

DIGITAL BORGER- DIALOG

INSPIRATION OG CASES OM BEDRE
OFFENTLIG DIALOG PÅ NETTET



IT- og Telestyrelsen
Ministeriet for Videnskab
Teknologi og Udvikling





IT- og Telestyrelsen

Ministeriet for Videnskab
Teknologi og Udvikling

KOLOFON

Digital Borgerdialog

Udgivet af:
IT- & Telestyrelsen

IT- & Telestyrelsen

Holsteinsgade 63
2100 København Ø

Telefon: 3545 0000
Fax: 3545 0010

Publikationen kan hentes på
IT- og Telestyrelsen og KLs hjemmesider:
www.itst.dk og www.kl.dk

Design: Seismonaut
Forsideillustration: Oddfischlein
Tryk: Rosendahls Schultz Grafisk
Oplag: 1000
ISBN (trykt udgave): 978-87-92572-56-1
ISBN (digital udgave): 978-87-92572-57-8

FORORD

Udviklingen på internettet giver unikke muligheder for at styrke demokratiet. Både i form af øget åbenhed og gennemsigtighed i den offentlige forvaltning og i form af øgede muligheder for at inddrage borgerne aktivt i de demokratiske beslutningsprocesser. Det er dét, der i daglig tale kaldes for digital borgerinddragelse eller e-demokrati.

Internettet er i dag både verdens største informationsdatabase og verdens største kommunikationsplatform. Men hvor der tidligere var tale om envejskommunikation – for eksempel fra myndighed til borgere – er internettet i dag blevet en flervejs kommunikationskanal, hvor brugere overalt i verden har mulighed for at dele, kommunikere og interagere, og for at skabe deres eget indhold. Internettet er populært sagt gået fra version 1.0 til version 2.0. Det gør det muligt for den offentlige sektor at gøre det samme – at gå fra Government 1.0 til Government 2.0.

Danskerne er nogle af de mest aktive internet-brugere i verden. I 2010 var der således mere end to tredjedele af befolkningen mellem 16 og 74 år, som benyttede internettet til at kontakte de offentlige myndigheder. 78 procent var på nettet dagligt. Offentlige myndigheder kan dermed nå ud til og engagere store dele af befolkningen ved hjælp af internettet. I en tid med stramme offentlige finanser og stadig højere krav fra borgerne til kvaliteten af de offentlige velfærdsydelser, er det oplagt at benytte sig mere af digital borgerdialog. Borgerne vil gerne bruge de digitale muligheder til at dele viden og holdninger, og komme med innovative forslag til gavn for den offentlige opgaveløsning. Myndighederne har således i dag en bred vifte af muligheder og incitamenter til at inddrage borgerne mere i de politiske beslutningsprocesser.

Der er også internationalt stort fokus på det demokratiske potentiale i den digitale udvikling. Europarådet offentliggjorde i 2009 et omfattende sæt anbefalinger på området, og i december 2009 vedtog EU's ministre med ansvar for digital forvaltning en deklARATION, hvori de præsenterede deres vision for 2015: Borgere og virksomheder skal sikres øget adgang til offentlig information, mere gennemsigtighed og effektive måder, hvorpå de kan inddrages i de politiske beslutningsprocesser.

I forlængelse heraf er det håbet, at dette magasin vil inspirere offentlige myndigheder til i endnu højere grad at bruge internettet til at inddrage borgere og andre interessenter i de offentlige beslutnings- og idéprocesser. I magasinet findes konkrete cases fra danske myndigheder, baggrundsmateriale og artikler med gode råd og vejledning. De medbragte cases er naturligvis ikke udtømmende for alt, hvad der sker af spændende tiltag rundt omkring hos de danske myndigheder. Men det er en samling eksempler, hvor de enkelte myndigheder selv har bidraget med data og med deres konkrete anbefalinger til inspiration for andre. Casene er indsamlet i maj – juli 2011.

Magasinet er blevet til i et samarbejde mellem Videnskabsministeriet/IT- og Telestyrelsen og KL. Redaktionsgruppen har bestået af Ane Eggert (KL), Thomas Holmstrøm Frandzen og Arvid Bro Thuestad (begge IT- og Telestyrelsen) med yderligere assistance fra studentermedhjælper Cecilie Udsen Gleberg (IT- og Telestyrelsen). I øvrigt har de fleste af de myndigheder, som er repræsenteret med cases i magasinet selv bidraget med tekst, data og anbefalinger, og Christian Schwarz Lausten (Seismonaut) har bistået med sparring og interviews.

August 2011

INDHOLD

04: Klædt på til e-dialog

06: Case: 3 spor på motorvejen

07: Case: Odder NetTV

08: Facebook puster nyt liv i borgerdialogen

10: Case: Silkeborg Kommune

11: Tal der taler

12: Case: Kolding Kommune på Facebook

14: Case: Vejlesfremtid.dk

16: Case: Region Syddanmark - invia.nu

17: Case: Emneblog om sundhedsplan

18: Sådan planlægges hverdagen på sociale medier

20: Tal der taler

21: Case: Sammen om Aarhus

22: Case: Vi er lutter øren

26: Case: Borgerdialog om fremtidens skole

28: Case: Digitaliser.dk

30: Case: Aalborg - Ny Budolfi Plads på Facebook

31: Andre eksempler på borgerdialog i Danmark

32: Juridiske hensyn

34: Digital borgerdialog i det store udland

KLÆDT PÅ TIL E-DIALOG

10 TJEK-SPØRGSMÅL TIL PLANLÆGNING AF DEN GODE E-DIALOG

HAR I VALGT ET EMNE FOR DEN DIGITALE DIALOG, SOM BORGERNE ER INTERESSERET I?

Borgerne kan ikke altid se nødvendigheden af at engagere sig. Men med økonomisk krise og velfærdsforandringer på dagsordenen, opleves en fornyet interesse for dialog. Lige så snart dialogen berører noget af det nære, f.eks. vores børns skole eller forældres hjemmepleje, så stiger interessen. For det er nu, der skal træffes grundlæggende og centrale beslutninger af betydning for borgerne. Her er tale om et åbent vindue til at få skabt det engagement hos borgerne, som er i det lokale demokratis interesse.

HAR I OVERVEJET MED HVILKE KANALER, I BEDST NÅR BORGERNE?

Det kan være en fordel at føre den digitale dialog på eget medie, fordi værtskabet er tydeligt. Men der er også offentlige myndigheder, som benytter eksterne platforme som f.eks. Facebook eller den lokale avis' debatforum, fordi dialogen føres der, hvor borgerne allerede er aktive. Den ene kanal udelukker ikke den anden. Det er en god ide at være repræsenteret flere steder og benytte forskellige kanaler for at nå ud til borgerne dér, hvor de er. Men det kan være et spørgsmål om ressourcer. Brug gerne flere former for dialog – både digital dialog og borgermøder, fordi de kan supplere hinanden. De digitale medier giver mulighed for en styrket og effektiv dialog med flere borgere. Fysiske møder har dog den særlige fordel, at politikerne kan have en dialog med borgerne 'face to face'. Man kan fornemme hinandens kropssprog og følelser mv.

HAR I DEFINERET ET KLART FORMÅL MED DIALOGEN?

Det er vigtigt at definere et klart formål med dialogen. På den måde får også borgerne klarhed over, hvad det er, I vil med dialogen. Spørg jer selv om, hvorfor I vil inddrage borgerne, og hvilke spørgsmål det er, borgerne har mulighed for at øve indflydelse på. Inviter ikke borgerne til dialog om et emne eller en politisk beslutning, som allerede ligger fast. Det er vigtigt, at borgerne oplever, der er tale om reel inddragelse, hvor deres input kan være med til at påvirke de politiske beslutninger. Ellers vil de blot føle, der er tale om skinproces, og en invitation til dialog kan virke som en provokation.

HAR I DEFINERET, HVAD DET ER FOR SPØRGSMÅL, I VIL I DIALOG MED BORGERNE OM? HVAD LIGGER FAST, OG HVAD ER TIL DEBAT?

God borgerdialog er med til at afdække både borgernes bekymringer, visioner og ideer til handling. Det er en fordel at gøre klart for borgerne, hvad der ligger fast, og hvad der er til debat. Der er måske truffet en politisk beslutning, som ikke er til diskussion, for eksempel at det er nødvendigt at sammenlægge skoler pga. faldende børnetal og for at skabe mere kvalitet i undervisningen for pengene. Til gengæld ønskes en åben dialog om, hvilke skoler som vil indgå i planen, og hvordan den endelige beslutning skal udmøntes.

HAR I TÆNKT OVER FOKUS I DIALOGEN? HAR I FOKUS PÅ, HVOR I VIL HEN – VISIONERNE?

Vær opmærksom på, at det kan være en god ide at udfordre borgerne med spørgsmål, der løfter deres perspektiv fra det nære til det mere overordnede. Det er helt naturligt, at borgerne interesserer sig for det, der berører dem direkte. God borgerdialog handler om at respektere borgernes bekymring for den nære service, men samtidig udfordre det perspektiv, der tales ud fra. Borgerne vil f.eks. gerne debattere deres egne børns skole. Men udvid gerne perspektivet med spørgsmål om, hvordan det samlede skolevæsen skal udvikle sig? Og hvordan skal kvaliteten være i undervisningen, og hvordan bevarer vi den?

