

Madelen Riise

# Crowdsourcing ved video- baserte hackathons

"Hvordan og på hvilke områder kan Trøndelag Fylkeskommune bruke crowdsourcing ved ImpactJourney som et regionalpolitisk verktøy?"

Prosjektoppgave i MV3010 Forskningsoppdrag for bedrift  
Trondheim, mai 2018

# Innholdsfortegnelse

<b>1. Innledning</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 Bakgrunn for prosjektet</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Teori</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Crowdsourcing</b> .....	<b>5</b>
<b>2.2 Hackathon</b> .....	<b>7</b>
<b>2.3 Teknologideterminisme og sosialkonstruktivisme</b> .....	<b>8</b>
<b>2.4 Aktør-nettverksteori</b> .....	<b>9</b>
<b>3. Metode</b> .....	<b>11</b>
<b>3.1 Datainnsamling</b> .....	<b>12</b>
<b>3.2 Databehandling</b> .....	<b>15</b>
<b>3.3 Vurdering av datamateriale</b> .....	<b>16</b>
<b>4. Resultater og funn</b> .....	<b>20</b>
<b>4.1 Nettverkets konstruksjon</b> .....	<b>20</b>
<b>4.2 Nettverkets bakgrunn og bruk</b> .....	<b>23</b>
<b>4.3 Erfaringer</b> .....	<b>26</b>
4.3.1 Vuollerim.....	26
4.3.2 Parnonas.....	28
<b>5. Diskusjon</b> .....	<b>31</b>
<b>5.1 Drøfting med et teoretisk rammeverk</b> .....	<b>34</b>
<b>6. Konklusjon</b> .....	<b>38</b>
<b>Referanseliste</b> .....	<b>40</b>

# 1. Innledning

Digitalisering er en av de dominerende trendene i samfunnet i dag, og vi mennesker lever stadig større deler av våre liv i digitale nettverk. Det er ingen tvil om at digitaliseringen er kommet for å bli, og spørsmålet blir dermed også hvordan dette kan utnyttes på nye samfunnsområder. I dette prosjektets tilfelle omhandler det å undersøke hvordan digital utvikling ved crowdsourcing kan anvendes for å skape langsiktig utvikling og tilvekst i små og middelsstore foretak, utenfor de store byene. Dette for å undersøke om et regionalpolitisk initiativ med lokale digitale videobaserte hackathon kan være veien å gå. Mer konkret vil denne oppgaven undersøke om crowdsourcing via det globale digitale nettverket ImpactJourney kan være en slik regionalpolitisk satsing. Som denne oppgaven skal vise, vil en slik satsing handle om mer enn å bare ta i bruk en allerede eksisterende teknologi, slik som ImpactJourney anses i denne konteksten. Oppgavens problemstilling blir dermed:

*Hvordan og på hvilke områder kan Trøndelag Fylkeskommune bruke crowdsourcing ved ImpactJourney som et regionalpolitisk verktøy?*

Problemstillingen vil altså kunne belyse hvilke faktorer som er viktige for å skape en vellykket crowdsourcingprosess. Med andre ord hvordan det kan anvendes og tilpasses lokale plasser, med små- og middelsstore foretak i Trøndelagsregionen, og hva vi eventuelt kan forvente oss ut av dette. For å svare på problemstillingen er det brukt en eksplorerende etnografisk forskningsstrategi. Dette for å undersøke det allerede eksisterende ImpactJourney nettverket; hvordan det er konstruert, brukt og erfaringer som kan være nyttige å vite om for planlegging og gjennomføring av tilsvarende arbeid i regi av Trøndelag Fylkeskommune. Deltakelse på arrangementer der ImpactJourney som verktøy og nettverk har vært representert har dermed stått sentralt i datainnsamlingsmetoden.

Oppgavens teori er valgt ut med grunnlag i å kunne belyse oppgavens tema, og for å presentere teoretiske verktøy som er nyttige i analysen og diskusjonen. Teorien vil også forklare fenomen og begreper som er sentrale for dette prosjektet. I oppgavens metodedel vil først metodologiske valg begrunnes, for deretter å beskrive studiens datainnsamling- og behandling. I tillegg vil disse vurderes for å kunne si noe om dataenes, og dermed oppgavens kvalitet. I analysedelen vil sentrale funn bli presentert, kommentert og tolket, for deretter å bli satt i kontekst med faktiske og praktiske forhold i Trøndelag Fylkeskommune, og dets potensielle satsingsområder. Diskusjonen vil dermed

omhandle hvordan kunnskaper jeg har tilegnet meg i forskerrollen via observasjoner, intervjuer og samtaler med personer i felten, og som kan tas i betraktning opp mot eksisterende forhold i Trøndelag Fylkeskommune og dets satsingsområder på de lokale stedene som er aktuelle for gjennomføring. Til slutt vil sentrale funn og råd fra analysen og diskusjonen oppsummeres i en konklusjon, som også har til hensikt å svare på problemstillingen på en oversiktlig måte. Aller først vil det være nyttig å gi en nærmere innføring om bakgrunnen for Trøndelag Fylkeskommunes ønskede satsing på crowdsourcing.

## **1.1 Bakgrunn for prosjektet**

Trøndelag Fylkeskommune, heretter kalt FK, har er samarbeid med Jämtlands fylke i Sverige angående å skape kompetanse og erfaringer på hvordan den digitale utviklingen kan utnyttes for å nettopp skape utvikling og tilvekst på småsteder, i små- og middelsstore foretak. Informasjonen som her presenteres som bakgrunn for prosjektet, er en oppsummering av informasjon jeg har fått fra FK, i hovedsak av en prosjektsøknad. Prosjektet, kalt Pilgrimsleden tar til sikte å bruke det globale, digitale samskapende nettverket ImpactJourney, som bruker Facebook som digital aktivitetsplattform. Det ble sommeren 2017 utført et småskalig forsøk sammen med ImpactJourney, på meget kort varsel og uten egentlige forberedelser. Likevel er det en bestående interesse fra deltakerne å bygge videre på dette. Derfor vil det som en forstudie på en uke sommeren 2018, gjennomføres et digitalt grenseoverskridende samskapende hackathon som forbinder Norge og Sverige gjennom Nordens Grønne Belte. Hackathonet kommer til å bestå av mennesker som fysisk flytter seg mellom ulike planlagte stopp, og som i realtid følges på Facebook av ImpactJourney sine medlemmer. Man vil kunne se for seg stopp underveis hos ulike bedrifter, eller organisasjoner som representerer det sivile samfunn eller det offentlige. Dette er en forstudie før eventuelt videre treårig satsing.

Målet er at Pilgrimsleden kan fungere som en global trigger for å skape en internasjonal deltakelse både fysisk og ”i skyen” som kan skape den kritiske massen av mangfold som trengs for å arbeide med åpen innovasjon, som er avgjørende for å skape innovasjoner og nytenkning. Prosjektet har altså som mål om å skape bred interesse og nysgjerrighet for digitaliseringens muligheter hos små- og middelsstore foretak i Trøndelag Fylkeskommune og Jämtlands fylke. Deretter for å skape innsikt og forståelse for regionenes ulike forutsetninger for å anvende og skape verdi i digitale skybaserte prosesser, som er spredt over et stort geografisk område og som ikke nødvendigvis har naturlige koblinger eller nære relasjoner til tradisjonelle institusjonelle utviklingsmiljøer.

## 2. Teori

### 2.1 Crowdsourcing

Et bemerkelsesverdig utfall av Web 2.0 er ikke bare teknologiske verktøy i seg selv, men måten medieteknologien har forvandlet forholdet vi har med hverandre og med organisasjoner rundt oss, både private og offentlige. På 2000-tallet så man en økende interesse blant organisasjoner i å utnytte den kollektive intelligensen i digitale samfunn for organisasjonens mål og nytte. Både bedrifter, frivillige organisasjoner og offentlige etater har hatt nytte av å integrere slik kreativ energi i sin virksomhet, og noen har gått så langt at de bygger på slik aktivitet i sin helhet. En slik blanding av fra bunn- til topp kreative prosesser, sammen med topp-ned mål kalles crowdsourcing. Digitale samfunn har altså vist seg å være fruktbare kilder til innovasjon. Crowdsourcing kan dermed anses som en digital, distribuert problem-løser og produksjonsmodell som utnytter den kollektive intelligensen i digitale samfunn for å nytte spesifikke organisatoriske mål (Brabham 2013:18).

Surowiecki (2004, som sitert i Brabham 2008) har funnet at grupper, under de rette forhold, er betraktelig intelligente, og ofte smartere enn den smarteste personen iblant dem. Slik kunnskap oppnås ved å aggregere løsninger. Dette, som kan skapes ved kollektiv tankesmie kan kalles kapasitet for kollektiv kunnskap. Ingen vet alt, men alle vet noe. Dette er noe som eksisterer foruten teknologien, men som lettere lar seg koble ved digitale virkemidler, spesielt ved fremveksten av Web 2.0. Likevel foreslår Brabham (2008) at man bør være oppmerksom på at internett er en teknologi som muliggjør en viss form for tenking, og simulerer visse typer for innovasjoner. Man bør være klar over i sammenflettingen av teknologi og mennesker, bør der være en nyansert forståelse for forholdet og hvordan de påvirker hverandre. Dette for å forhindre et teknologi-deterministisk bilde som setter folk i en passiv posisjon, der teknologi er noe som blir gjort mot oss (Bell 2007:9)

Det finnes ulike oppfatninger til hvilken grad crowdsourcing gir kontroll til deltakerne. Likevel er det klart at crowdsourcing gir noen muligheter til internets brukere. Det kan gi enkeltpersoner i folkemassen en sjanse til entreprenørskap, eller i det minste utløp for kreativ energi (Brabham 2008:84). Likevel poengteres det av blant annet Winner (2003, som sitert i Brabham 2008) at slike muligheter er overdrevet, spesielt ettersom noen er uten internettdækning eller uten teknologi til å koble seg på internett, eller rett og slett uten kunnskap til å gjøre det. At man er påkoblet betyr heller

ikke at det er garantert at folk vil delta, og på den måte skape mangfold i massen. Derfor argumenteres det for at man alltid bør ha øye på hvem som uteblir i slike prosesser.

Crowdsourcing er altså kort fortalt en modell kapabel for å aggregere talent og utnytte oppfinnsomhet, samtidig som å redusere kostnader og tid for å løse en utfordring eller et problem. Crowdsourcing er muliggjort via internett-teknologien, som er en kreativ modus for brukeraktivitet, ikke bare et medium for meldinger mellom mennesker (Brabham 2008:87). Crowdsourcing kan derfor forstås som en distribuert problemløsnings- og produksjonsmodell. Dette kan ha muligheter ut over bare produksjon eller for bedrifters profitt, man kan unytte et publikum av innovatører, og nytte ut over profitt-sektorer. Crowdsourcing kan i teorien derfor også være en metodikk som utnytter den kollektive intelligensen i samfunnet for å løse problemstillinger og indentifisere muligheter som eksisterer der. Dette ved å innhente ideer utenfra; åpen innovasjon som er distribuert innovasjonsprosess basert på å forvalte kunnskapsstrømmer forbi organisatoriske grenser (Chesbrough 2006).

Det finnes i teorien mange ulike definisjoner og oppfatninger om hva crowdsourcing egentlig er, eller egentlig ikke er. Ved å analysere ulike forfatteres definisjoner av begrepet crowdsourcing, finner Estellès-Arolas og González-Ladrón-de-Guevara (2012) åtte karakteristikk som er felles for crowdsourcing-initiativer. Disse er: en klart definert folkemengde; en klart definert oppgave med klart mål; klar definert kompensasjon for deltakere; klart definert crowdsourcer eller initiator; klart hva som skal oppnås for crowdsourcer eller initiator; deltakende nettprosess; varierende grad av åpen samtale; og internett som medium. Det argumenteres for at en analyse av ulike definisjoner og oppfatninger av begrepet har gjort det mulig å skape en slik global definisjon som spenner over tidligere sammenliknede initiativer (Estellès-Arolas og González-Ladrón-de-Guevara 2012:198).

