig
270104 (A) - "hvilke kategorier skal man ha"	oversiktelig
270105 (A) - "men at man også kan komme med hvilken som helst sak og det skal være plass til den"	ytringsfrihet
270106 (A) - "andre sånne steder har hatt ildsjeler som faktisk synes det er (...)"	aktivitet
270107 (A) - "ikke betalte folk, bare ildsjeler som anser at dette er viktig ting å ha sånne sider, så denne jobben tar jeg (ildsjeler)"	aktivitet
270108 (A) - "ikke politiker og ikke kommunens administrasjon"	aktivitet
270109 (A) - "hvis det skulle være et slikt sted for regionen her "	Interesser - lokale saker
270110 (A) - "en kategori som man hvertfall måtte hatt var geografi"	Interesser - lokale saker
270111 (A) - "forskjellig tema innen politikken"	Interesser - lokale saker
270112 (A) - "de to veien inn med livstid, tema (...) og i tillegg hatt geografi"	Interesser - lokale saker
270113 (A) - "jeg vil se det som er sagt om (...) i Grim og område der"	Interesser - lokale saker
270114 (A) - "det som en ungdom har skrevet inn (...)"	ungdom
270115 (K) - "men helt klart, det må styres og ikke bli usaklig"	Moderering
270116 (K) - "det skal ikke være sensur, men det skal ikke være usaklig"	Moderering
270117 (K) - "helt anarkistisk kan det ikke være "	Moderering
270118 (K) - "enkelt å finne fram i"	Oversiktelig
270119 (K) - "det med kategorisering er også vanskelig"	Oversiktelig
270120 (K) - "hvis det er mye stoff her når jeg kommer hvis det er vanskelig for meg å finne det jeg skal ha og at det er altfor mye "	Oversiktelig
270121 (K) - "det er avisens styrke da, at det er gjort en silling "	Oversiktelig
270122 (K) - "og at det er sterkt styrt"	Moderering
270123 (K) - "men så er det en del som forsvinner"	Moderering
270124 (K) - "her kan man få inn alt, man det er klart at det kan bli ustrukturert og veldig variabel kvalitet"	Moderering
270125 (K) - "der må moderatorer inn"	Moderering
270126 (K) - "en slags superbruker"	Moderering
270127 (K) - "ikke noe tilknytning til noe politisk parti"	Moderering
270128 (K) - "det får de gjøre på sine egne sider"	Moderering
270129 (K) - "stort sett er folk opptatt av sitt, sin vei, sin skole, sin barnehage"	Skape engasjement
270130 (V) - "det er nok fordel og med det, at det blir enklere"	oversiktelig

Tabell 26 - Åpen koding av tankerekke 2703

Kjede: 2703	
Utsagn	Kode
270301 (A) - "er man interessert i politikk eller ikke"	Interesse
270302 (A) - "Jeg kan ikke se noe annen grunn å gå inn, jeg kan godt gå inn der for å diskutere noe eller for å se hva som skjedde for å bli litt informert"	Diskusjon
270303 (A) - "hvis de skulle gjør noe med veien (...) som gikk rett forbi eller legge ned skolen"	Interesser - lokale saker
270304 (A) - "jeg kunne gått inn her"	Interesser - lokale saker
270305 (A) - "jeg ville gjort alt som jeg trodde kunne hjelpe meg i min sak"	Interesser - lokale saker
270306 (A) - "hvis det ikke skjer noe spesielt hva er da min motivasjon for å gå inn"	aktivitet
270307 (A) - "hvis det er noe som er viktig for meg vil jeg gjøre det"	aktivitet
270308 (K) - "er man ikke, vil et nettsted gjøre meg interessert?"	Motivasjon
270309 (K) - "er man interessert i å påvirke så er dette et ypperlig medium"	Skape engasjement
270310 (K) - "personlig gevinst henger sammen med påvirkning"	Motivasjon
270311 (K) - "hvis jeg kan diskutere eller få informasjon, få frem mine synspunkter på et et vis"	Motivasjon
270312 (K) - "men antageligvis hadde jeg ikke gjort det"	Motivasjon
270313 (K) - "hvis jeg hadde noe som var viktig for meg"	Motivasjon
270314 (K) - "jeg har aldri skrevet i fevnenen, da kunne jeg skrevet i fevnenen"	Skape engasjement
270315 (K) - "jeg skriver ikke mye i avisen"	Skape engasjement
270316 (K) - "det er fordi at jeg er litt sløv"	Skape engasjement
270317 (K) - "jeg vil jeg vel velge den kanalen som jeg tror jeg vil nå flest på eller vil påvirke mest "	Slagkraft
270318 (V) - "det ville vært min hoved drivkraft"	Personlig utvikling
270319 (V) - "for et sånn e-demokratisted, min motivasjon, vitsen med å gå inn der. "	Personlig utvikling

Tabell 27 - Åpen koding av tankerekke 2706

Kjede: 2706	
Utsagn	Kode
270601 (A) - "demokratitorget ble jo etablert i forbindelse med et valg"	Aktivitet
270602 (A) - "den massive markedsføring må skje samtidig som at det må være noen som legger inn "	Aktivitet
270603 (A) - "når de går inn der så skjer det noe "	Aktivitet
270604 (A) - "det er noen interessante diskusjoner "	Interesse
270605 (A) - "på flere nivå"	Interesse
270606 (K) - "da er det jo litt temperatur allerede"	Skape engasjement
270607 (K) - "men så etter valget så er det helt dødt"	Skape engasjement
270608 (K) - "slik at det er noe som trigger ungdom, småbarnsforeldre "	Motivasjon
270609 (V) - "da er det et visst engasjement"	skape engasjement
270610 (V) - "da er folk engasjert "	skape engasjement

Tabell 28 - Åpen koding av tankerekke 2710

Kjede: 2710	
Utsagn	Kode
271001 (A) - "det at ungdom sier at det skal være kult og sånn"	Design
271002 (A) - "hvis du spør: Er det viktig med aktivitet? er design viktig?"	Design
271003 (A) - "da kan de godt si at selvsagt er det det"	Design
271004 (A) - "det er mer en forutsetning"	Design
271005 (K) - "nesten en forutsetning"	Design
271006 (K) - "men dette er den største forutsetningen (påvirkning)"	Deltakelse
271007 (K) - "for meg er det viktig (påvirkning), men det kommer helt an på hva er det påvirkning om, og hvem skal jeg påvirke"	Motivasjon
271008 (K) - "så hvis det ikke er noen spesielle saker"	Motivasjon
271009 (K) - "jeg er ikke så veldig interessert i å påvirke utbyggingen av Vågsbygdveien"	Motivasjon
271010 (K) - "fordi jeg bor ikke på Vågsbygd"	Motivasjon
271011 (K) - "men skøytebanen på Grim, den er jeg interessert i."	Motivasjon
271012 (V) - "påvirke lokale saker"	Påvirke

Tabell 29 - Åpen koding av tankerekke 2904

Kjede: 2904	
Utsagn	Kode
290401 (A) - "må lage en organisert arena for å sikre at politikere deltar"	Politisk deltakelse
290402 (A) - "Faste tider der det alltid er politikere som kan svare"	Politisk deltakelse
290403 (A) - "Komplisert med partipolitikk, politikerene opptatt av å profilere partiet"	Interesse
290404 (A) - "Ikke mange politikere som kan svare for kommunen"	Interesse
290405 (A) - "Lagd forum der en tok opp saker,"	kommunikasjonsform
290406 (A) - "Hatt inne noen faste tema"	Politisk deltakelse
290407 (K) - "de er jo ikke enige med hverandre"	Dialog
290408 (K) - "så kunne partiene kommet med innspill med sine syn"	Dialog
290409 (K) - "Særlig opp mot valgkaper"	Motivasjon
290410 (K) - "Tema som flere brukere mente noe om"	Skape engasjement
290411 (K) - "så kunne de forskjellige partiene kommentere det"	Dialog
290412 (K) - "Ta inn innspill fra forum inn i høringsprosessen i saker"	Slagkraft
290413 (K) - "Vekte de mot de andre innspill"	Slagkraft
290414 (V) - "Blir hørt og tatt på alvor"	Påvirke

Tabell 30 - Åpen koding av tankerekke 2905

Kjede: 2905	
Utsagn	Kode
290501 (A) - "Viktig med tilbakemelding"	Politisk deltakelse
290502 (A) - "påvirke politiske beslutninger"	Politisk deltakelse
290503 (A) - "brukerne ser politikken i det"	Lære prosessen
290504 (A) - "lære hvordan politiske prosesser fungerer"	Lære prosessen
290505 (A) - "Komme med innspill før vedtak, istedet for å klage i etterkant"	Politisk deltakelse - Engasjere tidlig
290506 (K) - "Viktig at brukeren får respons"	Respons
290507 (K) - "Kan være med å påvirke selv om man ikke ser det direkte"	Respons
290508 (K) - "De må tro at det nytter å engasjere seg"	Motivasjon
290509 (K) - "og at de fortsetter å engasjere seg"	Skape engasjement
290510 (K) - "fortsetter å bruke systemet"	Kontinuet
290511 (K) - "kanskje blir interressert å øke engasjementet sitt"	Skape engasjement
290512 (K) - "demokratibygging rett og slett"	Demokratibygging
290513 (K) - "få tro på systemet"	Demokratibygging
290514 (K) - "politikere kan bli synligere"	Respons
290515 (K) - "Få tilgang til hva innbyggerne mener"	Dialog
290516 (K) - "Hendelser kan øke beslutningsgrunnlaget for politikere"	Respons
290517 (V) - "viktig å se at man blir hørt"	Påvirke
290518 (V) - "brukerinnvolving kan bedre den politiske prosess"	bedre prosess

Tabell 31 - Åpen koding av tankerekke 3101

Kjede: 3101	
Utsagn	Kode
310101 (A) - "nå tenker jeg på et nettsted slik som et e-demokratitiltak"	e-demokratinettsted
310102 (A) - "og når det skjer noe på en nettside"	e-demokratinettsted
310103 (A) - "jeg tror det er poeng å være åpne i hvordan man har tenkt å følge det opp"	åpen prosess
310104 (A) - "gå tydelig frem"	åpen prosess
310105 (A) - "hva som deltakelse på nett kan føre til"	åpen prosess
310106 (A) - "jeg tror jo helt opplagt at politikere bør følge opp henvendelser direkte"	Politisk deltakelse
310107 (A) - "ved å forberede sak til kommunestyre eller fylkesting"	Politisk deltakelse
310108 (A) - "eventuelt hjelpe ungdom med å fremme egne saker"	Politisk deltakelse
310109 (A) - "ta opp egne saker i kommunen"	Politisk deltakelse
310110 (A) - "det bør være mulig å avgi en form for stemme"	Kommunikasjonsform - Avstemning
310111 (A) - "at man kan mene noe om kommuneplaner eller andre type saker"	Kommunikasjonsform - Avstemning
310112 (K) - "jeg tror det er en forutsetning for å lykkes (aktivitet)"	Aktivitet
310113 (K) - " så skaper man interesse"	Skape engasjement
310114 (K) - "og så er det egentlig et bevis på at det er en interesse og et engasjement for deltakelse på en sånn side"	Skape engasjement
310115 (K) - "de må forplikte seg til å lytte og følge sakene videre "	involverende
310116 (K) - "jeg er mer skeptisk til folkeavstemning på nett "	Folkeavstemning
310117 (K) - "det er en krevende prosess, men det hadde vært moro om noen ville gjøre et forsøk"	Folkeavstemning
310118 (K) - "det er viktig at noen er villig til å gjøre forsøk med det og utvikle de løsningene"	Utvikle løsninger
310119 (V) - "det er sikkert mange som vil foretrekke den måten å delta på"	Flere brukere
kommunestyremøte eller lage sakpapirer på den tradisjonelle måten "	Flere brukere

Tabell 32 - Åpen koding av tankerekke 3104

Kjede: 3104	
Utsagn	Kode
310401 (A) - "jeg synes demokrati er mer enn å si sin mening på et nettsted eller få lov å si noe i en høringsprosess eller stemme"	Omfattende
310402 (A) - "demokrati er deltakelse, men det er jo andre arenaer for demokrati og å utøve borgerrettighetene"	Omfattende
310403 (A) - "det er jo deltakelse i kommunestyre og folkesting og storting"	Omfattende
310404 (A) - "demokrati er mer enn et nettsted"	Omfattende
310405 (K) - "og det er andre grupper enn ungdom som også antagelig trenger ekstra tiltak for å delta "	Målgruppe
310406 (K) - "minoriteter"	Målgruppe
310407 (V) - "for å ha lyst å delta"	Flere brukere

Tabell 33 - Åpen koding av tankerekke 3108

Kjede: 3108	
Utsagn	Kode
310801 (A) - "å få ungdom til å engasjere seg tidlig og når de er førstegangsvølgere"	Omfattende
310802 (A) - "det er viktig å få ungdom i gang med politiskinteresse og det å stemme ved valg"	Omfattende
310803 (K) - "det jeg har lest så er det sånn at ungdom som ikke stemmer første gang de har stemmerett eller andre gangen, første eller andre valget de har stemmerett,"	Aktivitet
310804 (K) - "så er sannsynligheten veldig stor for at de aldri stemmer"	Aktivitet
310805 (K) - "at de bli permanente hjemmesittende"	Aktivitet
310806 (K) - "og det er jo en utrolig utfordringer i et sånn demokratiperspektiv"	Utfordring
310807 (K) - "og selvfølgelig å bli valgt inn i politiske fora"	Utfordring
310808 (K) - "det er jo en veldig utfordring og utrolig viktig"	Utfordring
310809 (K) - "dette blir jo morgendagens folkevalgte og deltakere i politikken i Norge"	Fremtid
310810 (K) - "jeg er ikke sikker på om et nettsted erstatter deltakelse på andre politiske arenaer "	Skape engasjement
310811 (K) - "og veldig mange som ville veldig raskt kunne få informasjon "	Skape engasjement
310812 (K) - "melde inn saker av interesse"	Skape engasjement
310813 (V) - "jeg tror det hadde komrt som et supplement til andre ting"	Supplement
310814 (V) - "men det hadde blitt et bra supplement"	Supplement
310815 (V) - "jeg tror kanskje det kommer som et supplement"	Supplement

4.1.3 Åpen koding av utsagn tilhørende "Fange oppmerksomheten"

Tabell 34 - Åpen koding av tankerekke 0301

Kjede: 0301	
Utsagn	Kode
030101 (A) - "viktig med bra design"	Design
030102 (A) - "enkelt design"	Design
030103 (A) - "design som treffer ungdom"	Design
030104 (K) - "Førsteintrykk er viktig"	Godt første inntrykk
030105 (K) - "fange oppmerksomheten"	Godt første inntrykk
030106 (V) - "få flere lesere"	Flere brukere

Tabell 35 - Åpen koding av tankerekke 0504

Kjede: 0504	
Utsagn	Kode
050401 (A) - "kategorisert litt enkelt"	Kategorisering
050402 (A) - "jeg synes det skal være greie kategori"	Kategorisering
050403 (K) - "så står det kanskje kategorier, blogg og dill og dall"	Oversiktelig
050404 (K) - "slik at du skjønner hva du går inn på."	Forståelse
050405 (V) - "oversiktelig"	Oversiktelig
050406 (V) - "da blir det greiere og gøyere"	Motivasjon

Tabell 36 - Åpen koding av tankerekke 0505

Kjede: 0505	
Utsagn	Kode
050501 (A) - "enkelt framfor fancy"	Enkelt
050502 (A) - "det må selvfølgelig være litt kult"	Design
050503 (A) - "Litt frekke farger og sånn"	Design
050504 (K) - "du ser det godt, ikke er sånn at det er tusen bevegelige ting (...)"	Oversiktelig
050505 (K) - "sånn synes jeg ikke at det skal være"	Oversiktelig
050506 (V) - "Siden er tiltrekkenes"	Tiltrekkenes

Tabell 37 - Åpen koding av tankerekke 0602

Kjede: 0602	
Utsagn	Kode
060201 (A) - "bare det er bra organisert"	Kategorisering
060202 (A) - "viktig med god navigasjon"	Design
060203 (K) - "trenger ikke være så heftig"	Enkelt
060204 (V) - "blir lettere å finne den informasjonen man vil ha"	Lettere tilgang på informasjon

Tabell 38 - Åpen koding av tankerekke 0901

Kjede: 0901	
Utsagn	Kode
090101 (?) - "hvis jeg skulle intressert meg så måtte jeg kunne være med i en trekning om en premie"	Markedsføring - konkurranse
090102 (?) - "for at folk skal gidde"	Markedsføring - konkurranse
090103 (?) - "noen folk synes det er intressant, men de vil ha en ekstra ting"	Markedsføring - konkurranse

Tabell 39 - Åpen koding av tankerekke 1001

Kjede: 1001	
Utsagn	Kode
100101 (A) - "Folk må vite at siden finnes og hva den tilbyr"	Markedsføring
100102 (A) - "Design er viktig"	Design
100103 (K) - "Smarteste markedsføring på internett"	Markedsføring
100104 (K) - "Kjøpt reklameplass på populære nettsteder"	Markedsføring
100105 (K) - "hvis du er litt aktiv så kan du bli trekt ut premie"	Aktivitet lønner seg
100106 (K) - "maredsføre det på skolene"	Markedsføring
100107 (K) - "kanskje politikerne kunne være med på å markedsføre det på skolene"	Markedsføring
100108 (K) - "kan ikke sitte på en gammel kommuneside som er grå og trist"	design
100109 (K) - "ikke så mange som ser på tv lengre"	tv
100110 (V) - "få direkte svar av politikere og andre deltagere"	Respons/påvirkning

Tabell 40 - Åpen koding av tankerekke 1101

Kjede: 1101	
Utsagn	Kode
110101 (A) - "lett og greit"	Enkelt
110102 (A) - "oversiktlig"	Design
110103 (A) - "enkelhet er viktig"	Enkelt
110104 (K) - "ikke avansert og vanskelig å finne frem"	Oversiktelig
110105 (K) - "slipper å leite etter informasjonen man skal finne"	Oversiktelig
110106 (K) - "flere vil bruke det hvis det er enkelt"	Enkelt
110107 (V) - "hvis det var lett å bruke ville jeg bruke det oftere"	Flere brukere

Tabell 41 - Åpen koding av tankerekke 1203

Kjede: 1203	
Utsagn	Kode
120301 (A) - "lett å finne frem på siden"	Enkelt
120302 (A) - "kan gjerne ha kategorier"	Kategorisering
120303 (A) - "det må være enkelt og greit"	Enektl
120304 (K) - "handler litt om design også"	Design
120305 (V) - "det vil føre til at folk vil bruke det"	Flere brukere

Tabell 42 - Åpen koding av tankerekke 1801

Kjede: 1801	
Utsagn	Kode
180101 (A) - "det må være lett å finne frem"	Enkelt
180102 (K) - "slik som blink"	blink
180103 (K) - "folk vil bruke det hvis det er lett å finne frem"	Oversiktelig
180104 (V) - "jeg tror jeg ville brukt det"	Flere brukere

Tabell 43 - Åpen koding av tankerekke 1901

Kjede: 1901	
Utsagn	Kode
190101 (A) - "folk kommer rundt og forteller oss"	markedsføring
190102 (A) - "flyers, stand, det er mange måter"	markedsføring
190103 (A) - "radio fungerer jo bra"	markedsføring
190104 (A) - "annonser på internett"	markedsføring
190105 (K) - "så hadde jeg kanskje ikke gått inn på siden"	ikke gått inn
190106 (K) - "jungeltelegrafene, det spres seg litt, slik som blink "	jungeltelegrafene
190107 (K) - "da vet jeg godt hva det er fordi det er der"	informert/oppmerksom
190108 (K) - "demokrati er interessant, så det er spennende å se hva e-demokrati er"	interessant
190109 (V) - "da hadde jeg kanskje ikke vist om det"	Flere brukere

Kjede: 2001

Utsagn	Kode
200101 (A) - "Lett å lese"	Enkelt
200102 (A) - "må være lett å finne frem"	Enkelt
200103 (K) - "må være sånn at det er lett benytte"	Oversiktelig
200104 (K) - "finne den informasjonen man søker etter lett"	Oversiktelig
200105 (V) - "tror jeg ville brukt det mer dersom det var brukervennlig"	Flere brukere

Kjede: 2002

Utsagn	Kode
200201 (?) - "Integrert e-demokrati i undervisningen"	Markedsføring, skoler
200202 (A) - "viktig at ungdom vet om et slikt tilbud"	Markedsføring, skoler
200203 (K) - "kunne reklamert på skolene, hengt opp plakater og sånn"	skole

Tabell 44 - Åpen koding av tankerekke 2101

Kjede: 2101	
Utsagn	Kode
210101 (A) - "Viktig at det når frem til ungdom"	Markedsføring
210102 (A) - "får god nok informasjon om tingene"	Markedsføring
210103 (A) - "Internett og Tv er viktig kanaler å markedsføre i"	Markedsføring
210104 (A) - "må vite hva det kan brukes til"	Markedsføring
210105 (K) - "markedsføringen treffer ungdom"	Treffer målgruppen
210106 (K) - "med god markedsføring blir det mer aktivitet blandt ungdom"	aktivitet
210107 (K) - "kontakt med politikere og får tilbakemeldinger fra de"	dialog/tilbakemelding
210108 (V) - "blir man mer engasjert"	Mer engasjert

Tabell 45 - Åpen koding av tankerekke 2102

Kjede: 2102	
Utsagn	Kode
210201 (A) - "må ikke være kjedelig"	Design
210202 (A) - "ikka innholde for mye informasjon, bruke mer bilder"	Design
210203 (A) - "bruke farger, ikke bare svart/hvit brosjyrer"	Design
210204 (K) - "Viktig med bra design"	design
210205 (V) - " fange interessen til ungdom"	Flere brukere

Tabell 46 - Åpen koding av tankerekke 2201

Kjede: 2201	
Utsagn	Kode
220101 (A) - "det er viktig at man får vite om det"	Markedsføring
220102 (A) - "på skoler, plakater"	Markedsføring
220103 (A) - "spres gjennom venner, jungeltelegrafene"	Markedsføring
220104 (A) - "det kan komme noen å fortelle om siden"	Markedsføring
220105 (K) - "hvis ikke er det ikke noe poeng i å ha det"	grunn
220106 (K) - "[]man må vite at det finnes"	oppmerksom
220107 (K) - "da måtte det vært sikkert bra"	bra
220108 (K) - "flere hadde fått vite om det"	informert/oppmerksom
220109 (V) - "fått folk engasjert"	Mer Engasjert

Tabell 47 - Åpen koding av tankerekke 2301

Kjede: 2301	
Utsagn	Kode
230101 (A) - "gjennom aviser, Tv, SMS eller radio"	Markedsføring
230102 (A) - "Markedsføre det der det er ungdom"	Markedsføring
230103 (K) - "Må ha gode reklamer for å fatte interesse"	interesse
230104 (V) - "Med markedsføring er det flere som går inn og sjekker hva det er"	Flere brukere
230105 (V) - "spesielt ungdom"	ungdom