HAR I PLANLAGT, HVORDAN BORGERNE BLIVER KLÆDT PÅ TIL BORGERDIALOGEN?

Skal borgerne have mulighed for at indgå i en ligeværdig dialog med politikerne, er det afgørende, at den nødvendige baggrundsviden og facts er formuleret i et sprog, som er forståelig for menigmand. Til større politiske beslutningssager hører ofte et omfattende materiale med f.eks. økonomiske nøgletal og juridisk baggrund. Alt sammen noget, som kan være nødvendigt at formidle til borgerne i en let tilgængelig form, og som er en forudsætning for en god og ligeværdig dialog.

HVAD ER VIGTIGT AT OVERVEJE, NÅR MAN VIL INVITERE BORGERNE TIL E-DIALOG?

- Har I valgt et emne for den digitale dialog, som borgerne er interesseret i?
- Har I overvejet med hvilke kanaler, I bedst når borgerne?
- Har I defineret et klart formål med dialogen?
- Har I defineret, hvad det er for spørgsmål, I vil i dialog med borgerne om? Hvad ligger fast, og hvad er til debat?
- Har I tænkt over fokus i dialogen? Har I fokus på, hvor I vil hen – visionerne?
- Har I planlagt, hvordan borgerne bliver klædt på til borgerdialogen?
- Har I besluttet, hvordan I vil bruge borgernes input i beslutningsprocessen?
- Har I lavet en samlet proces – og kommunikationsplan for hele dialogprocessen?
- Har I styr på, hvem der gør hvad, i forhold til at svare på læserbreve, blogs, borgermøder mv.? Er der en klar rollefordeling mellem politikere og forvaltningen?
- Har I forberedt 'worst case' – og hvordan I håndterer det?

KL & IT- og Telestyrelsen

HAR I BESLUTTET, HVORDAN I VIL BRUGE BORGERNES INPUT I BESLUTNINGSPROCESSEN?

Borgerne skal vide i hvilken periode, de kan deltage i dialogen, hvor den foregår, og hvordan deres input vil blive brugt i beslutningsprocessen. Inddragelse af borgerne skal ske på et tidspunkt, hvor mest muligt er åbent endnu, og hvor borgerne har reel mulighed for at præge løsningerne. Gerne i god tid inden høringsprocessen, inden f.eks. forslag til nyt budget eller ny skolestruktur foreligger. Budgettet er et af de vigtigste omdrejningspunkter i eksempelvis det kommunalpolitiske beslutningskredsløb. Derfor er det vigtigt her at få inddraget borgerne tidligt, særligt i en tid, hvor nedskæringer og velfærdsforandringer er på dagsordenen.

HAR I LAVET EN SAMLET PROCES – OG KOMMUNIKATIONSPLAN FOR HELE DIALOGPROCESSEN?

Det er altid en god ide at starte med at tegne en skitse over hele forløbet fra en ide eller projekt fødes til vejen ind i det politiske beslutningskredsløb. Hermed kan man få skabt sig et overblik over, hvornår i processen borgerne skal inviteres til dialog - og hvornår og hvordan der skal kommunikeres med borgerne undervejs i processen. Den første dialog med borgernes kan med fordel ligge så tidligt som muligt i processen. Og når dialogen er slut og beslutninger truffet, skal politikere og forvaltning have taget stilling til, hvordan kommunikationen med borgerne skal være efterfølgende.

HAR I STYR PÅ, HVEM DER GØR HVAD, I FORHOLD TIL AT SVARE PÅ INDLÆG FRA BORGERNE? ER DER EN KLAR ROLLEFORDELING MELLEM POLITIKERE OG FORVALTNINGEN?

I udgangspunktet er det de folkevalgte politikere, som er værter for en dialog, når dialogen handler om, hvordan vi indretter den offentlige service. Invitation til dialog forpligter. Borgerne forventer, at de ansvarlige politikere deltager i dialogen. Og de sætter pris på klare og ærlige udmeldinger fra politikerne. Det kan dog blive en uoverkommelig opgave at svare på alle indlæg. Derfor kan politikere vælge at samle op på de mange indlæg med jævne mellemrum og/eller forpligte sig til at være til stede på bloggen i et givent tidsrum, hvor borgerne kan forvente svar på deres indlæg. Et tæt samarbejde med administrationen er også nødvendigt - for at politikerne kan blive klædt ordentligt på til dialogen med nødvendig baggrundsviden og facts.

HAR I FORBEREDT 'WORST CASE' – OG HVORDAN I HÅNDBERER DEN?

Nettet gløder med kritiske indlæg, borgere udvander fra borgermøder, og der opstår efterfølgende massiv kritik i den lokale presse. Det er ikke en utænkelig situation, for det kan være svært at orchestrere en fri og demokratisk debat. Måske sætter dialogen gang i en forstærket kritik. Og måske kan det være fristende helt at undlade at gå i dialog med borgerne i frygt for mangel på kontrol. Men netop i en tid med smalhals, er det afgørende at få skabt forståelse blandt borgerne - og få alle deres gode forslag med i processen. Det er altid en god ide på forhånd at forberede, hvordan man vil reagere på den kritik, der kan opstå.



3 SPOR PÅ MOTORVEJEN?

Borgmestrene i Horsens, Hedensted og Skanderborg valgte i foråret 2011 at gå på Facebook med deres ønske om en udvidelse af E45, den østjyske motorvej, med henblik på at undgå massive trafikale problemer de kommende år. Formålet var at skabe opmærksomhed om problemet og opbakning til projektet blandt borgere såvel som erhvervsfolk og politikere.

Facebook-siden facebook.com/3spor fik ca. 200 "synes godt om"-tilkendegivelser på to uger, og initiativet modtog god pressedækning, som igen bidrog til at skabe politisk fokus. Casen viser, at det er muligt at samle borgere og politikere på tværs af partier om samme sag i et miljø - Facebook - hvor de er vant til at færdes. Dermed minimeres afstanden mellem borgere og beslutningstagere, og demokratiet bliver endnu mere tilgængeligt.

EN DEL AF EN STØRRE KOMMUNIKATIONSINDSATZ

Det var fra starten klart, at Facebook-siden ikke ville kunne stå alene. Den blev derfor tænkt ind som en del af en større kommunikationsindsats omkring nødvendigheden af en motorvejsudvidelse. Siden blev derfor understøttet med bl.a. produktion af postkort og streamers, og forskellige initiativer til at øge pressedækningen. Der blev samtidig udarbejdet en kommunikationsplan, som sikrer løbende udvikling af Facebook-siden med henblik på at fremme aktivitet og dialog.

"Vi vidste, at det ville kræve en indsats, også uden for Facebook, men det er fantastisk at se, hvordan borgere, politikere og repræsentanter fra erhvervslivet kan mødes på siden og sætte fokus på dette vigtige politiske initiativ."

Anja Flebbe
web- og multimediedarbejder, Horsens Kommune

3SPOR-PROJEKTETS ANBEFALINGER TIL ANDRE

Vær ikke bange for at prøve kræfter med de sociale medier - men vær forberedt på, hvordan I ønsker at håndtere dem. En gennemtænkt idé kan give gode resultater, mens sporadiske forsøg kan gøre mere skade end gavn.

Sørg for, at der er flere medarbejdere end bare en (kommunikationsmedarbejder) med på projektet, så der er flere til at varetage indsatsen og overveje strategien.

ODDER NETTV

Med Odder NetTV har Odder Kommune oplevet, at interessen for at følge det politiske arbejde er større end både forvaltning og politikere havde forventet.

Siden november 2007 har Odder Kommune videotransmitteret byrådets møder på nettet via Odder NetTV. Derudover har der været transmitteret fra borgermøder, og der er også lavet andre videopræsentationer. Formålet er at gøre det nemmere for borgerne at få indblik i byrådets arbejde og dermed de lokaldemokratiske processer.

Borgerne behøver dog ikke at følge mødet, mens det foregår. De kan klikke sig ind og kigge på de enkelte dagsordenpunkter, på det tidspunkt, der passer dem bedst. Tallene viser, at der i snit er mellem 400 og 500 borgere, der benytter sig af denne mulighed.

Det er nemt for borgerne at finde det, de interesserer sig for. Borgerne kan klikke sig ind på præcis de punkter på dagsordenen, som de er interesseret i at følge, eller de politikere de gerne vil høre.

Samtidig kan borgerne se de enkelte sagsdokumenter, og de kan se oplysninger om byrådsmedlemmerne og deres partier. I arkivet kan borgerne klikke sig ind på de punkter, de søger.

INTERESSEN ER STØRRE END FORVENTET

Det store seertal har vist, at Odder kommunes borgere gerne vil have muligheden for at følge med - uden at møde fysisk op. Kommunen har derudover undersøgt mulighederne for at inddrage borgerne yderligere gennem live-afstemninger og kommentarer til transmissionerne. Dette vil naturligvis kræve ekstra ressourcer og planlægning, men muligheden er til stede.

ODDER KOMMUNES ANBEFALINGER

Det er vigtigt, der er sammenhæng mellem tingene: At videotransmissioner fra byrådsmøder og borgermøder ikke står alene, men kobles til andre måder at informere på, så borgerne oplever, at informationsniveauet er højt, hvorved forståelsen for lokaldemokratiet højnes.