Crowdsourcing kan fasilitere tilkobling og samarbeid mellom mennesker, organisasjoner og samfunn. Det er i bunn og grunn basert på et enkel, men kraftig konsept, som er at omtrent alle har mulighet til å plugge inn verdifull informasjon. Det søker å mobilisere kompetanse og ekspertise som er distribuert i folkemassen. Crowdsourcing kan sies å skape noe som blomstrer lett, men som også kan visne fort. Implementeringen og styringen av crowdsourcingprosjekter er derfor viktig (Zhao og Zhu 2012:417). Men hvordan vite om et crowdsourcingprosjekt har vært vellykket? På en side er det noen som initierer prosjektet, og som har forventninger til ytelsen. På den andre siden vil suksessen til initiativet i stor grad avhenge av folkemassen som deltar. Hvis det er en suksess vil

dette være noe denne folkemassen gir uttrykk for med tilbakemeldinger i form av for eksempel vurderinger, kommentarer og anbefalinger avhengig av hvordan verktøy som brukes (Ibid.:428).

Det gis ofte mye tiltro og ansvar til deltakerne av crowdsourcingprosjekter, og på den måten mister initiativtakeren en viss kontroll over atferden til massen og utfallet av prosjektet, ettersom en folkemasse kan gjøre uforutsigbare valg. I noen tilfeller kan også massen forvandle prosjektet til noe helt annet enn det var tiltenkt. Selv om det ligger mye potensiale i kollektiv intelligens kan det også være fare for mye støy, spesielt i form av for mye unyttig eller irrelevant informasjon i prosjektet. Dette kan skape informasjons og/eller kognitiv overflod, som kan gjøre det vanskelig å delta eller å få et klart bilde av hva som skapes (Ibid.:428).

## **2.2 Hackathon**

Innovasjon ved digital teknologi er i stadig utvikling, noe som hyppigheten ved bruk av crowdsourcing har vist. Men det er også utvikling i hvordan man kan fremkalle slik innovasjon. Et hackathon er et slikt eksempel. Hackathon er tradisjonelt et fysisk arrangement der dataprogrammerere og andre som er involvert i programvareutvikling samarbeider intenst over en kort periode på et prosjekt. Her står eksperimentering og kreativitet sentralt, og det kan være satt opp som en konkurranse. Hackathon som fenomen har dukket opp som en effektiv tilnærming til å oppmuntre til innovasjon med digital teknologi på et stort antall områder; eksempelvis musikk, åpen kildekode, akademia og mote. Prinsippet bak hackathon kan altså overføres til nye arenaer som ikke nødvendigvis har med dataprogrammering å gjøre, som kalles Culture Hacks. Et slikt eksempel er sosial-orientert hackathon, der målet er å adressere eller bidra til utfordringer som er av samfunnsinteresse. Dette kan være alt fra å forbedre utdanning, forbedre infrastrukturen i en by, eller forbedringer av eller for offentlige etater (Briscoe og Mulligan 2014). Hackathons tenderer altså å enten sikte på programvareutvikling med spesifikke applikasjoner og teknologi, eller å bruke teknologi for et bestemt formål; slik som sosiale utfordringer og problemer eller bedriftsobjektiver (Trainer, Kalyanasundaram, Chaihirunkarn og Hersleb 2016:1119).

For å skape deltakelse på hackathons med bakgrunn i mer enn bare frivillighet, til investert deltakelse, kan hovedsakelig oppnås ved å fokusere på problemer eller utfordringer som har betydning for deltakerne i hackathonet. Dette kan være for eksempel samfunnsmessige utfordringer knyttet til det offentlige, eller et bestemt emne som er av interesse for et felleskap som utgjør

kulturhacket. Ellers kan det være en pris eller premie som skaper et konkurranseelement som oppmuntrer til investering av tid for en personlig gevinst. I studien utført av Briscoe og Mulligan (2014), der de spurte deltakere fra flere typer av hackathon hvorfor de medvirket, var hovedårsakene på over 80% læring og nettverksbygging. Av deltakerne svarte også 34% at de deltok for å bidra til å endre verden, mens 28% svarte at de ville vinne premier. Denne studien så også på suksessfaktorer knyttet til hackathons, men siden det er flere forskjellige typer og praksiser av hackathon lar det seg ikke gjøre med en klar formel. Likevel oppdaget de noen sentrale prinsipper, og et hovedpoeng er at samarbeid bør stå i kjernen. Videre går prinsippene ut på at hackathon bør være output orientert; de bør være inkluderende; læring og deling bør stå sentralt; feiling har også en verdi; det bør legges opp til behagelige og inspirerende omgivelser med lys og vindu; tilrettelegging med internett og elektrisitet; mulighet for folk å organiseres i grupper; og gruppeledere og fasilitatorer skal oppmuntre men ikke avgjøre. Suksessen til et hackathon trenger ikke nødvendigvis ligge i å produsere noe eller danne konkrete løsninger på en utfordring, i noen tilfeller kan det også argumenteres for at det viktigste resultatet er samfunnet som utvikler seg når mennesker eksperimenterer sammen fra ett arrangement til neste (Ibid.:11).

Hackathons har sett viktigheten av samlokalisering. Dette med bakgrunn i at det å fysisk være lokalisert på samme plass gir muligheter som bare ansikt-til-ansikt kommunikasjon gir. Dette ved at det er en effektiv kommunikasjonsform, det legger til rette for utvikling av tillit, det motiverer folk å møtes fysisk, og det forenkler screening og sosialisering. Undersøkelser har vist at ansikt-til-ansikt kommunikasjon i innovasjonsprosesser har slike fordeler sammenliknet med virtuelle mekanismer (Briscoe, Virani og Dima 2015).

## **2.3 Teknologideterminisme og sosialkonstruktivisme**

Diffusjonsteori kan brukes til å betrakte hvordan en teknologi adopteres. Eksempelvis ny teknologi introdusert til en ny sosial gruppe via en agent. Ofte er der noen få tidlige adoptører, og som kan være avhengig av status til å overtale andre for å nå et metningspunkt. Viktige konsepter innenfor diffusjonsteorien er adopsjonsterskelen, som omhandler antallet adoptører nødvendig for å indusere flere. Kritisk masse omhandler et punkt der nok adoptører har adoptert for at det skal bli suksess. Nettverkseksternaliteter omhandler at verdien av et nettverk for en aktør, øker med størrelsen av nettverket. Diffusjonsteorien kan anses å bygge på determinisme; som en anstrengelse om å spesifisere betingelser og pålegge sammenhenger for å oppnå et ønsket utfall. Diffusjonsteorien kan



assosieres med institusjoner som sponser innovasjon og promoterer teknologisk utvikling. Kritikken mot diffusjonsteorien, er at den er teknologi deterministisk, ved at den anser innovasjoner som gitt, og ser mer på effektene dette kan ha på sosiale systemer uten at de har noen slags påvirkning. Den kritiseres også for å anta at teknologi og innovasjon er stabile systemer gjennom diffusjonsprosessen (Lievrouw 2006).

Motsvaret til slik tankegang, er ideen om sosialt konstruert teknologi. Dette omhandler i korte trekk at det sosiale er avgjørende for forming av teknologi, og dermed innovasjoner. Det argumenteres for at teknologi er et samfunnsfenomen som utvikles, produseres og brukes innenfor samfunnet, og at det derfor er påvirket av sosiale, kulturelle og politiske forhold. Det anser derfor ikke teknologi som noe der adopteres, men noe som det sosiale skaper og utvikler, og dermed former. Det kan derfor forstås som et motsvar til determinisme, med et større fokus på beredskap, som kan gi mange potensielle utfall i en usikker situasjon som avhenger av det sosiale. Aktør-nettverksteori avviser både teknologideterminismen og sosialkonstruktivismen, og anser teknologi og innovasjoner som verken "push eller pull". Likevel kan både diffusjonsteorien og sosialkonstruktivismen være gode verktøy til å observere og forklare ulike faser av/i innovasjonsprosesser (Lievrouw 2006).

## **2.4 Aktør-nettverksteori**

Aktør-nettverksteori, kalt ANT er en teori som likestiller mennesker og ikke-mennesker for å forstå vitenskap og teknologi. Teorien kan forstås som et motsvar til teknologi- og vitenskapsstudier som hadde forsøkt å forklare hvordan sosiale krefter og steds- og tidsspesifikke kulturfenomen var avgjørende for formingen av vitenskapelige resultater og teknologiske artefakter. ANT rettet heller fokus mot relasjoner mellom aktører. Disse aktørene er ifølge ANT ikke bare mennesker; ting har også effekt. Det ble rettet fokus på at ikke-menneskelige ting også har en rolle, og at materielle ting inngår i slike relasjoner; på samme måte som mennesker. Slike ikke-mennesker blir kalt for aktanter. ANT skiller altså ikke mellom mennesker og aktanter, og argumenteres derfor som egnet til å beskrive sosio-tekniske nettverk og systemer (Skjølvold 2015:67).

Ideen om translasjon, eller oversettelse står sentral i ANT. For å skape suksess i et prosjekt, vil translasjon ifølge ANT stå sentralt. Dette handler om å overbevise et felleskap om å få rett, altså å overbevise aktørene i et prosjekt om at de egentlig har samme interesse. Makt kan derfor tenkes å ha et sentralt element, men med ANT syn er ikke denne makten noe noe(n) har, men noe som

produseres i relasjon mellom de aktørene og aktantene som til enhver tid er del av nettverket. Dette viser ANT med en translasjonsmodell. Første fase angår problematiseringen; hvordan utfordringer defineres, og hvordan aktører arbeider for å bli uunnværlige. Andre fase angår interesseskaping; hvordan nye allierte kan kobles inn i nettverket og tilskrives ulike roller. Fase tre angår innrulling; at aktøren(e) aksepterer og trer inn i sin rolle og blir del av nettverket. Den siste fasen angår mobiliseringen; at alle grupper har talspersoner som trekker i samme overordnede retning (Skjølsvold 2015:76). Callon (1984) viser stegene i translasjonsmodellen med et eksempel om mulighetene en gruppe vitenskapsmenn hadde for å starte med kamskjellfiske langs Franskekysten, fra kunnskapen de hadde om kamskjellfiske i Japan. Sentrale poenger er at de møtte på utfordringer knyttet til at teknologioverføring som idè er problematisk. Dette understreker også Madeleine Akrich, og fremmer at når teknologi tas i bruk andre steder, så veves de inn i nye praksiser. Her møter de et annet sett av aktanter og aktører, og tilskrives derfor nye meninger. Teknologien blir altså del av nye nettverk, og kan ende opp som noe annet enn i opprinnelig kontekst (Skjølsvold 2015:74). Også sentralt i eksempelet som Callon viser med kamskjelloppdrett, er arbeidet med å få ulike aktører til å spille på lag og trekke i samme retning for å gjøre prosjektet oppnåelig.

### 3. Metode

Dette forskningsprosjektet har benyttet en eksplorerende etnografisk forskningsstrategi. Dette med en casestudie, der jeg som forsker har deltatt fysisk i det miljøet som er blitt studert. Det som ofte kjennetegner etnografisk metode, er metodologisk og tematisk eklektisme. Det betyr at det benyttes det som er tilgjengelig av metoder og perspektiver, slik at forskeren får samlet alle mulige data som er tilgjengelig for å kunne belyse temaene som er fokus for den aktuelle forskningen (Tjora 2017:51, som sitert i Hammersley og Atkinson 1995:1). Etnografi er preget av naturalisme, ettersom man observerer noe(n) i en naturlig situasjon, og forskeren må tilpasse seg den. Det er derfor viktig at forskeren er sensitiv for situasjoner og aspekter i samfunnet som studeres. Den metodologiske rikheten er derfor en styrke, da det lar forskeren dykke dypt i søken etter mening i et spesifikt, ekte miljø (Singer 2009:194). Etnografi er en eksplorerende, oppdagende og kreativ prosess (Atkinson 2015). Etnografisk forskning er altså eksplisitt fortolkende (Singer 2009:192).