Tabell 48 - Åpen koding av tankerekke 2302

Kjede: 2302	
Utsagn	Kode
230201 (A) - "ha litt variasjon"	Variert innhold
230202 (A) - "filmsnutter og spørreundersøkelser og leserinnlegg"	Design/innhold
230203 (A) - "Lærer mer av å være på slike sider"	Markedsføring
230204 (A) - "må virke litt proft"	Design
230205 (K) - "hvis du går inn på en kjedlig side, går du raskt videre"	kjedelig
230206 (K) - "blir mer interessant"	interessant
230207 (K) - "Flere ungdom som er inne på internett, enn som leser om politikk eller ser det på TV"	viktig kanal
230208 (K) - "Flere ville valgt å bruke internett for å finne informasjon om politikk"	viktig kanal
230209 (K) - "de som ikke er politisk interesert vill sett mer på det"	nå målgruppe
230210 (K) - "gjør det mer interessant"	interessant
230211 (V) - "ville vært positivt med økt politisk interesse"	Mer engasjert

Tabell 49 - Åpen koding av tankerekke 2401

Kjede: 2401	
Utsagn	Kode
240101 (A) - "Internett og Tv fungerer bra som plass for å reklamere for ungdom"	Markedsføring
240102 (A) - "reklamere på blink "	Markedsføring
240103 (K) - "hvis det ikke er noen som bruker siden, da vil ikke flere bruke den"	aktivitet
240104 (K) - "folk må bruke siden for at det skal bli bra."	aktivitet
240105 (K) - "ungdom bruker mye internett"	kanal
240106 (K) - "få mest mulig folk til å bruke det, slik at det blir aktivitet"	aktivitet
240107 (K) - "hvis en ser at siden ikke blir brukt, vil man ikke bry seg selv"	aktivitet
240108 (K) - "hvis det er stor aktivitet"	aktivitet
240109 (V) - "blir det lettere å ta del i det selv"	Flere brukere

4.1.4 Åpen koding av utsagn tilhørende "Forsterke budskapet"

Tabell 50 - Åpen koding av tankerekke 0101

Kjede: 0101	
Utsagn	Kode
010101 (A) - "Kan lage profil"	profil
010102 (A) - "Du kan skrive om interessene dine (blogg)"	blogg
010103 (A) - "legge inn bilder av deg selv"	personlig bilde
010104 (K) - "hvis du får en profil med bilde så blir alt forsterket"	profil
010105 (K) - "du ser om de engasjerer seg i andre ting enn interessene"	engasjement, interesse
010106 (V) - "du kan få flere parter på din side"	påvirke, overtale

Tabell 51 - Åpen koding av tankerekke 1402

Kjede: 1402	
Utsagn	Kode
0140201 (A) - "vote, kanskje hatt noe sånn på siden"	avstemning
0140202 (A) - "større debatter i disse forumene med seriøse ting"	debatt/forum
0140203 (A) - "en vote i marginen hvor du kan stemme på en ting"	avstemning lett tilgjengelig
0140204 (A) - "skal ikke kunne lure systemet (U87)"	troverdig
0140205 (A) - "alt på et sted hvor du lager en profil"	profil
0140206 (A) - "hvis du logger deg inn med ditt navn og dine interesser, hvor du står politisk (profil)"	profil-->felles interesser
0140207 (A) - "kunne du gått inn på dagens avstemmelse"	avstemning
0140208 (A) - "hvor du stemmer litt"	stemme
0140209 (A) - "kunne hatt med en del dokumentarklipp"	dokumentarklipp
0140210 (K) - "det er ikke gøy å bare sitte og lese"	dokumentarklipp-->skape interesse
0140211 (K) - "må ha muligheten til å være med å bestemme litt"	påvirkning
0140212 (K) - "mange ungdommer synes det ikke er så gøy med politikk fordi at de ikke kan være med å bestemme, de kan kun se på"	påvirkning-->medbestemmelse
0140213 (K) - "hvis de får være med å bestemme på sånn små greier så synes de sikkert det er kjempe gøy"	Medbestemmelse
0140214 (K) - "det må ikke bli sånn at du kan trykke her og stemme 10"	troverdighet
0140215 (K) - "må være litt seriøst da"	troverdighet
0140216 (K) - "da kan du sitte en hel kveld og få det akkurat slik du vil"	svekke troverdighet
0140217 (K) - "du er ikke anonym når du kommer inn der"	troverdighet-->forsterke troverdighet
0140218 (K) - "og kan se hvordan det går"	følge med
0140219 (K) - "hvis det er noe som veldig mange bryr seg om kan du ta"	interesse, engasjement
0140220 (K) - "hvor du kunne hatt en stor debatt som mange kunne sett"	fange oppmerksomhet
0140221 (K) - "hvor du måtte vært ganske engasjert på siden for at du selv kunne være med å skrive"	engasjement lønner seg
0140222 (K) - "for hvis alle kunne skrive på forumene hvor det skal være viktig sak så vil det bare være tull"	troverdighet
0140223 (K) - "debattprogrammer"	debattprogrammer
0140224 (K) - "blir mer aktivitet og mer folk"	gir mer -->aktivitet og personer
0140225 (V) - "komme noe vei med det du skriver, det hadde vært gøy"	aktivitet-->gir resultater
0140226 (V) - "da er jeg med å bestemmer"	Medbestemmelse
0140227 (V) - "samtidig får du med deg masse flere interesserte"	skape engasjement
0140228 (V) - "at jeg kanskje kommer gjennom"	påvirke

Tabell 52 - Åpen koding av tankerekke 2704

Kjede: 2704	
Utsagn	Kode
0270401 (A) - "hvis det var sånn at jeg visste at alle politikerene og de som jobber i kommunen med saken min"	politikere leser
0270402 (A) - "hvis de leste dette demokratistedet "	følger med på siden
0270403 (A) - "det å få dem (politikere) med i utgangspunktet, jeg tror at det er det som er vanskelig"	vanskelig å få med, utfordringer
0270404 (A) - "å få noen med til å begynne med"	begynne i det små
0270405 (A) - "diskusjonsforum kan være en ressurskrevende måte å gjøre	forum, ressurskrevende
0270406 (A) - "jeg som en politiker kan være villig til å skrive hvis jeg vet at det er her folk går inn og leser"	delta hvis jeg får oppmerksomhet
0270407 (K) - "da er det klart at jeg ville lagt meg ordentlig i selen for å	større gjennomslag
0270408 (K) - "fordi at det, vi har intervjuet dem litt, tar tid"	ressurskrevende
0270409 (K) - "hvertfall hvis ikke massen er stor nok"	størrelse
02704010 (K) - "her er det 50.000 av Kristiansands befolkning inne og	størrelse, gjennomslag
02704011 (K) - "ok, da bruker jeg tid"	potensiale-->øker motivasjon
02704012 (K) - "er det 50 entusiaster kan ikke jeg bruke en time om dagen"	potensiale-->øker motivasjon
02704013 (K) - "det er litt med tyngden her"	potensiale-->øker motivasjon
02704014 (K) - "hvis man skriver noe i Fevennen, omtaler en politiker"	markedsledene
02704015 (K) - "så kommer det nokså fort svar fra den politiker"	gjennomslag
02704016 (K) - "han er nødt til det fordi det er så mange som ser det"	gjennomslag
02704017 (K) - "er noe med tyngden her"	størrelse gir gjennomslag-->gir deltagelse
02704018 (K) - "når nettstedet blir stort nok "	størrelse, gjennomslag
02704019 (K) - "den dominerende kanalen"	markedsledene
02704020 (K) - "da er det gjort"	resultat
02704021 (V) - "økt volum vil gjør det slagkraftig"	gjennomslag slagkraft
02704022 (V) - "gir større påvirkningsmulighet"	påvirkning

Tabell 53 - Åpen koding av tankerekke 2707

Kjede: 2707	
Utsagn	Kode
0270701 (A) - "hadde det komrt en slags logg, fått noe tilbakemelding på hvem som hadde lest det "	tilbakemelding
0270702 (A) - "slik som når du er inne på et nettsted... så mange har vært	se hvem som har lest
0270703 (A) - "hvis jeg bare skriver og det ligge i det store intet"	må ha publikum -->gjennomslag
0270704 (A) - "jeg kan gå inn å se om noen har svart på et	publikum, tilbakemelding
0270705 (K) - "men det kan godt være at det er fryktlig mange som har lest	tilbakemelding
0270706 (K) - "hvis det er 10.000 som har lest det så kunne jeg kanskje ha	tilbakemelding-->mer aktivitet
0270707 (K) - "sånn som vi har i Fronter, så kan jeg se hvor mange som har	se hvem som leser
0270708 (K) - "jeg må på en aller annen måte registrere meg når jeg skal	troverdighet
0270709 (K) - "sånn at jeg kan hvertfall se eller eventuelt alle kan se"	tilbakemelding,
02707010 (K) - "hvertfall de (forfatteren) må kunne se hvor mange som har	tilbakemelding, personlig
02707011 (V) - "økt motivasjon"	økt motivasjon

Tabell 54 - Åpen koding av tankerekke 2708

Kjede: 2708	
Utsagn	Kode
0270801 (A) - "de andre tingene her (andre punkter på stimuli listen) er egenskaper med en hvilken som helst side "	egenskaper
0270802 (A) - "det er de to tingene som vil være min motivasjon for å gå inn på en sånn side (informasjon og personlig gevinst)"	egenskaper
0270803 (A) - "hvis det er noe viktig så finnes det her"	viktighet
0270804 (A) - "da vil jeg gå inn her for å kunne se"	viktighet-->interesse for meg
0270805 (K) - "mange vil heller bruke avis sånn som det er i dag"	størrelse, slagkraft
0270806 (K) - "men gitt at dette ble den ledende kanalen, vil det hele bli"	størrelse gir gjennomslag-->gir deltakelse
0270807 (K) - "og hvis det ble sånn blir det mye lettere, jeg sitter allerede på"	Internett gjør det enklere
0270808 (K) - "og at det kommer opp noen aktuelle saker sånn som dagbladet eller vg hvor du kan gå inn og si din mening "	fange oppmerksomhet
0270809 (K) - "hvis man hadde fått det til, så er det gjort"	størrelse, fange oppmerksomhet -->resultat
02708010 (K) - "da tror jeg fryktelig mye er gjort"	resultat
02708011 (K) - "fordi da er de allerede inne "	resultat
02708012 (K) - "hvis du egentlig kommer inn på dette stedet for å egentlig gjøre noe annet enn bare å diskutere, men du går inn for de dette er det"	Størrelse -->oppmerksomhet
02708013 (K) - "så er det noen diskusjoner rundt det"	oppmerksomhet -->debatt
02708014 (K) - "rundt de aktuelle sakene "	aktuelle saker
02708015 (K) - "det er det samme som: hvorfor skriver folk i fevennen,	gi sitt syn
02708016 (V) - "altså for å gi sitt syn"	gi sitt syn

Tabell 55 - Åpen koding av tankerekke 2711

Kjede: 2711	
Utsagn	Kode
027111 (A) - "det man kunne spurte dem om var hva de brenner for "	finne interesseområde
027112 (A) - "det kunne man spurte de om i videregående skole "	finne interesseområde
027113 (A) - "de som er politisk bevisst er jo politisk bevisst"	politisk bevisst
027114 (A) - "er det sånn at de som ikke er politisk bevisst og ikke brenner"	interesse må være tilstede
027115 (A) - "da kan det godt være at noe av dette veldig viktig for å få de inn, de som i utgangspunktet ikke er særlig interresert "	riktig tema --> skape interesse
027116 (A) - "du kan få folk inn ved å ha konkurranser og aktiviteter bare"	skape oppmerksomhet
027117 (A) - "man burde egentlig hatt både vanlige folk og politikere "	målgrupper
027118 (K) - "da slutter jeg fort med det "	ikke interessant --> ingen deltakelse
027119 (K) - "hvis de ikke har noen ting som de brenner for eller noe de ønsker annerledes, eller noe de vil påvirke "	påvirke
0271110 (K) - "de vil påvirke uansett de"	politisk bevisst --> bruker alle fora
0271111 (K) - "når de først kommer inn her, kan det være at de fatter"	skape interesse
0271112 (K) - "når det ser det"	ser det
0271113 (K) - "men da må du få de inn"	skape oppmerksomhet
0271114 (K) - "jeg har liten tro på at det man skaper politisk interesse av noe eller skaper interesse for et sånn tema bare fordi at det er på nett "	nettet skaper ikke interesse i seg selv
0271115 (K) - "men så må det være det innholdet her som gjør at de da skal"	riktig tema --> skape interesse
0271116 (K) - "det er jo det som er vanskelig "	vanskelig
0271117 (K) - "det er greit nok at noen svarer på mine innlegg og leser mine innlegg, men det bare andre i samme situasjon som meg og ingen av dem"	gi resultat
0271118 (K) - "politikere var veldig positive, men når de skjønnte at dette tar tid så var de redde for å forplikte seg"	politikere positive, utfordringer
0271119 (K) - "når dette blir tungt så har de ikke no valg"	størrelse
0271120 (K) - "hvis du får opp volumet så må de"	størrelse --> slagkraft
0271121 (K) - "om de vil eller ikke"	størrelse --> fremtvinger deltakelse
0271122 (K) - "og hvis alle de andre politiske partiene gjør det"	fremtvinger deltakelse
0271123 (V) - "økt volum gir økt påvirkningskraft"	påvirkning

Tabell 56 - Åpen koding av tankerekke 3004

Kjede: 3004	
Utsagn	Kode
0300401 (A) - "hvis nok personer ønsker å ta opp en sak"	engasjement
0300402 (A) - "kan de lage underskriftskampanje"	underskriftskampanje på nett
0300403 (A) - "dersom det er mer en 600 underskrifter i kr sand"	størrelse --> forpliktelser
0300404 (A) - "et web basert system for å samle inn underskriftene"	underskriftskampanje på nett
0300405 (K) - "må politikerne ta opp saken i kommunestyret"	forpliktelse --> gir påvirkning
0300406 (K) - "kunne forenkle denne prosessen"	forenkle prosess
0300407 (V) - "Lettere å nå frem for innbyggerne og påvirke på denne"	gir påvirkning

4.1.5 Åpen koding av utsagn tilhørende "Kommunikasjon"

Tabell 57 - Åpen koding av tankerekke 0103

Kjede: 0103	
Utsagn	Kode
010301 (A) - "Muligheten til å skrive akkerat det du mener selv uten at det blir noe galt"	ytringsfrihet
010302 (A) - "snakke med folk"	kommunikasjonsform
010303 (A) - "sende epost"	kommunikasjonsform
010304 (K) - "du har ytringsfriheten"	dialog
010305 (K) - "Skriver din mening om en sak"	dialog
010306 (V) - "så kan du bidra til at andre får et annet syn på saken"	påvirke

Tabell 58 - Åpen koding av tankerekke 0302

Kjede: 0302	
Utsagn	Kode
030201 (A) - "skrive kommentarer på leserinnlegg"	kommunikasjonsform
030202 (A) - "leserinnlegg"	kommunikasjonsform
030203 (K) - "få ut ideer"	dialog
030204 (K) - "utrykke meninger"	dialog
030205 (V) - "skape aktivitet"	Skape aktivitet

Tabell 59 - Åpen koding av tankerekke 0502

Kjede: 0502	
Utsagn	Kode
050201 (A) - "sånn forum der du kan prate."	kommunikasjonsform
050202 (A) - "de kunne hatt en egen profil"	kommunikasjonsform
050203 (K) - "slik som på blink, typisk"	nettsamfunn
050204 (K) - "kunne vært noen [politikere] som du kan spør om ting"	dialog
050205 (K) - "man går inn på deres side å spør"	dialog
050206 (K) - "da får du svar på det du lurte på"	dialog
050207 (K) - "spør om ting"	dialog
050208 (K) - "så får du svar"	dialog
050209 (V) - "blir litt opplyst"	bli informert

Tabell 60 - Åpen koding av tankerekke 1201

Kjede: 1201	
Utsagn	Kode
120101 (A) - "ta opp saker som er aktuelle"	aktuelle
120102 (A) - "legger ut saksbehandlingen"	offentliggjøre
120103 (A) - "debattere for og imot"	kommunikasjonsform
120104 (A) - "diskusjonsforum"	kommunikasjonsform
120105 (K) - "ha litt informasjon om saken"	informert
120106 (K) - "aktuelle saker vil kanskje vekke interesse"	aktuelle saker
120107 (K) - "veldig gjerne politikerne sammen med ungdommen, de vet jo litt bedre enn vi gjør"	involvering
120108 (K) - "da kunne jeg sett litt mer på hvilket parti jeg vil stemme"	informert
120109 (K) - "viktige som ungdommer har noen synspunkt på"	relevant
120110 (V) - "da kan jeg få satt opp et synspunkt på hva jeg mener om"	synspunkt

Tabell 61 - Åpen koding av tankerekke 1202

Kjede: 1202	
Utsagn	Kode
120201 (?) - "ha med forskjellige etater/departement som kan komme inn svare"	politiskeaktører/administrasjon
120202 (?) - "det er lettere om man får med politikerne på sånn ting"	få med politikere
120203 (?) - "du kan gjøre det mer spontant, der og da"	direkte kontakt
120204 (?) - "du leser kanskje noe på VG"	annet medium
120205 (?) - "istedenfor å sende dem et brev"	istedenfor brev
120206 (?) - "så kan du gå inn der for å finne ut mer"	bli informert
120207 (?) - "hvis det er mye relevant informasjon"	relevant informasjon

Tabell 62 - Åpen koding av tankerekke 1501

Kjede: 1501	
Utsagn	Kode
150101 (A) - "Velgerne kan komme med innspill til politikerne"	innspill
150102 (A) - "Kunne hatt en test for å se hvor godt man passer de forskjellige partiene"	test
150103 (A) - "Kunne kontakte politikerne direkte, feks via e-post"	kommunikasjonsform
150104 (A) - "Spørreundersøkelser som man kan svare på"	undersøkelse
150105 (K) - "Ikke bare sånn at du for eksempel stemmer høyre, og så må du vente 4 år til du kan være med å påvirke igjen"	påvirke
150106 (K) - "viktig at politikerne svarer og lytter til folket som de representerer"	dialog
150107 (K) - "Politikerne lytter mer til velgerne hvis de ser at velgerne er forskjellige (profil). "	dialog
150108 (K) - "Hvis det er mange innen for eksempel AP som er for strengere innvandring, mens AP vil ha mykere innvandringspolitikk. "	AP
150109 (K) - "politikere kan få resultatene"	resultater
150110 (V) - "viktig å føle man blir hørt"	bli hørt
150111 (V) - "Politikerne får vite hva folk mener"	Bli informert
150112 (V) - "Så kan partiledelsen se at de er i utakt med velgerne sine."	påvirke

Tabell 63 - Åpen koding av tankerekke 1602

Kjede: 1602	
Utsagn	Kode
160201 (A) - "opprettet egen side"	egen side
160202 (K) - "blink og myspace veldig populært"	nettsamfunn
160203 (K) - "Kanskje edemokrati kunne vært på samme måte"	nettsamfunn
160204 (K) - "ny måte å kommunisere på og vise seg frem på"	kommunikasjonkanaler
160205 (K) - "måte å kommunisere med folk i nærområdet"	kommunikasjonkanaler
160206 (V) - "kommunisert med andre som har samme interesser"	Finne likesinnete

Tabell 64 - Åpen koding av tankerekke 2705

Kjede: 2705	
Utsagn	Kode
270501 (A) - "det er det å komme i gang som er litt kinkig"	komme i gang
270502 (A) - "det vi så var jo at noen av de mindre partiene kan bruke dette som en mulighet til å profilere seg"	profilere seg
270503 (A) - "ikke bare skrive innlegg"	skrive innlegg
270504 (A) - "her vil det jo i mye mindre grad være sensurert"	ytringsfirhet
270505 (A) - "det med volum er så viktig her"	slagkraft
270506 (K) - "hvis de har noen som kan dette media godt og som bruker det,	fordel
270507 (K) - "det koster ikke mye, og de er ikke avhengig av (...) sensurerer ei	ytringsfirhet
270508 (K) - "sånn sett kan det jo være med på akkurat det det skal"	være med
270509 (K) - "å fremme demokratiet og en åpen og usensurert debatt da"	fremme demokratiet
270510 (K) - "i forhold til alle andre kanaler"	kommunikasjonskanaler
270511 (V) - "jeg kan sette dagsorden"	Sette dagsorden

Tabell 65 - Åpen koding av tankerekke 3003

Kjede: 3003	
Utsagn	Kode
300301 (A) - "Viktigste at politikerene gir tilbakemelding"	tilbakemelding
300302 (A) - "flere måter å gi tilbakemelding"	tilbakemelding
300303 (A) - "gi personlig tilbakemelding "	tilbakemelding
300304 (A) - "eller opprette en politisk sak på det"	opprette sak
300305 (A) - "Legge ut saker politikerne jobber med på hjemmesider"	offentliggjøre
300306 (A) - "lage blogg med de aktuelle sakene"	kommunikasjonsform
300307 (A) - "så kan innbyggerne kommentere sakene"	tilbakemelding
300308 (A) - "Fordeler saker mellom politikere"	ansvarsfordeling
300309 (K) - "det må følges opp"	oppfølging
300310 (K) - "så kan politikere legge ut synspunkter på sakene"	oppfølging
300311 (K) - "og få tilbakemeldinger fra innbyggerne"	oppfølging
300312 (V) - "påvirke aktuelle saker"	påvirke

Tabell 66 - Åpen koding av tankerekke 3005

Kjede: 3005	
Utsagn	Kode
300501 (A) - "Viktig at det ikke blir uoversiktlig"	oversiktlig
300502 (A) - "dersom det blir voldsomt mange hendelser"	størrelse
300503 (A) - "kan det bli vanskelig for politikerne å forholde seg til det"	utfordring
300504 (A) - "mulig å gruppere innleggene"	gruppere innlegg
300505 (K) - "la saksbehandlere bearbeide det"	bearbeiding
300506 (V) - "slik at det blir mer oversiktlig"	oversiktlig

Tabell 67 - Åpen koding av tankerekke 3007

Kjede: 3007	
Utsagn	Kode
300701 (A) - "legge inn på you tube"	kommunikasjonsform
300702 (A) - "peker på hjemmesiden til youtube"	kommunikasjonsform
300703 (A) - "la innbyggerne sende inn video på kommunens sider om aktuelle saker"	kommunikasjonsform
300704 (A) - "gjør lenket direkte opp mot sakene"	kommunikasjonsform
300705 (A) - "legge ut på åpen blogg"	kommunikasjonsform
300706 (A) - "bruke e-post"	kommunikasjonsform
300707 (K) - "blog krever mye arbeid"	blogg
300708 (K) - "men er gjerne den beste måten"	beste måten
300709 (V) - "gi budskapet et ansikt"	Gi budskapet et ansikt

4.1.6 Åpen koding av utsagn tilhørende ”Tilpasset ungdom”

Tabell 68 - Åpen koding av tankerekke 0303

Kjede: 0303	
Utsagn	Kode
030301 (A) - "viktig med enkelt språk for at ungdom skal forstå"	språk for ungdom
030302 (A) - "greit med bilder og sånt"	design for ungdom
030303 (K) - "forenkle budskapet"	forenkle budskapet
030304 (K) - "Ungdom gidder ikke bruke lang tid på å lese"	økt bruk
030305 (V) - "få flere lesere"	flere brukere