Selv om der formentlig er en del gengangere blandt de 4-500, der hver måned klikker sig ind på Odder NetTV, har interessen oversteget de største forventninger, og alene på den baggrund må initiativet siges at være en betydelig succes. Informationerne om byrådets arbejde når meget længere ud end til de meget få personer, der fysisk dukker op til byrådsmøderne. Odder NetTV har også lokket nye brugere til – nogle, som ikke interesserer sig for byrådets arbejde før.

**Roald Kramer
Informationsschef, Odder Kommune**

Et byrådsmøde i Odder Kommune følges typisk live over internettet af ca. 40 borgere, men enkelte møder har været set live af 100 eller flere borgere - dog med byrådsmødet i maj 2010 som en særlig undtagelse, idet dette møde blev fulgt live af 600 borgere! (byrådet skulle beslutte en stor spareplan med bl.a. nedlæggelse af to skoler)



FACEBOOK PUSTER NYT LIV I BORGERDIALOGEN

Det lokale folkestyre kæmper i disse år med vigende interesse fra borgerne – ikke mindst de unge. Stemmetallet til kommunalvalgene falder og færre stiller op til valg. Med en aktiv tilstedeværelse på sociale medier som Facebook kan kommunerne igen synliggøre deres relevans for borgernes hverdag – og derigennem genoplive borgerdialogen. Det mener Jesper Brieghel, der hjælper landets kommuner med at etablere sig på Facebook.

5 HURTIGE TIL JESPER BRIEGHEL, CHEFKONSULENT, KL

1: HVORFOR SKAL KOMMUNER VÆRE PÅ FACEBOOK?

"Danmark har 2,5 millioner borgere på Facebook, som dagligt bruger mellem en halv og en hel time på mediet. Både som passive forbrugere, men også som aktive producenter af indhold. Det gør Facebook til en usædvanligt attraktiv kanal, hvis man vil i tættere dialog med danskerne. Det ligger lige for.

Samtidig er vores internetforbrug generelt i massiv forandring væk fra den traditionelle surferkultur, hvor brugeren selv går via en browser ind på hjemmesider og opsøger information. I dag tilmelder vi os håndplukkede nyhedsstrømme som f.eks. Facebook eller andre nyhedsapps til smartphonen og forventer derefter, at den relevante information finder os. Det lægger et vist pres på kommunerne for at bringe deres indhold på de nye kanaler, så indholdet stadig når ud til borgerne."

2: HVAD SKAL INDHOLDET VÆRE PÅ KOMMUNENS FACEBOOK-SIDE?

"Det er der forskellige holdninger til. Vi kører i øjeblikket et pilotprojekt med fem kommuner, der har grebet opgaven meget forskelligt an. Nogle omskriver pressemeddelelser og politiske udmeldinger, og andre bruger Facebook til at holde borgerne opdateret på de områder, hvor kommunens aktiviteter krydser borgernes hverdag – kulturtilbud og serviceinformation om skoler, daginstitutioner, trafikforhold, dagrenovation, offentlig transport osv.

De kommuner, som gør det sidste, har umiddelbart større succes. Flere synes godt om siden. De får mere dialog og flere kommentarer på hver enkelt opdatering. Det er meget tydeligt, at det borgernære indhold, formidlet let fordøjeligt og i en uformel tone, også på Facebook er det, der fanger folks opmærksomhed og motiverer dem til dialog."

FACEBOOK PILOTPROJEKT

KL har i foråret 2011 taget initiativ til et pilotprojekt om kommunerne på Facebook. Fem deltagende kommuner får både strategisk rådgivning og teknisk hjælp - foruden værktøjer til at administrere kommunens samlede tilstedeværelse på mediet. Til gengæld indsamler og deler de deres erfaringer med de øvrige kommuner. Resultatet af pilotprojektet offentliggøres i løbet af efteråret 2011.





Facebook dur ikke til at føre komplicerede diskussioner om kommunens budget, men kan skabe interesse for og vække appetitten på mere dialog.

Jesper Brieghel, chefkonsulent hos KL

3: HVAD MED DEN POLITISKE DIALOG?

"Det kan også lade sig gøre på Facebook, men blandingsforholdet skal være fornuftigt. Folk kan godt lide kulturtilbud og serviceinformationer, der taler direkte ind i deres hverdag. Men de politiske spørgsmål vil de også gerne give plads til, hvis spørgsmålene er konkrete og relevante. Så vil man gerne engagere sig. Facebook er supergodt til hurtige og personlige holdningstilkendegivelser. Det kan give kommunen vigtig pejling på borgernes interesser og holdninger og samtidig få borgerne til at føle sig hørt og involveret.

Men Facebook fungerer dårligt til lange dialoger om komplekse eller abstrakte emner – blandt andet fordi siderne er for dynamiske og meget svære at søge i. Derfor kan det også være en stor fordel at integrere Facebook med traditionelle dialogmøder eller dialog på andre digitale dialogplatforme. De kombinationsmuligheder er der foreløbig kun få kommuner, der har udnyttet.

Du kan sammenligne Facebook lidt med en elevator. Alle lytter imødekomende til enhver henvendelse fra andre i elevatoren, men man har kun få sekunder til at levere sit budskab og få en hurtig tilbagemelding. Ønsker man en længere dialog, må man formulere sig, så den sparsomme dialog giver sidemanden appetit på at fortsætte diskussionen når turen stopper. Elevatoren dur ikke til at føre komplicerede diskussioner om kommunens budgetforhandlinger. Men den kan vække appetitten."

FILM OM BORGERDIALOG I KRISETIDER

I marts 2011 lancerede KL en film om kommunale erfaringer med borgerdialog i en krisetid. Filmen sætter fokus på dialogen mellem politikere og borgere, som er helt afgørende, når det kommer til at skabe forståelse og medejerskab hos borgerne til de vanskelige politiske beslutninger og prioriteringer, der i disse år skal træffes i byrådene. Filmen berører erfaringer med borgerdialog i budgetprocessen og ændringer af skolestrukturen i kommunen.

www.kl.dk/borgerdialog

4: HVEM VIL BORGERNE SNAKKE MED PÅ FACEBOOK?

"Når borgerne indgår i politisk dialog er det for at blive hørt af dem, der træffer beslutningerne. Ikke for at skændes med hinanden. Det gælder også på Facebook. Hvis man vil bruge Facebook til e-demokrati, er det derfor tvingende nødvendigt at få politikerne med ombord og klæde dem på til at kommunikere på dette medie. At det giver resultater kan de tale med om i Kolding, hvor især borgmesteren er meget engageret i dialogen på kommunens Facebook-side.

Mere generelt, så udgør Facebook en kæmpe chance for kommunerne til at revitalisere borgerdialogen. Når de etablerer sig på Facebook, så er folk i udgangspunktet positivt overraskede over, at kommunen tænker nyt og kommer med et nyt dialog-initiativ. Men hvis de så opfører sig på det nye medie, fuldstændig ligesom de gjorde på hjemmesiden, så forsvinder folk. Eller rettere: så kommer de aldrig ind. Facebook er en helt anden type medie end hjemmesidernes informationssiloer."

5: SÅ... ER FACEBOOK KOMMUNENS SVAR PÅ ALT?

"Overhovedet ikke. Jeg vil ærligt sige, at jeg ikke kan levere tallene, der entydigt viser, at Facebook er en god investering. Det prøver vi i øjeblikket at undersøge som en del af et pilotprojekt med fem kommuner, men jeg har endnu ikke set den hårdtslående dokumentation, der maner enhver kommunal Facebook-skepsis i jorden.

På den anden side, så kæmper det lokale demokrati i nogen grad med vigende folkelig opbakning og interesse. Det ser vi blandt andet på stemmetallene til kommunalvalgene og den vigende interesse blandt de unge for lokalpolitik. Hvis vi skal undgå, at partilister og borgermøde fremover befolkes alene af Tordenskjolds stadig ældre og færre soldater, kan Facebook være et af svarene. Det er selvfølgelig et resultat, det er svært at sætte værdi på. Men at det har værdi, er vel hævet over enhver tvivl.

Første skridt mod at engagere flere borgere er, at de får blik for kommunens mange aktiviteter og forgreninger ind i deres hverdag. Kun hvis jeg kan se, hvorfor arbejdet med lokalpolitik er vigtigt, vil jeg overveje at deltage. Det forarbejde kan vi bruge Facebook til."

SILKEBORG KOMMUNE:

E-DIALOG BETALER SIG - OGSÅ OM DE SVÆRE BESLUTNINGER

I Silkeborg Kommune gik man digitalt til værks i arbejdet med at inddrage borgerne i forbindelse med omfattende nedskæringer. 250 millioner kroner skulle findes i budget 2011. I jagten på besparelser fik borgere og medarbejdere mulighed for digitalt at bidrage med løsningsforslag. Kommunen modtog mere end 1.100 høringssvar og konstruktive bud på, hvordan Fremtidens Silkeborg skulle se ud.

Fra starten var kommunen opsat på, at borgerne skulle inddrages i den svære besparelserproces. Derfor offentliggjorde kommunen et 'Mulighedskatalog', der skulle danne grundlag for en borgerinddragelse om Fremtidens Silkeborg Kommune.

