

## Lokal rimer da på social, ikke?

Af Iben Rørslev og Peter Kofoed

*Søgetjenester strukturerer traditionelt information efter relevans, mens lokale søgemaskiner sorterer efter geografisk nærhed – geografisk relevans. Der er store perspektiver i at tænke lokalt i deling og spredning af viden og nyheder. Ikke desto mindre har sociale netværk det lettere end lokale netværk. En del af årsagen findes i kildernes lukket-hed over for at dele.*

### Sociale strategier for alle - eller?

Sociale medier er et af de helt store emner i øjeblikket i danske online-fora. Alle virksomheder leder desperat efter en strategi for deres brug af primært Facebook.

Og det er ikke for at være lyseslukker, men hvorfor er det nu lige, at alle skal tænke i sociale strategier? Kan det ikke nogle gange være rigeligt med en brugervenlig side, som leverer de data eller de services, man som bruger – forbruger og borger – lige står og har brug for? Skal man absolut have sine venner med til alt, bare fordi det foregår på nettet?

### Geografisk søgning

LOKUS.dk er en geografisk søgetjeneste, som søger i alle offentligt tilgængelige, lokale informationer på internettet - og sorterer dem for brugerne efter geografisk relevans. Mens traditionelle søgetjenester hjælper brugerne med at få overblik over internettet inden for specifikke emner, ønsker vi at skabe overblik over internettet inden for alt, hvad der er lokalt relevant. Det betyder, at vi vil have fokus på at skabe opmærksomhed omkring aktuelt indhold på andre hjemmesider, som er knyttet til steder tæt på den enkelte bruger. Vi kalder vores tilgang hyperlokal for at udtrykke, at sitet er effektivt selv på meget lokal skala, dvs. postnummerområde, distrikt og kvarter eller nabolag.

Teknisk set kræver det en forståelse af et geografisk netværk kontra det sociale netværk vi ser anvendt på f.eks. Facebook. Dette kan både være i den mest basale form, som utm-koordinater, men det kan også være et netværk af infrastruktur, som f.eks.

veje, byer, adresser, firmaer osv. Mange af de sociale netværk vi kender i dag er ved at få øjnene op for dette og begynder at bygge disse elementer ind i de netværk de har i forvejen – et oplagt eksempel er Facebook Places.

Det svære i at opbygge sådanne netværk er at finde ud af, hvordan man navigerer i det: Skal man bruge geografiske afstande, hvor der til hvert sted er tilknyttet et koordinatsæt, eller giver det mere mening med en semantisk forståelse af relationerne, som f.eks. at en adresse ligger på en vej, vejen i byen, firmaet på adressen osv.? Navigationen skal selvfølgelig kunne gøres tilpas effektivt, hvilket taler for den simple geografiske model, mens den semantiske giver en meget menneskelig indgangsvinkel til netværket.

På LOKUS.dk indsamles følgende data: Begivenheder, nyheder, tilbud (varer i handel), boligpriser, jobtilbud, privat køb og salg (borger til borger), politirapporter og læserbreve. VI anvender følgende data i vores datainfrastruktur (SDI) i prioriteret rækkefølge:

- koordinater - ved at geokode dem fra adresser
- konkrete stedsbetegnelser, fx byer, veje firmaer osv.
- ikke-konkrete stedsbetegnelser ved at crawle tekst-indhold for geografisk relaterede ord.

### På jagt efter de socialt lokale

I virksomheden LOKUS.dk skal vi være ærlige at tilstå, at også vi har presset os selv til det yderste for at få noget socialt ind på

The screenshot shows the LOKUS.dk website interface. At the top, it displays the date 'TORS DAG 10. MARTS' and the page title 'FOR ANNONCØRER | KONTAKT'. The main header features the LOKUS.dk logo with the tagline 'Livet leves lokalt' and a login section with 'LOG IND' and 'Glemt kodeord? | Opret bruger' links. Below the header, there's a navigation bar with 'TAASTRUP' and 'SENGELØSE' tabs, and a 'SKIFT STED' button. The main content area is titled 'SENGELØSE' and includes a search bar, a 'Søg på LOKUS.dk' field, and a 'SØG' button. A sidebar on the left lists various categories like 'Forside', 'Gode tilbud', 'Det sker', 'Køb & salg', 'Bolig', 'Godt at vide', 'Din lokale guide', 'Billedserier', 'Afstemninger', 'Vejret', 'Sport & Motion', and 'Konkurrencer'. The main content area displays several news items: 'Gran Canaria Spanien 1 uge, kun 2.499,-', 'Villa sat ned med 6 procent - prisen er nu 3.295.000', and 'Generalforsamling i Taastrup Jazz Klub'. A map on the right shows the location of Sengeløse. At the bottom, there's a banner for 'CHEF DE POMME' and a 'Få penge for din mening' banner.