Tabell 69 - Åpen koding av tankerekke 0402

Kjede: 0402	
Utsagn	Kode
040201 (A) - "det som er skrevet må være rettet mot oss ungdom"	språk for ungdom
040202 (A) - "språk og sakene er tilpasset ungdom"	relevant for ungdom
040203 (K) - "slik at det er lettere for oss å engasjere oss "	engasjert
040204 (K) - "at det ikke blir så masse fremmedord som man må slå opp i ordboken for å kunne forstå"	språkbruk
040205 (K) - "vi blir mer fanget av å lese noe som appilerer oss"	engasjert
040206 (V) - "vi forstår det mer"	økt forståelse
040207 (V) - "forstå det som står"	økt forståelse

Tabell 70 - Åpen koding av tankerekke 0503

Kjede: 0503	
Utsagn	Kode
050301 (A) - "ikke masse passord og brukernavn"	brukervennlig
050302 (A) - "det skal gå litt fort og greit. "	brukervennlig
050303 (K) - "folk gidder ikke bruke noe som de må sitte og knote med i en time for å skjønne, komme inn på "	brukervennlig
050304 (K) - "fordi det tar ikke tusen år."	brukervennlig
050305 (K) - "det finnes sider som det tar dødslang tid å logge seg inn fordi det er så mye du må gjennom"	brukervennlig
050306 (K) - "ting og tang du må inn på flere ganger"	brukervennlig
050307 (V) - "det vil jo være at jeg gidder å gå inn "	tar i bruk

Tabell 71 - Åpen koding av tankerekke 0506

Kjede: 0506	
Utsagn	Kode
050601 (A) - "ikke så vanskelig ord da"	språk for ungdom
050602 (A) - "at det er tilpasset ungdom"	språk for ungdom
050603 (K) - "skjønner jeg ikke en dritt, da går jeg bare ut igjen. "	økt bruk
050604 (K) - "Kommer ikke tilbake til den siden igjen."	økt bruk
050605 (V) - "Større sjans for at jeg kommer tilbake igjen"	tar i bruk

Tabell 72 - Åpen koding av tankerekke 0702

Kjede: 0702	
Utsagn	Kode
070201 (?) - "det er mye som ikke er interessant"	interessant
070202 (?) - "det er gøyere å finne frem med engang det er"	brukervennlig
070203 (?) - "saker som opptar ungdom"	ungdom
070204 (?) - "sakene må interessere meg"	interessant

Tabell 73 - Åpen koding av tankerekke 1301

Kjede: 1301	
Utsagn	Kode
130101 (A) - "gjøre det så enkelt som mulig"	brukevennlig
130102 (A) - "ikke typisk politiker språk"	språk for ungdom
130103 (A) - "ikke voksen språk"	språk for ungdom
130104 (K) - "blir det for vanskelig gidder jeg ikke"	økt bruk
130105 (K) - "ikke for mye informasjon"	informasjon
130106 (K) - "eller ikke er helt klart"	informasjon
130107 (V) - "ville jeg ikke bruke siden"	ikke ta i bruk siden
130108 (V) - "Få flere til å bruke siden"	flere brukere

Tabell 74 - Åpen koding av tankerekke 1302

Kjede: 1302	
Utsagn	Kode
130201 (A) - "viktig at det er brukervennlig"	brukervennlig
130202 (A) - "dersom det er tilpasset informasjon"	relevant for ungdom
130203 (A) - "lett å bruke"	brukervennlig
130204 (A) - "enkelt å bruke"	brukervennlig
130205 (K) - "hvis du ikke kan noe om data skal du likevel gjøre det"	datakunnskap
130206 (K) - "alle må få det til"	datakunnskap
130207 (V) - "ville jeg brukt siden"	ta i bruk siden

Tabell 75 - Åpen koding av tankerekke 1401

Kjede: 1401	
Utsagn	Kode
140101 (A) - "at den blir oppdatert med mye forskjellige ting"	aktivitet
140102 (A) - "holde den spennende"	aktivitet
140103 (A) - "må ha ting som er interessant for ungdommen"	relevant for ungdom
140104 (A) - "kunne skrevet om for eksempel vil du ha nynorsk eller ikke"	relevant for ungdom
140105 (A) - "er siden lagt for ungdom må den være ungdommelig"	språk for ungdom
140106 (A) - "skal det være politisk (U452)"	seriøst
140107 (A) - "må ha et ordentlig opplegg"	seriøst
140108 (K) - "kanskje muligheter for forskjellige ting fremover"	muligheter
140109 (K) - "da hadde du sikkert fått kjempe mange folk bidratt med forskjellige ting der"	engasjement
140110 (K) - "men det bør ikke bli for lik blink og sånn"	ikke nettsamfunn
140111 (K) - "seriøs, men ungdommelig"	seriøst
140112 (K) - "demotivert"	Motivasjon
140113 (K) - "de som er med i partiene er ofte inne på forumene og legger inn ting"	politikere deltar
140114 (K) - "uten koz og klemz med rosa bokstaver"	ikke useriøst
140115 (K) - "hvor du kanskje kan melde deg inne eller se på masse forskjellige informasjon om de"	bli informert
140116 (K) - "ha med de fleste ungdomspartiene"	ha med ungdomspartiene
140117 (V) - "hvis ikke blir den nok en gang glemt"	blir ikke tatt i bruk
140118 (V) - "og du kommer ikke til å gå inn på siden"	blir ikke tatt i bruk

Tabell 76 - Åpen koding av tankerekke 1502

Kjede: 1502	
Utsagn	Kode
150201 (A) - "Må være sånn at det er lett å forstå"	språk for ungdom
150202 (A) - "Informasjonen om valg for eksempel må være tilpasset ungdom"	relevant for ungdom
150203 (A) - "forklare det så enkelt som mulig"	språk for ungdom
150204 (K) - "Dagens systemet er for gammeldags"	gammeldags
150205 (K) - "Forenkle språket"	forenkle språket
150206 (K) - "Møtereferater er kjedlige"	møtereferat er kjedelig
150207 (K) - "må være såpass enkelt at man vet hva man skal stemme på"	oversiktlig
150208 (V) - "ungdom kan forstå hva som foregår"	økt forståelse

Tabell 77 - Åpen koding av tankerekke 1601

Kjede: 1601	
Utsagn	Kode
160101 (A) - "viktig å tilpasset alle"	tilpasse informasjon
160102 (A) - "enkelt å komme inn"	brukervennlig
160103 (A) - "ikke så komplisert"	enkelt å bruke
160104 (A) - "menyer er lett å forstå"	brukervennlig
160105 (A) - "enkelt design"	brukervennlig
160106 (K) - "for de som ikke er vant til internett"	datakunnskap
160107 (K) - "er ikke så flink med data selv"	datakunnskap
160108 (K) - "så det er viktig for meg at det er brukevennlig"	brukervennlig
160109 (V) - "ville det blitt flere brukere"	flere brukere

Tabell 78 - Åpen koding av tankerekke 1902

Kjede: 1902	
Utsagn	Kode
190201 (A) - "tilpasset til ungdom, hvis det er vi som er målgruppen"	relevant for ungdom
190202 (A) - "at det er interessant for oss"	relevant for ungdom
190203 (A) - "veldig viktig at det er relevant"	relevant for ungdom
190204 (A) - "for meg å gå inn og få kommentarer"	kommentarer
190205 (K) - "føle at vi har noe nytte av å gå inn"	nytteverdi
190206 (K) - "ofte er det veldig vidt spekter"	vidt spekter
190207 (K) - "at man ikke diskuterer alt mulig, men noe som er interessant"	motivasjon
190208 (K) - "se hva andre sier og mener"	motivasjon
190209 (V) - "da lærer jeg jo mer"	økt forståelse

Tabell 79 - Åpen koding av tankerekke 2102

Kjede: 2102	
Utsagn	Kode
210201 (A) - "må ikke være kjedelig"	design for ungdom
210202 (A) - "ikke innholde for mye informasjon, bruke mer bilder"	design for ungdom
210203 (A) - "bruke farger, ikke bare svart/hvit brosjyrer"	design for ungdom
210204 (K) - "Viktig med bra design"	design for ungdom
210205 (V) - "fange interessen til ungdom"	design for ungdom

Tabell 80 - Åpen koding av tankerekke 2402

Kjede: 2402	
Utsagn	Kode
240201 (A) - "må ha noe som ser bra ut, virker innbydende "	design for ungdom
240202 (A) - "at det ikke bare er kjedlig"	design for ungdom
240203 (A) - "må se litt fresh og litt gøy ut"	design for ungdom
240204 (K) - "at en har lyst til å ta del i det"	engasjement
240205 (K) - "får automatisk mer lyst til å bruke det hvis det er innbydende"	økt bruk
240206 (K) - "hvis det er litt tilpasset ungdom er det også bedre"	økt bruk
240207 (K) - "hvis siden er trist og kjedlig får man ikke lyst til å bruke den"	økt bruk
240208 (K) - "Hvis en skal ta del i noe, må det komme noe ut av det"	nytteverdi
240209 (V) - "Føler at man har muligheten til å gjøre noe, å påvirke"	påvirkning
240210 (V) - "komme i kontakt med de som bestemmer"	påvirkning

Tabell 81 - Åpen koding av tankerekke 2702

Kjede: 2702	
Utsagn	Kode
270201 (A) - "så hvis man får opp de sakene som ungdom er opptatt av "	relevant for ungdom
270202 (A) - "hva skal de gjøre med samsen, hvilke aktiviteter skal være der, skateparker, idrettshaller, skøytebaner, konserter, "	relevant for ungdom
270203 (A) - "begynne med, måtte noen ha vært å lagt inn noen sårne, startet diskusjoner"	relevant for ungdom
270204 (A) - "kanskje bare to, ikke nødvendigvis ungdommer, kunne gjerne vært det også. Men hvertfall to som skriveføre"	ungdom med i utviklingsprosessen
270205 (A) - "vil ikke si at de skulle rive samsen jmf slik de gjør i københavn"	relevant for ungdom
270206 (A) - "men si noe sånn at bortsjente ungdom får alt opp i hendene "	relevant for ungdom
270207 (A) - "begynne å ta høyere inngangspenger"	relevant for ungdom
270208 (A) - "det at det er brukervennlig og design det er nyttig men aktivitet så er det mange andre sider, hvis jeg først og fremst er opptatt av aktivitet , så er det antageligvis andre sider som er bedre på det "	brukervennlig
270209 (A) - "så vil de gå inn selv om det ikke er så fryktlig fancy"	brukervennlig
270210 (A) - "og om det ikke er noe bra her, så tror jeg at det hjelper bittelite om alt det andre stemmer"	brukervennlig
270211 (A) - "hvis det ikke står noen ting om at det jeg skriver inn her, at det bare går inn i et sort hull"	brukervennlig
270212 (K) - "mange sier at ungdom de er så sløve, de er ikke opptatt av politikk. At det var mye bedre før"	ungdom og politikk
270213 (K) - "men jeg tror, hvis enn ser på mye av det som er politisk debatt så kan man jo skjønne at ungdom ikke deltar"	ungdom og politikk
270214 (K) - "det er ufattelig uinteressant, de er ikke opptatt av de tingene "	motivasjon
270215 (K) - "jeg tror egentlig at neste alle er interessert i politikk"	engasjement
270216 (K) - "politikk er egentlig noe som bare angår meg"	motivasjon
270217 (K) - "da tror jeg de har, en del har noe å si"	motivasjon
270218 (K) - "kanskje provosere litt"	engasjement
270219 (K) - "det kunne jo vært en ide bare for å trigge bruken"	engasjement
270220 (K) - "den egentlig grunnen for å gå inn her er jo, må jo være på grunn av det som er unikt med den siden "	motivasjon
270221 (K) - "og det er det med påvirkning, at dette skal være et sted der aktuelle saker kan diskuteres og jeg kan si min mening "	nytteverdi
270222 (K) - "det er det som er unikt her i forhold til andre "	aktivitet
270223 (K) - "det er fint det at det er aktivitet"	aktivitet
270224 (K) - "hvis man legger mye vekt på dette her og den forsvinner, da tror ikke jeg at det er nok for det vil alltid være noen steder som er bedre"	aktivitet
270225 (K) - "at man satser på den og jeg tror at den er ganske positiv for ungdom om man har tema som er relevant "	motivasjon
270226 (K) - "dette er det vanskeligste (få påvirkningsmulighet)"	nytteverdi
270227 (K) - "påvirkningsmulighet vil jo si at noen må jo lese dette, noen må ta tak i det"	nytteverdi
270228 (K) - "jeg skriver inn et par ganger og ingenting skjer, ingen svar. det er helt dødt. ingen politikere som svart meg eller noen andre. kanskje en eller annen fjortis fra flekkerøya har svart. det er det. "	aktivitet
270229 (V) - "klart at det er en kjempe motivasjon"	økt motivasjon

Tabell 82 - Åpen koding av tankerekke 2906

Kjede: 2906	
Utsagn	Kode
290601 (A) - "Ungdom ønsker også å bli hørt"	påvirkning
ungdom"	relevant for ungdom
290603 (A) - "saker som ungdom er opptatt av"	relevant for ungdom
290604 (A) - "formulere sakene og aktualisere de for ungdom"	språk og design for ungdom
290605 (A) - "må ha noe å si"	påvirkning
290606 (K) - "Slik at det ikke bare blir ett alibi for politikere"	nytterverdi
290607 (K) - "vi har jo snakket med ungdommen"	informert av ungdom
290608 (K) - "de må få reell påvirkningsmulighet"	nytterverdi
290609 (K) - "bruke mellomledd mellom politikere og ungdom"	mellomledd
290610 (K) - "for å bryte ned byråkratispråket"	forenkle budskapet
290611 (V) - "de får påvirkningsmulighet"	påvirkningsmulighet

Tabell 83 - Åpen koding av tankerekke 3002

Kjede: 3002	
Utsagn	Kode
300201 (A) - "sette av tid"	ressurser
300202 (A) - "og begrense det til spesielle tema"	relevant for ungdom
300203 (A) - "plukke ut tema som er viktige"	relevant for ungdom
300204 (A) - "Bør kunne være sikker på hvem som skriver"	seriøst
300205 (A) - "gjør med en form for sikker innlogging"	seriøst
300206 (K) - "kan ikke klare å få til allt"	ressurser
300207 (K) - "utfordring å bli kvitt folk som bare er ute etter å ødelegge"	økt bruk
300208 (K) - "tvinge politikere til å bruke data"	politikere må delta
300209 (V) - "enkelt og oversiktlig for brukeren"	oversiktlig

Tabell 84 - Åpen koding av tankerekke 3006

Kjede: 3006	
Utsagn	Kode
300601 (A) - "Informasjon er viktig"	informasjonen når ungdom
300602 (A) - "må tenke på målgruppene"	relevant for ungdom
300603 (A) - "ta fatt i saker"	relevante saker
300604 (A) - "fortelle hva det gjelder"	tilpasset ungdom
300605 (A) - "gjør bruk av bilder"	design for ungdom
300606 (A) - "finne de rette sakene"	relevant for ungdom
300607 (A) - "tilpasse språkbruk brukergruppene"	språk for ungdom
300608 (A) - "må være kort"	språk for ungdom
300609 (K) - "Det formelle kan politikere ta seg av"	formelt
300610 (K) - "Byråkratispråket er ganske spesielt"	forenkle språkbruken
300611 (K) - "må bruke vanlige ord"	forenkle språkbruken
300612 (K) - "Legge ut de vesentlige ting "	relevante saker
300613 (K) - "Trekke frem de sakene som angår flere mennesker"	viktige saker
300614 (K) - "Være litt journalist når man skal presentere sakene"	presentere saker
300615 (V) - "gjør budskapet enklere"	forenkle budskapet
300616 (V) - "gi økt brukervennlighet"	brukervennlig

Tabell 85 - Åpen koding av tankerekke 3102

Kjede: 3102	
Utsagn	Kode
310201 (A) - "det handler dels i hvordan en nettside ser ut"	design for ungdom
310202 (A) - "hvis man ser for seg en utvidet forståelse for design så omfatter jo det innhold, utsende, språkbruk, hva slags informasjon som ligger der, hvem som deltar der og kanskje også hvilken betydning den"	design for ungdom
310203 (A) - "jeg er selvfølgelig opptatt av hva slags informasjon jeg kan få"	relevant for ungdom
310204 (A) - "at det er laga, at det er tydelig med lenker til annen informasjon, andre nettsteder"	design for ungdom
310205 (K) - "at det følges opp på et eller annet vis"	ressursser
310206 (K) - "på man selv kjenner man andre tror jeg"	personlig
310207 (K) - "jeg blir mer frista til å bruke et nettsted hvis det er delikat, enkelt, tilgjengelig og tilpasset de typer spørsmål er interessert i når man"	økt bruk
310208 (K) - "der er folk litt forskjellige "	folk er forskjellige
310209 (K) - "jeg liker lyse, åpne, lette, tilgjengelige nettsider og som er veldig relevante"	folk er forskjellige
310210 (K) - "det er sånne ting jeg tenker på"	folk er forskjellige
310211 (K) - "det vi har tenkt på i det ung agenda prosjektet er jo å henvende oss kommunikasjon- og informasjonsdesignbyråer"	ressursser
310212 (K) - "og gjerne med noen unge ansatte som kan utvikle noen forslag "	ressursser
310213 (K) - "det må jo selvfølgelig kvalitetssikres på en måte"	kvalitetssikring
310214 (K) - "det må testes ut kanskje ovenfor en gruppe mennesker eller en sammensatt gruppe av folk eller ungdom om hva de synes om det "	kvalitetssikring
310215 (K) - "det må være en prosess da rundt utviklingen av det"	kontinuerlig utvikling
310216 (K) - "så tror jeg kanskje at det ikke er laga en gang for alle, men at det må utvikles underveis"	kontinuerlig utvikling
310217 (K) - "få tilbakemelding på hvordan det ser ut eller hvordan det fungerer "	kvalitetssikring
310218 (K) - "jeg tror det er fristende "	tiltalende
310219 (K) - "så gir det selvfølgelig et inntrykk av kvalitet og seriøsitet "	seriøst
310220 (K) - "at det er gjennomtenkt"	gjennomtenkt
310221 (K) - "at siden er kompoentent, at det er gjort på en ordentlig måte, seriøs måte"	seriøst
310222 (K) - "siden jeg har satt det så høyt (rangeringen) så tror jeg veldig på en sånn tiltalende side "	design
310223 (V) - "første gang man kommer inn på en side og hvis det er et tiltalende design "	design
310224 (V) - "så tror jeg sannsynligheten øker for at man kommer tilbake på den siden"	flere brukere
310225 (V) - "det bidrar vel egentlig til at man skaper aktivitet"	Skape aktivitet
310226 (V) - "at de som besøker sidene vil synes det er fint"	design

Tabell 86 - Åpen koding av tankerekke 3104

Kjede: 3104	
Utsagn	Kode
310401 (A) - "jeg synes demokrati er mer enn å si sin mening på et nettsted eller få lov å si noe i en høringsprosess eller stemme"	mer enn et nettsted
310402 (A) - "demokrati er deltakelse, men det er jo andre arenaer for demokrati og å utøve borgerrettighetene"	deltakelse
310403 (A) - "det er jo deltakelse i kommunestyre og folkesting og storting"	deltakelse
310404 (A) - "demokrati er mer enn et nettsted"	mer enn et nettsted
310405 (K) - "og det er andre grupper enn ungdom som også antagelig trenger ekstra tiltak for å delta "	målgruppe
310406 (K) - "minoriteter"	målgruppe
310407 (V) - "for å ha lyst å delta"	økt deltakelse

Tabell 87 - Åpen koding av tankerekke 3105

Kjede: 3105	
Utsagn	Kode
310501 (A) - "det er jo fryktelig mye ord og papir i de politiske beslutningsprosessene"	språk for ungdom
310502 (A) - "type informasjon er da"	språk for ungdom
310503 (A) - "informasjon om hvordan man kan ta opp saker i egen kommune"	relevant for ungdom
310504 (A) - "informasjon om politiske partier, programmer "	relevant informasjon
310505 (A) - "informasjon om hva enkelte politikere står for "	relevant informasjon
310506 (K) - "jeg tror for eksempel ikke referater fra kommunestyre er veldig interessant informasjon for sånne nettsider"	relevant informasjon
310507 (K) - "noe tilpasset informasjon om hvordan det politiske systemet fungerer "	relevant informasjon
310508 (K) - "det er jo en form for passivitet i det å bli informert "	engasjement
310509 (V) - "da ville flere ungdom ta seg tid til å bli informert"	økt forståelse

Tabell 88 - Åpen koding av tankerekke 3106

Kjede: 3106	
Utsagn	Kode
310601 (A) - "hvis et nettsted skal fungere så må det jo være aktivitet der"	aktivitet
310602 (A) - "det må være en dynamikk på de nettsidene"	aktivitet
310603 (A) - "tror det er et poeng at ungdom selv er med å utvikle sidene"	ungdom med i utviklingsprosessen
310604 (A) - "man må åpne opp i det arbeide med å utvikle e-demokratiløsninger"	ungdom med i utviklingsprosessen
310605 (A) - "det gjelder ungdom, det gjelder minoriteter, det gjelder gamle"	ungdom med i utviklingsprosessen
310606 (K) - "for at det skal være interessant"	motivasjon
310607 (K) - "jeg tror ungdom har mye spørsmål om hvordan folkevalgte organer jobber "	engasjement
310608 (K) - "så er jo utfordringen å informere på en sånn måte at det er forstått"	informere
310609 (K) - "det er mange som bør være med på en eller annen måte da"	kvalitetssikring
310610 (K) - "det er krevende hvordan man gjør det"	informere
310611 (K) - "ung agenda som du kjenner til er jo tanken at ungdom og kanskje førstegangsvelgere skal være med å utvikle en sånn nettsted "	kvalitetssikring
310612 (K) - "KS har jo kjøpt domenet ungagenda.no"	ungagenda
310613 (K) - "det må ungdom si noe om"	kvalitetssikring
310614 (V) - "mening der er at ungdom skal være med i utviklingen av siden, innholdet, utsene, hva som er relevant informasjon og hvordan vi kan skape dialog på nettet "	økt deltakelse

Tabell 89 - Åpen koding av tankerekke 3107

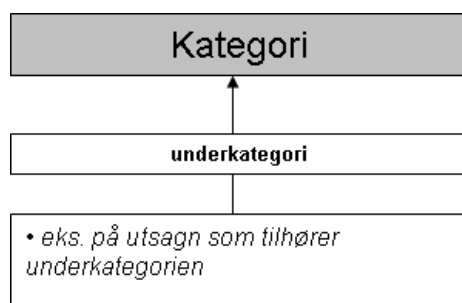
Kjede: 3107	
Utsagn	Kode
310701 (A) - "nå vet jeg ikke om e-demokratiløsninger bare skal være oppkoblet mot ungdom"	målgruppe
310702 (A) - "det er jo mange voksne og eldre som er ganske oppegående på IKT"	tilpasset bruker
310703 (A) - "legge opp et nettsted ut fra det eller lage flere typer nettsted som snakker sammen eller er lenket til hverandre "	tilpasse flere brukergrupper
310704 (A) - "jeg synes det med ungdom er veldig viktig "	ungdom er viktig
310705 (K) - "man må kanskje definere ulike målgrupper"	målgruppe
310706 (K) - "men det må jo legges opp på ulike måter utfra hvem man vil"	målgruppe
310707 (K) - "tar man en minoritetsgruppe i Norge så må man jo helt opplagt gjøre noe med språk"	målgruppe
310708 (K) - "det vil være ulike utfordringer knyttet til hvilke mennesker eller grupper av mennesker man ønsker å få i tale"	målgruppe
310709 (V) - "Når det er tilpasset målgruppene vil flere besøke sidene"	flere brukere

4.2 Aksial koding av utsagn, tema for tema

Etter at vi var ferdige med den åpne kodingen gjennomgikk vi intervjuene på nytt, kontrollerte kodene og samlet kodene i tre grupper. I WARE-metoden defineres utsagnene som enten attributter, konsekvenser eller verdi/mål. Vi samlet kodene etter hvilken egenskap utsagnene hadde (attributt, konsekvens eller verdi).