Kataloget beskrev en række muligheder for, hvordan Silkeborg byråd kunne realisere besparelserne. De første forslag til besparelser var blevet til på baggrund af input fra kommunens fagforvaltninger. Borgerne kunne herefter kommentere på indholdet, der opridsede besparelser på i alt 335,6 mio. kroner. De kunne også downloade et excel-ark, der indeholdt de enkelte ydelsesområder i kommunen. I excel-arket kunne borgerne agere 'politikere' og selv forsøge at finde besparelser på 250 millioner kroner ved at prioritere direkte i arket.

Udover den mere formelle høringsmulighed, ønskede kommunen også at tilbyde borgerne en kanal for en mere visionær og fri debat. Som centrum for debatten oprettede kommunen et digitalt debatforum, der blev flittigt brugt i forløbet op til den endelige beslutning af budgettet.

Kommunens hjemmeside var centrum for kommunikationen og debatten om nedskæringer i budgettet. Langt størstedelen af høringssvarene blev sendt digitalt. Silkeborg Kommune overvejede også Facebook, men denne kanal blev valgt fra i forbindelse med borgerinddragelsen, fordi man frygtede den ville blive for svær at kontrollere. Det skulle også være klart for borgeren, at al information og debat var samlet på et sted. Borgerne fik én kanal, hvor de kunne komme af med deres budskaber.

- Der var fra starten af ingen tvivl om, at der her var tale om en stor opgave. Aldrig før har Silkeborg Kommune stået over for så stort et indgreb, som vil komme til at sætte meget markante aftryk i vores lokale samfund. Derfor var der stort pres på kommunen for at få håndteret kommunikationsopgaven med borgerne på bedst mulig vis, fortæller Hanne Bæk Olsen.

OVER 1.100 HØRINGSSVAR OG ET VÆLD AF KONSTRUKTIVE BIDRAG

De digitale kanaler blev godt modtaget af borgerne. Silkeborg Kommune fik over 1.100 høringssvar, og kommunens hjemmeside har været flittigt besøgt i høringsperioden. Indlæggene i debatforummet var generelt konstruktive og meget brugbare. En bred borgerskare deltog - alt fra forældre til børn i lukningstruede institutioner til medarbejdere i kommunen

- Vi havde ikke forventet, at tonen i debatten i så høj grad var konstruktiv. Vi var til at begynde med bekymrede for, om vi kunne holde debatten på et sobert niveau. Men al tvivl blev gjort til skamme. Brugen af såvel det digitale mulighedskatalog som debatforummet viste, at borgerinddragelse også fungerer fint på digitale platforme", siger Hanne Bæk Olsen.

BETALER SIG

God borgerinddragelse koster ressourcer at gennemføre. Men Silkeborg Kommunes anbefaling til andre kommuner er klar: inddragelse betaler sig!

LÆS MERE PÅ SILKEBORGS WEBSEKTION: FREMTIDENS SILKEBORG KOMMUNE



Ved at inddrage borgerne får vi skabt forståelse for og indsigt i de svære beslutninger, som vi som politikere er nødt til at træffe. Det er vigtigt, at vi fortæller borgerne, hvordan høringssvarene er blevet brugt, og hvordan de konkret afspejler sig i det endelige budget. Det styrker borgernes interesse for at deltage også næste gang, fordi borgerne får en oplevelse af, at det faktisk nytter at deltage i debatten.

Hanne Bæk Olsen, borgmester, Silkeborg Kommune

49 AF 102

adspurgte myndigheder var i efteråret 2010 aktive på Facebook eller har/har haft korterevarende aktiviteter der.

19

af de adspurgte myndigheder anvendte Twitter

25

adspurgte myndigheder anvendte YouTube

Kilde: Myndighedernes erfaringer med og planer for web 2.0-kommunikation (IT- og Telestyrelsen, 2011)

**BLANDT 36 MYNDIGHEDER SOM
INDTIL EFTERÅRET 2010 HAVDE
FORSØGT SIG MED DIGITAL
BORGERINDDRAGELSE OPLEVEDE
20, AT BORGERNE GERNE VILLE
DELTAGE, 13 AT BORGERNE DELTOG
MEN I MINDRE OMFANG END
FORVENTET, OG KUN 3 AT
BORGERNE IKKE VILLE DELTAGE.**

Kilde: Myndighedernes erfaringer med og planer for web 2.0-kommunikation (IT- og Telestyrelsen, 2011)



KOLDING KOMMUNE PÅ FACEBOOK

Kolding Kommune lancerede i 2010 en Facebook-side, som blandt andet bruges som en platform for dialog borger til borger og borger til politiker. Da siden blev lanceret var fokus på at debattere kommunens budget 2011, men efterfølgende har mange andre emner været til debat - både på kommunens og på borgernes egne initiativer.

Facebook-siden bliver desuden brugt til at bringe service-meddelelser, og brugerne stiller fra tid til anden konkrete og praktiske spørgsmål til kommunen. Disse spørgsmål svarer kommunikationsafdelingen på. Mere politiske indlæg, f.eks. spørgsmål om hvorfor kommunen ikke bruger flere penge på snerydning, bliver typisk besvaret af borgmesteren og andre lokale politikere, der deltager i dialogen på siden. Byrådets politikere deltager frivilligt og uden deltagelse fra kommunikationsafdelingen.

1400 FOLLOWERS PÅ FACEBOOK

Næsten 1400 borgere følger Kolding Kommunes Facebook-side, hvor der er meget aktivitet. Det viser, at borgerne er interesserede i de ting, kommunen har at fortælle, samt at de gerne vil indgå i dialog. Budgetsnakken på Facebook gav en begrænset debat; dog blev andre emner, for eksempel snerydning, diskuteret flittigt. Generelt er erfaringen, at det

er vanskeligt at skabe en frugtbar debat, hvis ikke der er tale om et emne, som allerede diskuteres ved middagsbordet, på arbejdspladsen eller blandt venner. Facebook er velegnet til at give en eksisterende dialog et forum, hvor den kan udfolde sig, overvåges og bruges konstruktivt i kommunens arbejde.

DIALOG KOMMER IKKE AF SIG SELV

Kolding har oplevet, at Facebook kan være et godt supplement til andre former for borgerinddragelse, for eksempel med henblik på at finde ud af, hvad der 'rør sig' blandt borgerne. Dialog på Facebook kommer imidlertid ikke af sig selv. Den er i høj grad afhængig af, at brugerne oplever, at der sidder nogen i den anden ende og forholder sig til det, de skriver. En af forklaringerne på, at der har været så stor aktivitet på Kolding Kommunes Facebook-side, er at især borgmesteren har stillet sig til rådighed og har besvaret borgernes indlæg.

KOLDING KOMMUNES ANBEFALINGER TIL ANDRE

Brug kun Facebook til at inddrage borgerne, hvis politikerne har lyst til og er villige til selv at deltage i dialogen. Hvis man ikke er parat til at gå i dialog med borgerne, skal man heller ikke forvente, at de vil bruge tid på at komme med deres ideer og holdninger.

Brug Facebook til at gå i dialog om meget konkrete ting, som vedrører borgernes hverdag. Men husk, at Facebook har visse begrænsninger. Det egner sig f.eks. ikke til meningsudvekslinger med lange indlæg, og dialogen holdes generelt på et meget overordnet niveau med korte ytringer fra borgerne.

VEJLESFREM.TID.DK

DIALOG OM VEJLE KOMMUNES NYE ERHVERVSPOLITIK

Vejlesfremtid.dk er en dialogportal, hvor alle i første halvdel af 2011 kunne deltage i det "Erhvervspolitiske forår" i Vejle og derigennem bidrage med deres visioner, ideer og kommentarer til kommunens nye erhvervs politik. Gennem pressen, trykte materialer, bannerannoncer på Vejle Amts Folkeblads hjemmeside og Invejde, konferencer og temamøder har kommunen opfordret både chefer, virksomhedsledere og bestyrelsesmedlemmer til at deltage i debatten.

Vejlesfremtid.dk er ikke kun en "idékasse". Den præsenterer også informationer og billeder, der sætter debatten ind i en sammenhæng. Det er også her, man finder analyser og fakta, og så samler den alle de ideer, der er kommet ind i løbet af det "Erhvervspolitiske forår" - uanset om de er kommet frem på en konference, et temamøde, virksomhedsbesøg eller tastet ind på portalen.

Målet med løsningen har været at lave en dialogportal, der både formidler viden om emnet og opfordrer til deltagelse. Denne kan foregå på flere niveauer: Brugere kan vælge at bidrage med deres egen vision eller bare nøjes med at læse de andres og afgive en stemme.

Vejlesfremtid.dk er designet specielt til debatten om kommunens nye erhvervs politik, men erfaringerne vil blive brugt til at udvikle en mere generisk platform, der fremover også kan fungere som platform for andre debatter og høringer.