I denne studien står altså observasjoner sentralt, men viktigheten av samtaler og intervjuer med informanter er heller ikke til å underdrive i dette prosjektet. På mange måter kan det i dette tilfellet ha vært spesielt nyttig å bruke observasjon og involvering for å finne egnede informanter. I tillegg er det blitt brukt observasjoner for å lete etter interaksjonsdører, som her handler om å finne gode muligheter for å komme i prat med personer rundt tema jeg ønsker å utforske. Observasjonene har også bestått av å følge med på aktivitet på ImpactJourney sin facebookside, og det kan dermed forstås at jeg har observert i to arenaer; den virkelige og den digitale. Observasjonsdataene og intervjudataene supplerer også hverandre. I etnografisk forskning tilegnes forskeren en sentral funksjon, med en åpen og betydelig rolle i selve forskningen. Observasjoner står sentralt, og forskeren kan inneha ulike observasjonsroller. I feltstudier vil forskeren ofte inneha en interaktiv funksjon, ettersom det alltid vil være en viss interaksjon mellom observatør og observert. Men forskeren kan også ha skjulte observasjonsroller. Rollene kan også variere ovenfor ulike personer i studien. I interaktiv observasjon vil det være mulighet for observatøren å strategisk forflytte og tilpasse seg sammen med de observert, kalt dynamisk observasjon. Her finnes ulike strategier, i varianter som ”work-along”, ”have fun along”, ”party along”, ”go-along”, ”walk along” og ”shadowing” (Tjora 2017:68).

Valget av en eksplorativ etnografisk metode forsvares utfra at det tillater å bruke flere ulike datainnsamlingsmetoder som kan gi gode muligheter til å søke dypt etter mening og informasjon på et felt man vet lite om. I dette tilfellet handler det om å undersøke nettverket og plattformen ImpactJourney nærmere, ettersom det i oppstartsfasen av prosjektet ble klart at det trengtes mer informasjon om dette i planlegging og gjennomføring av det overordnede prosjektet som er Pilgrimsleden. Dette kan altså forstås som et forprosjekt for forprosjektet Pilgrimsleden, som er å gjennomføre et eksperiment i form av et hackathon. Dette før en eventuelt videre satsing settes i gang.

### **3.1 Datainnsamling**

Siden målet med datainnsamlingen var å utforske nettverket og plattformen ImpactJourney, så har det vært sentralt å delta der dette verktøyet har vært brukt. Ved å delta på slike arrangementer, har også gjort at jeg har kommet i kontakt med personer som er sentrale og aktive innenfor nettverket. Plattformen selv er herunder en viktig informant. Jeg deltok først under et seminar der han og ImpactJourney var representert og brukt. Den ble holdt under Technoport, som er en årlig konferanse holdt i Trondheim. Men den viktigste kilden til datainnsamling i dette prosjektet, har vært deltakelse under Crowdsourcing Week, heretter kalt CSW. Det er en konferanse der navnet forklarer betydningen godt. Det handler om crowdsourcing og det varer i en uke, eller nærmere bestemt 5 dager om man følger hele konferansen, noe som jeg gjorde. Den var lokalisert på to steder i Nord-Sverige, første del i Luleå og deretter i Vuollerim. Det var også det fjerde året på rad at CSW ble holdt i Vuollerim. Observasjonene under konferansen har både vært av fysisk/stedlig format, og i digitalt format ved å følge hva plattformen foretar seg på nettverkets egen facebookside.

I første møte med konferansen gikk jeg naturlig inn i rollen som fullstendig deltaker, som er skjult observasjon. Dette handlet rett og slett om at det vanskelig og unaturlig lot seg gjøre å informere alle personene som deltok at jeg faktisk observerte dem. Det var også en del personer som kom og gikk, så det var en blanding av deltakere som i ulik grad tok del under konferansen. Ettersom konferansen gikk fremover i tid og jeg kom i kontakt med stadig flere ulike personer, endret min observasjonsrolle seg ovenfor dem. Jeg ønsket å være åpen om min rolle og forklarte gledelig til dem som måtte være interessert i hvorfor jeg deltar på den aktuelle konferansen. Det ble altså en utvikling der jeg stadig fikk en mer åpen observasjonsrolle, som observerende deltaker. Jeg gikk dermed fra å være en vanlig deltaker på lik linje med alle andre, til å være en deltaker som også er

student/forsker. For personer som jeg ikke har vært i snakk med vil jeg dermed inneha en skult observasjonsrolle, mens for de jeg var i samtaler med og gjorde meg kjent med, inntok jeg en åpen observasjonsrolle. Med den stadig økende grad av bekjenskaper under konferansen, og etter en uke med regelmessig kontakt med flesteparten av dem – var det i øyenfallende at jeg følte meg mer integrert i miljøet jeg studerte. Det ble opparbeidet tillitt mellom meg og forskningsobjektene, enn i noe ulik grad mellom ulike deltakere, men slik bekjenskap og tillit åpnet for muligheter der jeg kunne intervjuere personer som jeg oppfattet som sentrale for min undersøkelse.

Under konferansen som helhet har det vært behov for ulike tilpasninger i observasjonen, som kalt dynamisk observasjon. Det har vært mange ulike settinger; fra feststemte middager, korte kaffepauser, bussturer, lek og konkurranser, samtaler rundt frokostbordet til mer fastsatte konferansesettinger slik som workshoper og ”forelesninger”. Jeg har måtte hele tiden gjøre strategiske vurderinger for dynamisk observasjon, eksempelvis som noe så enkelt som å vurdere hvor jeg skal sette meg under middagen. Allerede før CSW startet, måtte jeg bestemme meg for om jeg ville bo med de andre studentene som kom fra et universitet i Sverige, og som var med for å ordne det praktiske rundt konferansen. Jeg valgte å heller bo der de faktiske deltakerne skulle bo, som var et lurt valg ettersom det gjorde det lettere å omgås dem der siden hotellet vi bodde på ble en møteplass for flesteparten. Jeg har vært innom flere av strategiene for dynamisk observasjon, som er nevnt innledningsvis i dette metodekapittelet.

Det er liten tvil om at settingene utenom det fastsatte programmet for konferansen har vært vesentlige for min datainnsamling. "Party along" og "have fun along" er på mange måter slik jeg har kommet i kontakt med informanter, og det sosiale har også vært viktig under CSW. Det har i tillegg til et omstendelig program, vært satt i gang sosiale aktiviteter og konkurranser som har vært nyttige for å bli kjent med de andre deltakerne. Men det har vært veldig mye på planen som faktisk har gjort det vanskelig å få gjennomført intervjuer jeg har avtalt med personer på forhånd. Et av intervjuene ble eksempelvis gjennomført på bussen når vi reiste fra Luleå til Vuollerim. Jeg måtte også på den måten lete etter potensielle muligheter for å faktisk få holdt disse intervjuene, uten for mye støy og forstyrrelser fra omgivelsene. Det ble totalt gjennomført tre uformelle intervjuer der det ble brukt opptaksfunksjon, i tillegg til mange flere spontane og naturlige samtaler med flere personer. Det har også vært nyttig å få ta del i samtaler der vi har vært flere som har kommunisert. Slike samtaler var noe som oftest ble gjort utenfor det fastsatte programmet, hovedsakelig i pausene og under måltidene. I forkant av CSW lagde jeg en intervjuguide, men etter møte med det faktiske

feltet følte jeg at den ikke helt dekket under det jeg faktisk så og opplevde der og da. Eksempelvis hadde jeg på forhånd formulert spørsmål som var veldig fokusert på å utforske rundt teknologien ImpactJourney, men jeg ble etter møte med felten stadig mer oppmerksom på at det var nyttig å kartlegge sentrale enkeltpersoner med deres erfaringer og eksempler siden de faktisk er innvevd i det nettverket vi ønsker å undersøke, og dermed kan være praktiske eksempler til hvem man kan anta er målgruppen, samt hvilke områder det kan være nyttig å bruke verktøyet på.

Intervjuene er altså ikke strukturerte. Det har ikke blitt benyttet en intervjuguide, men samtalen har naturligvis alltid handlet om visse tema og emner som har vært aktuelle for å kunne svare på overordnet problemstilling. Improvisasjon i intervjuet har vært viktig, der spørsmål kan ha kommet underveis avhengig av hva informantene faktisk har fortalt. Totalt sett var alle informantene villig til å dele og fortelle veldig mye. Utvalg av informanter til intervju har vært naturlig avgrenset til casen som her er nettverket ImpactJourney, og deltakelse på arrangementer der det/de er representert. Når man benytter intervjuer i slike casestudier kan vi anta at de kan fortelle oss noe om informantene, deres opplevelser og erfaringer, og at dette er noe som kan gi oss innblikk i noe som er knyttet til casen som sådan (Tjora 2017:131). Jeg har som allerede nevnt vært avhengig av ulike observasjoner, men studien har også i aller største grad vært avhengig av personer som jeg underveis i CSW har snakket med. Disse har også tipset meg om flere andre potensielle informanter eller personer som kan være av interesse for studien. Det kan derfor også forstås av rekruttering av informanter også har pågått med snøballmetoden. På mange måter har også min deltakelse og observasjonene jeg gjorde underveis vært viktige for hva intervjuene og samtalene har dreid seg om. Jeg fikk rett og slett mange nye innsikter og tanker etter møtet med feltet. Før jeg dro dit visste jeg ikke sikkert hvem eller hva jeg ville møte, bortsett fra plattformene selv.

Utenom intervjuene som ble tatt opp digitalt, samt bilder og filmer jeg tok av powerpointer og presentasjoner, så har resten av datamaterialet blitt notert ned i feltnotater. Disse kunne enten bli notert direkte eller så fort som mulig etterpå om det var konkrete observasjoner på det som blir sett og hørt, eller mer bearbejdede refleksjoner som også kunne komme til overflaten på senere tidspunkt. Jeg skrev også en slags dagbok underveis av CSW som også inngikk i feltnotatene. Det har vært nyttig for å huske kontekster fra øvrige observasjoner. Feltnotatene utgjør med andre ord en blanding av nedskrevne observasjoner og refleksjoner til det som ble sett, hørt og opplevd. Datagrunnlaget ble som følge av konferansen en blanding av intervjuopptak og ulike ”varianter” av feltnotater.

## 3.2 Databehandling

Som beskrevet gir metodologisk eklektisme ulike varianter av data. Disse er i ulik grad bearbeidet allerede i nedfestelsen. Eksempelvis vil feltnotatene til en viss grad være bearbeidede, da nedfestelsen ikke skjer upåvirket av forskeren. Feltnotatene er derfor allerede fortolket i det de skrives, eksempelvis med valg man gjør når man velger hva man skriver. Man får ikke til å skrive ned alt man ser og hører, og det hadde heller ikke i dette prosjektet vært nødvendig eller nyttig ettersom det faktisk kan bli en overflod av data som kan angå mye annet enn det som egentlig er i fokus. Likevel var det muligheter for å gå tilbake i noen av observasjonene i de sammenhenger der jeg enten selv hadde filmet situasjoner eller presentasjoner, eller der andre hadde filmet og publisert på plattformens facebookside. Noen av observasjonene for meg ble på denne måten også i form av et helt digitalt format, ved at situasjoner jeg selv ikke har deltatt i var blitt filmet og publisert på plattformens facebookside.

Intervjuopptakene ble transkribert. Angående språk, så var intervjuene både på svensk/norsk og engelsk. Jeg har valgt å transkribere det som ble sagt på engelsk akkurat slik det ble formulert. Jeg har imidlertid i transkripsjonen av de svenske informantene, oversatt skriftlig til norsk. Dette i hovedsak fordi jeg ikke kan svensk rettskriving. Samtidig er det likevel et språk som er likt det norske, så forhåpentligvis forsvinner ikke så mye av betydningen likevel. Jeg merket også underveis i transkripsjonen fra intervjuet med plattformmeier, at vi har byttet fra engelsk til norsk/svensk språk halvveis i intervjuet. Dermed vil utdrag fra det aktuelle intervjuet som analysen utforsker, kunne være en miks av engelsk og norsk. Plattformmeier er altså samme person hele veien, selv om vi har vært litt språkforvirret.