Formålet med aksial kodingen i denne delen av analysearbeider er å se etter spesielle kjennetegn og sentrale fenomen. Kan vi finne mønster, forhold eller sammenhenger? I denne fasen har vi funnet hoved- og underkategorier for gruppene attributter og konsekvenser. Det var så få verdier at vi fant det vanskelig å finne sammenhenger og mønster som kunne danne underkategorier for gruppen med verdier.

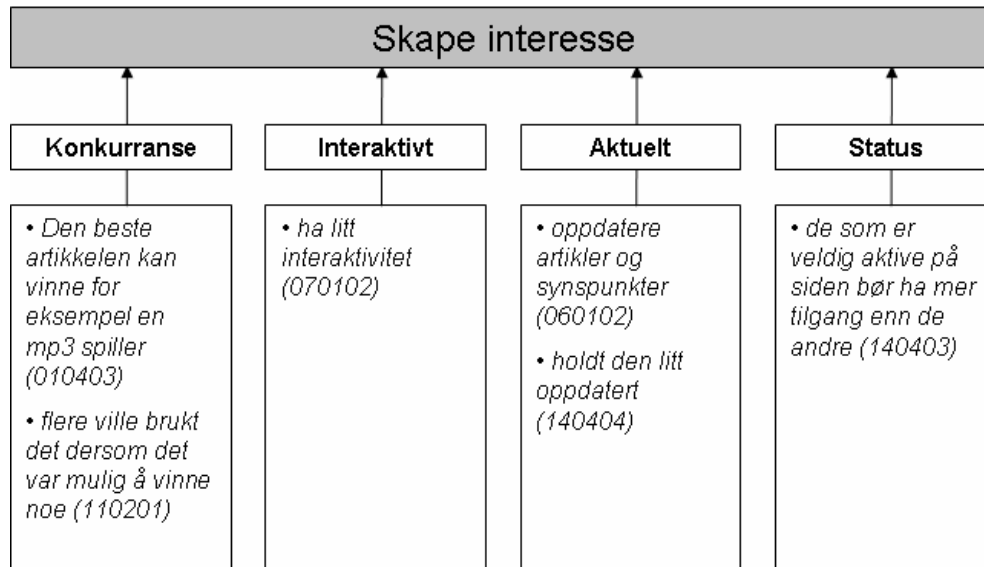
I den åpne kodingen fant vi ut hva det enkelte utsagnet representerte og fant da flere kategorier. Etter å ha funnet disse kategoriene forsøkte vi i felleskap å finne noen hovedkategorier de enkelte kategoriene kunne knyttes opp mot. For å illustrere dette har vi utarbeidet en figur for hver kategori. Figurene er bygget opp som eksempel under.



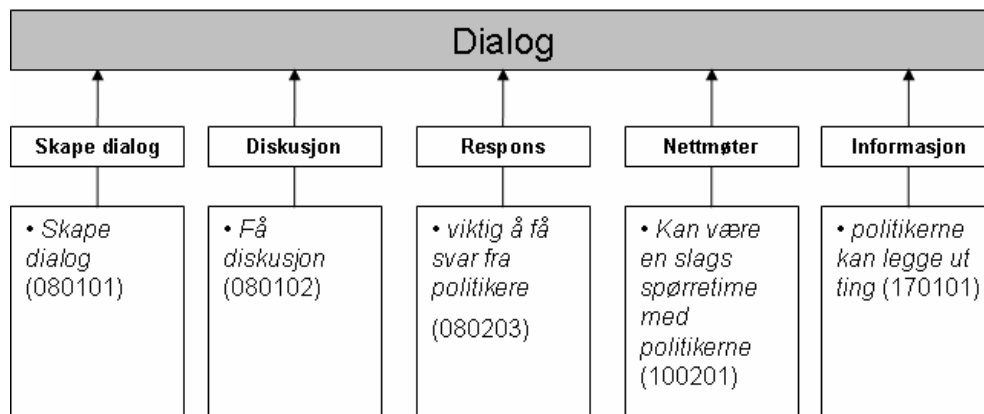
Figur 2 - Eksempelfigur aksial koding

Vi har valgt å dele inn den resultatene av aksial koding etter de seks hovedtemaer vi fant i kapittel 2 ovenfor. Innefor hvert hovedtema presenteres først kategorier og underkategorier for attributtene, deretter presenteres det samme for konsekvensene.

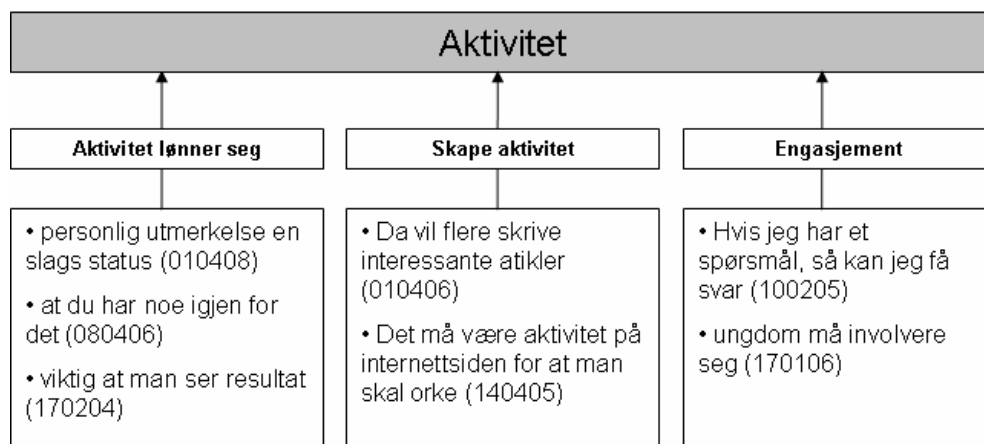
4.2.1 Aksial koding av utsagn tilhørende ”Aktivitet gir resultat”



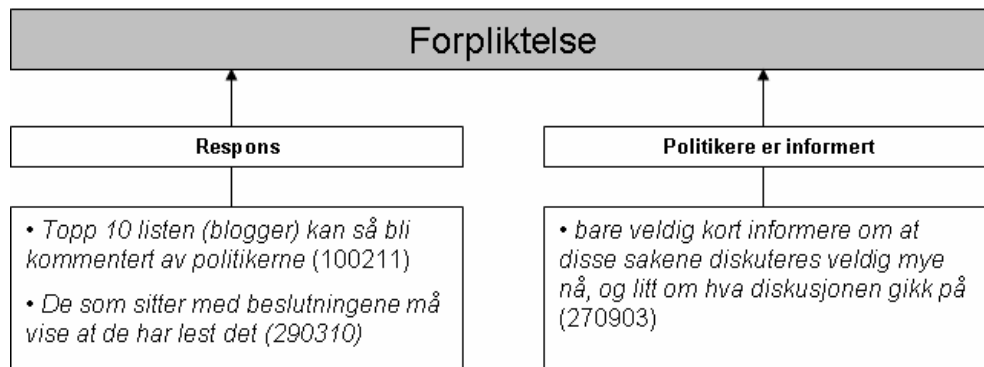
Figur 3 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (skape interesse) – attributt



Figur 4 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (dialog) – attributt

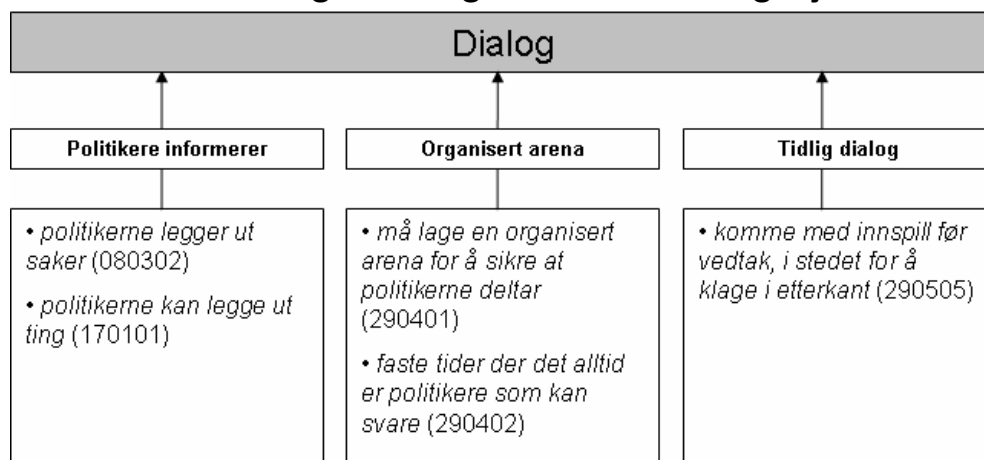


Figur 5 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (aktivitet) – konsekvens

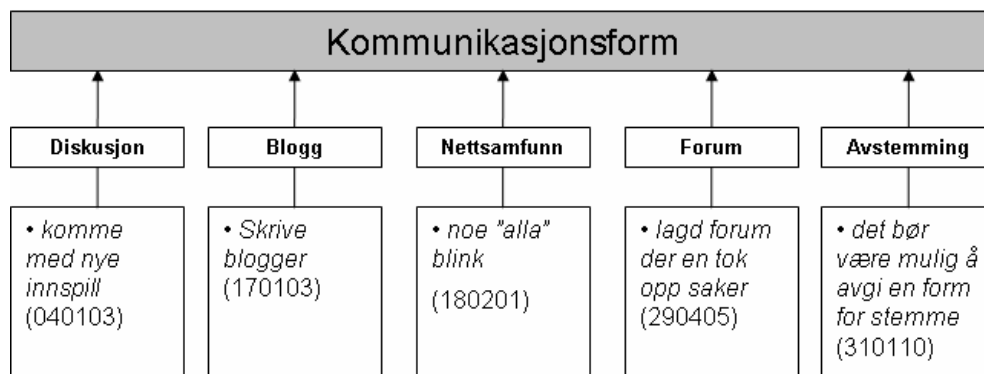


Figur 6 - Aksial koding av aktivitet gir resultat (forpliktelse) – konsekvens

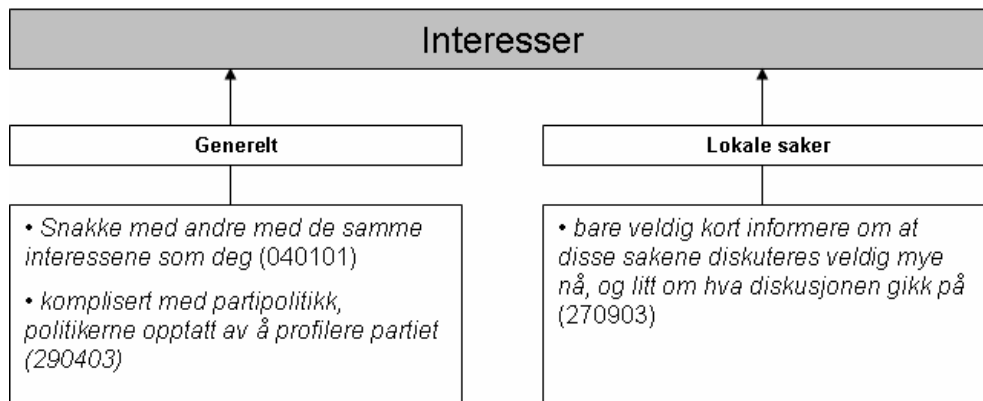
4.2.2 Aksial koding av utsagn tilhørende "Engasjement"



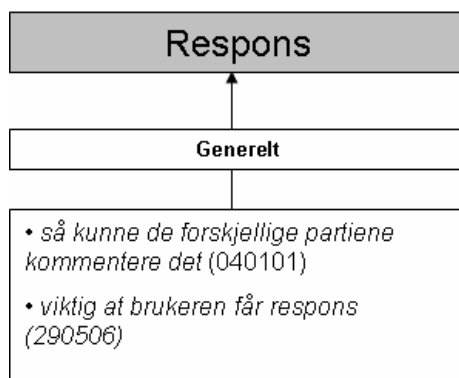
Figur 7 - Aksial koding av engasjement (dialog) – attributt



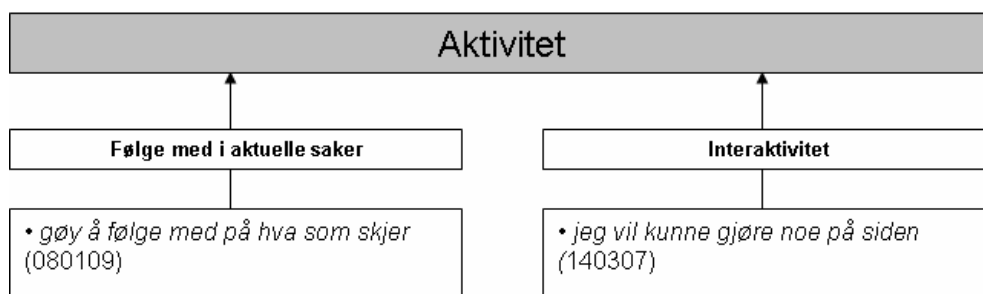
Figur 8 - Aksial koding av engasjement (kommunikasjonsform) – attributt



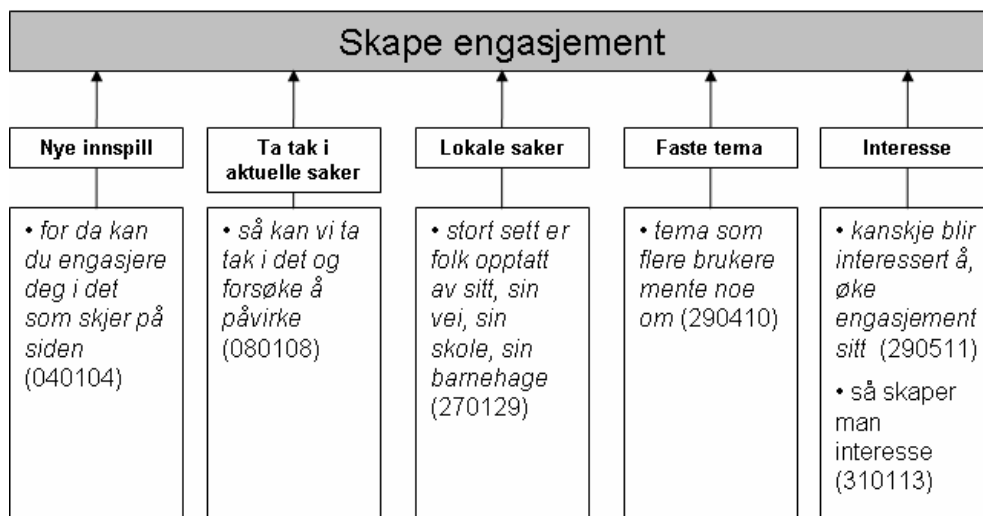
Figur 9 - Aksial koding av engasjement (interesser) – attributt



Figur 10 - Aksial koding av engasjement (respons) – konsekvens



Figur 11 - Aksial koding av engasjement (aktivitet) – konsekvens

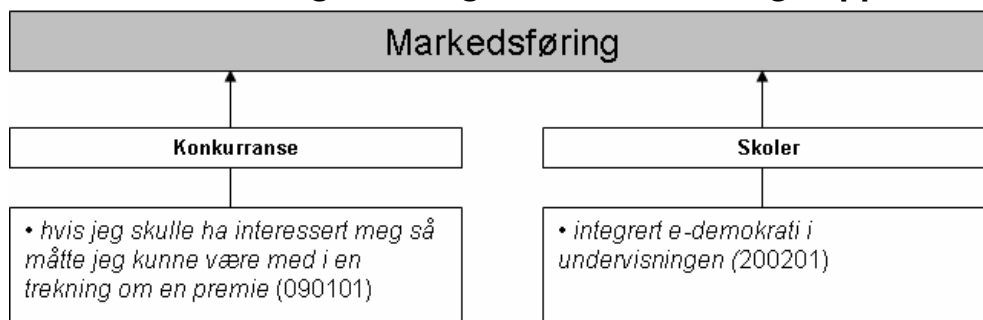


Figur 12 - Aksial koding av engasjement (skape engasjement) – konsekvens

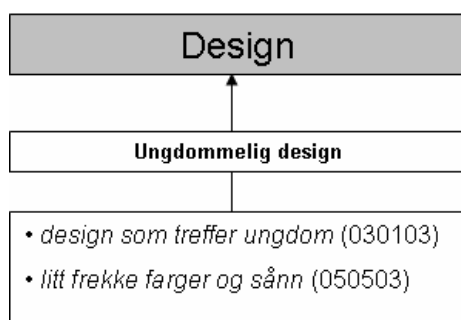


Figur 13 - Aksial koding av engasjement – konsekvens

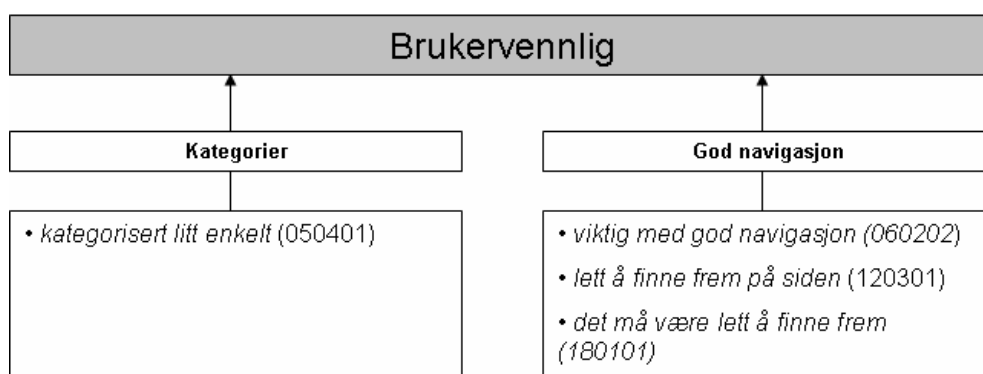
4.2.3 Aksial koding av utsagn tilhørende ”Fange oppmerksomheten”



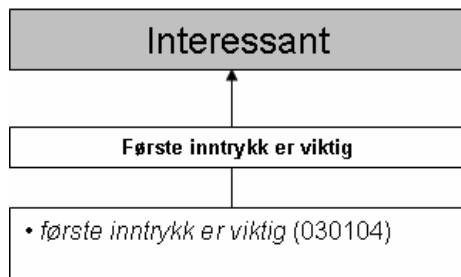
Figur 14 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (markedsføring) – attributt



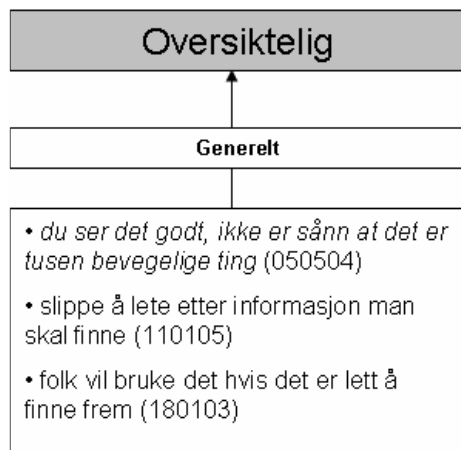
Figur 15 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (design) – attributt



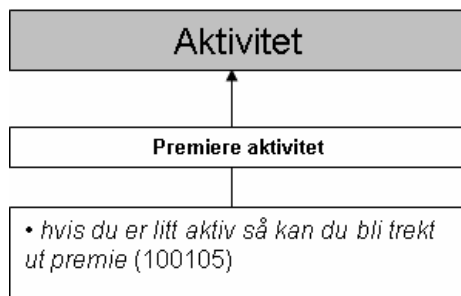
Figur 16 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (brukervennlig) – attributt



Figur 17 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (interessant) – konsekvens

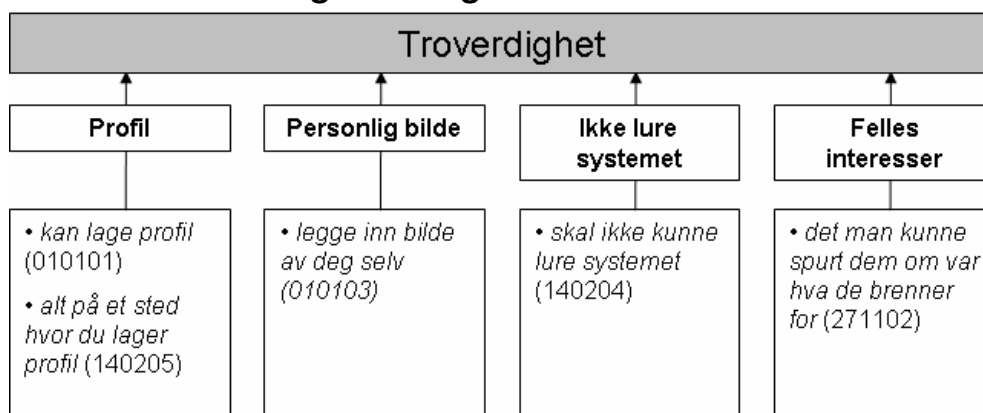


Figur 18 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (oversiktelig) – konsekvens

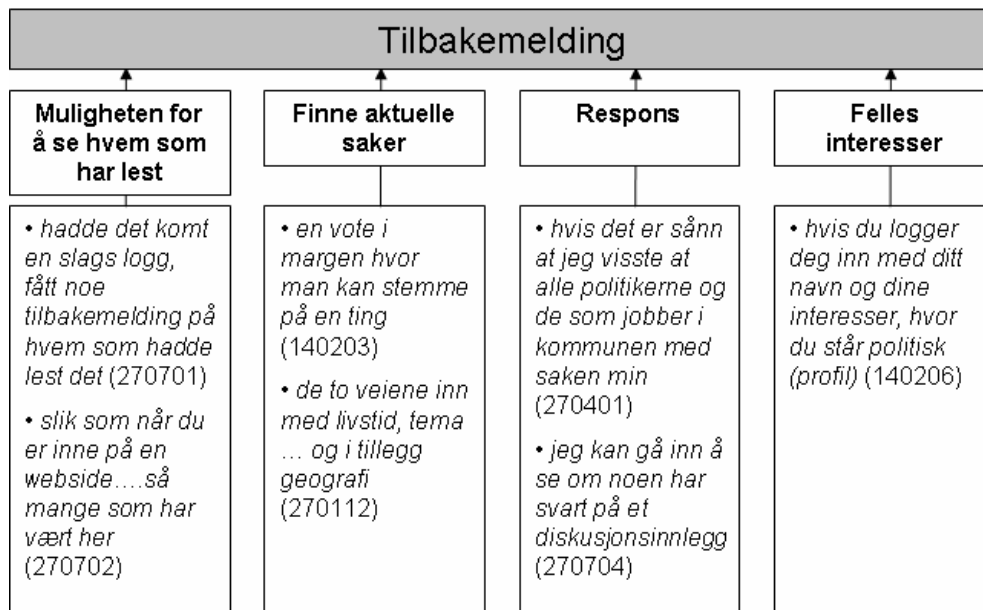


Figur 19 - Aksial koding av fange oppmerksomheten (aktivitet) – konsekvens

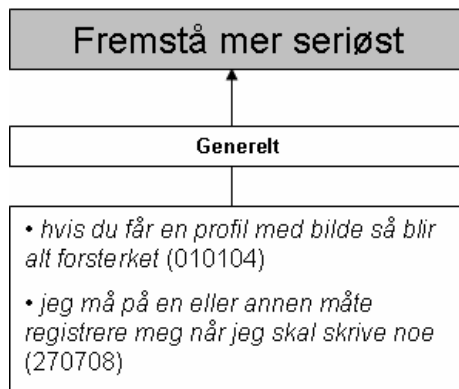
4.2.4 Aksial koding av utsagn tilhørende ”Forsterke budskapet”