Figur 1. Et udsnit af forsiden på LOKUS.dk, der viser, hvad der sker overordnet for Sengeløse. Det er også muligt at gå ned på en enkelt adresse i Sengeløse. Dette kan ske i hele af landet.

vores landsdækkende, hyperlokale hjemmeside. Og vi har naturligvis også en gruppe på Facebook – for ellers findes man ligesom slet ikke.

Vi kan dog ikke rigtig se, at det er lykkedes for andre end Facebook at etablere et vel-fungerende, socialt netværk i Danmark, som rent faktisk kan dække den enkelte brugers sociale relationer. Når vi selv skeler

til vores konkurrenter, kan vi se, at de har gjort endnu mere end os for at skabe lokale communities på deres sider. Og tilsyneladende med lige så svigtende held.

Måske er det slet ikke så underligt: Vi har nok ikke så meget at tale med vores lokale medborgere om. Altså med mindre de fortæller os om noget, vi kan bruge til noget. Et tip om hvor vi kan købe et brugt spisebord

eller finde en god rengøringshjælp. Naturligvis kan vores lokale medborgere være vores lokale venner, men dem fanger vi via Facebook, vi møder dem i foreningslivet, på skolen eller på indkøbsturen.

### En praktisk opslagstavle

LOKUS.dk er blot defineret som en praktisk opslagstavle med masser af muligheder for nyttige tips fra bruger til bruger, fra kommunen, handelslivet, foreningslivet og omvendt.

Det er ikke fordi vi ikke vil være sociale med de lokale, men når vi nu bor så tæt på hinanden, vil vi gerne se vores venner i øjnene. Til gengæld vil vi ikke invitere den lokale fodboldtræner eller den smilende kassedame nede i Fakta hjem i stuen. Men fortæl endelig, når fodboldtræningen er aflyst, eller når der er et godt tilbud i Fakta. De relationer vi skal og vil have til vores lokale medborgere, som vi ikke kender, skal angå oplysninger som er funktionelle og værdiskabende.

Den form for socialt liv, som LOKUS.dk kan og vil understøtte, er det, som i "gamle dage" skete hen over hækken eller fx i supermarkedet; hvor og hvornår afholdes det lokale loppemarked, en anbefaling de gode indkøbsmuligheder, skoler og sportsklubber, en legeaftale eller vejfest mv. Forskellen fra dengang til nu er, at flere får sådanne ting at vide på én gang. Nu behøver de forretningsdrivende ikke vente på, at kunderne går forbi deres vindue og ser de aktuelle tilbud; ligesom vi ikke behøver at "nøjes" med 2 meninger om den bedste fodboldklub.

### Hvorfor vinder de sociale hjemmesider over de lokale?

Med de mange gode argumenter for at lokalt forankrede netværk er praktiske, trænger et spørgsmål sig på: Hvordan kan det være, at det er de sociale hjemmesider, der vinder over de lokale?

Svaret er efter vores mening, at på Facebook hjælper andre brugere med at udbrede nyhederne – de udfører spredningsarbej-

### Tanker om nabolag

Brugeren skal selv kunne definere, hvad ens nabolag er. Det skal kunne gøres meget enkelt. Planen i LOKUS.dk på længere sigt er: At brugere kan definere inden for emnegrupper, hvor langt ud i afstand de ønsker informationer. Fx vil det være naturligt, at information om brugeraktiviteter (vejfester, loppemarked, legekammerater mv.) er meget tæt på, mens information fra det lokale politi eller kommunen har en større afstand (der er prædefineret). I princippet vil man, når brugeren har defineret sine afstande, kunne tegne en stjerne med forskellig størrelse takker og med en husstand, der ligger i midten.

det. Det som er enestående ved Facebook er, at alle vennerne allerede er der. Her – og kun her – er man lykkedes med at få samlet de store vennekredse; og hvis ikke de er der, skal de nok blive inviteret med. Enhver kan klare at invitere sine venner med – det er overkommeligt og skal kun gøres én gang.

Den åbenlyse udfordring for lokale hjemmesider er, at ingen brugere vil bruge krudt på spredningsarbejdet, når de ikke umiddelbart vinder noget ved det. Og herfra mener vi, at det er lige præcis det der skal til: En bruger skal gives et samlet, praktisk overblik over de mange muligheder der findes i lige netop ens eget nabolag, se faktaboks om tanker om nabolag. Hvis ikke det sker, får ingen bruger noget ekstra ud af at benytte en lokal hjemmeside. Muligheder er der faktisk masser af i ethvert nabolag – de er blot usynlige for de fleste. Brugere snydes, fordi en masse information ligger fordelt på hjemmesider, der ikke vil dele med de andre.