Intervjuopptak ble i mye større grad et råmateriale, sammenliknet med feltnotatene. Her er nedskrivningen i mindre grad påvirket av forskeren. Det krevde derfor også mer bearbeiding i etterkant. Totalt sett bruker analysen mye utdrag fra intervjuene. Det betyr ikke at observasjonsdataene har vært overflødige, tvert imot så har innholdet i de hjulpet å vite hva som er viktige poenger i analysen og diskusjonen. Intervjuer og samtaler med personer underveis i konferansen ga mulighet å teste antakelser og spørsmål som jeg som forsker har stilt underveis i forskningsprosessen, og der har slike observasjoner har stått sentralt.

I etnografisk forskning vil det oftest produseres mye data i form av feltnotater og intervjuutskrifter, og for å unngå drukning i dette er det nødvendig å vurdere og plukke ut interessante svar og relevant materiale sett ut fra forskningsspørsmålene (Ringdal 2012:249). Slik datareduksjon pågikk i denne studien i form av oppsummeringer, samt til utvelgelse av spesielt interessante svar og observasjoner/opplevelser. En slags koding ble også utført ved å se induktivt på likheter mellom svar og observasjoner mellom forskjellige personer og settinger, og deduktivt ved å undersøke svar og observasjoner som fremstår som relevante sett opp mot eksisterende teori som jeg anser som aktuelle.

### **3.3 Vurdering av datamateriale**

En eklektisk metode har som innledningsvis i dette kapittelet beskrevet noen klare fordeler. Dette hovedsakelig ved at det lar forskeren i teorien gjøre et dypdykk i feltet som studeres, der forskeren samler inn data i selvvalgt omfang for å få tilfredsstillende forståelse på feltet som studeres. Dette skal gi forskeren et godt grunnlag for å gå videre på en analyse. Men en slik metode er også både tid- og ressurskrevende. Jeg deltok under hele CSW, som totalt varte i fem dager. Det var lange dager, fra morgen til kveld, så det skapte totalt mange timers arbeid selv om det foregikk over en relativt avgrenset periode. I denne oppgavens tilfelle, vil jeg derfor påstå at datagrunnlaget er mer en dekkende for en oppgave på et relativt begrenset omfang. Likevel kunne det vært nyttig å sett til enda flere praktiske eksempler som har brukt crowdsourcing på små steder/samfunn, men under CSW var det ikke flere som var representert. De tre kriteriene gyldighet, generaliserbarhet og pålitelighet benyttes som indikatorer for å vurdere kvaliteten i forskningsopplegget.

Gyldighet angår om de svarene vi finner i forskningen, faktisk er svar på de spørsmål som stilles (Tjora 2017:232). Siden dette er en casestudie, vil det være mest relevant å undersøke det som en pragmatisk gyldighet. Det kan ses sammenhenger opp mot "policy sosiologi", ettersom denne forskningen gjøres med bakgrunn i å produsere kunnskap for en oppdragsgiver, som i dette tilfellet også er en offentlig myndighet. Gyldigheten vil derfor være avhengig av om analysen bidrar til å svare på spørsmålene som stilles av oppdragsgiver, etter dialog med forskeren. Siden jeg hele tiden har vært i nær dialog med utnevnte kontaktpersoner i Trøndelag Fylkeskommune, både via flere fysiske møter og mailkorrespondanser, har det bidratt til å føre forskningen den retningen som det er vært behov for etter løpende evalueringer i samråd med FK. Dette kom spesielt tydelig frem i oppstartsfasen av oppdraget, da vi oppdaget et behov for å undersøke plattformen Impact Journey og



nettverket bak i større omfang før et faktisk eksperimentelt opplegg kunne gjennomføres, noe som det i etterkant også ble klart at skulle skje ved Pilgrimsleden sommeren 2018. Dette blir da som en slags forstudie til planlagt gjennomføring av hackathons sommeren 2018. Oppdraget ble derfor avgrenset til nettopp å undersøke dette, der jeg som forsker så at en etnografisk forskningsstrategi var egnet, spesielt på grunn av muligheten å oppsøke og undersøke ”feltet” grundig under CSW. For å kunne svare på spørsmålene som ble stilt i samråd med FK var altså et slikt forskningsdesign egnet, siden det lot meg som forsker hele tiden gjøre metodologiske valg og tilpasninger under datainnsamlingsfasen. Dette i alt fra tilpasninger i observatørrollen og hva som ble fokus i observasjonene, til ulike varianter for samtaler og intervjuer med de som ble observert. I tillegg har FK gitt tydelige ønsker angående hvilken detalj de ønsker anbefalinger på, og de ønsket så konkrete tilbakemeldinger som mulig for å kunne planlegge rundt gjennomføringen til sommeren.

Siden dette er et forskningsoppdrag for en bedrift, der nettverket og plattformen Impact Journey er case, har det en gyldighet opp mot å løse konkrete, avgrensede spørsmål eller problemer. Av den grunn vil det ikke kunne tilfredsstille kravet til generisk kunnskapsutvikling i forskning (Tjora 2017:239). Likevel kan casestudier ha forskningsmessig nytte utover den aktuelle forskningen, der en naturalistisk generalisering omhandler at andre forskere i sin lesing kan vurdere studiens gyldighet. Dette i form av å sammenligne for eksempel case, for å vurdere om funn kan gjelde for eget arbeid. Det blir derfor viktig for den aktuelle studien å beskrive eksisterende forhold i forskningen godt. Det har i dette oppdraget blitt forsøkt å vise til slike tykke beskrivelser som er av nødvendig art, selv om det må anerkjennes at dette vanskelig lar seg beskrive og dekke i fullt format ettersom en slik gjeldende etnografisk studie angår mange forhold og omgivelser.

Vurdering av kvalitative datas pålitelighet er forskerens refleksjon over hvordan datainnsamlingen har foregått, med sikte på å bli seg bevisst mulige feilkilder (Ringdal 2012:248). Derfor kan det være nyttig å se på kontrolleffekten, som angår om de som studeres endrer sin atferd fordi forskeren er til stede. Valg av observatørroller har nemlig konsekvenser for kontrolleffekten. Feltarbeid med åpen observatørrolle som pågår over kort tid eller bærer preg av besøk er mer utsatt for denne effekten. Om atferd som studeres er uetisk eller av kriminell art vil også kontrolleffekten bli sterkere enn hvis mer triviell atferd er i fokus (Ringdal 2012:230). I den aktuelle studien pågikk feltobservasjonene under CSW under en relativt kort periode på én uke. Likevel antas det at kontrolleffekten ikke har hatt vesentlig påvirkning i denne studien, ettersom det ikke var koblet opp mot tema som kan knyttes til noe kriminelt eller uetisk. Likevel kunne man tenke seg at sentrale personer opp mot

plattformen, slik som plattformeier kan ha en viss interesse i å ikke sverte egen "virksomhet". Kontakten med plattformeier selv pågikk imidlertid over en lengre periode enn bare under CSW, med blant annet deltakelse på tidligere seminar, et tilfeldig møte, og planlagt møte sammen med FK. Det ble altså opparbeidet kjennskap mellom meg og vedkomne, og når det ble mer klart hva min posisjon i prosjektet faktisk var og dette ble gjort klart for plattformeier, ble det etter min oppfatning i stadig større grad utviklet et gjensidig tillitsforhold. Jeg har opplevd alle som deltok i min studie direkte eller indirekte som veldig interesserte og forståelsesfulle, og som har bidratt med faktiske og reelle opplysninger om eksisterende forhold. Som eksemplene i analysen viser, har de ikke informantene forsøkt å glorifisere mulighetene Crowdsourcing kan gi, men har kommet med sine egne erfaringer og råd til det faktiske området.

Selv om metoden og oppgaven nå er forsvart, er det likevel noen utfordringer eller svakheter ved den. Det opplagte er som med alle andre etnografiske forskningsdesign; at forskeren faktisk har en veldig sentral posisjon i undersøkelsen. Det er derfor viktig å være oppmerksom på sin refleksivitet som forsker, som handler om at man evner å se at man påvirker og former undersøkelsen man tar del i (Atkinson 2015). Dette spesielt da det handler om mer enn å bare lage en intervjuguide, og intervju personer med den som utgangspunkt. I etnografisk forskning må forskeren ta seg noen friheter og valg, som angår alt fra ulike datainnsamlingsmetoder man velger å bruke eller ikke, måten man faktisk gjør innsamlingen på, hvilke data man velger ut til analysen, og ikke minst hvordan man tolker og analyserer de utvalgte dataene. Siden forskeren også har en sentral posisjon i eksperimentet, spesielt med interaktiv observasjon, kan en tenke oss at personlige egenskaper også spiller inn på forskningsresultatet. Eksempelvis om man er veldig sjenert, eller om man er veldig utadvendt. Forskerens kunnskap og erfaring på området kan også ha mye å si for det/dem som blir undersøkt i felten. Uten at man vet det selv, kan man ha forutinntatte holdninger og ideer til forskningen, som gjør at man leter etter spesifikke ting, mens man muligens går glipp av noe annet som faktisk kunne ha vært viktig. Jeg kjenner meg igjen i det siste, der jeg opplevde at det kunne være vanskelig å kombinere rollen som observatør og deltaker under CSW. Jeg følte ofte at jeg prøvde å multitaske oppgaver, eksempelvis ved å skrive ned feltnotater fra en interessant hendelse samtidig som jeg prøver å følge med på det som faktisk skjer "her og nå" under paneldebatter og presentasjoner. Dette viser også at en etnografisk studie ikke klarer å dekke alle forhold, enten det er for at man er for opptatt av én ting, eller at man rett og slett ikke ser viktighet av andre ting på grunn av at man ikke antar at det er relevant.

I tillegg er en svakhet ved oppgaven at ikke all bakgrunn for råd og anbefalinger jeg gir til FK kan spores. Dette handler om at det var mye jeg fikk vite gjennom møter med dem, om deres region og potensielle steder de så for seg det kunne være nyttig å bruke crowdsourcing. Siden slik bakgrunn kun beskrives kort, kan det heller ikke tale for at oppgaven har full transparens.

## 4. Resultater og funn

I dette kapitlet vil funn som er relevante for å belyse og svare på problemstillingen bli presentert og tolket, samt analysert i lys av fremlagt teori. Først vil det være nyttig å se til hvordan ImpactJourney plattformen er konstruert og brukt. For å undersøke dette har intervjuer og samtaler med plattformeier stått sentralt. Samtidig vil jeg vise til opplevelser eller tanker jeg har hatt i møte med "verktøyet", for så å kommentere på dette. Deretter vil vi se til erfaringer via to faktiske eksempler, der spesielt to informanter har vært sentrale med å dele sine erfaringer rundt ImpactJourney og crowdsourcing mer generelt. De blir dermed også praktiske eksempler på hvordan det kan brukes og hva som kjennetegner medlemmene. De er derfor også interessante i seg selv.