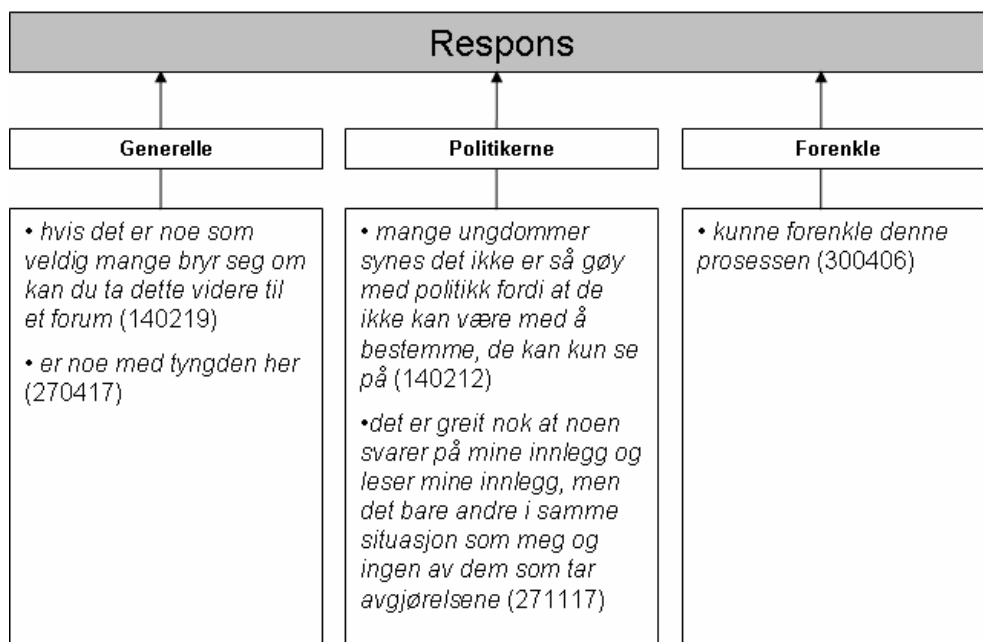
Figur 20 - Aksial koding av forsterke budskapet (troverdighet) – attributt



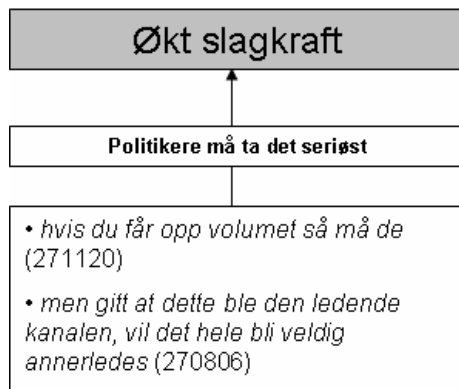
Figur 21 - Aksial koding av forsterke budskapet (tilbakemelding) – attributt



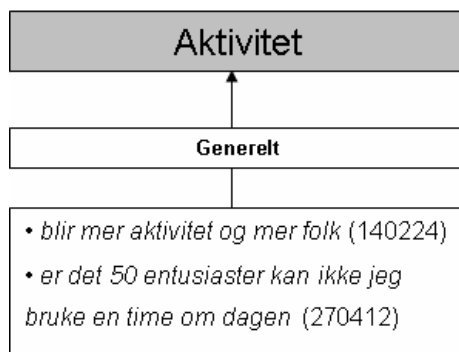
Figur 22 - Aksial koding av forsterke budskapet (fremstå mer seriøst) – konsekvensen



Figur 23 - Aksial koding av forsterke budskapet (respons) – konsekvensen

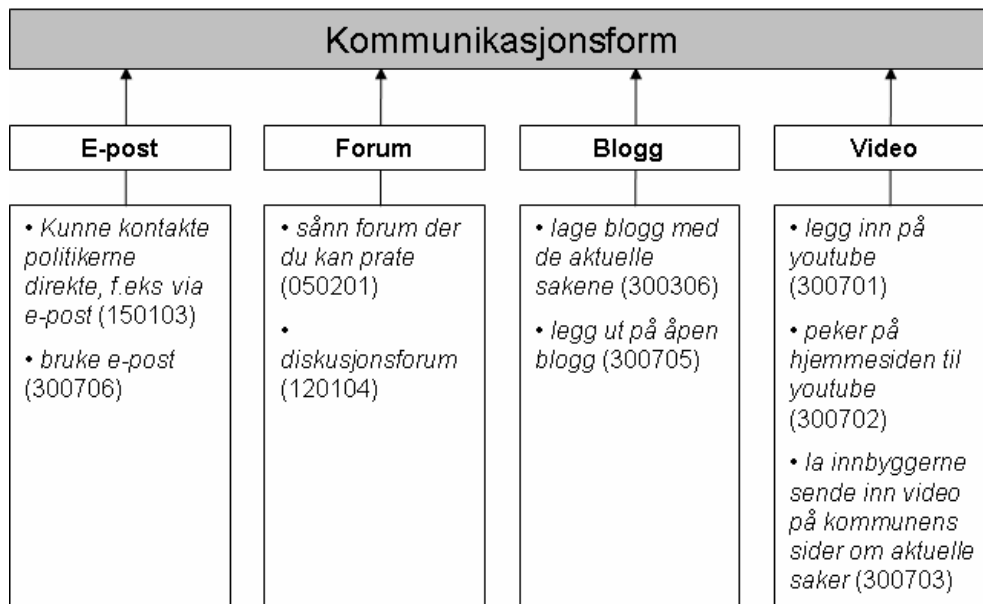


Figur 24 - Aksial koding av forsterke budskapet (økt slagkraft) – konsekvens

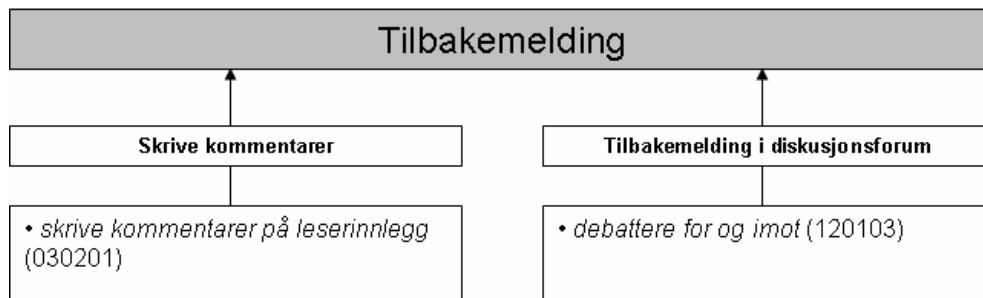


Figur 25 - Aksial koding av forsterke budskapet (aktivitet) – konsekvens

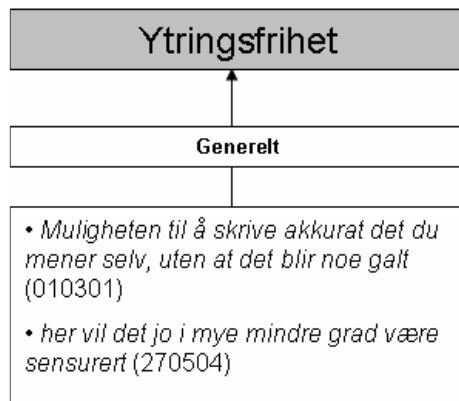
4.2.5 Aksial koding av utsagn tilhørende "Kommunikasjon"



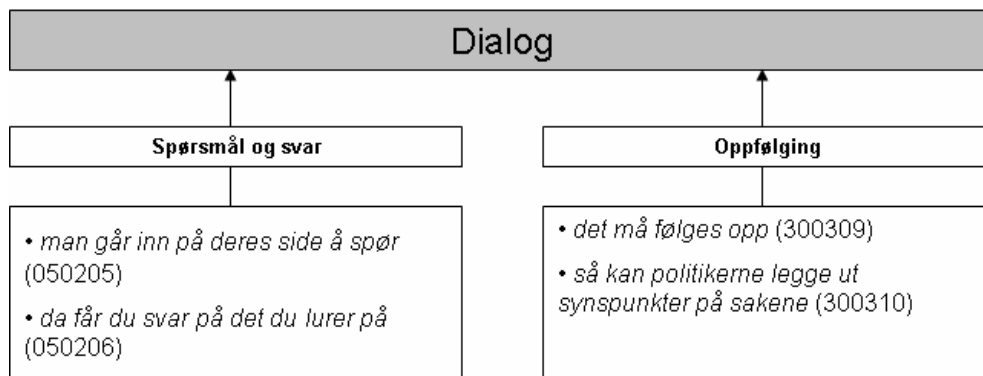
Figur 26 - Aksial koding av kommunikasjon (kommunikasjonsform) – attributt



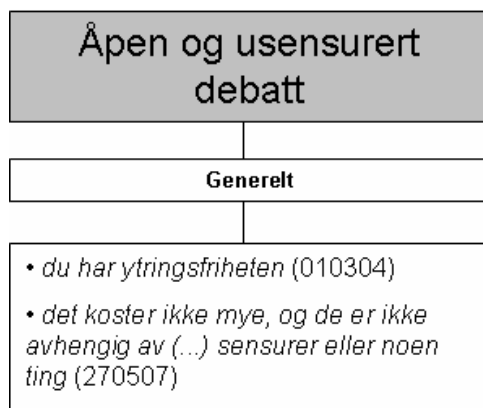
Figur 27 - Aksial koding av kommunikasjon (tilbakemelding) – attributt



Figur 28 - Aksial koding av kommunikasjon (ytringsfrihet) – attributt

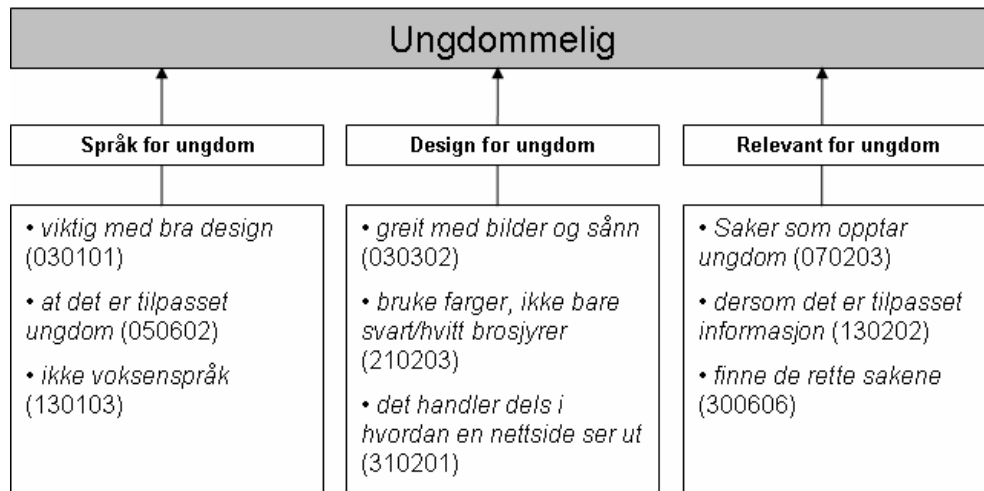


Figur 29 - Aksial koding av kommunikasjon (dialog) – konsekvens

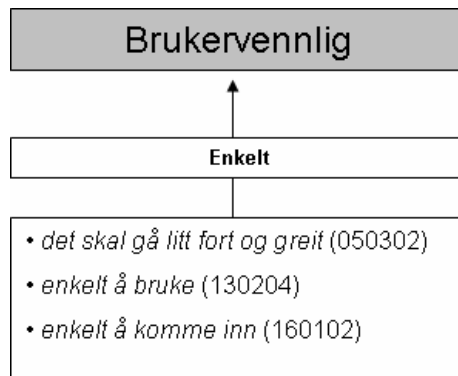


Figur 30 - Aksial koding av kommunikasjon (åpen og usensurert debatt) – konsekvens

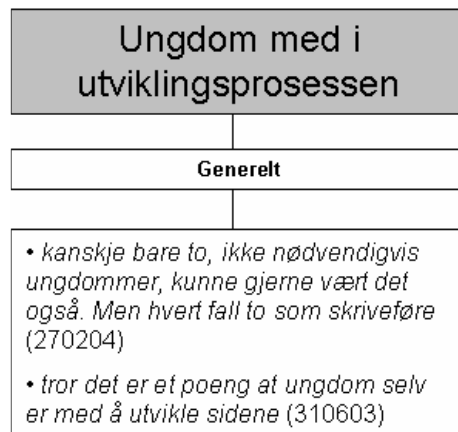
4.2.6 Aksial koding av utsagn tilhørende "Tilpasset ungdom"



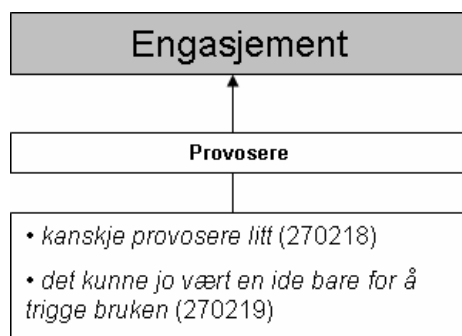
Figur 31 - Aksial koding av tilpasset ungdom (ungdommelig) – attributt



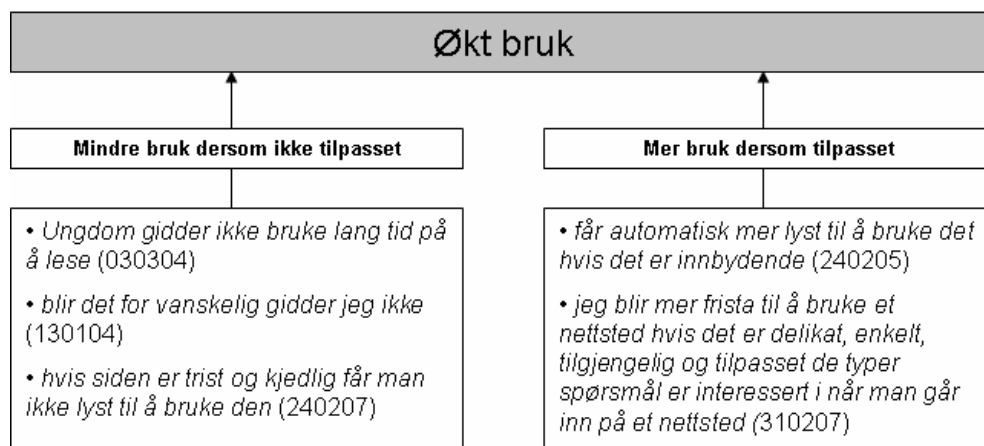
Figur 32 - Aksial koding av tilpasset ungdom (brukervennlig) – attributt



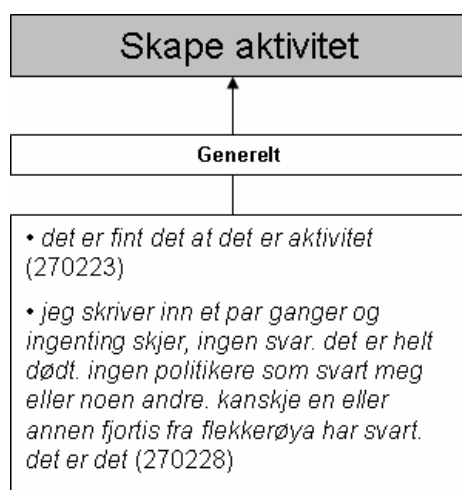
Figur 33 - Aksial koding av tilpasset ungdom (ungdom med i utviklingsprosessen) – attributt



Figur 34 - Aksial koding av tilpasset ungdom (engasjement) – konsekvens



Figur 35 - Aksial koding av tilpasset ungdom (økt bruk) – konsekvens



Figur 36 - Aksial koding av tilpasset ungdom (skape aktivitet) – konsekvens

4.3 Utarbeidelse av de semantiske kartene

I WARE-metoden avsluttes prosessen med å finne tema og undertema med å utvikle et grafisk nettverkskart (semantiske kart). I dette kartet lenkes de individuelle tankerekke slik at brukeren kan grave seg ned i de individuelle tankerekkene. Dette gir brukeren muligheten til å se hvordan nettverkskartene har blitt utviklet.

Etter å ha kodet ferdig alle tankerekkene og utsagnene gjennomgikk vi en idédugnad hvor vi tok for oss tema for tema og så på kategoriene og underkategorier innenfor attributt,

konsekvenser og verdier. Forbindelsen mellom de forskjellige underkategoriene har vi funnet ved å gjennomgå de enkelte tankerekke.

4.3.1 Utarbeidelse av kartet ”Aktivitet gir resultat”

Forbindelsen mellom de forskjellige underkategoriene har vi funnet ved å gjennomgå de enkelte tankerekke. For å illustrere hvordan vi har funnet relasjonen mellom de ulike kategoriene har vi valgt å bruke tankerekke 0104 som eksempel. Tankerekke 0104 tilhørende tema ”Aktivitet gir resultat”.

Vi har gjennom åpen og aksial koding funnet ut at utsagnene 010402 og 010403 tilhører underkategorien ”konkurranse” som igjen tilhører kategorien ”skape interesse”. Når vi da skal finne relasjonen til konkurranse har vi gjennomgått alle tankerekke tilhørende denne kategorien.

Tabell 90 - Eksempel på tankerekke til teamet ”Aktivitet” (tankerekke 0104)

Utsagn	Kode
010401 (A) - "Du skal kunne se på om en person har skrevet mye"	status
010402 (A) - "konkurranse hvor du skal skrive en god artikkel om et emnet. "	konkurranse
010403 (A) - "Den beste artikkelen kan vinne for eksempel en mp3 spiller"	konkurranse
010404 (K) - "det var derfor ingen begynte å røyke på ungdomsskolen, antirøykekampanjen der du kan vinne en mp3 spiller"	aktivitet lønner seg
010405 (K) - "Hvis du er aktiv så skal du vinne på det."	aktivitet lønner seg
010406 (K) - "Da ville flere skrive interessante artikler"	skape aktivitet
010407 (K) - "Samle de beste artiklene. "	kvalitet
010408 (K) - "personlig utmerkelse en slags status"	aktivitet lønner seg
010409 (V) - "folk bli opptatt av det."	økt engasjement

Ut fra utsagnene 010402, 010403, 010404 og 010404 ser vi at det er en relasjon mellom ”konkurranse” og ”aktivitet lønner seg”. Det fremgår også av tankerekken 0104 at det er relasjon mellom ”aktivitet lønner seg” og ”økt engasjement”.

I figuren under er første utkast i idédugnaden for å tegne semantiske kartet for temaet ”aktivitet gir resultat”.



Figur 37 - Idédugnad - Aktivitet gir resultat

Dersom relasjonen blir representert i flere tankerekke har vi valgt å ta den med i det semantiske kartet.

4.3.2 Utarbeidelse av kartet ”Engasjement”

For å illustrere hvordan vi har funnet relasjonen mellom de ulike kategoriene i det semantiske kartet for engasjement har vi brukt tankerekke 2905 som eksempel. Tankerekke 2905 tilhørende tema ”Engasjement”.

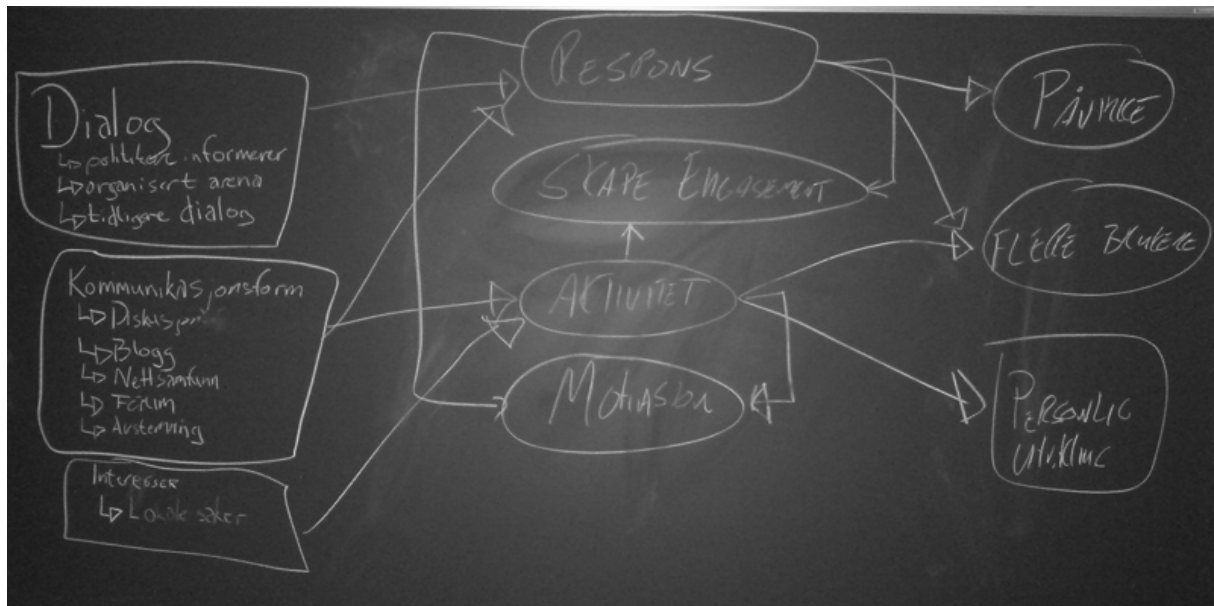
Vi har gjennom koding funnet ut at utsagnene 290505 og 290501 at intervjuobjektet mener at *dialog* er viktig. Ved dialog kan brukeren få *respons*, som er en konsekvens av dialog.