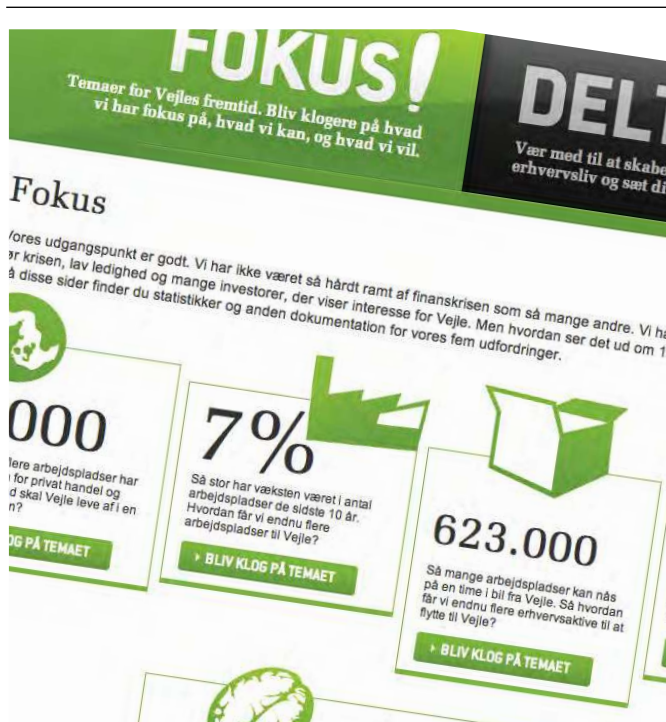
EMNET SKAL VÆRE VEDKOMMENDE

Vejle Kommune har fået bekræftet, at brugere ikke finder frem til portalen af sig selv. Den skal markedsføres massivt. Det står også klart, at emnet skal være vedkommende for borgernes hverdag. Erhvervs politik er muligvis ikke det emne, almindelige borgere i Vejle Kommune brænder aller mest for at diskutere.

Der var spænding om, hvorvidt erhvervsledere ville debattere på nettet. Det nedsatte Advisory Board med bl.a. erhvervsledere og uddannelsesfolk, som fulgte processen, anbefalede ideen og syntes, det kunne være spændende, hvis erhvervs politikken kunne formuleres på nettet. Men i realiteten har det været få erhvervsledere, der har lagt indlæg ud på portalen.

Selvom brugere på hjemmesiden måske ikke selv har ønsket at debattere, har der været interesse for at læse, hvad andre har skrevet, og mange er gået ind på aktivitetsoversigten.





ANBEFALINGER FRA VEJLE KOMMUNE

- Det er en rigtig god ide at have alt i processen samlet på ét site – det gør det lettere at samle op på, samt at dokumentere forløbet og resultater.
- En dialogportal kræver omfattende markedsføring - omfanget afhænger af emnet.



Det er meget vigtigt, at vi lytter til virksomhedernes oplevelser med kommunen og får indsamlet de gode ideer til, hvordan vi f.eks. kan optimere vores forretningsgange. Men vi vil også gerne høre fra engagerede medarbejdere i virksomhederne, for de har fingeren på pulsen og ved, hvad der sker, og hvad der er brug for af nye tanker og ideer. På dialogportalen Vejlesfremtid.dk kan alle deltage og komme med bidrag døgnet rundt.

Arne Sigtenbjerggaard
Borgmester
Vejle Kommune



REGION SYDDANMARK INVIA.NU

På idésitet invia.nu inddrager Region Syddanmark brugerne af sundhedsvæsenet og social- og psykiatriområderne i at udvikle fremtidens velfærdsløsninger - til gavn for både patienter og institutioner. Et innovationspanel bestående af interne og eksterne repræsentanter screener og kvalificerer idéerne. De mest perspektivrige idéer kan blive implementeret efter godkendelse i direktion eller sygehusledelse.

Med løsningen får Region Syddanmark skabt bedre, bæredygtige løsninger på de udfordringer, de står over for, fordi brugerne bliver inddraget hele vejen fra idé til realisering. Virksomheder og vidensinstitutioner, der skal være med til at levere løsningerne, får på den måde skabt velfærdsteknologiske produkter og services, der kan udbydes nationalt og internationalt - og som er udviklet på baggrund af reelle behov og i den hverdag, de senere skal realiseres i.

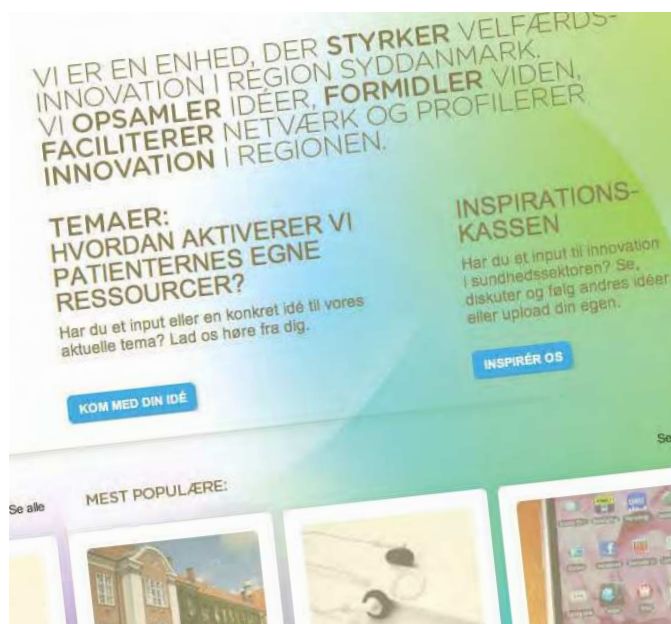
BRUGERDREVEN INNOVATION ER EN UDFORDRING

I organisationer med meget stærke faglige grupper og en nulfejlskultur kan det være udfordrende at arbejde med brugerdreven innovation, hvor løsningen ikke kendes på forhånd. Desuden viser erfaringen, at ledelsen er nødt til at prioritere innovation, og at den skal være klar til at investere tid og ressourcer i medarbejderne. Desuden kan det være svært at udvikle innovative løsninger på tværs af faggrænser og sektorer, da der er klare opgave- og ansvarsfordelinger.



Det er vores medarbejdere, patienter, pårørende og borgere, der kender udfordringerne i dagligdagen på vores institutioner og kan pege på, hvor der er brug for at tænke innovativt. De input og idéer samler vi op i idébørsen www.invia.nu for at kunne hjælpe de mest perspektivrige til realisering.

Carl Holst
Regionsrådsformand
Region Syddanmark



EMNEBLOG OM SUNDHEDSPLAN

Region Midtjylland udarbejdede i november 2008 en sundhedsplan, som de gerne ville have borgernes input til. I forbindelse med et borgertopmøde om fremtidens sundhedsvæsen, oprettede regionen derfor en emneblog, der kørte i to uger i tiden omkring topmødet.

Fire medlemmer af regionsrådet meldte sig som aktive deltagere, og derudover bloggede også seks af de borgere, som var udtrukket til at deltage i borgertopmødet. Bloggerne forpligtede sig til at levere seks indlæg hver i perioden og blev opfordret til at kommentere hinandens bidrag.

Emnebloggen med dedikerede bloggere, der havde bundet sig til et emne i en overskuelig periode viste, at det var muligt at få en dynamisk blog, med mange indlæg og kommentarer. Bloggen skabte reel dialog mellem borgere og politikere i perioden og tiltrak også en del andre læsere, der gav deres besyv med.

Emnebloggens værdi blev særlig tydelig set i forhold til den "politikerblog", som regionen har haft siden 2008. Her har alle regionsrådets medlemmer mulighed for at få deres egen blog, hvor de kan skrive, hvad de vil. Men det har vist sig svært at holde denne blog dynamisk og skabe tilstrækkelig aktivitet, selvom statistikken viser, at der er læsere til bloggen, hvis politikerne er aktive.

AFGRÆNSET PERIODE SKABER STØRRE FOKUS

Emnebloggen gav en fokuseret indsats både fra bloggerne og fra kommunikationsafdelingen, som dedikerede ressourcer til opgaven. Det var i højere grad muligt at fastholde fokus, fordi der var tale om en afgrænset periode.

Det var nødvendigt med en blog-redaktør til at animere bloggerne, holde dem fast og eksempelvis få beskrivelser af de forskellige bloggere i land. Bloggen blev desuden "markedsført" i det materiale, der blev uddelt i forbindelse med borgertopmødet.

REGION MIDTJYLLANDS ANBEFALINGER

- **Blog-mediet kan være godt til at skabe dialog med nogle borgere og udbrede debatten om organisationens opgaver.**
- **En fokuseret indsats styrker effekten, og det er lettere at være fokuseret i en begrænset periode om et enkelt emne.**



Gennem bloggen kom vi i kontakt med nogle, vi ikke normalt er i kontakt med. Emnebloggen snævrer dialogen ind, og gav bedre mulighed for at finde løsninger.

Bente Nielsen
Regionsrådsmedlem
Region Midtjylland



SÅDAN PLANLÆGGES HVERDAGEN PÅ SOCIALE MEDIER

Strategien er lagt for myndighedens tilstedeværelse på sociale medier. Forude venter hverdagen og det lange træk med vedligeholdelse af den digitale dialog med borgerne. I denne artikel deler det digitale konsulenthus Seismonaut nogle praktiske erfaringer med, hvordan en offentlig myndighed kan strukturere og organisere hverdagen på sociale medier.