### 4.1 Nettverkets konstruksjon

Tilegnet forståelse om hva ImpactJourney er og hvordan det er bygd opp har i stor grad vært avhengig av flere uformelle samtaler, samt et mer inngående intervju med plattformeier, i tillegg til mine observasjoner av plattformen både på den digitale arenaen; Facebooksiden, og de fysiske arenaene; arrangementene som det har operert i og som jeg har fått vært tilstede på. ImpactJourney forstås ut av dette som et digitalt samskapende nettverk som opererer online på Facebook, på en plattformside med samme navn. ImpactJourney viser seg å være et utspring av LivingBridgesPlanet, som er et annet globalt fasilitatornettverk som er inspirert av endring ved sosial-kapital og styrkebaserte tilnærminger. Disse nettverkene ser i vår stadig hyperkoblede verden et økende behov for tillit, gjensidighet og globalt- lokalt engasjement for å takle globale og lokale utfordringer. ImpactJourney har rett i underkant av 54.000 følgere på sin Facebookside, fra over hele verden. ImpactJourneys plattformeier forklarer fremveksten av ImpactJourney slik:

*So it has been over the twelve-thirteen years, we have sort of prototyped new metaphors. So because you learn in this process – so okay that doesn't work, we need to shift it a little bit. And then a new name emerges. So Living Bridges was the first networkstructure that was built, and then the journey – you need the journey to build this structure.*

Som observatør ble jeg oppmerksom på at det under CSW ble snakket om flere forskjellige slags nettverk, med ulike navn som for meg fremsto fremmed. Det ble etter samtaler med plattformeier mer forståelig, da noen av disse igjen kan ses som utspring av ImpactJourney-

nettverket, der aktivitet har trigget noe nytt. Plattformeier forklarer blant annet dette med eksempelet Katapult Future Fest; en festival med fokus på virkningen av eksponentielle teknologier i vårt fremtidige samfunn. Han sier:

*Katapult, SOCAP and everything; they – that's I will say. For me Katapult in Oslo for example, that's an outcome of the journey. So I can guarantee prove that you can get small marketplaces to come out of this and pop up. So, you trigger so much actions and suddenly something starts to build; and now we don't speak just about one-two people, but that's a marketplace with two or three hundred investors. Then you can start to get real impact. But it is hard to say exactly like this – it happened – it pops up.*

ImpactJourney handler om aktivitet både fysisk og digitalt. Dette ble også tydelig fra mine observasjoner, både av den digitale plattformen og det som skjer fysisk i møtene. Det arrangeres seminarer der plattformeier er sentral, og der han filmer direkte inn på ImpactJourney sin facebookside. Dette ble gjort under hele første arrangement som ble holdt under Technoport der jeg tok del, og store deler av CSW. Filmingen var både av presentasjoner under arrangementene, paneldebatter, spørsmål fra publikum, gruppearbeider, samtaler og intervjuer av deltakere i pausene, og ikke minst alle de sosiale aktivitetene og opplevelsene som var innvevd i CSW. Med andre ord ble arrangementene godt dekket i skyen, som gjør at personer kan følge arrangementet digitalt, uten å være fysisk tilstede. Dette ved at plattformeier filmer og bruker direktesending-funksjonen på Facebook. I etterkant av arrangementene jeg har deltatt på, har jeg lagt merke til at disse videoene i varierende grad er lagret på siden i etterkant. Av denne grunn kan det virke som at for å delta digitalt, bør man til en viss grad delta synkront med de faktiske arrangementene; at det er "her og nå" det skjer. Deltakelsen digitalt består hovedsakelig i å se, og eventuelt kommentere på videoen underveis. Det har ikke i noen av arrangementet jeg har deltatt på, vært direkte kommunikasjon mellom de som fysisk er tilstede som deltakere på arrangementet og de som deltar digitalt. I mine observasjoner av den digitale plattformen, er det tydelig at plattformeier er aktiv på å svare ut alle som kommenterer underveis, og på denne måten kan det argumenteres for at alle blir "sett" og "hørt", enten de er med fysisk eller digitalt. På den måten kan en også tenke at plattformeier tar vare på engasjementet som vises online. Får man ingen respons på sine innlegg, vil man kunne tenke seg at engasjementet vil kunne visne.

I tillegg til arrangementene som kjøres i "samråd" med ImpactJourney, består facebook siden av en rekke forskjellige typer innlegg. Disse er både fra administrator/moderatorer som poster under navnet ImpactJourney, og "innlegg eller tagger" fra besøkende som er del av nettverket. Disse inneholder mye forskjellig; alt fra arrangementer, til artikler, bilder og diverse. Det fremstår derfor relativt åpent, der folk kan poste og dele det som de anser er av interesse for resten av nettverket. Siden det er mye som postes der, kan det også virke noe overveldende for en person utenfra; slik som jeg i forskerrollen var i dette tilfellet. Dette kan også ses i sammenheng med fremlagt teori om crowdsourcing, som sier det er fare for støy som kan skape informasjons og/eller kognitiv overflod. Det var altså litt vanskelig å forstå hva denne siden egentlig handlet om, før jeg fikk mer innsikt i ImpactJourney via mine deltakelser "fysisk". Jeg anser derfor at følgere som er aktive i å faktisk delta online, og leser alle innlegg og liknende er personer som setter av tid grunnet sin interesse for dette. Denne antakelsen kan også underbygges med et sitat fra en av deltakerne under CSW: «Crowdsourcing is open for the people who have the freetime».

Følelsen av forvirring av plattformens facebookside ble også kommunisert til meg via en av FKs ansatte, som skulle følge et av seminarene online. Her hadde det vært vanskelig å finne riktig link, da denne ble postet i etterkant av at arrangementet hadde startet. I tillegg var det noe vanskelig å høre alt som ble sagt, grunnet lyd kvaliteten. Det samme har jeg merket når jeg har sett gjennom videoene. Dette er også noe plattformeneier er klar over, og noe han har gitt uttrykk for:

*Det er fortsatt halvdårlig med tanke på iPhone og sånt. Du hører ikke riktig godt hva som sies. Men om bare noen få år kommer det til formodning til å bli helt supert, med VR og ny teknologi. Så det er ikke til å komme utenom, men man trenger å begynne å lære opp de som skal være med; for bra teknologi kommer snart. Det kommer til å åpnes opp til der dem i dag heller ikke har tilgang til internett og slike ting.*

Det kan altså forstås at det som foregår med filming og linkende er en øvelse frem til teknologien blir bedre. Problemet med lyd kvaliteten angår spesielt når det er flere som snakker, og mobilen som filmer er langt unna. Man kan likevel spørre seg om det hadde vært lurt å gjøre en større innsats for forbedre lyd kvaliteten med den teknologien som eksisterer i dag, eksempelvis ved å sette ut eksterne mikrofoner eller liknende utstyr. Jeg er ingen dings-ekspert, men vil anta at det allerede finnes bedre verktøy enn en enkel iPhone. Nå er dette

også noe som kanskje krever mer planlegging og ressurser, men er slik satsing med digitale hackathons noe som skal gjøres mer av i fremtiden, vil det nok være av verdi å forbedre lyd kvaliteten slik at de som deltar i skyen faktisk hører hva som blir sagt uten å måtte anstrenge seg unødvendig mye, da jeg antar at litt av poenget er at folk skal kunne delta online.

## 4.2 Nettverkets bakgrunn og bruk

Plattformeier forteller at arbeidet med den digitale nettverksbyggingen startet i etterkant av at han utforsket nettverksstrategier. Han ville utforske om dette også gjaldt på digitale arenaer, så i 2010 begynte han å koble ulike felleskap i nettverket. Han forklarer dette:

*Network theory says that if you find clusters of people with like-minded interests, they have a bit of same passion – but they don't know each other. If you connect those circumstances of networks of interests or values like you said – some thing – like you say serendipity will come out. There will be an exponential effect. It will, because you have two energy fields coming together.*

Han bet også merke i at felleskapssamfunnene han koblet hadde fotfeste i ekte samfunn, og var enkle å finne på Facebook. Følgende svar dekker godt under bakgrunnen og argumentasjonen for å koble i nettverk:

*You find them very easy on Facebook. So the idea was like, my research or thinking was that you suddenly see: okey, its hundreds of communities on Facebook. So I wanted to see, are they real? Is it, what are these types of communities? And in 2010 I didn't know. Is it just on Facebook or is it something? I found out quickly that almost all communities emerge from real practice. They start here, and then they do something in the digital space. Not the opposite. But there are many local communities that don't exist in a digital space. But those who exist up there in the digital space, they are almost always doing action locally. So if you find something there, most likely they do local stuff. And, so the question is then – of the communities up here, many of them are not active. (...) So its like they have something but it is not activated. (...) My hypothesis was like: if your are going to decentralize activities and learn from each other over distance, you need to be able to translate action from digital space to local space, and local space to digital space, and translate it around to another place or around the world. So my idea was if you understand the digital tools here, that's the group that might understand how you can take knowledge from Nepal here now and feel comfortable to translate it into action.*

Jeg var nysgjerrig på hvordan man engasjerer personer, utover kun den vanlige "nytelsesbruken" ved Facebook, og jeg fikk følgende svar fra plattformeier:

*So the theory here is that you need to find they who open the spaces. Because most likely they know the people there, they understand how to open it. So they are the gates, gatekeepers or gate openers. Hopefully gate openers. (...) These people are navigators. And the navigation space has increased from a village to a global arena in a few years. So this is an enormous potential and it is not a linear thing when you start to understand this is exponential.*

Dette kan forstås som at det er nødvendig å finne personer som kan være døråpnere til eksempelvis et samfunn eller et foretak, og som kan sette i gang aktivitet der. På den måten å aktivere enten aktiviteten som allerede finnes i det digitale rom eller i det fysiske rom, til det rommet som ikke allerede er aktivert. På den måten blir det aktivitet i to parallelle systemer, som kan gjøre at det bruker av erfaringer eller input det får fra de to ulike systemene, eller arenaene som det kan tenkes som. På den måten kan også ideer og liknende eksporteres enklere over store geografiske områder, siden fremveksten av internett har gjort det så mye lettere å komme i kontakt med personer på andre siden av verden, eller i nabokommunen for den del. Spesielt når et nettverk slik som ImpactJourney er ment for å nettopp skape kontakter mellom folk, bedrifter, samfunn eller hva det enn er man representerer. Dette kan også forstås at har med nettverkseksternaliteter å gjøre, at nettverkets verdi øker med antallet medlemmer. Det er også et poeng at disse medlemmene faktisk er aktive, fordi desto flere som er med i "innovasjonsprosessen" eller crowdsourcingen, dess større mangfold eller ideer og råd kan man faktisk få – i alle fall i teorien. Altså et mangfold av personer som kan være den kritiske massen. Likevel kan det være et poeng i tilfellet med ImpactJourney å spørre seg når nettverket faktisk er blitt stort nok, eller for stort. Som det allerede er poengtert tidligere, kan det virke litt kaotisk å navigere seg rundt på facebookside med alle forskjellige innlegg, bilder, arrangementer og liknende som det postes om. Av den grunn kan det kanskje for prosjektet Pilgrimsleden være nyttig å ha en felles "møteplass", eksempelvis med en egen facebookside for aktører i dette prosjektet. Det kan muligens gjøre det lettere å finne igjen informasjon. Samtidig kan det tenkes at dette tar vekk aktivitet fra ImpactJourney sin side, der det er et mye større nettverk av medlemmer som ser hva som postes. En vurdering om Pilgrimsleden bør ha en egen prosjektside bør derfor gjøres i samråd med prosjektansvarlige både fra FK, Jämtland og plattformeneier.



Når vi da ser på måten man vil bruke ImpactJourney under Pilgrimsleden, kan en tenke seg at man ved å gjøre fysiske forflytninger i en hackathon-sprint, som også er koblet på "skyen" potensielt kan koble på bedrifter eller organisasjoner som representerer det sivile samfunnet eller det offentlige til ImpactJourney nettverket. Slik kan de bli en del av nettverket som streber etter å bruke en slik form for crowdsourcing, ved utveksling av ideer og erfaringer, og som kan oppfattes som en arena for åpen innovasjon som nytter av kollektiv intelligens. Det som her kalles hackathon, kan utfra definisjonen forstås som Culture Hacks, ettersom det faktisk ikke handler om dataprogrammering, men å løse ulike utfordringer og problemer i felleskap og som er av interesse for de som faktisk deltar ved hjelp av teknologi, som her er Facebook ved ImpactJourney. Men hvem andre skal delta, bortsett fra de "de lokale" aktørene som representerer de ulike plassene kulturhackene skal være? Dette forklarer plattformeier om Pilgrimsleden:

*What we are trying with Digital Pilgrimage, the simple model we built in Jamtland-Trøndelag now is like: okay, twelve brains are coming here. The local actors they need to provide for the food and the housing and everything. And they provide the brains. And you have an experience over days, so this is like the fair concept.*

Det skal altså i tillegg til de lokale aktørene komme personer utenfra som er del av ImpactJourney nettverket, og som fysisk skal delta på de ulike kulturhackene. Disse blir omtalt som "digitale nomader", og det kan som jeg har forstått det virke som de skal dele sine erfaringer og kunnskaper om muligheter ved å bruke digitale løsninger i "arbeidet". Eksempelvis var mange, om ikke alle personene jeg møtte under CSW veldig oppdaterte på crowdsourcing-muligheter. De hadde mye erfaring og kunnskap på området, som kan tenkes er nyttig å koble med lokale aktører på de ulike stedene hackathonene skal være. Det kan altså antas at personer som deltok under CSW, også er aktuelle personer som vil delta under Pilgrimsleden som "digitale nomader". De kan dermed forstås som personer som plattformeier kaller "the brains". Videre er det et poeng hvor mange digitale nomader som skal delta på Pilgrimsleden. Ifølge plattformeier er dette et strategisk og gjennomtenkt valg, han sammenligner det med reality-TV og sier blant annet:

*Vi var ca 11-14 personer hele tiden, og de var fra Brasil, Mexico osv. De kom jo hit for at dem ville oppleve turen. Så konseptet er at det ikke skal være hundre stykker som kommer hit, det skal bare være 10-15. (...) Det skal alltid være slik, for det er en reality-TV egentlig. Så det er de her. Det er mange hundretusener der ute som følger online – dem skal finne sine personer i sirkelen. Det er som med Big Brother og de der seriene. Det er litt som de designene. (...) Så tenker en globalt nivå, om hvem som kommer hit. Det skal jo være litt utspring: kjønn, noen fra Pakistan og noen fra Brasil liksom. Det er kultur også, så det er en trigger. Det er de som skal sitte ved bålet, litt som vi gjør nå (henvisning til CSW). Og så bygger man inn det digitale, når dem kommer inn utenifra.*

## **4.3 Erfaringer**

Som jeg er blitt gjort kjent, kan ImpactJourney nettverket blitt benyttet på mange mulige måter. Eksempelvis blir det benyttet av Trondheim Kommune. Men det var under CSW spesielt to personer som utmerket seg som gode informanter, ettersom de begge på ulike vis representerte sin lokalbefolkning, eller i det minste den plassen de kom fra som begge er småsteder, eller bygder som man kan kalle det. De var derfor interessante, siden dette også er interesseområdet for Pilegrimsleden og FK; nemlig små lokale steder med små- eller middelsstore foretak. Det vil derfor være av interesse å undersøke hvem disse personene er, og hvordan de har brukt crowdsourcing og ImpactJourney nettverket. De to representerer stedene Vuollerim i Nord-Sverige og Parnonas sør i Hellas. De navngis ikke her med navn, men kalles heretter Vuollerim-informant og Parnonas-informant.

### **4.3.1 Vuollerim**

Vuollerim var et av de to stedene CSW ble holdt, nettopp fordi det er kjent for å være et praktisk eksempel på crowdsourcing. Vuollerim, med sine 900 innbyggere har 60 bedrifter, 40 ikke-statlige organisasjoner og 7 crowd-baserte selskap. I tillegg kommer det omtrent 25 nyinnflyttede personer dit hvert år. Det er derfor ikke uten grunn at Vuollerim blir fremmet som et praktisk eksempel av en liten plass som får til veldig mye. Likevel er ble det et sentralt funn at Vuollerim egentlig er et eksempel på et sted der de har fått til crowdsourcing uten teknologien. Dette ble nevnt flere ganger av forskjellige personer i ulike presentasjoner som ble holdt under CSW. Dette kom også klarere frem etter intervju med Vuollerim-informant som sier: «Det vi har forstått i Vuollerim er at man tar i et tak når det er noe som behøver å gjøres. Da går man sammen, trekker opp armene og arbeider sammen for å få det gjort». Videre i intervjuet blir det sagt:

*Vi har jo aldri tidligere hatt navnet crowdsourcing på det. Men det er jo et samarbeid for en felles sak. For å løse et felles problem eller utfordring. Og det har vært, den delen har vært ganske enkel. Okei; vi behøver en skole og så treffes man på ulike møter, på kjøkkenet eller i et annet lokale, også samles man. Og hva trengs å gjøres? Det her må gjøres. Okei, så sier noen: jeg kan gjøre det, eller jeg kjenner en som kan det der. Så den praktiske delen er ikke så vanskelig. La mennesker få handlingsrommet til å gjøre ting sammen. (...) Men ikke ta initiativet fra gressrøttene, og ikke forsøk å styre det, og heller ikke kom med initiativ. Det man skal være klar over er at gressrøttene gjør det på sin fritid, og da er engasjementet ferskvare. (...) Initiativet må komme fra de som bor der, det er en absolutt underdrivelse.*

Det blir med dette klart at Vuollerim bruker et utvidet begrep av crowdsourcing, som fremlagt teori på området viser at egentlig ikke kan kalles det. Dette fordi crowdsourcing består av en digital nettprosess. Det viser seg dermed at befolkningen i Vuollerim har vært drevet i stor grad av en dugnadsånd som bygger på en slags frivillighet for å løse faktiske utfordringer som det står ovenfor i felleskap, som blant annet har vært knyttet til fraflyttingsproblematikk og nedleggelse av skolen. Likevel er det eksempler fra Vuollerim der de har brukt digitale verktøy, og som derfor i større grad kan betraktes som crowdsourcing. Her har verktøyene blitt utnyttet til å gjøre det som allerede har eksistert enklere. Dette er "mathallen" de har bygget et eksempel på, og som er en av Vuollerims crowd-eide selskaper som legger profitten tilbake til lokalsamfunnet. Selskapet trengte penger for å bygge et lokale, og startet en innsamlingsaksjon på internett, kalt crowdfunding. De fikk samlet nok penger til byggingen, som besto av fem dagers effektivt frivillig arbeid utført av lokalbefolkningen. Samtidig har de startet en online cow-funding kampanje, der personer kan "adoptere" en av de lokale kyrne for å redde de fra utryddelse. Melken fra disse kyrne blir også brukt til laging av Vuollerims egne ost, som "mathallen" har begynt å produsere. Dette i tillegg til at sentrale entreprenører som har vært viktige for lokalsamfunnet har "koblet seg på", og tatt i bruk nettverk slik som ImpactJourney.

Vuollerim-informant forteller at hun flyttet til Vuollerim fordi det var en bygd med allerede stort engasjement. Hun var del av en gruppe med likesinnede, som hadde sammenfallende interesser i selvutvikling og landsbyutvikling, og de valgte å bosette seg i Vuollerim. Hun forteller at det etter kort tid ble spredt et rykte om at en sekt var flyttet til byen. Hun sier: «Hele nettverket ble svartmalt. Og så var det noen personer som ble mer uthengt enn andre.» Videre forteller hun: «Vi jobbet med absolutt det motsatte av det vi ble anklaget for. I en sekt

så følger du noen, og det er jo det absolutt det motsatte av å ta lederskap og høre på seg selv.» Det har vist seg at dette ryktet ikke hadde noe hold, men at disse personene faktisk har vært sentrale i videre engasjementsbygging og initiativtaking for lokalsamfunnet. Det har med andre ord vært noen entreprenører som har vært sentrale i å faktisk sette ideer til live. Disse ideene er da noe som har kommet fra gressrøttene selv, og som tidligere utdrag fra intervjuet viser at anbefales at kommer fra de som bor der, ikke offentlige instanser. Så har de i ulik grad brukt digitale verktøy, slik som ImpactJourney for å komme i kontakt med personer som kan hjelpe dem på veien. Eksempelvis med crowdfundingkampanjen, som en online innsamlingsaksjon. Likevel viser det at det i Vuollerim har vært et spesielt tilfelle av engasjerte innbyggere, der enkelte personer som man kan kalle entreprenører har vært viktige for å sette ting til live. Disse har hatt en spesifikk interesse i regionutvikling, og kan forstås å ha et så høyt engasjement eller driv, at noen først antok at de drev med noe helt annet enn de egentlig gjør. Viktigheten av slike entreprenører ble også underbygget av flere andre samtaler jeg hadde med personer fra Vuollerim, som bygger under mye av det samme som Vuollerim-informant har formidlet.

#### **4.3.2 Parnonas**

Parnonas-informant var en av deltakerne under CSW, men hadde også en presentasjon om sitt arbeid og prosjekt som knyttes til området Parnonas. Det var etter denne presentasjonen at jeg ble observant på at hun kunne være en person det var nyttig å snakke nærmere med, spesielt siden arbeidet hennes var lokalt-engasjert og siden hun hadde brukt ImpactJourney nettverket. Prosjektet hennes har også utspring i fraflyttingsproblematikk, og et ønske om bærekraftig utvikling på det geografiske området Parnonas. Etter samtalen med henne, kan det virke som om hun er en person som har hatt ideer og med et ønske om å nå ut til flere, og som hun har fått muligheten til med ImpactJourney nettverket. Hun forteller blant annet om møte med ImpactJourney nettverket og plattformeier:

*I met "plattformeier" at one of the web-seminars he had. (...) So here I am in my village feeling isolated, crisis is coming, my dad sick. So, I mean how much isolation do you want? And I have it all. You know, all of a sudden I push this button, "Google Hangout" – and there is "plattformeier" introducing me to thirteen or fourteen people. And you know me, social butterfly: ooooh. And he is from whatever and so. But sometimes it was difficult to understand the people, but most of the time it was very exciting because it was like "oh really you are doing this – and you are sitting comfortably in your living room?" And possibilities are to fly. Then I had to figure out how to follow this. (...) But there is a learning curve. Especially for people that are not very familiar with*

*technology, I did not even know what Google Hangout was. And after that, I started making new friends in the rooms. So people were asking me: "Where are you located? Please tell us more".*

Parnonas-informant forteller videre om hvordan hun møtte personer online som hun fikk en umiddelbar tilknytning til. Hun forteller blant annet om første gangen noen annonserte at de ville komme til hennes landsby for et "hands on" eksperiment. Hun sier:

*And they are bringing a whole team of people, and I am like: ooooooh. Is this like really happening, is this real life? Like give me a break here (informanten ler og slår hendene i bordet). And it was a very pleasant surprise. That people would meet over the internet, you would have exchanged things and then all of a sudden you are working together. So my community got the message. So all of a sudden, my community sees that this thing that I am talking about, that is called internet and networking via internet and going through the social media and using it for a good cause. It is not just going through social media and being very superficial about it, it is working and it is business, and it is taking you some place.*

Som utdragene viser fra samtalen med Parnonas-informant, så har et digitalt nettverk og plattform slik som ImpactJourney hjulpet henne mye på veien i sitt arbeid for lokalsamfunnet. Hun sier internett spesielt har vært nyttig når bankene i Hellas sluttet å gi lån. Hun sier at man ved slikt nettverk egentlig kan starte fra ingenting: «All you need is an internet connection, to pay your bill and to have a system functioning. That's the start of your company. Then you can add: what is it that you like – services – manufacturing – B2B, whatever your model is.»

Det kan virke som at både Vuollerim-informant og Parnonas-informant har til felles at de har et ønske og vilje om å jobbe for lokalsamfunnet sitt, og at de med det ambassadører som representerer deres "landsbyer" når de operer på nett, herunder ImpactJourney plattformen. De fremstår altså som entreprenører. De kan forstås som å være inkludert i nettverket, der de møter likesinnede som de kan samarbeide og jobbe på både egne og andres utfordringer og/eller problemer. Det at de opererer i ImpactJourney nettverket kan altså forstås som en investering. Dette er også noe Parnonas-informanten har uttrykt seg om:

*You need to get people to see it as an investment. An investment in their time, but also investment like you give a little bit of your time or your effort or your skills, and then all of a sudden you get a whole team moving and helping you to do what you want to do.*

Som slike utdrag viser, og sett opp imot Pilgrimsleden og hva man ønsker å få til der, så kan det antas at et mål med de digitale hackathons som skal holdes, er ikke å løse de enkelte problemene under arrangementene der og da. Det kan heller forstås som at det man får til ved å gjennomføre et hackathon, der det er lokale personer som deltar og som har en felles utfordring, et problem eller en ide, er å faktisk koble disse med det eksisterende nettverket ImpactJourney. På denne måten kobles "likesinnede" personer sammen, som har noen felles interesser eller mål. De kan med andre ord forstås som entreprenører som jobber for en sak, og som kan møte andre i nettverket slik at ideer vokser ut sammen i et felleskap. For eksempel at man har noe man ønsker å få gjort, men man vet ikke hvordan. Her kan muligens nettverket bistå med ideer, enten om det er for å forbedre prosesser, produkter eller hva enn det er – så kan det forstås som at man bruker den kollektive kunnskapen til folkemassen som er der ute i nettverket. Som eksemplene også har vist, handler det om mer enn å skape noe for egen vinning. Dette er også et universelt funn fra CSW, der det til stadighet ble brukt begreper som "blue economy", "sustainable development", "re-population", "green businesses", "preservation", "culture heritage", "local economies", "retain diversity", "local businesses", og slik kan opprømsingen fortsette. Altså at det bygges opp under crowdsourcing som noe mer en et verktøy for bedrifters eller enkeltpersoners vinning. Men hvis det brukes til å nytte bedrifter, er det ønskelig at det også gir befolkningen merverdi i form av eksempelvis arbeidsplasser og videre grobunn for utvikling.