Tabell 91 - Eksempel på tankerekke til temaet ”Engasjement” (tankerekke 2905)

Utsagn	Kode
290501 (A) - "Viktig med tilbakemelding"	Politisk deltakelse
290502 (A) - "påvirke politiske beslutninger"	Politisk deltakelse
290503 (A) - "brukerne ser politikken i det"	Lære prosessen
290504 (A) - "lære hvordan politiske prosesser fungerer"	Lære prosessen
290505 (A) - "Komme med innspill før vedtak, istedet for å klage i etterkant"	Politisk deltakelse - Engasjere tidlig
290506 (K) - "Viktig at brukeren får respons"	Respons
290507 (K) - "Kan være med å påvirke selv om man ikke ser det direkte"	Respons
290508 (K) - "De må tro at det nytter å engasjere seg"	Motivasjon
290509 (K) - "og at de fortsetter å engasjere seg"	Skape engasjement
290510 (K) - "fortsetter å bruke systemet"	Kontinuet
290511 (K) - "kanske blir innteressert å øke engasjementet sitt"	Skape engasjement
290512 (K) - "demokratibyggning rett og slett"	Demokratibyggning
290513 (K) - "få tro på systemet"	Demokratibyggning
290514 (K) - "politikere kan bli synligere"	Respons
290515 (K) - "Få tilgang til hva innbyggere mener"	Dialog
290516 (K) - "Hendelser kan øke beslutningsgrunnlaget for politikere"	Respons
290517 (V) - "viktig å se at man blir hørt"	Påvirke
290518 (V) - "brukerinnvolving kan bedre den politiske prosess"	bedre prosess

Responsen kan øke beslutningsgrunnlaget for politikere (utsagn 290516) og bedre den politiske prosessen (utsagn 290518). Når politikere ved innspill fra innbyggere får bedre beslutningsgrunnlag og beslutningsprosessen blir bedre har innbyggerne blitt hørt. Intervjuobjektet mener det er viktig at man ser at man blir hørt, slik at man har mulighet til å se at man har bidratt til å *påvirke* beslutningsprosessen.

Figuren under er fra idédugnaden vi hadde med å utvikle det semantiske kartet for temaet ”Engasjement”



Figur 38 - Idédugnad – Engasjement

Der vi fant flere sammenhenger, fra tankerekke, mellom attributter, konsekvens og verdi har vi opprettet en relasjon representert med pil mellom kategoriene

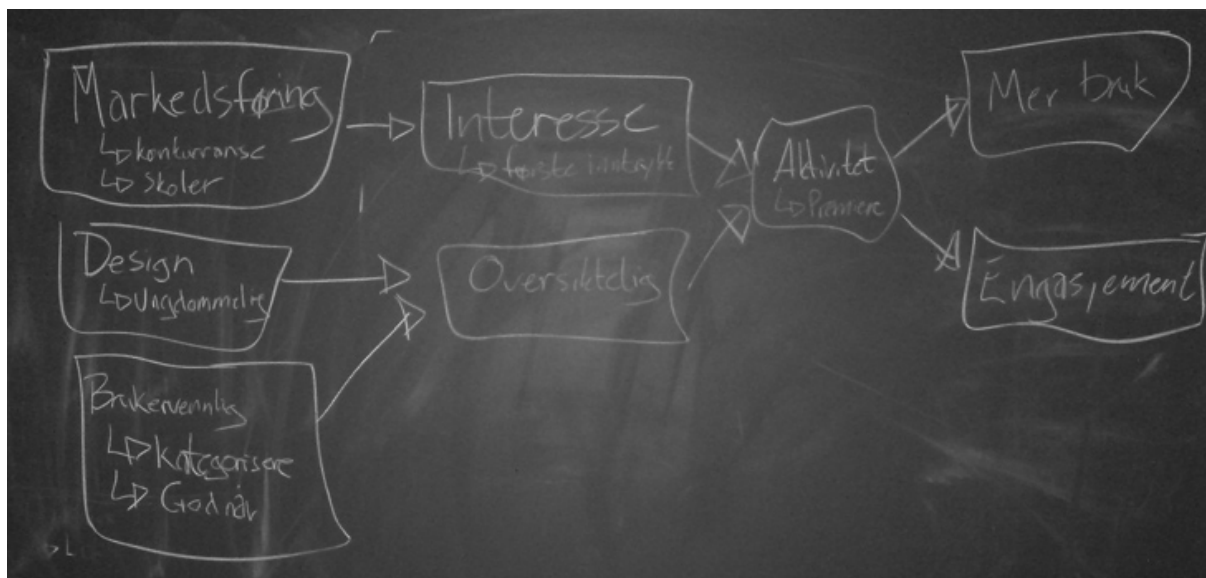
4.3.3 Utarbeidelse av kartet "Fange oppmerksomheten"

Intervjuobjekt 11 har i sin første tankerekke påpekt viktigheten av at bruk av siden må være lett og greit og at enkelthet er viktig (utsagn 110101 og 110103). Denne typen av brukervennlighet gjør at siden blir mer *oversiktlig* (utsagn 110104 og 110105).

Tabell 92 - Eksempel på tankerekke til temaet "Fange oppmerksomheten" (Tankerekke 1101)

Utsagn	Kode
110101 (A) - "lett og greit"	Enkelt
110102 (A) - "oversiktlig"	Design
110103 (A) - "enkelthet er viktig"	Enkelt
110104 (K) - "ikke avansert og vanskelig å finne frem"	Oversiktlig
110105 (K) - "slipper å leite etter informasjonen man skal finne"	Oversiktlig
110106 (K) - "flere vil bruke det hvis det er enkelt"	Enkelt
110107 (V) - "hvis det var lett å bruke ville jeg bruke det oftere"	Flere brukere

Intervjuobjektet mener at en mer *oversiktlig* side vil medføre at det blir mer *aktivitet* på siden (utsagn 110106).



Figur 39 - Idédugnad - Fange oppmerksomheten

Intervjuobjektet ville brukt et e-demokratisystemet oftere dersom det var *oversiktlig* og *mer aktivitet* på siden. Dette vil igjen føre til *flere brukere*.

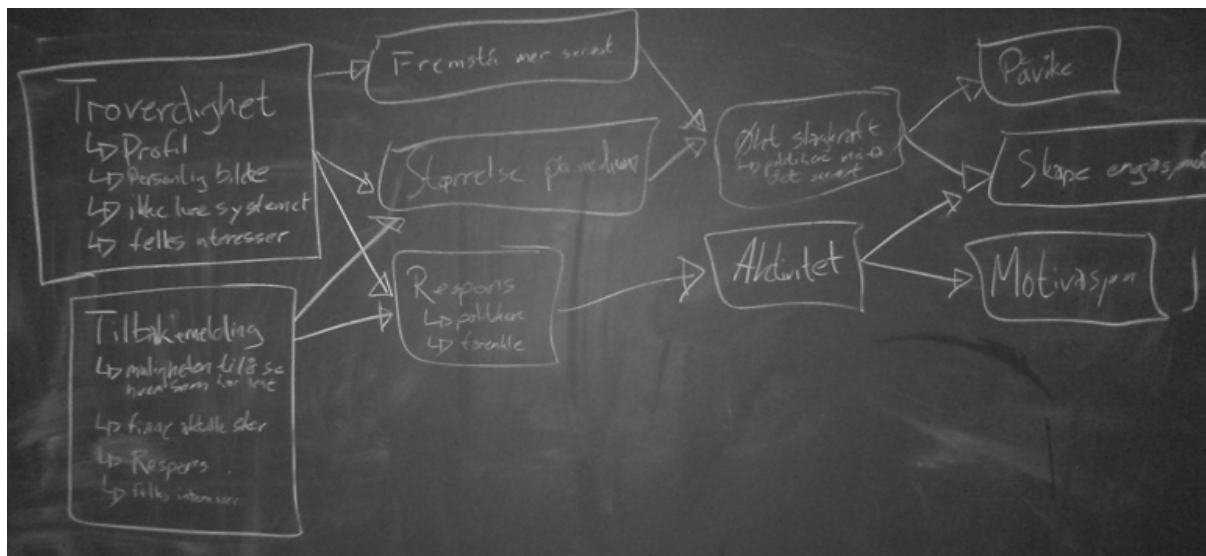
4.3.4 Utarbeidelse av kartet "Forsterke budskapet"

Intervjuobjekt 27 tror at dersom politikerne får *tilbakemelding* på at budskapet blir lest vil de benytte seg av systemet (utsagn 270406). Samtidig mener han at hvor mange som leser innlegget er viktig, hvis nettstedet blir en dominerende kanal vil ikke politikerne ha noe valg (utsagn 270419, 270416). *Størrelsen* på mediet bestemmer med andre ord hvor stor *slagkraft* det har.

Tabell 93 - Eksempel på tankerekke til temaet "Forsterke budskapet" (tankerekke 2704)

Utsagn	Kode
0270401 (A) - "hvis det var sånn at jeg visste at alle politikerene og de som jobber i kommunen med saken min"	politikere leser
0270402 (A) - "hvis de leste dette demokratistedet "	følger med på siden
0270403 (A) - "det å få dem (politikere) med i utgangspunktet, jeg tror at det er det som er vanskelig"	vanskelig å få med, utfordringer
0270404 (A) - "å få noen med til å begynne med"	begynne i det små
0270405 (A) - "diskusjonsforum kan være en ressurskrevende måte å gjøre"	forum, ressurskrevende
0270406 (A) - "jeg som en politiker kan være villig til å skrive hvis jeg vet at det er her folk går inn og leser"	delta hvis jeg får oppmerksomhet
0270407 (K) - "da er det klart at jeg ville lagt meg ordentlig i selen for å"	større gjennomslag
0270408 (K) - "fordi at det, vi har intervjuet dem litt, tar tid"	ressurskrevende
0270409 (K) - "hvertfall hvis ikke massen er stor nok"	størrelse
02704010 (K) - "her er det 50.000 av Kristiansands befolkning inne og"	størrelse, gjennomslag
02704011 (K) - "ok, da bruker jeg tid"	potensiale-->øker motivasjon
02704012 (K) - "er det 50 entusiaster kan ikke jeg bruke en time om dagen"	potensiale-->øker motivasjon
02704013 (K) - "det er litt med tyngden her"	potensiale-->øker motivasjon
02704014 (K) - "hvis man skriver noe i Fevennen, omtaler en politiker"	markedsledene
02704015 (K) - "så kommer det nokså fort svar fra den politiker"	gjennomslag
02704016 (K) - "han er nødt til det fordi det er så mange som ser det"	gjennomslag
02704017 (K) - "er noe med tyngden her"	størrelse gir gjennomslag-->gir deltagelse
02704018 (K) - "når nettstedet blir stort nok "	størrelse, gjennomslag
02704019 (K) - "den dominerende kanalen"	markedsledene
02704020 (K) - "da er det gjort"	resultat
02704021 (V) - "økt volum vil gjør det slagkraftig"	gjennomslag slagkraft
02704022 (V) - "gir større påvirkningsmulighet"	påvirkning

Dersom e-demokratisystemet får *økt slagkraft* vil det gi større *påvirkningsmulighet*



Figur 40 - Idédugnad - Forsterke budskapet

Figuren over er fra idédugnaden "Forsterke budskapet" hvor vi diskuterte oss frem til relasjonene som fremgår av figuren.

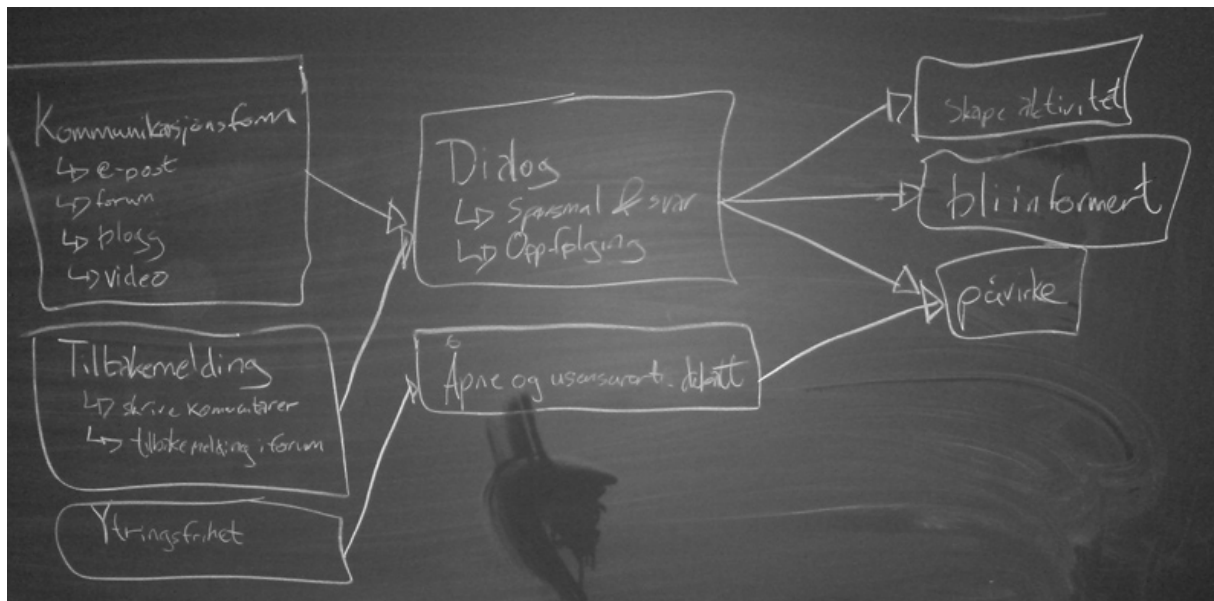
4.3.5 Utarbeidelse av kartet "Kommunikasjon"

Intervjuobjekt 1 er opptatt av mulighetene til å skrive uten å bli sensurert, de ønsker å ha *ytringsfrihet*. Dette slik at debatten blir *åpen og usensurert*.

Tabell 94 - Eksempel på tankerekke til temaet "Kommunikasjon" (tankerekke 0103)

Utsagn	Kode
010301 (A) - "Muligheten til å skrive akkurat det du mener selv uten at det blir noe galt"	ytringsfrihet
010302 (A) - "snakke med folk"	kommunikasjonsform
010303 (A) - "sende epost"	kommunikasjonsform
010304 (K) - "du har ytringsfriheten"	dialog
010305 (K) - "Skriver din mening om en sak"	dialog
010306 (V) - "så kan du bidra til at andre får et annet syn på saken"	påvirke

Dersom debatten er *usensurert* og preget av *åpenhet* gir dette muligheter for at man kan *påvirke* andre til å få et annet syn på saken.



Figur 41 - Idédugnad – Kommunikasjon

Figuren over viser bilde fra idédugnaden for å finne relasjoner mellom de forskjellige kategoriene.

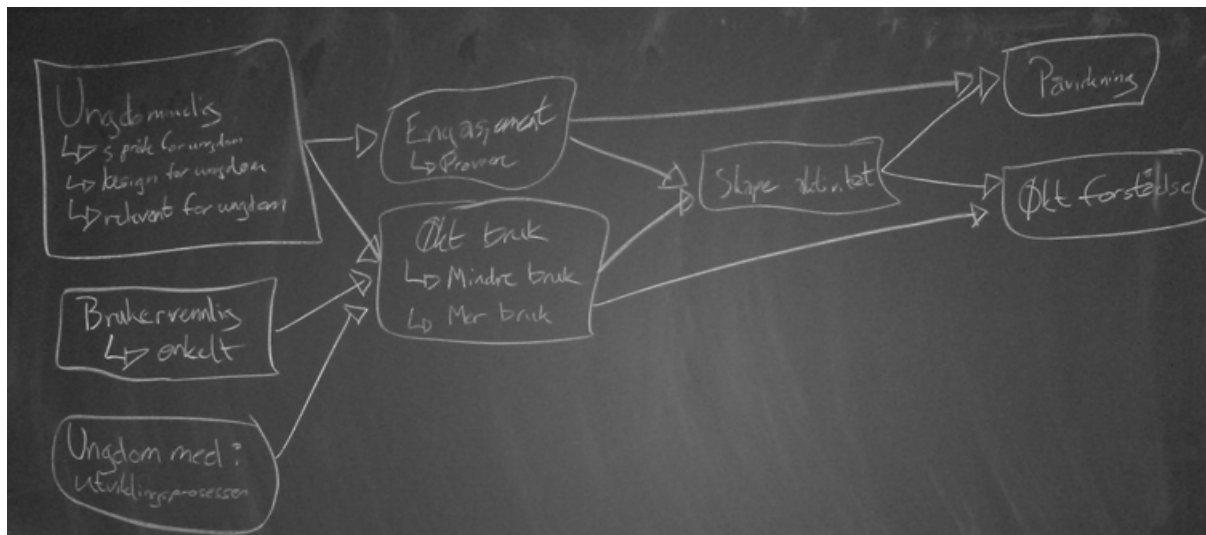
4.3.6 Utarbeidelse av kartet "Tilpasset ungdom"

Intervjuobjekt 4 mener at det er viktig at det som er skrevet er rettet mot ungdom, at språk og saker har en *ungdommelig* profil (utsagn 040201 og 040202).

Tabell 95 - Eksempel på tankerekke til temaet "Tilpasset ungdom" (tankerekke 0402)

Utsagn	Kode
040201 (A) - "det som er skrevet må være rettet mot oss ungdom"	språk for ungdom
040202 (A) - "språk og sakene er tilpasset ungdom"	relevant for ungdom
040203 (K) - "slik at det er lettere for oss å engasjere oss"	engasjert
040204 (K) - "at det ikke blir så masse fremmedord som man må slå opp i ordboken for å kunne forstå"	språkbruk
040205 (K) - "vi blir mer fanget av å lese noe som appilerer oss"	engasjert
040206 (V) - "vi forstår det mer"	økt forståelse
040207 (V) - "forstå det som står"	økt forståelse

Det at sidene er *ungdommelig* gjør det lettere for ungdom å *engasjere* seg. Med ungdommelig menes både språk, design og sakene skal være av relevans for ungdom. I følge tankerekken over vil man med en ungdommelig profil skape økt engasjement. Dette vil igjen gi økt forståelse for den demokratiske prosessen (utsagn 040206). I følge tankerekken 2702 skaper engasjement aktivitet som igjen gir økt forståelse.



Figur 42 - Idédugnad - Tilpasset ungdom

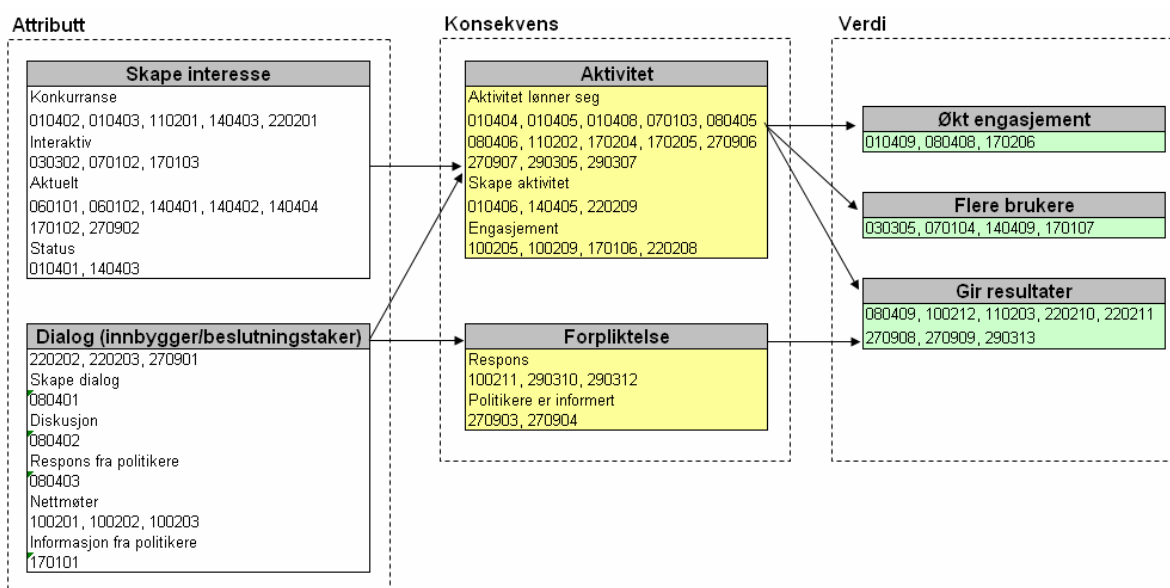
Figuren over illustrerer temaet "Tilpasset ungdom" og viser relasjonene mellom attributter, konsekvenser og verdi.

4.4 Semantiske kart

I dette kapittelet viser vi hvordan de endelige kartene ser ut etter at de er integrert i vårt presentasjonsverktøy.

4.4.1 Aktivitet gir resultat

Figuren under viser toppnivået på "Aktivitet gir resultat". Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) skape interesse og dialog relaterer seg til konsekvensene aktivitet og forpliktelse. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om økt engasjement, få flere brukere og at det gir resultater.



Figur 43 - Aktivitet gir resultat

Figuren over viser blant annet at deltagerne ønsker dialog mellom innbyggere og politikere. En måte de ser for seg dette er som intervjuobjekt 10 uttrykker det:

”Kan være en slags spørretime med politikerne” 100201 (Attributt)

Deltagerne ønsker også a politikere benytter seg av dialogen i sitt arbeid, og at det som intervjuobjekt 29 uttrykker:

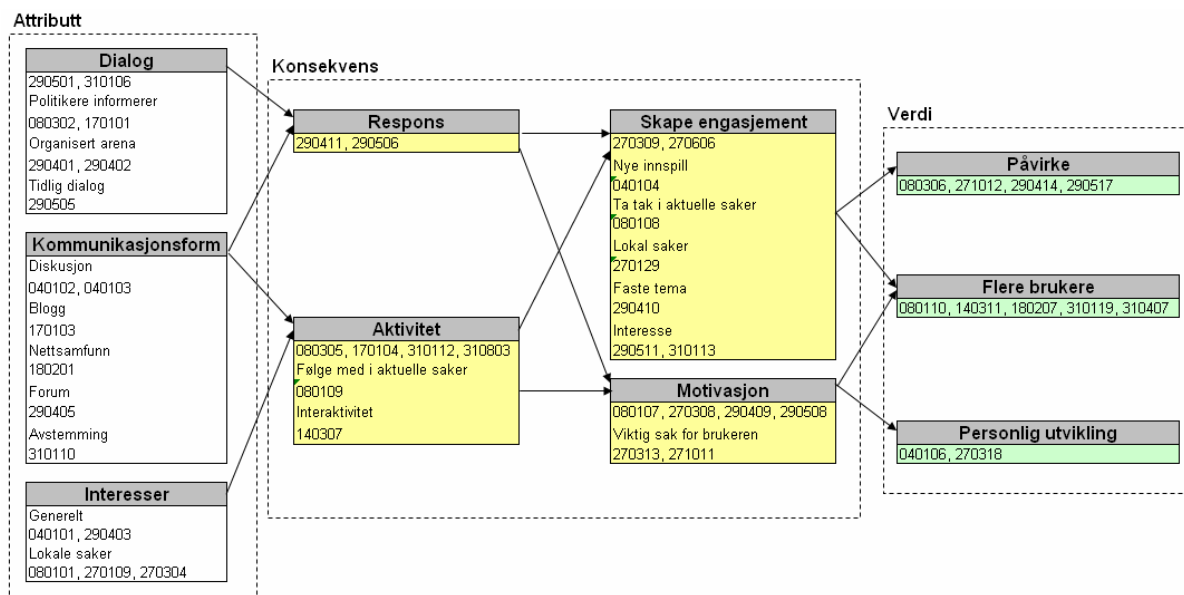
”De som sitter med beslutningene må vise at de har lest det” 290310 (Konsekvens)

En av de tingene deltagerne ser for seg skal være grunnen for at de benytter seg av et slikt informasjonssystem er som intervjuobjekt 8 sier:

”at du ser resultater” 080409 (Verdi)

4.4.2 Engasjement

Figuren under viser toppnivået på ”Engasjement”. Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) skape dialog, kommunikasjonsform og interesser relaterer seg til konsekvensene respons og aktivitet som igjen gir motivasjon og skape engasjement. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten til å påvirke, få personlig utvikling og få flere brukere.