I LOKUS.dk har vi forsøgt at samle det hele, men desværre ikke uden kamp. Vi har ligefrem givet op – indtil videre. Aviserne vil ikke dele deres lokale historier, og kommunerne mener, at deres egne hjemmesider allerede er det lokale omdrejningspunkt. Dermed har borgere i Danmark, forbrugere og private meningstagere stadig ikke ét sted, hvor de ved, at de kan finde det hele, og hvor deres lokale informationer rent faktisk bliver læst af de fleste i nabolaget.

### **Kan det betale sig at tænke lokalt?**

Alt i alt mener vi det betaler sig at tænke lokalt. LOKUS.dk er som beskrevet en internet-service, der samler lokalinformation. Nogle af de resultater vi er blevet inspirerede af, virker klart bedst lokalt: Vi har f.eks. haft test af lokale tilbud og kan se, at klikraten er langt højere (ca. 10 gange) end ved almindelig bannerannoncering. Aktuelle hændelser i lokalområdet har også stor popularitet, ikke mindst den lokale politirapport, der er noget af det mest læste på LOKUS.dk.

### **Sæt informationerne i spil**

I stedet for at kommunerne leder efter Facebook-strategier på nettet, tror vi, at der ligger langt større gevinster i at overveje andre, lokale strategier på nettet. Vi mener, at gevinsten kommer ved at markedsføre ét samlende forum for alt, hvad der rører sig i nærmiljøet.

Derfor er de lokale aktører nødt til at gå sammen om at give brugerne mulighed for at se alt, hvad der sker lokalt; og de skal sørge for, at denne information er brugbar og hele tiden har nyt indhold.

Informationen skal selvsagt formidles på en let og tilgængelig måde, sådan at brugerne selv kan søge i informationerne geografisk og emnemæssigt, og sådan at alle har mulighed for selv at bidrage med og dele informationer. Der sker faktisk en masse lokalt, som man ikke lige kan opstøve på nettet. Men hvis brugerne ved, at der er ét sted, som de fleste lokale medborgere

### **Den lokale wikipedia – det nye lokale sociale medie**

Vi er overbeviste om, at brugerne kan få stor glæde af en lokal wikipedia – ikke som den normalt tænkes – som et statisk opslagsværk med information om f.eks. placeringen af børnehaver og skoler – men som et dynamisk værktøj, hvor brugerne kan fortælle hinanden om kvaliteten på de lokale børnehaver og skoler, samt bagerens brød og slagterens kød.

Vi ser gerne et værktøj, hvor borgerne (brugerne), kommunen og erhvervslivet kan bruge hinanden og hvor der er plads til at stille og besvare spørgsmål om alt mellem himmel og jord:

- Hvorfor hedder vores by Sengeløse?
- Kender nogen til denne stens historie (billede placeres på kort)?
- Kan nogen anbefale en god frisør?
- Kommunen orienterer: Biblioteket lukket mandag og tirsdag grundet ombygning.

Vi har værktøjet, kommunerne har den statiske information: Sammen kan vi gøre informationen levende og dynamisk.

benytter, vil mange dele informationen frivilligt. Og så er vi på vej til det lokale sociale medie – der dog til forskel fra facebook – er baseret på funktionelle informationer

Vi i LOKUS.dk vil meget gerne bidrage til den udvikling. Selv har vi primært koncentreret os om at formidle de aktuelle, dynamiske informationer, men i samarbejde med

kommunerne kunne vi også godt tænke os at samle de statiske informationer, som alle i området kan have glæde af at kende – ikke mindst tilflyttere. Når disse informationer suppleres med brugernes egen viden, så er vi på vej til etableringen

af en slags lokal Wikipedia – det nye lokale sociale medie, hvor brugerne hjælper hinanden med at bidrage med mere uformel nyttig viden, som ikke i dag ligger på kommunernes hjemmeside.

**Om forfatterne**

Iben Rørslev, direktør, LOKUS.dk, Iben@lokus.dk,  
Peter Kofoed, concept manager, LOKUS.dk, Peter@lokus.dk  
LOKUS.dk er ejet af Topdanmark.



# Kortdage 2011

16. - 18. november i Kolding



Tidsfrist for abstracts er den 2. maj 2011

Følg med på [www.kortdage.dk](http://www.kortdage.dk)

Geoforum Danmark