## 5. Diskusjon

Som analysen har vist har crowdsourcing ved ImpactJourney mange muligheter, men også noen utfordringer som vi har sett på. Analysen har også gitt oss en forståelse og en anelse om hva man kan forvente seg ut av nettverket, hackathons og crowdsourcing mer generelt. I denne diskusjonen vil dette ses opp imot eksisterende forhold i Trøndelagsregionen, og hvor det vil gis konkrete råd og forslag til FK til både praktisk gjennomføring av hackathons, hvem som potensielt kan være aktuelle aktører, og hva de faktisk kan forvente seg som et resultat. Diskusjonen blir derfor også et svar på problemstillingen som er: *Hvordan og på hvilke områder kan Trøndelag Fylkeskommune bruke crowdsourcing ved ImpactJourney som et regionalpolitisk verktøy?*

Sett sammen med at FK allerede driver aktivt med innovasjonsarbeid, og som jeg etter møter med dem også forstår at i hovedsak når de større bedriftene – kan det antas at crowdsourcing med ImpactJourney for FK kan fylle et behov som angår stedsutvikling. Etter møter med FK og deltakelse på en workshop i Berkåk, ble det klart at stedsutvikling er fellesnevner og et felt der man kan ha nytte av nye verktøy, slik som ImpactJourney nettverket kan tiltenkes å være. Det kan med planlagt gjennomføring av Pilgrimsleden ved bruk av ImpactJourney virke som en entreprenørdrevet innovasjonsmodell, med et "bottom up" perspektiv. Det kan antas at Pilgrimsleden via kultuhacket kan komme inn som en positiv trigger på lokale steder, der det eksempelvis muligens sitter noen med en god ide av et slag, eller som kan ha nytte av å få inn noen nye ideer utenfra slik at de kan bygge på hverandre, altså kollektiv intelligens. På denne måten kan også de digitale nomadene utnyttes til å dele sin kunnskap på det digitale feltet angående muligheter som finnes; eksempelvis med crowdfundig, som kan gjøre at ideer faktisk kan bli virkelighet uten at enkeltpersoner må ta opp store private lån, eller at det må til store offentlige investeringer.

Hovedsakelig kan det virke som kultuhacket går ut på å koble disse lokale plassene, i form av enkeltmennesker, som også kan representere bedrifter, inn i det samarbeidsvillige nettverket til ImpactJourney. Crowdsourcing kan altså som både teorien sier, og som eksempler fra analysen har vist gi enkeltpersoner en sjanse til entreprenørskap. Samtidig kan det tenkes å gi muligheter for nytenkning på allerede eksisterende områder, eksempelvis i bedrifter. Her kan muligens kollektiv intelligens som virkemiddel til innovasjon skape nye løsninger til eksisterende prosesser eller produkter. Eksempelvis kan vi tenke oss potensielle innovative løsninger for å gjøre en fabrikk mer miljøvennlig. Jeg vil likevel anta ut fra observasjoner i nettverket, at det egner seg best til å bygge

under å finne, aktivere og forsterke engasjement – som kan skape eller finne entreprenører – som kan ha nytte av å være koblet inn i et nettverk av personer som utgjør et felleskap.

Så når vi nå da vet hvem som er målgruppen, vet vi også hvem som faller utenfor. Vi kan anta at målgruppen er de som i det minste har Facebook, som jo i dag er veldig mange. Det kan derfor tenkes at siden ImpactJourney operer på Facebook, er dette på mange måter et teknologisk rammeverk som folk kjenner fra før. Det eneste blir at de må lære og være villige til å bruke det på nye måter, altså fra slik Parnonas-informant sier er fra en overfladisk bruk til bruk som tjener en sak. Som Parnonas-informant er et eksempel på, så trenger man ikke være en dataekspert, men at det kan for de som ikke er så vant med det være en læringskurve. Vi kan altså forvente at for å være i målgruppen så har man en evne og vilje til å være med. De som da ikke har eller vet hvordan de bruker en PC, eller som bryr seg generelt lite om å engasjere seg i noe spesielt der man må ofre tid, ikke kan antas å være aktuelle som aktører i prosjektet.

Det kan også forstås ut fra analysen at det er ønskelig med en form for crowdsourcing som er meningsfull for et lokalsamfunn, og som kan støtte de lokale bedriftene som eksisterer eller som kan skapes der. Ved å fokusere på crowdsourcing for stedsutvikling, kan også antas at demper eventuelle former for konkurranse mellom foretak. Dette for at å bygge opp en region som et fruktbart sted som kan være gunstig for alle de som bor der. På den måten kan det tenkes at eventuelle bedrifter kan bygge på hverandres suksess. Jeg kan bruke et faktisk eksempel fra oppholdet mitt under CSW i Vuollerim. Der kjøpte jeg som betalende turist en guidet tur med hundespenn. Det tok omtrent 45 minutter å kjøre fra Vuollerim til dit vi skulle møte turguidene. De to turguidene våre kunne fortelle meg at de har fått veldig mye å gjøre under hele sesongen, ettersom det var stadig flere turister som besøkte området. Dette kan altså være et praktisk eksempel på hvordan ulike bedrifter; slik som disse kan tjene på at de sammen gir området et godt tilbud og derfor er attraktivt for turister. De gir altså sammen området en verdi ved regionsamskaping.

Som vist i analysen er det anbefalt at initiativet bør komme fra gressrøttene selv. Nemlig at et slikt hackathon ikke skal være noe som blir presset på av noen andre. Det blir derfor viktig at man under Pilgrimsleden bruker mer pull enn push for å få inn lokale aktører til hackathonene. Dette handler altså også om en meningsfull crowdsourcing. I utvelgelsen av stoppesteder for Pilgrimsleden bør det derfor vises hvilke muligheter deltakelse kan gi og om dette er noe de ulike "stedene" er villige til å engasjere seg i. Engasjement er med andre ord et viktig støttepunkt for videre suksess. Det bør også



i kommunikasjonen med potensiell(e) steder for gjennomførelse, forklares i detalj hvordan arrangementet faktisk vil foregå. Eksempelvis med filming, og at dette deles online på Facebook. Dette for at de lokale deltakerne også skal være klar over hva de begir seg ut på, slik at det første møtet ikke skaper en negativ erfaring, men positiv grobunn for videre engasjement. Det kan nemlig tenkes at ikke alle er komfortable med å bli filmet og uttale seg foran så mange mennesker som det vil gjøre når alt deles i skyen, spesielt også siden det skal foregå på engelsk. Dette er noe jeg selv fikk øynene opp for når jeg deltok på det aller første seminaret med ImpactJourney. Dette var helt i oppstartsfasen av prosjektet, så jeg visste veldig lite om hva dette egentlig dreide seg om, og trodde det egentlig var en god mulighet for å innta en skjult observasjonsrolle. Plutselig befant jeg meg i et panel med ca 20 andre mennesker, og vi ble filmet direkte opp på facebookside. Her skulle jeg plutselig som "utenforstående" delta og komme med "kloke ord", uten noen slags forberedelser. Det gikk alt i alt bra, men det er ikke sikkert et slikt møte med nettverket er gunstig når vi planlegger hackathons under Pilgrimsleden. Man burde så langt det er mulig gjøre det til et innbydende og positiv møte.

Siden hackathonet skal dekkes i skyen, og siden de digitale nomadene kommer fra forskjellige hjørner av verden, blir engelsk et naturlig språkvalg. Likevel bør språket tilpasses deltakerne, også fra de lokale stedene der hackathonet gjennomføres. Dette for å unngå fremmedgjøring. Terminologien som brukes bør gjennomtenkes, eksempelvis kan ordet hackathon virke fremmed for mange og kanskje også gi negative konnotasjoner i forbindelse med ordet hacking. Derfor antar jeg at det vil være mer gunstig å forklart dette mer utdypende, eksempelvis som et arrangement som har som mål å skape samarbeid, og som blir filmet og dermed koblet opp mot et større antall personer som følger digitalt. En anbefaling blir dermed å legge opp til et så hverdagslig språk som mulig, uten å bruke mye faguttrykk og fine ord som faktisk kan forenkles. Det bør tas hensyn til at engelsk og vanskelige ord og uttrykk faktisk kan være en språkbarriere. Det samme gjelder hvordan man bør formulere en problemstilling under de ulike hackathonene. Den bør både være klart formulert og forståelig for alle som deltar, og noe som både de lokale aktørene og de digitale nomadene kan jobbe på. Jeg vil anta at det i de første møtene med nye aktører, vil være gunstig å starte på et nivå man helt sikkert vet at alle er komfortable med. Det kan dermed i eventuelle videre satsing gjøre en større vurdering om hvor kompetansen ligger. Man vil også med problemstillingen dekke viljen som ligger ute hos de lokale aktørene, og da er det viktig at de er med i slik planlegging, jamfør å bruke pull istedenfor push.

## 5.1 Drøfting med et teoretisk rammeverk

Vi kan med funn fra analysen og drøftingen som så langt er presentert, sette dem inn i et teoretisk perspektiv. Siden crowdsourcing er sosio-teknisk vil man kunne anta at ANT gir en egnet tilnærming. Det kan derfor være nyttig å sette crowdsourcing prosjektet inn i et ANT perspektiv. Dette kan vi tolke blant annet ut fra translasjonsmodellen.

Første fase i translasjonsmodellen angår da problematiseringen; der FK og ImpactJourney skal være premissleverandører innenfor nettverket, og synliggjøre viktighet for prosjektet. Dette handler med andre ord om å demonstrere hva prosjektet kan tilføre av verdi, eller hvorfor det er viktig. Her blir poenger som analysen og drøftingen så langt har vist, at man bruker et forståelig språk og forklarer hva som faktisk er hensikten bak initiativet. Dette kan også ses i sammenheng med fremlagt teori om crowdsourcing, som sier at det bør være klart definerte initiatorer og hva de ønsker å oppnå.

Andre fase angår interesseskaping; hvordan FK og ImpactJourney kan koble inn andre i prosjektet. Dette kan tenkes at handler om å koble inn "det lokale", å finne gressrøttene som har en sammenfallende interesse eller nytte av å delta i prosjektet. I tillegg til de digitale nomadene. Dette kan også forstås som å få inn deltakere, både fysisk og digitalt ved å skape en interesse. Man ønsker investert deltakelse, som har logikk i teori om crowdsourcing og hackathon. Det bør være en grunn til at personer deltar, som i dette tilfellet for de lokale aktørene sannsynlig er for å faktisk løse det problemet eller utfordringen som er fremmet. Mens det for de digitale nomadene tenkes å være læring og nettverksbygging; at det å delta er en erfaring og opplevelse i seg selv, og noe man kan ta med seg videre i eget arbeid. I tillegg kan de øke sitt nettverk. Det kan altså tenkes som en form for investering, som analysen også har vist.

Den tredje fasen i translasjonsmodellen angår innrulling; at aktørene aksepterer rollene. Eksempelvis at plattformeier aksepterer sin rolle med å håndtere den visuelle biten med for eksempel å skape blest og oppmerksomhet rundt arrangementet online, filme og svare ut kommentarer på facebookside, være en slags moderator der osv. For de digitale nomadene kan vi tenke at det handler om å aksepterer at vi jobber med problemstillinger knyttet til for eksempel et lite lokalsamfunn i Norge, som de kanskje ikke engang har hørt om før. At deres rolle der blir å dele av sin kunnskap, spesielt knyttet til digital kunnskap og erfaring. Og at de gjør dette uten å få direkte betaling for det i form av penger. De må faktisk betale for reisen selv, mens de lokale aktørene under hackathon-sprinten dekker for oppholdet underveis.