Figur 44 – Engasjement

Fra figuren over kan vi se at lokale saker er en av attributtene som gir aktivitet, intervjuobjekt 8 mener at politiske saker i nærmiljøet er et viktig interessefelt som må taes hensyn til når man skal organisere et nettsted for e-demokrati.

”Politiske saker i nærmiljøet” 080101

Intervjuobjekt 31 mener at aktivitet er en av forutsetningene for å lykkes med e-demokrati.

”Jeg tror det er en forutsetning for å lykkes (aktivitet)” 310112

Aktivitet er viktig, men deltagerne må også ha motivasjon for å bruke siden. Eller som intervjuobjekt 29 sier det:

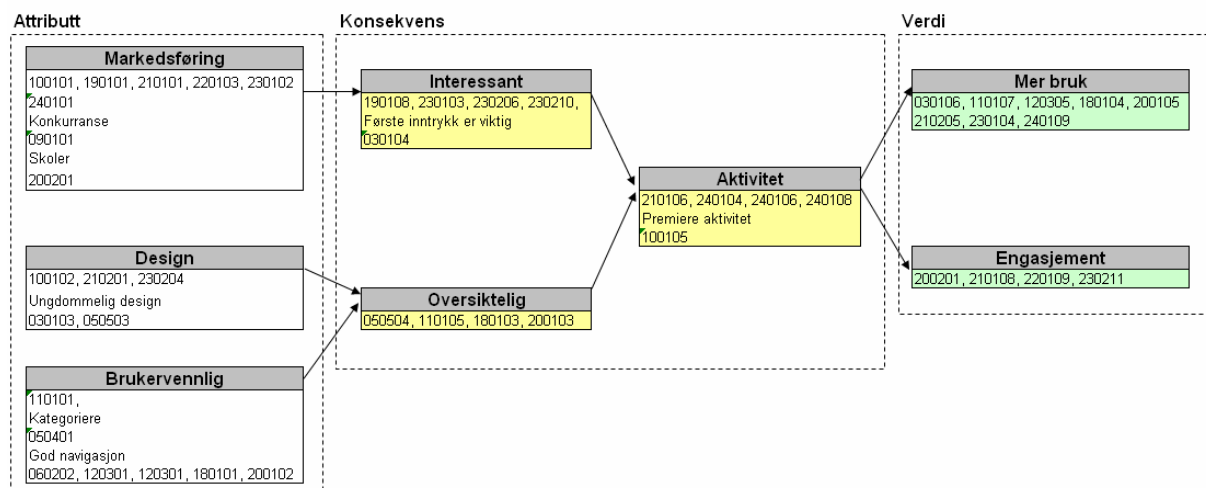
”De må tro at det nytter å engasjere seg” 290508

Aktivitet og motiverte brukere kan i følge intervjuobjekt 14 gi flere forskjellige brukere.

”Så får du masse forskjellige brukere også” 140311

4.4.3 Fange oppmerksomheten

Figuren under viser toppnivået på ”Fange oppmerksomheten”. Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) markedsføring, design og brukervennlig relaterer seg til konsekvensene interessant og oversiktlig som igjen gir aktivitet. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten for mer bruk og økt engasjement.



Figur 45 - Fange oppmerksomheten

Fange oppmerksomheten blant ungdom kan gjøres på flere måter. En av måtene er nevnt av er å tilpasse det visuelle ungdom. Intervjuobjekt 3 sier følgende:

”design som treffer ungdom” 030103

En side må ha en lett og oversiktlig profil. Intervjuobjekt 11 ønsker at det skal være lett å finne frem på siden.

”slipper å lete etter informasjonen man skal finne” 110105

Premiering til de aktive skal være med å motivere dem til å øke aktiviteten på siden.

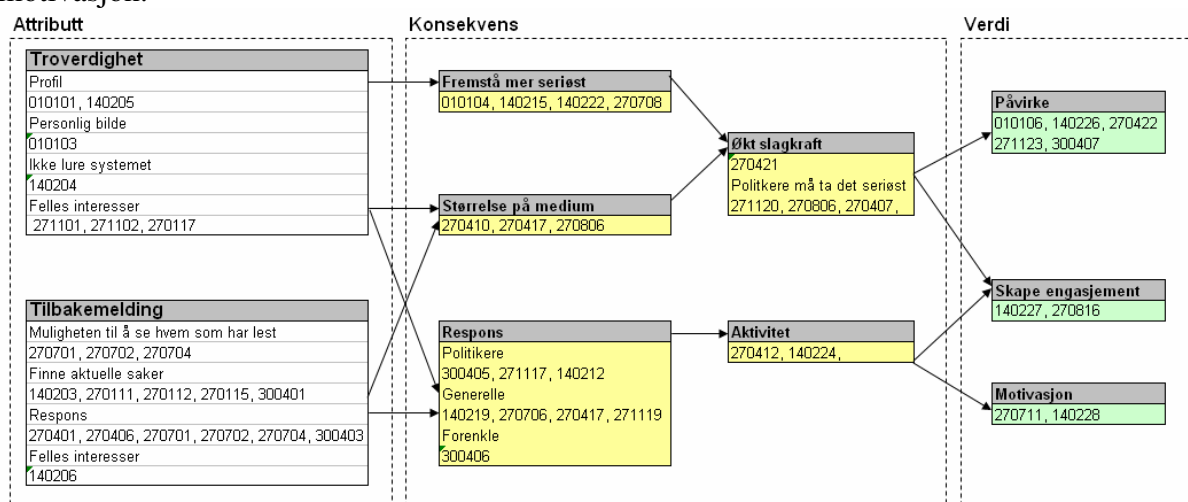
”hvis du er litt aktiv så kan du bli trekt ut premie” 100105

Økt aktivitet blant ungdom og politikere gjør at deltakerne forventer at man blir mer engasjert.

"blir man mer engasjert" 210108

4.4.4 Forsterke budskapet

Figuren under viser toppnivået på "Forsterke budskapet". Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) troverdighet og tilbakemelding relaterer seg til konsekvensene fremstå mer seriøst, størrelse på medium og respons som igjen gir aktivitet og økt slagkraft. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten for å påvirke, skape engasjement og økt motivasjon.



Figur 46 - Forsterke budskapet

I dette toppnivået ser vi at et av hovedattributtene er tilbakemelding. Deltagerne ønsker at det skal være mulig å se om noen har lest det de har skrevet og få tilbakemelding.

"hadde det komt en slags logg, fått noe tilbakemelding på hvem som hadde lest det" 270701

Problemet i dag er at ungdom ikke har reell påvirkningsmulighet. Intervjuobjekt 14 mener dette er en av grunnene til at ungdom ikke engasjerer seg, de får ikke respons fra politikere.

"mange ungdommer synes det ikke er så gøy med politikk fordi at de ikke kan være med å bestemme, de kan kun se på" 140212

Dersom ungdom får mer respons og tilbakemeldinger vil dette gi høyere aktivitet og flere brukere mener intervjuobjekt 14.

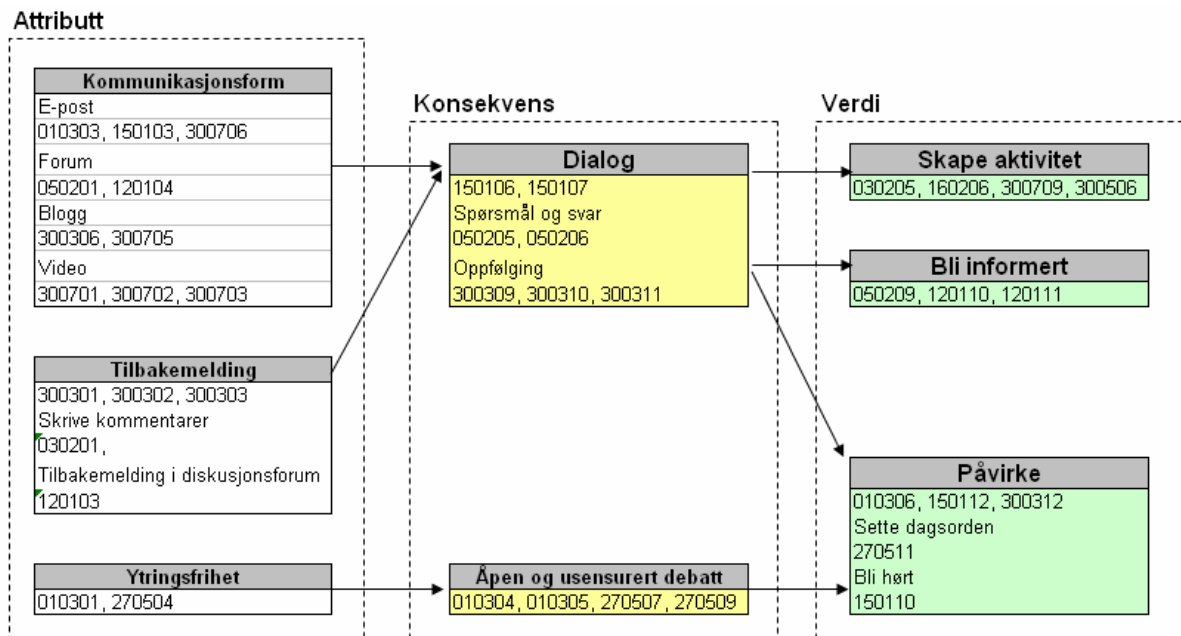
"blir mer aktivitet og mer folk" 140224

Intervjuobjekt 14 fortsetter tankerekken sin med at dette igjen gjør at du får mer engasjement.

"samtidig får du med deg masse flere interesserte" 140227

4.4.5 Kommunikasjon

Figuren under viser toppnivået på "Kommunikasjon". Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) kommunikasjonsform, tilbakemelding og ytringsfrihet relaterer seg til konsekvensene dialog og åpen og usensurert debatt. Dette gir igjen forventede verdi fra deltakerne om muligheten for å skape aktivitet, bli informert og muligheten til å påvirke.



Figur 47 - Kommunikasjon

Deltagerne mener at e-demokrati nettstedet bør ha forskjellige muligheter for å kommunisere mellom ungdom og mellom ungdom og politikere. En av kommunikasjonsformene som har blitt nevnt i undersøkelsen er at innbyggerne kan sende inn videosnutter om tema som engasjerer dem.

"la innbyggerne sende inn video på kommunens sider om aktuelle saker" 300703

Det å ha mange kommunikasjonskanaler inn mot politikere er av liten nytte dersom politikerne ikke svarer eller lytter til det som blir ytret. Dette mener intervjuobjekt 15 er viktig.

"viktig at politikerne svarer og lytter til folket som de representerer" 150106

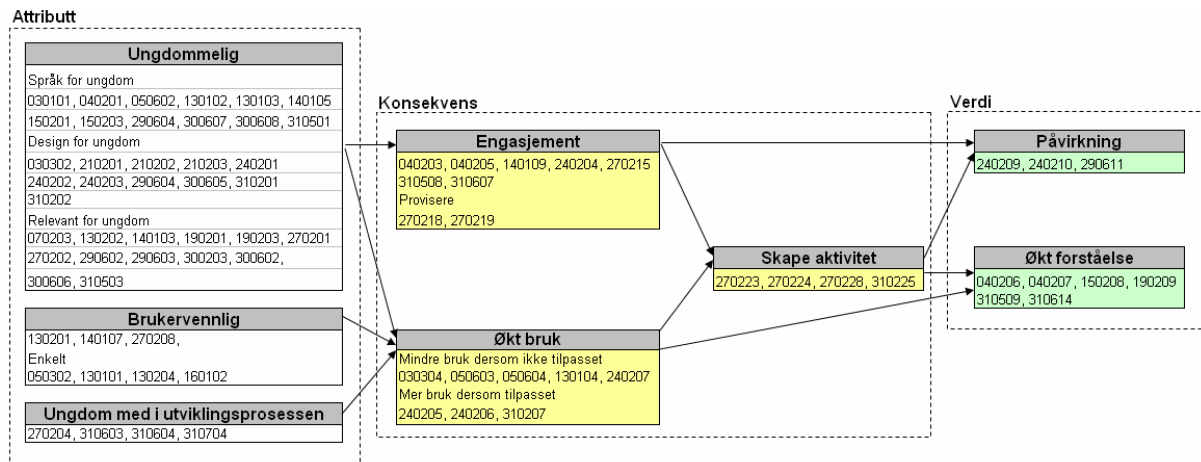
Dialog kan bidra til at du forandrer andres synspunkt og gir deg mulighet til å påvirke.

"så kan du bidra til at andre får et annet syn på saken" 010306

4.4.6 Tilpasse ungdom

Figuren under viser toppnivået på "Tilpasse ungdom". Vi ser her hvordan attributtene (første nivå) ungdommelig, brukervennlig og ungdom med i utviklingsprosessen relaterer seg til konsekvensene engasjement og økt bruk som igjen fører til å skape aktivitet. Dette gir igjen

forventede verdi fra deltakerne om muligheten for å påvirke samt økt forståelse av demokratiet.



Figur 48 - Tilpasse ungdom

Flere deltakere mener at det er viktig å tilpasse språk, design og innhold mot ungdom. Intervjuobjekt 13 mener at man må kvitte seg med det byråkratiske politiker språket.

”ikke typisk politiker språk” 130102

Intervjuobjekt 13 fortsetter tankerekken med at om språket er for vanskelig blir siden ikke brukt.

”blir det for vanskelig gidder jeg ikke” 130104

Dersom man tilpasser siden til ungdom gir det økt bruk som igjen skaper økt aktivitet.

”det bidrar vel egentlig til at man skaper aktivitet” 310225

Enklere språk og økt aktivitet gir ungdom muligheten til å være med å påvirke i lokalsamfunnet.

”Føler at man har muligheten til å gjøre noe, å påvirke” 240209

5 Referanser

- Esteves, J., I. Ramos, et al. (2003). "Use of Grounded Theory in Information Systems Area: An Exploratory Analysis." EUROPEAN CONFERENCE ON RESEARCH METHODS ON BUSINESS AND MANAGEMENT 1.
- Jacobsen, D. I. (2005). Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode. Kristiansand.
- Strauss, A. and J. Corbin (1990). Basics of qualitative research - Grounded theory procedures and techniques, SAGA - International educational and professional publiser.
- Tuunanen, T., K. Peffers, et al. (2004). "Wide audience requirements engineering (WARE): A practical method and case study."

Vedlegg E – Veiledning i bruk av nettløsning WebWare

WebWare er tilgjengelig på følgende adresse: <http://ware.austboe.com>

Siden fungerer best i Internet Explorer med oppløsningen 1280 x 1054, dette for å få plass alt uten å måtte "scrolle" i bredden.

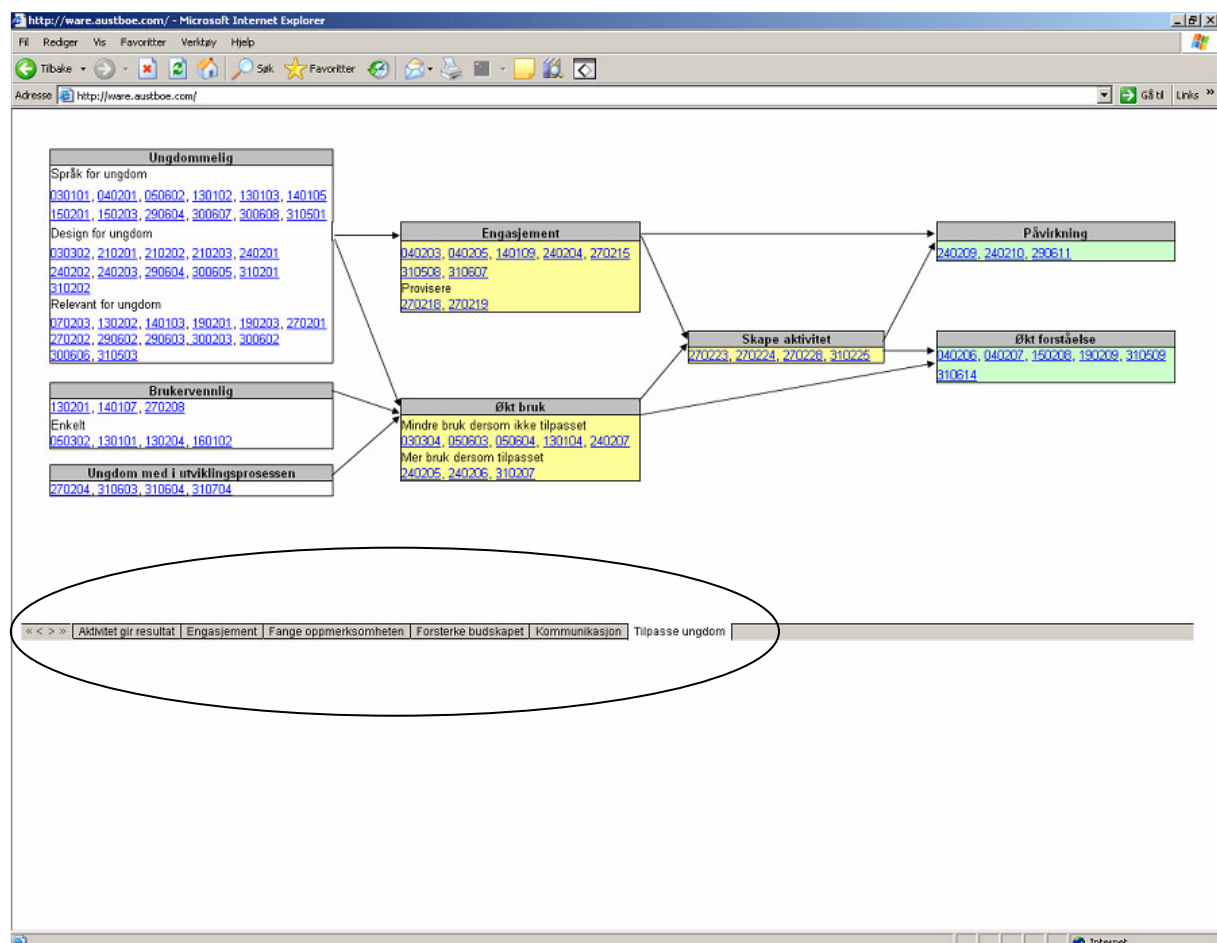
Dette er presentasjonsverktøyet som skal gi en enkel og oversiktlig grafisk fremvisning av ungdoms ønsker og krav til et e-demokratisystem. Presentasjonsverktøyet er utviklet for at beslutningstakere og designer av informasjonssystemer skal kunne ta de "riktige" beslutninger.

Attributter: Disse boksene har hvit bakgrunn (på nett) og representerer egenskaper som kan implementeres i informasjonssystemer.

Konsekvenser: Disse boksene har gul bakgrunn (på nett) og representerer konsekvensene med de forskjellige attributtene.

Verdier: Disse boksene har grønn bakgrunn (på nett) og representerer det brukeren forventer å få igjen ved bruk av systemet.

I figuren under ser vi hvordan nettsiden ser ut ved start. Et av de seks toppnivåene vises. Under kartet er det mulig å velge mellom de seks toppnivåene.



Ungdommelig
Språk for ungdom
030101 , 040201 , 290602 , 130102 , 130103 , 140105
150201 , 150203 , 290604 , 300607 , 300608 , 310501
Design for ungdom
030302 , 210201 , 210202 , 210203 , 240201
240202 , 240203 , 290604 , 300605 , 310201
310202
Relevant for ungdom
070203 , 130202 , 140103 , 190201 , 190203 , 270201
270202 , 290602 , 290603 , 300203 , 300602
300606 , 310503

Hvert tall representerer et utsagn. Vi kan ut i fra tallet si hvilket intervjuobjekt, tankerekke og utsagn det er.

040201
OOTTUU

OO = Intervjuobjekt
TT = Tankerekke
UU = Utsagn

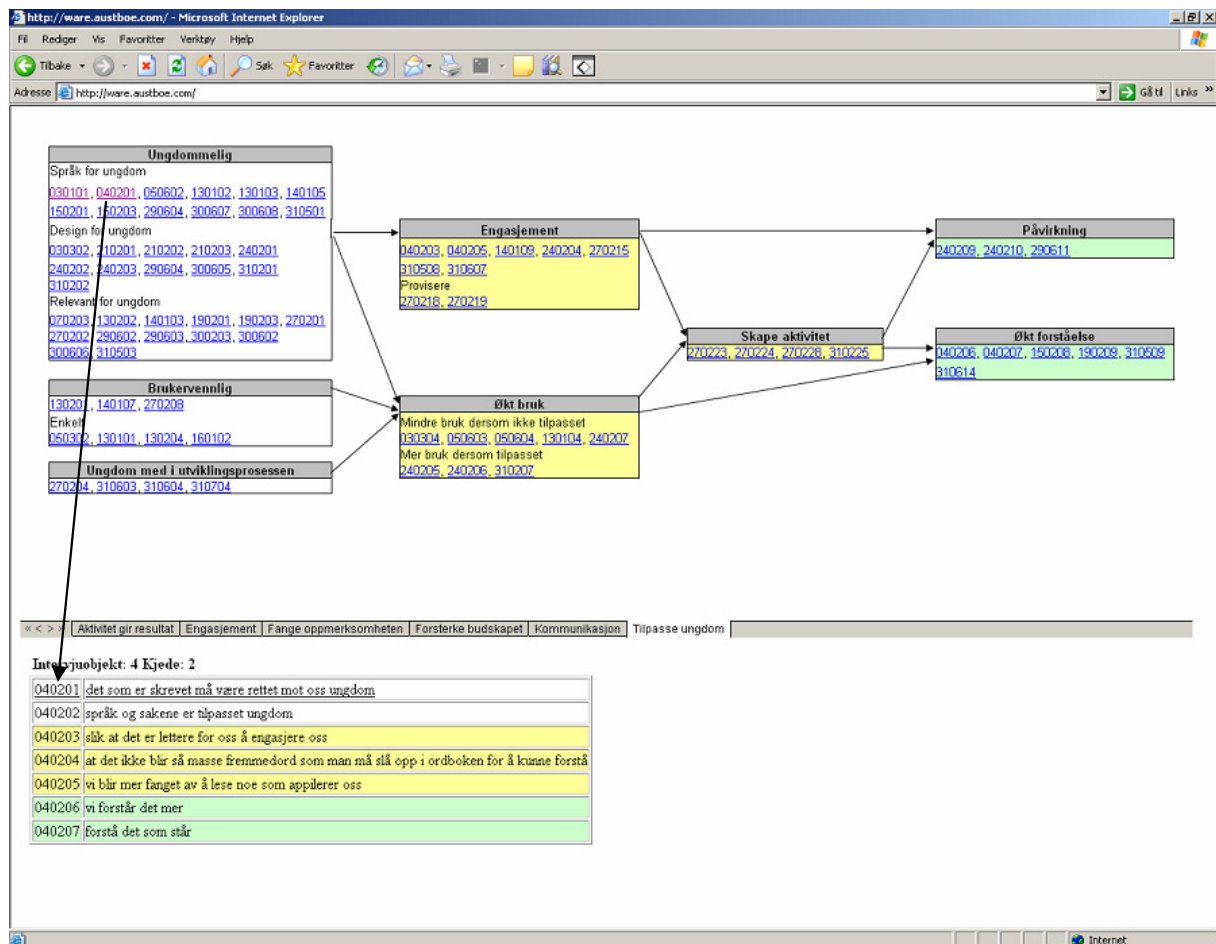
Eksempelet ovenfor blir dermed følgende:

Brukervennlig
130201 , 140107 , 270208
Enkelt
050302 , 130101 , 130204 , 160102

Intervjuobjekt 4, tankerekke 2 for dette intervjuobjektet og utsagn nummer 1 for denne tankerekken.




