Hvad enten det er myndigheden som enhed eller den enkelte politiker der kommunikerer, er en af de vigtigste opgaver at sørge for, at relationen til borgerne bliver plejet og vedligeholdt. De sociale medier har på rekordtid vist deres styrke som relationsopbyggende og dialogunderstøttende værktøjer. Men det er samtidigt også redskaber, der kan skabe forandringer, holdningsændringer og involvering i beslutningsprocesser.

Skal man opnå succes med sociale medier kræver det først som sidst deltagelse. Borgernes engagement og deltagelse

kommer sjældent automatisk, men det er muligt at planlægge det daglige arbejde med sociale medier på en måde, der understøtter den digitale deltagelse og dermed skaber grobund for involvering.

Anbefalingerne gør sig gældende, uanset om det drejer sig om en myndigheds overordnede Facebook-side, en weblog om fremtidens vuggestue eller en idéplatform om besparelser på ældreområdet. Fællesnævneren er, at det er sociale medier, hvor borgere mødes, involveres og udveksler ideer, tanker og meninger.

FORSTÅ MÅLGRUPPEN

Det måske vigtigste punkt overhovedet. Hvis det skal lykkes at opbygge en deltagelseskultur, må man hele tiden overveje, hvordan ens indhold giver mening for borgeren i den anden ende. Hvordan motiverer man til deltagelse? Hvilke incitamenter skal der til? Hvorfor skal borgerne synes godt om den nye Facebook-side?

Måske tror man, at man kender målgruppen, men forsøg hele tiden at forstå deres hverdag, interesser, behov og forventninger. Gå på opdagelse på nettet og undersøg, hvor og hvordan målgruppen allerede kommunikerer. Indsaml viden og hæng billeder af målgruppen på opslagstavlen, så du hele tiden bliver mindet om, hvem du er i dialog med, og hvad der er vigtigt for dem. Den forståelse er afgørende for at kunne skabe involvering og deltagelse.

Det er også vigtigt at bruge de analyseredskaber mange sociale medier stiller til rådighed. På Facebook Analytics kan man få brugbar indsigt i hvilke indlæg, der har skabt mest engagement, og på YouTube kan man få indsigt i, hvornår folk hopper ud af et videoklip, og om de deler det med andre. Det er alt sammen indikatorer, som skaber indsigt i målgruppen, og som kan bruges til at forbedre og målrette indholdet endnu mere.

PLANLÆG INDHOLDET

Hvis arbejdet med sociale medier virkelig skal gøre en forskel for involveringen, må det prioriteres derefter, og her er det vigtigt at vedligeholdelsen af det pågældende sociale medie ikke glemmes, når hverdagen melder sig. Som ansvarlig for indsatsen kan det være fornuftigt at samle en mindre redaktionsgruppe omkring sig og aftale faste møder, hvor deltagelsen evalueres og indholdet planlægges. Eksempelvis:

- **Månedligt redaktionsmøde** med idéudvikling og planlægning af indhold og opdateringer på de sociale medier.
- **Ugentligt statusmøde** hvor den seneste uges aktivitet evalueres og konkrete statusopdateringer, blogindlæg osv. forberedes.
- **Daglig vedligeholdelse** med tid til nye opdateringer, kommentarer og eventuel research på målgruppens interesser.

Hvis man eksempelvis administrerer en side på Facebook, så risikerer man ofte at sidde overfor et blankt opdateringsfelt og ikke vide, hvad man skal skrive. Derfor kan det være fornuftigt at udarbejde en række fremtidige opdateringer og plote dem ind i en større indholdsplan. Det kan man gøre helt manuelt i et regneark, eller ved at bruge social media managementsystemer som f.eks. Hootsuite.com, Sprinklr.com eller SproutSocial.com.



HVAD ER SOCIALE MEDIER?

Betegnelsen sociale medier anvendes bredt om internetbaserede tjenester, der muliggør udveksling af brugerskabt indhold gennem interaktion. Det sker eksempelvis på YouTube, Flickr og Facebook, men listen over sociale medier er lang og udvides hele tiden. Muligheden for at dele indhold og kommunikere med hinanden adskiller de sociale medier fra eksempelvis fjernsynet og avisen. De gamle medier bygger på envejskommunikation. De nye er dialogiske af natur.

OPBYG EN DELTAGELSESKULTUR

Selve arbejdet med at involvere og skabe dialog er tidskrævende og kræver, at man påtager sig mange roller. Man kan med fordel bruge en fest eller reception som en slags metafor om det at skabe og vedligeholde dialogen på et socialt medie. Indsatsens ansvarlige, hvadenten man er en eller flere om det, er festens vært med alt, hvad det indebærer af forpligtelser. Værtsrollen handler om at byde folk velkommen og skabe en god atmosfære fra første færd. Værten forbinder folk med hinanden, spotter de interessante kommentarer og sætter dem i spil. Værten sørger for, at dialogen fungerer kontinuerligt, og at alle kommer på banen med deres bidrag. Samtidig sørger han/hun for at køkkenet (teknikken) fungerer.

En konkret måde at signalere åbenhed og skabe en positiv dialog på, er gennem formuleringen af de konkrete statusopdateringer og kommentarer. Overvej, hvordan man kan virke imødekommende og involverende, hvor det virker relevant. Et par eksempler på mulige statusopdateringer for en kommune:

- **Arrangementer.** Hvordan skal dit barns skole se ud? Kom til borgermøde den 5. maj om Fremtidens skole + link til arrangement
- **Informationer.** Du kan læse mere om processen og resultater af borgerdialogen ifbm. budgetforhandlingerne frem til byrådets beslutning i oktober + link til resultaterne.
- **Nyheder.** Her er skitserne for byens nye havnearealer. Formanden for Miljø- og teknikudvalget (Jesper Jensen) følger med i kommentarstrømmen. + link til skitserne

Der skal ikke nødvendigvis stilles spørgsmål i alle opdateringer. Dialogen vil som oftest opstå i kommentarerne. Derfor er det vigtigste, at man signalerer åbenhed og dagligt følger med (og deltager) i eventuelle kommentar på siden. Husk, at deltagelse avler deltagelse. Hver gang en person kommenterer på et socialt medie, vil alle vedkommendes venner kunne se kommentaren og dermed blive involveret i dialogen.

SPRED ERFARINGERNE I RESTEN AF ORGANISATIONEN

Som med andre nye initiativer, er der en overhængende fare for, at tilstedeværelsen på de sociale medier drukner, når andre projekter pludselig virker vigtigere. Det er derfor, man skal planlægge og organisere dagligdagen på de sociale medier med daglige strukturer og indholdsplaner.

Men som projektejer eller ansvarlig for indsatsen er det også en vigtig opgave, at sprede det glade budskab om de sociale mediers muligheder til resten af organisationen – eksempelvis internt i en kommune. Det kan gøres gennem opkvalificering på møder og workshops eller bare en uformel snak, så andre føler sig klædt på til brugen af de sociale medier. Mange har berøringsangst overfor det at skrive på nettet og aktivt indgå i dialog og involvering online. Det kan være en stor kulturel og mental barriere, som det er vigtigt at hjælpe folk over.

Som et led i denne proces er det vigtigt at spotte interne frontløbere, som synes, det er sjovt at være online og bruger de nye medier proaktivt og måske endda privat. Alle organisationer har superbrugere, og det handler om at finde dem og engagere dem. Både for at udnytte alle tilgængelige ressourcer, men også for at sikre kontinuiteten, hvis projektet eller indsatsen en dag skifter projektejer.

18 AF 102

adspurgte myndigheder havde i efteråret 2010 oprettet et elektronisk borgerpanel. Panelerne bruges til meget forskelligt; fra borgerinddragelse i politiske udviklingstiltag og servicetilbud hos myndigheden til spørgsmål om brugervenlighed på hjemmesiden.

Kilde: Myndighedernes erfaringer med og planer for web 2.0-kommunikation (IT - og Telestyrelsen, 2011)

DER ER GENERELT IKKE MANGE MYNDIGHEDER, DER HAR HAFT PROBLEMER MED SPAM OG UNDERLØDIGE INDLÆG PÅ DERES WEB 2.0 AKTIVITETER.

Kilde: Myndighedernes erfaringer med og planer for web 2.0-kommunikation (IT - og Telestyrelsen, 2011)

SAMMEN OM AARHUS

I forbindelse med udarbejdelsen af Aarhus Kommunes budget for årene 2011-2014 skulle Aarhus Byråd finde besparelser på driften for 360 mio. kr. om året. Derfor besluttede Aarhus Kommune at udvikle en digital ideplatform Sammenomaarhus.dk. Målet var at sænke barrieren for deltagelse, og samtidigt trække på de enorme kompetencer og ideer, som findes hos kommunens borgere, brugere og medarbejdere – og dermed gennemføre besparelserne, så konsekvenserne for kommunens service til borgerne blev mindst mulige.

Med udgangspunkt i borgernes hverdag blev der identificeret ni kategorier, hvor alle anonymt eller med navn kunne indsende ideer, som andre efterfølgende havde mulighed for at kommentere på. Aarhus Kommune opstillede tre spørgsmål til kommunens borgere, brugere og medarbejdere:

- Er der opgaver, vi kan løse på en ny og innovativ måde?
- Hvor kan vi arbejde mere effektivt, end vi gør i dag?
- Er der opgaver, vi slet ikke behøver at løse?