Siste fase angår at alle aktørene trekker i samme retning. Dette kan innebefatte at et slikt prosjekt og satsing er noe som foregår over tid, at det ikke nødvendigvis er slik at problemer er løst etter ett hackathon, eller hackathon-sprint for den del. Eksempelvis kan det ta tid for noen å starte opp eller omstille sin bedrift, eller det kan ta tid for en enkeltperson å omstille seg til å bli engasjert og integrert i ImpactJourney nettverket. Å tørre å sette ideene sine til live, eller sette andres ideer til live. Vi kan tenke på denne fasen i en metafor, der alle må være med å vanne frøet som de har vært med å plante. Dette i form av for eksempel oppfølging eller videre "vedlikehold" av det som er igangsatt, og/eller flere arrangerte sammenkomster. Jamfør teori om hackathons, trenger det heller ikke være at suksess måles utfra om man klarer å løse den overordnede problemstillingen. Det kan på må mange måter tenkes at det er en suksess i seg selv at man er kommet et stykke på vei. Ikke minst kan det oppfattes som suksess dersom det har blitt skapt et rom som har skapt videre engasjement utover dette ene kulturhacket. Her kan det tenkes at videre samarbeid også kan engasjeres til skyen og ImpactJourney plattformen på Facebook.

Som drøftingen og eksemplene i translasjonsmodellen viser, er ikke nødvendigvis et crowdsourcingverktøy slik som Facebook ved ImpactJourney en suksess i seg selv. Verktøy er bare verktøy, og crowdsourcing blir dermed ikke en suksess om det sosiale ikke spiller på parti. Eller det tekniske for den saks skyld, alt fra om man har internettdekning eller til hvordan det tekniske verktøyet faktisk er bygd opp. For at det skal være en suksess må også det tekniske spille på parti, eksempelvis at videokvaliteten faktisk er bra nok til at folk gidder å se videoene, eller at enkeltpersoner faktisk finner seg i at de skriver eller poster under sitt eget navn, selv om de representerer noe annet enn seg selv –eksempelvis sin bedrift eller arbeidsgiver. En teknologi er med dette heller ikke nøytral, men inneholder inskripsjoner. Slik resonering viser at crowdsourcing faktisk er et sosio-teknisk system, og bør behandles deretter. Slik behandling kan forstås å være planlegging og tilpasning for å få det sosiale til å spille på parti, eller teknologien eksempelvis ved å opprette en egen facebookside for Pilgrimsleden-prosjektet. Det siste eksempelet betyr ikke at dette er en anbefaling i seg selv, men at det er en anbefaling at man er observant på at det kanskje bør gjøres tilpasninger også til det teknologiske verktøyet i den grad det lar seg gjøre. Det samme blir med planlegging av hvor arrangementet fysisk skal være. Uansett hvor attraktivt det kan virke å holde det på en øde seter, så legger aktanter slik som internettdekning begrensninger. Teorien om hackathon sier også at man bør tenke om hvilke lokaler man velger å bruker under hackathons, at det skal være innbydende.

Diffusjonsteori kan også være et egnet verktøy til å forstå Pilgrimsleden utfra, spesielt siden teorien kan assosieres med institusjoner som sponser innovasjon og teknologisk utvikling, som tilfellet her vil være FK. Kommunikasjonsforhold og informasjonsflyt som fremmer adopsjon er utfra et slikt perspektiv å strebe etter. Vi vil altså kunne se på hvordan en ny teknologi; som her er ImpactJourney via Facebook kan adopteres av en gruppe, som kan tenkes å være aktørene på de lokale plassene. Her kan det være nyttig å vise til de praktiske eksempler som analysen har vist, eksempelvis med Vuollerim som et godt belegg. På den måten kan man vise at det er noen som allerede har tatt i bruk verktøyet, og som har hatt suksess. Disse kan også forstås som pionerer, ved at de var først ute ved å bruke teknologien "lokalt". Som teorien sier, så er det ofte noen få tidlige adoptører som utfra status kan smitte andre nye aktører. Ved å vise hvordan eksempelvis Vuollerim og Parnonas er "lokale aktører" som faktisk har koblet seg på, og der de har fått til noe, kan påvirke at andre ønsker å ta del i nettverket. Dette fortsetter på samme måte til det når metningspunktet. Eksempelvis kan vi se for oss at ryktet om dette verktøyet kan spre seg som ild i tørt gress. At det er noe eksempelvis kommuner eller fylkeskommuner i andre deler av landet blir oppmerksomme på, eller en lokal bedriftseier som merker at det har begynt å foregå noe i nabobygda, så dette er noe han også må sjekke ut. Dette er derfor et poeng, og omhandler adopsjonsterskelen; hvor mange det er nødvendig å adoptere for å indusere flere til det det når den kritiske massen, som er da nok aktører er adoptert slik at det blir en suksess og går av seg selv. Altså hvor lenge må FK jobbe "aktivt" på prosjektet Pilgrimsleden for å indusere aktører til å åpne øyene sine for mulighetene digitalisering gir, her i tilfellet med ImpactJourney.

Diffusjonsteorien bygger også opp under determinering, altså en anstrengelse for å spesifisere betingelser slik at det oppnår et ønsket utfall. Som teorien om crowdsourcing har vist, kan det være vanskelig å ha full kontroll over atferd til massen og utfallet av crowdsourcingprosjekter. Dette kan sammenliknes med ImpactJourney, angående hvor mye man vil overlate til aktørene selv i det aktuelle prosjektet. Dette kan blant annet handle om spørsmålet om prosjektet bør ha en egen facebookside eller ikke. Hvis man ser det sammen med eksemplene plattformier gir i analysen; om hvordan ImpactJourney og andre utspring er noe som har "poppet opp av seg selv", så kan vi anta at dette også er noe som kan skje for Pilgrimsleden. Det samme kan tenkes når det gjelder å få vite om prosjektet er en suksess eller ikke; dette er trolig noe aktørene vil gi tilbakemeldinger om. Og dersom de tar videre kontakt og initiativ, ja da kan vi tenke at det faktisk er noe blomstring her. Og hvis ikke, kan det tolkes som at engasjementet er visnet, eller at det ikke ble noe ut av det frøet som

ble plantet i translasjonsmodellen. Uansett blir de lokale aktørenes første møte med hackathonet viktig for eventuelt videre interesse, engasjement og satsing. Førsteintrykket er alltid viktig.

## 6. Konklusjon

Denne avslutningen har som hensikt å oppsummere sentrale funn som analysen og drøftingen har produsert, og som derfor også har til hensikt å svare på problemstillingen som er: *"Hvordan og på hvilke områder kan Trøndelag Fylkeskommune bruke crowdsourcing ved ImpactJourney som et regionalpolitisk verktøy?"*

Som analysen og diskusjonen har vist, så finnes det faktiske eksempler der det er brukt crowdsourcing som verktøy på stedsutvikling, og som de har kommet langt på vei med. Siden det finnes liknende utfordringer i Trøndelagsregionen, slik som de praktiske eksemplene har vist; med en negativ utviklingspiral og utfordringer knyttet spesielt til fraflytting. Vuollerim har vist seg som spesiell ved at de har klart å snu den negative utviklingen de sto foran. De merker nå en positiv spiral av utvikling, og med et stadig økende innbyggertall. Siden vi allerede vet at det har fungert på slike områder, og siden vi vet at dette er en problematikk også i Trøndelag, så kan det også være et egnet område for FK å gjøre et praktisk eksempel på under Pilgrimsleden. Vi vet for eksempel at Berkåk/Rennebu kan være et potensielt sted, og der det allerede er vist interesse fra. Som diskusjonen har vist, er det viktigste av alt at stedet kulturhacket planlegges faktisk har et engasjement eller interesse for å faktisk delta. Utfra den teoretiske innrammingen, kan dette forstås som de aktørene som faktisk vil innrullere seg i prosjektet, og som kan være aktuelle for å "adoptere" teknologien som er knyttet til ImpactJourney. Dette er noe som er blitt ytret i klare ordelag fra informantene. Det viktigste for området man velger å bruke crowdsourcing på er altså at det er grunnlag for investert deltakelse hos de lokale aktørene. Dette betyr at det ikke er slik at crowdsourcing bare kan brukes som regionalpolitisk verktøy når det angår området for stedsutvikling, det kan også tenkes at man kan gå på høyere nivå som kan angå næringsutvikling og som i større grad er rettet mot å nå ut til bedrifter.

Hvordan FK kan bruke crowdsourcing som regionalpolitisk verktøy, handler i større grad om gjennomføring av de planlagte hackathonene. Da vil det jo som forklart i forrige avsnitt, være sentralt å faktisk finne et egnet område å bruke det på. Så kan man begynne å bygge rundt å formulere en klar problemstilling til det aktuelle kulturhacket. Aktør-nettverksteorien har vist seg som et godt rammeverk for å forklare den prosessen fra start til slutt. Den har også vist at crowdsourcing er et sosio-teknisk system, der både mennesker som aktører og ikke-mennesker som aktanter er viktige. Det kan derfor heller ikke forstås som at det bare er å introdusere aktørene for

ImpactJourney nettverket og plattformen – og så er jobben gjort. Som drøftingen har vist, har også "ting" og forhold utenfor menneskets kontroll en påvirkning på et eventuelt utfall. Det er derfor også vært nyttig å undersøke den faktiske facebookplattformen til ImpactJourney, i tillegg til hvordan tidligere arrangementer er gjennomført, da dette har vist at det er visse forhold man bør være klar over. Viktige anbefalinger som angår dette er å forbedre lyd kvaliteten i filmene som postes på nett, samt at der gjøres en grundig vurdering i samlag med de andre som er prosjektansvarlige i Sverige og plattformere om det bør lages en egen facebookside som angår Pilgimsleden. Hovedpoenget er uansett at hackathonet bør tilpasses de som faktisk skal være lokale aktører, når det angår både problemstilling, kunnskapsnivå, språk og terminologi – slik at det blir en positiv trigger til videre engasjement. Som oppgaven har vist er dette det vi kan oppfatte som suksess, og som vi kan strebe etter og forvente. Vi ønsker altså at både menneskene og teknologien skal spille på samme parti. På den måten kan vi håpe at crowdsourcing skaper noe som blomstrer fort, og som vedvarer.

## Referanseliste

Atkinson, Paul (2015). *For Ethnography*. London: Sage Publications.

Bell, David (2007). *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway*. New York: Routledge.

Brabham, Daren C. (2008). "Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 75-90.

Brabham, Daren C. (2013). *Crowdsourcing*. Massachusetts: MIT Press.

Briscoe, Gerard og Catherine Mulligan (2014). "Digital Innovation: The Hackathon Phenomenon". *Creativeworks London Working Paper*, NO.6

Briscoe, Gerard, Tarek E. Virani og Mariza Dima (2015). "Hackathons: Why Co-location?". *Creativeworks London Working Paper*, NO 11.

Callon, Michel (1984). "Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay," *The Sociological Review*, 32(1), 196-233.

Chesbrough, Henry W. (2006). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston: Harvard Business School Press.

Estellès-Arolas, Enrique, og Fernando González-Ladròn-de-Guevara (2012). "Towards an integrated crowdsourcing definition," *Journal of Information Science*, 32(2), 189-200.

Lievrouw, Leah A. (2006). *New Media Design and Development: Diffusion of Innovations v Social Shaping of Technology*, i Lievrouw, Leah A. og Sonia Livingstone (red.) *The handbook of new media*. London: Sage.

Ringdal, Kristen (2012). *Enhet og mangfold: samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*. 3. utg. Bergen: Fagbokforlaget.



Singer, Jane B. (2009). "Ethnography," *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(1), 191-198.

Skjølsvold, Tomas Moe (2015). *Vitenskap, teknologi og samfunn: En introduksjon til STS*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.

Tjora, Aksel (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 3. utg. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Trainer, Erik H., Arun Kalyanasundaram, Chalalai Chaihirunkarn og James O. Hersleb (2016). "How to Hackathon: Socio-technical Tradeoffs in Brief, Intensive Collocation". *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing*, 2016, pp. 1118-1130.

Zhao, Yuxiang, og Qinghua Zhu (2012). "Evaluation on crowdsourcing research: Current status and future direction," *Information System Frontiers*, 16(3), 417-434.