Ungdom med i utviklingsprosessen
270204 , 310603 , 310604 , 310704

Hvert tall er en lenke. Når du velger et utsagnsnummer og klikker på dette, vil du få opp hele tankerekken som utsagnet tilhører.



Figuren over viser hva som skjer når du velger utsagnsnummer 040201. Tankerekken/kjeden kommer da opp under kartet. Dersom tankerekken er lang, må du "scrolle" ned. Valgt utsang blir markert med understrek.

WebWARE har en eget kontrollpanel for innlegging og bearbeiding av rådata. Kontrollpanelet er enkelt men trenger videreutvikling for å øke funksjonalitet og brukervennlighet.

Del 1	Del 2	Del 3	Del 4
<p>Intervjuobjekt:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Liste (intervjuobjekt) <p>Stimuli:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Liste (stimuli) <p>Stimulirangering:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Liste (rangering)  Slett rangeringer <p>Kjede:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Liste (kjede) <p>Utsagn:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Liste (utsagn)  Type (utsagn) 	<p>Tema:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Legg til nytt tema  Liste (tema) <p>Subtema:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Legg til nytt subtema  Liste (subtema) <p>Attributt:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Legg til nytt attributt  Liste (attributter) <p>Konsekvens:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Legg til ny konsekvens  Legg til subkonsekvens  Liste (konsekvenser) <p>Verdi:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Legg til ny verdi  Legg til subverdi  Liste (verdier) 	<p>Koble konsekvens til attributt:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Koble konsekvens og attributt  Liste koblinger (attributt/konsekvens) <p>Koble verdi til konsekvens:</p> <ul style="list-style-type: none">  Kontrollpanel  Koble verdi og konsekvens  Liste koblinger (verdier/konsekvens) 	

WebWare er basert på MySQL og PHP. Selve kartfunksjonen er utarbeidet i Microsoft Excel. Det nettbaserte presentasjonsverktøyet fungerer best i Internet Explorer med en oppløsning på 1280 x 1024 piksler eller mer.

WebWARE er utarbeidet av Svein Scheie og Jan Helge Austbø

Vedlegg F

Rangering av kravene

Innholdsfortegnelse

1	Rangeringsskjema	2
2	Rådata.....	4
3	Rangering med poeng.....	5
4	Resultat av rangeringen	6
5	Kendall's W.....	7

Tabelliste

Tabell 1 - Rangering av attributter (Aktivitet gir resultat)	4
Tabell 2 - Rangering av attributter (Engasjement).....	4
Tabell 3 - Rangering av attributter (Fange oppmerksomheten)	4
Tabell 4 - Rangering av attributt (Forsterke budskapet)	4
Tabell 5 - Rangering av attributter (Kommunikasjon).....	4
Tabell 6- Rangering av attributter (Tilpasset ungdom).....	4
Tabell 7 - Rangering av tema	4
Tabell 8 - Aktivitet gir resultat	5
Tabell 9 - Engasjement.....	5
Tabell 10 - Fange oppmerksomheten	5
Tabell 11 - Forsterke budskapet	5
Tabell 12 - Kommunikasjon.....	5
Tabell 13 - Tilpasset ungdom.....	5
Tabell 14 - Tema	5
Tabell 15 - Rangering av alle attributtene	6
Tabell 16 - Rangering av tema	6
Tabell 17 - Tolkning av Kendall's W (Schmidt, 1997, s. 767).....	7

Figurliste

Figur 1 - Kendalls koeffisient (Aktivitet gir resultat)	7
Figur 2 - Kendalls koeffisient (Engasjement)	8
Figur 3 - Kendalls koeffisient (Fange oppmerksomheten).....	8
Figur 4 - Kendalls koeffisient (Forsterke budskapet).....	8
Figur 5 - Kendalls koeffisient (Kommunikasjon)	9
Figur 6 - Kendalls koeffisient (Tilpasset ungdom)	9
Figur 7 - Kendalls koeffisient (Tema)	9

1 Rangeringsskjema

Vi utarbeidet en liste eleven skulle rangere fra mest viktig til minst viktig.

Ranger egenskapene i hver tabell. Den viktigste egenskapen i hver tabell gis 1, nest viktigste 2, tredje viktigste 3 og så videre. Les gjennom tabellene før du ranger.

Egenskap	Rangering
Ungdom med i utviklingsprosessen av nettsiden	
Sidene må være brukervennlig	
Relevante saker for ungdom	
Språk tilpasset ungdom	
Designet må være tilpasset ungdom	

Egenskap	Rangering
Muligheten for å skrive uten sensur (ytringsfrihet)	
Forum som kommunikasjonskanal	
E-post som kommunikasjonskanal	
Blogg som kommunikasjonskanal	
Tilbakemelding i diskusjonsforum	
Video som kommunikasjonskanal (youtube)	
Skrive kommentar som kommunikasjonskanal	

Egenskap	Rangering
Finne aktuelle saker	
Personlig bilde vil styrke troverdigheten	
Muligheten til å se hvem som har lest	
Muligheten for å finne andre med felles interesser	
Ikke kunne manipulere systemet	
Egen profil vil styrke troverdigheten	
Få og gi tilbakemelding	

Egenskap	Rangering
Oversiktlig navigasjon	
Ungdommelig design for å fange oppmerksomheten	
Viktig med konkurranse for å markedsføre siden	
Kategorisere slik at det er lett å finne frem	
Markedsføring på skoler er viktig	

Egenskap	Rangering
Lokale saker skaper engasjement	
Nettsamfunn er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	
Diskusjon er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	
Avstemning er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	
Blogg er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	
Politikere legger ut saker	

Organisert arena som for eksempel avsatt tid til nettmøter	
Forum er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	
Dialog i forkant av beslutninger	

Egenskap	Rangering
Ha konkurranser for å skape interesse	
Skape dialog	
Tilbakemelding fra politikere er viktig	
Nettsiden må være oppdatert og ha aktuelle saker	
Nettmøter med politikere skaper god dialog	
Siden må være interaktiv	
Politikerne legger ut aktuelle saker	
Diskusjon mellom innbyggere og politikere er viktig	
Aktive deltakere får høyere status	

Tema	Rangering
Aktivitet gir resultat	
Engasjement	
Fange oppmerksomheten	
Forsterke budskapet	
Kommunikasjon	
Tilpasset ungdom	

2 Rådata

Elevene ved tredje klasse ved Gimle videregående skole har rangert egenskapene fra mest viktig til minst viktig. Viktigste egenskap har fått verdi 1, nest viktigste 2, tredje viktigste 3 og så videre.

Tabell 1 - Rangering av attributter (Aktivitet gir resultat)

Egenskap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Ha konkurranser for å skape interesse	1	7	1	7	5	9	9	7	2	1	1	3	2	2	5	3	9	1	3	1	4	1	4	6	1
B Skape dialog	9	1	6	8	8	5	5	6	4	9	2	5	8	6	1	1	8	5	4	2	1	2	3	5	2
C Tilbakemelding fra politikere er viktig	2	9	9	4	2	1	4	5	6	8	9	4	9	9	4	7	1	4	8	3	3	9	2	4	7
D Nettsiden må være oppdatert og ha aktuelle saker	3	8	5	5	3	2	8	1	5	2	4	2	1	3	6	2	2	3	5	4	2	3	6	7	4
E Nettmøter med politikere skaper god dialog	8	2	8	6	6	3	1	2	7	7	6	6	3	7	2	6	7	6	9	8	5	8	5	3	8
F Siden må være interaktiv	7	5	3	9	9	7	2	8	1	3	5	8	4	5	7	4	6	9	2	7	6	4	9	8	5
G Politikere legger ut aktuelle saker	6	6	7	2	1	4	3	3	9	6	8	7	5	1	3	5	3	8	7	6	7	7	1	9	9
H Diskusjon mellom innbyggere og politikere er viktig	4	3	4	1	4	6	6	4	8	5	7	1	7	8	9	8	4	7	6	9	8	5	8	1	6
I Aktive deltakere får høyere status	5	4	2	3	7	8	7	9	3	4	3	9	6	4	8	9	5	2	1	5	9	6	7	2	3

Tabell 2 - Rangering av attributter (Engasjement)

Egenskap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Lokale saker skaper engasjement	4	6	9	1	4	3	4	1	8	9	3	8	4	2	4	6	3	1	4	1	2	1	7	9	4
B Nettsamfunn er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	3	9	1	2	1	5	7	3	2	8	1	6	1	8	8	5	4	9	3	2	1	4	5	1	7
C Diskusjon er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	9	7	4	7	2	2	8	5	1	7	2	5	2	5	2	1	1	8	2	8	3	6	2	7	5
D Avstemning er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	8	8	2	8	6	7	9	4	9	3	4	1	9	1	5	7	5	7	1	3	4	2	6	4	8
E Blogg er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	7	1	3	9	7	8	2	6	4	5	5	4	5	9	1	3	8	3	5	4	5	7	8	3	6
F Politikere legger ut saker	5	5	8	3	3	1	1	7	3	1	9	9	8	6	7	4	2	6	9	9	6	5	4	2	9
G Organisert arena som for eksempel avsatt tid til nettmøter	6	3	5	4	9	9	5	8	7	2	8	7	6	4	9	2	6	2	6	7	9	3	9	5	1
H Forum er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	1	2	6	6	5	6	6	9	5	4	7	3	3	7	6	8	7	5	8	6	8	8	1	6	2
I Dialog i forkant av beslutninger	2	4	7	5	8	4	3	2	6	6	6	2	7	3	3	9	9	4	7	5	7	9	3	8	3

Tabell 3 - Rangering av attributter (Fange oppmerksomheten)

Egenskap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Oversiktlig navigasjon	5	4	5	1	2	1	4	2	5	5	5	3	3	2	1	4	1	2	2	5	5	1	5	5	5
B Ungdommelig design for å fange oppmerksomheten	3	1	3	5	3	4	5	5	4	4	1	5	1	4	1	3	1	1	1	1	1	2	3	4	1
C Viktig med konkurranse for å markedsføre siden	1	3	2	3	5	5	3	4	3	1	3	1	4	1	3	2	4	3	4	2	4	3	4	2	2
D Kategorisere slik at det er lett å finne frem	4	2	4	4	4	3	1	1	1	3	2	4	2	5	2	3	2	4	3	3	2	4	1	3	3
E Markedsføring på skoler er viktig	2	5	1	2	1	2	2	3	2	2	4	2	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5	2	1	4

Tabell 4 - Rangering av attributt (Forsterke budskapet)

Egenskap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Finne aktuelle saker	2	2	4	2	7	2	6	4	6	7	1	2	4	7	4	7	3	2	7	1	1	6	7	3	2
B Personlig bilde vil styrke troverdigheten	6	3	3	7	3	6	2	5	7	6	6	5	3	6	5	3	4	3	2	7	6	1	1	4	6
C Muligheten til å se hvem som har lest	7	1	7	3	4	7	1	3	4	2	4	7	6	1	6	6	5	7	3	6	2	3	6	2	1
D Muligheten for å finne andre med felles interesser	3	5	6	4	5	4	3	7	3	1	7	4	5	2	1	2	7	1	6	3	7	2	5	1	5
E Ikke kunne manipulere systemet	4	7	5	1	1	1	4	1	5	3	3	1	1	5	7	4	1	4	4	2	3	4	2	5	3
F Egen profil vil styrke troverdigheten	5	4	1	5	2	5	7	6	1	4	5	6	2	4	2	5	6	6	1	4	5	5	3	6	7
G Få og gi tilbakemelding	1	6	2	6	6	3	5	2	2	5	2	3	7	3	3	1	2	5	5	5	4	7	4	7	4

Tabell 5 - Rangering av attributter (Kommunikasjon)

Egenskap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Muligheten for å skrive uten sensur (ytringsfrihet)	1	1	6	7	1	1	7	1	6	1	2	1	4	7	3	5	3	1	1	7	5	7	4	7	1
B Forum som kommunikasjonskanal	3	3	2	6	6	6	3	7	1	2	5	4	1	6	6	3	6	4	5	6	7	1	3	6	6
C E-post som kommunikasjonskanal	7	2	3	1	3	5	1	3	3	3	1	7	2	2	7	2	7	5	2	5	1	4	2	1	7
D Blogg som kommunikasjonskanal	6	4	4	5	5	7	2	4	2	4	7	3	5	3	2	6	4	6	4	4	2	5	2	2	2
E Tilbakemelding i diskusjonsforum	2	6	5	4	7	2	4	2	5	5	4	2	3	5	1	1	1	2	7	3	2	3	6	5	3
F Video som kommunikasjonskanal (youtube)	4	5	1	2	4	3	6	5	7	6	3	5	6	1	4	4	5	3	6	2	3	5	1	4	4
G Skrive kommentar som kommunikasjonskanal	5	7	7	3	2	4	5	6	4	7	6	6	7	4	5	7	2	7	3	1	6	6	7	3	5

Tabell 6 - Rangering av attributter (Tilpasset ungdom)

Egenskap	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Ungdom med i utviklingsprosessen av nettsiden	1	5	5	1	1	1	1	1	2	4	3	3	4	5	5	1	3	1	4	5	4	2	5	5	3
B Sidene må være brukervennlig	5	4	3	2	3	3	3	2	1	3	1	2	1	1	3	4	1	4	2	4	3	1	3	3	4
C Relevante saker for ungdom	2	1	2	4	2	4	5	3	3	1	2	1	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	1	4	1
D Språk tilpasset ungdom	3	3	4	3	5	2	2	4	4	2	4	4	5	4	4	5	5	2	5	1	5	4	2	1	5
E Designet må være tilpasset ungdom	4	2	1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	2	1	3	4	5	3	3	1	5	4	2	2

Tabell 7 - Rangering av tema

Tema	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					
A Aktivitet gir resultat	4	6	1	2	6	1	1	5	5	1	3	4	2	4	1	6	5	6	1	1	6	1	6	5	6
B Engasjement	1	2	2	6	5	2	5	4	2	4	1	3	4	6	3	1	1	1	4	2	1	2	3	4	5
C Fange oppmerksomheten	2	3	6	3	3	3	4	3	3	5	4	6	3	3	5	4	2	2	5	4	5	3	4	2	1
D Forsterke budskapet	3	1	5	5	4	5	3	1	6	6	5	5	6	5	2	2	3	5	6	3	2	4	5	6	4
E Kommunikasjon	5	5	3	1	2	4	6	2	1	3	6	1	5	2	6	5	4	3	3	6	4	5	1	1	2
F Tilpasset ungdom	6	4	4	4	1	6	2	6	4	2	2	2	1	1	4	3	6	4	2	5	3	6	2	3	3

4 Resultat av rangeringen

Tabell 15 - Rangering av alle attributtene

R	Egenskap	Tema	SUM	AVG	STDAV	MEADIAN
1	Relevante saker for ungdom	Tilpasset ungdom	225	8,65	1,09	9
2	Sidene må være brukervennlig	Tilpasset ungdom	216	8,31	1,19	8
3	Kategorisere slik at det er lett å finne frem	Fange oppmerksomheten	215	8,27	1,19	8
4	Ungdommelig design for å fange oppmerksomheten	Fange oppmerksomheten	214	8,23	1,53	8
5	Viktig med konkurranse for å markedsføre siden	Fange oppmerksomheten	210	8,08	1,20	8
6	Ungdom med i utviklingsprosessen av nettsiden	Tilpasset ungdom	206	7,92	1,67	8
7	Markedsføring på skoler er viktig	Fange oppmerksomheten	203	7,81	1,47	8
8	Ikke kunne manipulere systemet	Forsterke budskapet	201	7,73	1,82	7,5
9	E-post som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	198	7,62	2,10	8
10	Oversiktlig navigasjon	Fange oppmerksomheten	198	7,62	1,65	7
11	Språk tilpasset ungdom	Tilpasset ungdom	197	7,58	1,39	7
12	Designet må være tilpasset ungdom	Tilpasset ungdom	196	7,54	1,45	7
13	Muligheten for å skrive uten sensur (ytringsfrihet)	Kommunikasjon	195	7,50	2,55	8
14	Tilbakemelding i diskusjonsforum	Kommunikasjon	189	7,27	1,89	7,5
15	Nettsiden må være oppdatert og ha aktuelle saker	Aktivitet gir resultat	187	7,19	2,00	8
16	Ha konkurranser for å skape interesse	Aktivitet gir resultat	186	7,15	2,80	8
17	Muligheten for å finne andre med felles interesser	Forsterke budskapet	185	7,12	2,05	7
18	Video som kommunikasjonskanal (youtube)	Kommunikasjon	184	7,08	1,60	7
19	Finne aktuelle saker	Forsterke budskapet	184	7,08	2,23	7,5
20	Få og gi tilbakemelding	Forsterke budskapet	181	6,96	1,87	7
21	Blogg som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	178	6,85	1,76	7
22	Egen profil vil styrke troverdigheten	Forsterke budskapet	178	6,85	1,93	6
23	Muligheten til å se hvem som har lest	Forsterke budskapet	176	6,77	2,20	7
24	Nettsamfunn er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	176	6,77	2,76	7
25	Diskusjon er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	173	6,65	2,64	6,5
26	Forum som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	172	6,62	1,94	6
27	Personlig bilde vil styrke troverdigheten	Forsterke budskapet	169	6,50	1,92	6
28	Lokale saker skaper engasjement	Engasjement	169	6,50	2,82	7
29	Skape dialog	Aktivitet gir resultat	164	6,31	2,65	6
30	Skrive kommentar som kommunikasjonskanal	Kommunikasjon	158	6,08	1,85	6
31	Avstemning er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	152	5,85	2,68	6
32	Blogg er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	150	5,77	2,37	6
33	Forum er en viktig kommunikasjonsform for å skape engasjement	Engasjement	150	5,77	2,41	5
34	Tilbakemelding fra politikere er viktig	Aktivitet gir resultat	149	5,73	2,79	7
35	Dialog i forkant av beslutninger	Engasjement	148	5,69	2,31	5,5
36	Politikere legger ut saker	Engasjement	147	5,65	2,76	5,5
37	Aktive deltakere får høyere status	Aktivitet gir resultat	146	5,62	2,61	6
38	Politikere legger ut aktuelle saker	Aktivitet gir resultat	145	5,58	2,59	5
39	Diskusjon mellom innbyggere og politikere er viktig	Aktivitet gir resultat	145	5,58	2,48	5
40	Siden må være interaktiv	Aktivitet gir resultat	142	5,46	2,55	5,5
41	Nettmøter med politikere skaper god dialog	Aktivitet gir resultat	140	5,38	2,30	5
42	Organisert arena som for eksempel avsatt tid til nettmøter	Engasjement	139	5,35	2,50	5

Tabell 16 - Rangering av tema

TEMA	SUM	AVG	STDAV	MEADIAN
Engasjement	209	8,04	1,61	8
Kommunikasjon	199	7,65	1,83	8
Tilpasset ungdom	198	7,62	1,68	8
Aktivitet gir resultat	193	7,42	2,08	7
Fange oppmerksomheten	193	7,42	1,30	8
Forsterke budskapet	178	6,85	1,62	6

5 Kendall's W

Samling av data, analyse og presentasjonsverktøyet som vi finner i de seks første fasene gir beslutningstakeren rik informasjon om ungdoms preferanser og begrunnelse.

Beslutningstakerne får derimot liten informasjon om den relative viktigheten av de innsamlede ideer. I fase 7 har vi derfor rangert de attributtene som vi har funnet i kravinnsamlingen og presenterer i de semantiske kartene.

Etter at rangeringen var gjennomført tok vi i bruk SPSS for å finne konsensusen mellom deltakerne. Tabellen under viser hvordan Kendall's W kan tolkes og i hvilken grad rangeringen er gyldig.

Tabell 17 - Tolkning av Kendall's W (Schmidt, 1997, s. 767)

W	Tolkning	Gyldighet i rangering
.1	Veldig svak enighet	Ingen
.3	Svak enighet	Lav
.5	Medium enighet	Bra
.7	Sterk enighet	Høy
.9	Veldig sterk enighet	Veldig høy

Ved hjelp av Kendall's W kan man se i hvilken grad deltakerne er enig om rangeringen.

Kendall's W er en utregning som er rett mot rangeringer og varierer fra 0 til 1, hvor 1 tilsvarer fullstendig enighet og 0 er fullstendig uenighet.

Ranks		Test Statistics	
	Mean Rank		
A	3,80	N	25
B	4,64	Kendall's W ^a	,072
C	5,32	Chi-Square	14,411
D	3,84	df	8
E	5,56	Asymp. Sig.	,072
F	5,72		
G	5,32		
H	5,56		
I	5,24		

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Figur 1 - Kendall's koeffisient (Aktivitet gir resultat)

Ranks	
	Mean Rank
A	4,32
B	4,24
C	4,44
D	5,24
E	5,12
F	5,28
G	5,68
H	5,40
I	5,28

Test Statistics	
N	25
Kendall's W ^a	,037
Chi-Square	7,349
df	8
Asymp. Sig.	,499

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Figur 2 - Kendalls koeffisient (Engasjement)

Ranks	
	Mean Rank
A	3,32
B	2,80
C	2,88
D	2,80
E	3,20

Test Statistics	
N	25
Kendall's W ^a	,024
Chi-Square	2,368
df	4
Asymp. Sig.	,668

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Figur 3 - Kendalls koeffisient (Fange oppmerksomheten)

Ranks	
	Mean Rank
A	3,96
B	4,40
C	4,16
D	3,96
E	3,24
F	4,28
G	4,00

Test Statistics	
N	25
Kendall's W ^a	,030
Chi-Square	4,526
df	6
Asymp. Sig.	,606

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Figur 4 - Kendalls koeffisient (Forsterke budskapet)

Ranks		Test Statistics	
	Mean Rank		
A	3,60	N	25
B	4,32	Kendall's W ^a	,062
C	3,44	Chi-Square	9,343
D	4,08	df	6
E	3,60	Asymp. Sig.	,155
F	3,96	a. Kendall's Coefficient of Concordance	
G	5,00		

Figur 5 - Kendalls koefisient (Kommunikasjon)

Ranks		Test Statistics	
	Mean Rank		
A	3,00	N	25
B	2,64	Kendall's W ^a	,113
C	2,32	Chi-Square	11,328
D	3,52	df	4
E	3,52	Asymp. Sig.	,023
		a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Figur 6 - Kendalls koefisient (Tilpasset ungdom)

Ranks		Test Statistics	
	Mean Rank		
A	3,56	N	25
B	2,96	Kendall's W ^a	,037
C	3,52	Chi-Square	4,566
D	4,08	df	5
E	3,44	Asymp. Sig.	,471
F	3,44	a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Figur 7 - Kendalls koefisient (Tema)