Idé-plattformen blev udviklet i en konstruktiv og optimistisk tone, der lagde op til at alle i Aarhus netop var sammen om at løse de store udfordringer, som kommunen stod overfor.

500 IDÉER PÅ 37 DAGE

Sammenomaarhus.dk blev en succes. På 37 dage kom der over 500 ideer til, hvordan Aarhus Kommune kunne gennemføre besparelserne. Ideerne blev samlet i et idekatalog, der blev præsenteret for byrådet, og ideerne indgik efterfølgende i arbejdet med at udmønte besparelserne.

Blandt politikerne var der inden lanceringen af platformen en del bekymring for, hvordan platformen ville blive brugt. Men den bekymring viste sig ubegrundet. I løbet af de 37 dage måtte Aarhus Kommune kun fjerne fire indlæg fra siden.

”

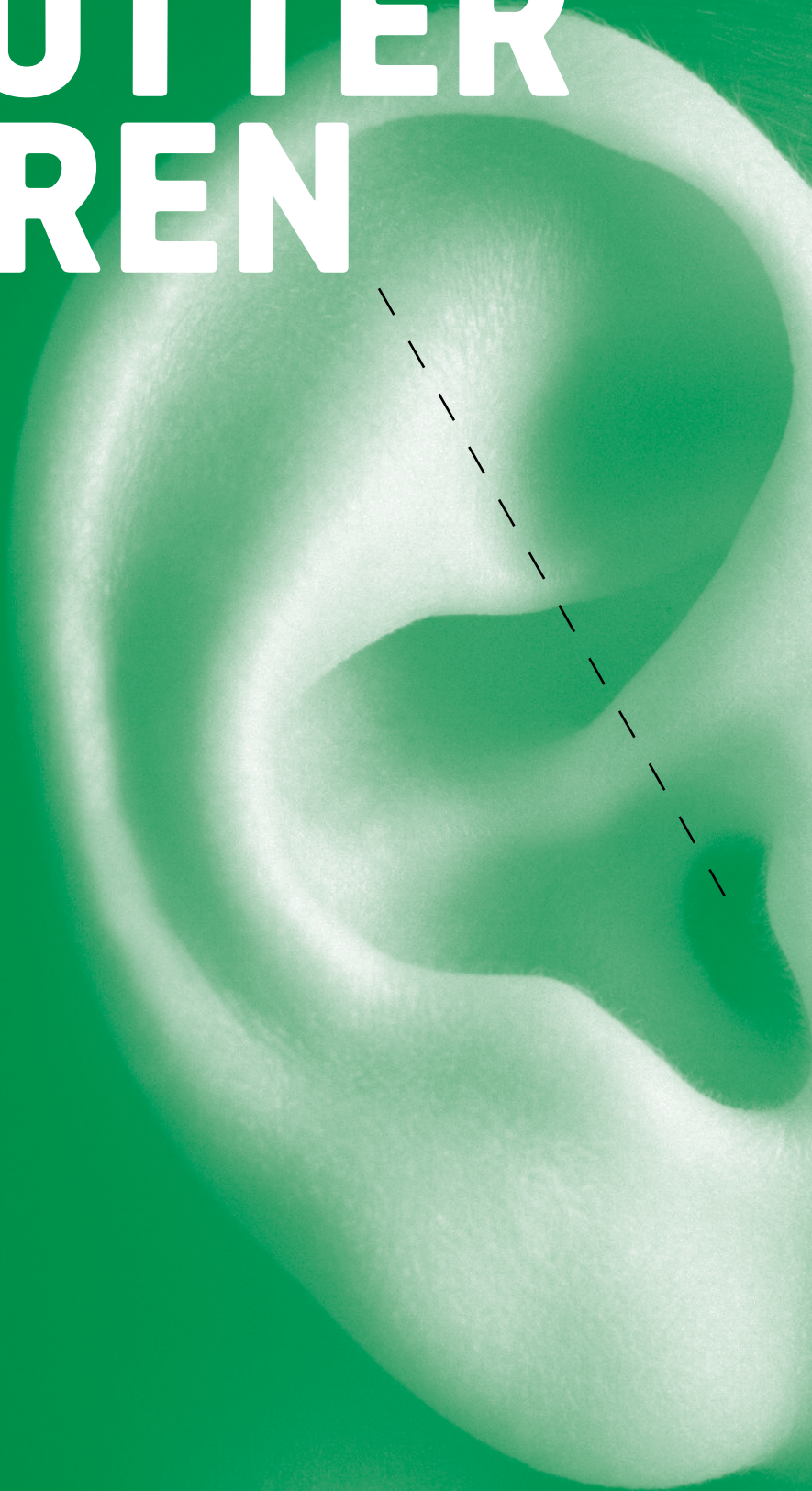


Ved at oprette Sammenomaarhus.dk lagde vi op til en åben og demokratisk proces, hvor alle ville få mulighed for at deltage, med navn eller helt anonymt. Samtidig slog vi klart fast, at ytringsfriheden for de ansatte også gælder i forhold til de besparelser, vi nu skulle i gang med.

Nicolai Wammen
Tidligere borgmester
Aarhus Kommune



VI ER LUTTER ØREN





DINIDE.ODENSE.DK

Projektet "Dinide-odense" handlede om at skabe en mulighed for, at politikere og forvaltning kunne lytte til borgernes ideer og input til besparelser på børne- og ungeområdet. På den måde ville forvaltningen få et bedre indtryk af, hvad borgerne synes er væsentligt.

Ønsket fra Børn – og Ungeudvalget i Odense Kommune, der satte projektet i gang, var at skabe gennemsigtighed om hele budget-processen og samtidig få borgernes blik på og ideer til nye besparelser. Dette var et led i udvalgets arbejde med at finde nødvendige besparelser. Inddragelsen af borgerne skulle ske på en sådan måde, at der var åbenhed omkring baggrunden for besparelserne, samt om de tidligere og kommende besparelsetiltag. Dette ville give borgerne mulighed for at komme med kvalificerede input.

Derfor søgte Odense Kommune et værktøj, der både kunne være en platform for ide-generering og for formidling af de nødvendige informationer. Resultatet blev hjemmesiden dinIde.Odense.dk. Forvaltningen oprettede på forhånd fem kategorier, og på hjem-

mesiden var det muligt at oprette ideer og kommentarer inden for disse. Derudover kunne brugerne kommentere på andres idéer, give dem 'thumbs up', som det kendes fra Facebook, og der var samtidig mulighed for at være anonym. Alle ideer kunne deles på Facebook, Twitter eller via e-mail. DinIde.Odense.dk var åbent for ideer indtil 12. august 2011.

MARKEDSFØRING MÅLRETET BRUGERBESTYRELSER

Der blev ikke brugt penge på egentlig markedsføring, men der blev sendt brev ud til de forskellige brugerbestyrelser - skolebestyrelser, børnehavestystyrelser o. lign. Derudover blev der gjort opmærksom på det nye værktøj via skolernes intranet, på kommunens hjemmeside og i lokale medier.

- **Dinideodense.dk blev lanceret d. 4. maj**
- **Der indkom 171 konkrete idéer**
- **De der er kommenteret mest har fået mellem 10 og 19 kommentarer**
- **Den ide, der er flest, der tilslutter sig har fået 170 "thumbs up"**
- **I gennemsnit så hver besøgende lidt over 8 sider**
- **Hele 30 % besøgte siden mere end en gang**
- **Afvisningsprocenten (antallet af de, der slet ikke finder siden interessant) var imponerende lav - 22,5 %**

Drop tåbelige Indkøbsaftaler, der gør, at vi er bundne til at købe ind bestemte steder også selvom prisen måske er dobbelt så høj.

👍 130 💬 2



Odenses råd til andre:

Kast jer ud i det. Borgerne har stor forståelse for, hvis alt ikke er korrekt. De vil gerne lyttes til!

SOLIDT AFSÆT FOR VIDERE BORGERINDDRAGELSE

Projektet har været en god case for forvaltningen, som har fået et solidt afsæt for det videre arbejde med borgerinddragelse. Hvorvidt de indkomne ideer kan omsættes til egentlige besparelser eller kvalitetsløft vil først blive vurderet i den fase af inddragelses-processen, der har at gøre med at indsamle / kategorisere ideerne, men Web-teamet i Odense Kommune har planer om at tilrette værktøjet, så andre forvaltninger kan bruge det i deres borgerinddragelses-processer. Derudover vil værktøjet blive brugt igen af Børn- og Ungeforvaltningen i Odense Kommune.

EN EKSTRA KOMMUNIKATIV INDSATS

En af de store udfordringer handlede om at finde frem til den bedst mulige vægtning af kommunens rolle i processen, og vurdere, hvorledes kommunen skal håndtere de inputs, der kom ind gennem ideportalen. I første omgang valgte Odense Kommune at bruge ideportalen til at lytte til, hvad der rører sig blandt borgerne. Der kræves derfor en ganske særlig indsats i forhold til at fortælle borgerne, hvordan ideerne er blevet modtaget – har forvaltningen f.eks. forstået ideerne rigtigt? Og hvilken indflydelse får borgernes bidrag på det videre forløb? Det havde krævet en anderledes indsats, hvis man f.eks. havde valgt løbende at indgå i en dialog på ideportalen.

Hele processen har krævet en ekstra kommunikativ indsats, fordi der er flere interessenter involveret i processen – borgere, politikere og forvaltningen, og fordi det netop er en proces, og noget alle parter skal lære at håndtere.

Drop afgangsprøvene i folkeskolen - der er alligevel ikke nogen, som bruger dem til noget som helst. De elever, som vil på gymnasiet, er alligevel reelt optaget pr. 15. marts,...

👍 75 💬 3

Ryd op i antallet af konsulenter og brug pengene på hænder hos børnene. Så undgår vi samtidig flyvende ideer, der kun medfører øget arbejdspress hos de ansatte nederst i...

👍 46 💬 0

Benyt i højere grad Open Source programmer, både i administrationen og i undervisningen.

👍 27 💬 1

Lærere burde, når skolen er ferielukket, indgå i nomeringen andre steder fx fritidsordningene, klubber mv. Det kan ikke være rigtigt de skal have lønnet ferie udover de 5 uger...

👍 28 💬 2

Spar penge på at vedligeholde skoler, og rette op på akader efter hærværk. Hvis man lavede fælles arbejdsdage, hvor lærerne, sammen med elever, og forældre (hvis de har tid)...

👍 28 💬 8



Se odenseanernes idéer på:
www.dinide.odense.dk



I en tid med stramme ressourcer er det endnu mere påkrævet, at vi får inddraget borgerne i, hvad der er vigtigt og hvad der er mindre vigtigt i velfærdsydelseerne. Som politiker er det afgørende at finde ud af, hvad borgerne synes er væsentligt.

DinIdeOdense.dk er en ny og anderledes måde at inddrage borgerne på - som både de og vi som politikere skal vænne os til. Som noget nyt har vi også besluttet at inddrage skolebestyrelser, bestyrelser i børnehaver o. lign. som formel høringspart, når de politiske udvalg har givet deres bud på det kommende års budgetter. Det er alt sammen et led i at sikre, at borgerne kommer endnu tættere ind over de beslutninger, som har betydning for dem.

Stina Willumsen
Børn- og ungerådmand
Odense Kommune

BORGERDIALOG OM FREMTIDENS SKOLE

Høje-Taastrup Kommune stod ved budgetlægningen i 2007 med Danmarks dyreste folkeskole, men ikke den bedste. Løsningen blev at invitere borgerne til dialog om fremtidens skolestruktur med det mål at sikre en effektivt drevet folkeskole fremover, hvor borgerne får mere for pengene.

Med en kombination af digitale medier, traditionel høring og fysiske borgermøder lykkedes det kommunen at nå bredt ud med dialogen.

Dialogen om fremtidens skole bestod af to runder af borgerinddragelse – én med fokus på visionen for fremtidens folkeskolestruktur i kommunen og én, hvor der blev sat navn på de skoler, der skulle lukkes. Ikke overraskende var det sidstnævnte runde, som Høje-Taastrup Kommune vurderede ville blive den vanskeligste - med flere kritiske borgere.

HJEMMESIDEN CENTRUM FOR DEBATTEN OM NY SKOLESTRUKTUR

Et særligt Skolestrukturudvalg forberedte gennem to år et oplæg til visionen for fremtidens skole og skolestruktur. Undervejs indhentede udvalget omfattende dokumentation og inviterede bl.a. repræsentanter for elev-, forældre- og medarbejder-organisationer til dialogmøder. Da byrådet sendte Skolestrukturudvalgets vision og anbefalinger i høring, skulle så mange som muligt inddrages i debatten.

HØRING OG DEBAT BETØD AT BYRÅDET:

- frafaldt lukning af en skole i He-dehusene, hvor skolestrukturen i stedet skal retænkes sammen med en kommende byudvikling
- frafaldt forslag om at etablere rene overbygningsskoler (7.-9. klasse-skoler)
- frafaldt forslag om at fjerne overbygningen fra to skoler

For at give borgerne let mulighed for at komme til orde etablerede kommunen en debatportal på www.htkdebat.dk. I første høringsrunde skulle debatforummet bruges til at diskutere visionerne og principperne i nye skolestruktur. I anden runde skulle borgerne have mulighed for at debattere det forslag til skolelukninger, som byrådet havde sendt i høring.

Kommunens kommunikationsafdeling havde fra starten kommunikeret klart, at debatportalen ikke var en "spørgekasse", hvor borgerne kunne forvente at få svar på alle slags spørgsmål, men et sted, hvor borgerne kunne komme til orde og diskutere frit. Formanden for skolestrukturudvalget fulgte imidlertid debatten tæt og besvarede spørgsmål på udvalgets vegne, og det havde stor betydning for borgernes oplevelse af at blive lyttet til.

Udover den webbaserede inddragelse deltog skoleadministration og skolepolitikere i dialogmøder på de potentielt berørte skoler, og kommunen arrangerede et større dialogmøde på kommunens rådhus med deltagelse af formanden for regeringens rejsehold. Mødet blev livestreamet direkte på hjemmesiden, og borgerne havde mulighed for at stille spørgsmål hjemmefra.

ANBEFALING

I Høje-Taastrup Kommune har man haft positive erfaringer med at kombinere dialogmøder, digitale blogs og forældrecafs med en klar markedsføring, men der er ingen sikker opskrift på den gode borgerdialog. Mange midler og kanaler er taget i brug, og erfaringen er, at den digitale dialog ikke kan stå alene.



Næste gang vil vi starte dialogen lige så snart de vanskelige sager er sat på den politiske dagsorden. Borgerinddragelsen har hjulpet os til at opfange og adressere bekymringer blandt borgerne og få myter manet i jorden. Gennem borgerinddragelsen blev beslutningsprocessen mere nuanceret og vi fik helt nye aspekter med.

Michael Ziegler, borgmester, Høje-Taastrup Kommune

NØGLETAL FRA SKOLESTRUKTURDEBAT I HØJE-TAASTRUP KOMMUNE

- På kommunens hjemmeside har der været 130 indlæg i debatterne og mere end 4000 sidevisninger af indlæggene.
- Høje-Taastrup Kommune modtog 153 officielle høringssvar i de to høringsrunder.
- Dialogmødet, der blev tv-transmitteret på Høje-Taastrup Kommunes hjemmeside, blev fulgt direkte af ca. 70 borgere, og ca. 200 har set videoen efterfølgende.

OGSÅ I SVENDBORG

Svendborg Kommune har også benyttet digitale sociale medier i borgerdialog om fremtidens skole

NØGLETAL FRA SKOLESTRUKTURDEBAT I SVENDBORG KOMMUNE

- 15158 besøgende på bloggen Mitsvendborg.dk og Ditsvendborg.dk med i alt 219 indlæg
- 400-450 borgere deltog på borgermøderne.
- 81 høringssvar, som fordeler sig med 45 svar fra borgere og 36 svar fra skolebestyrelser og MED-systemet.

EFFEKT:

- Flere af borgernes forslag på bloggen blev senere en del af den endelige skoleplan, bl.a. forslag til placering af 10. klasserne. Samt en række andre forhold, der var med til at kvalificere det endelige udspil til ny skolestruktur i Svendborg Kommune, vedtaget af byrådet.
- Enkelte skoler, der blev foreslået nedlagt i det første udspil fra administrationen, fik lov at blive.

Læs mere om Svendborg Kommunes borgerdialog om ny skolestruktur på: <http://www.kl.dk/Kommunikation/Artikler/83181/2011/03/Svendborg-pa-bloggen/>

DIGITALISER.DK

ÉN INDGANG TIL DIGITALISERING AF DANMARK

Digitaliser.dk er én indgang til debat og viden om digitalisering af Danmark. Her samles værdifulde ressourcer om offentlig it, formidling og it-udvikling. Målet er at styrke samarbejdet om at digitalisere Danmark mellem offentlige og private parter.

Digitaliser.dk er samtidig en social netværksplatform, hvor brugerne kan skabe relationer, netværke og videndele. Her er der mulighed for at producere og lagre indhold, så man altid kan finde det, for at udstille indhold så andre kan se det, for at blive inspireret samt for at videndele og sparre omkring projekter, specifikke opgaver eller relevante nyheder og emner. Digitaliser.dk har mange forskellige brugere (offentlige og private) med det fælles grundlag, at næsten alle arbejder med eller interesserer sig for digitalisering.

4.500 BRUGERE FRA IT-DANMARK

På Digitaliser.dk er flere end 4.500 brugere fra både den offentlige og private sektor samlet omkring at dele viden og inspiration til at digitalisere Danmark. Det giver unikke muligheder for at samarbejde og netværke på tværs af landet og for at skabe offentlige-private partnerskaber. Værdien opstår, når de mange brugere skaber indhold, samarbejder omkring det og genbruger det.

Derudover er Digitaliser.dk også et smart og gratis gruppeværktøj, som man frit kan benytte – samtidig med adgang til enorme mængder viden og kontakter.

OFFENTLIGE DATA I SPIL

I efteråret 2009 søsatte IT- og Telestyrelsen også en idékonkurrence som en del af 'Offentlige Data I Spil'-initiativet. Virksomheder, organisationer og borgere kunne deltage med deres idéer til innovativ brug af offentlige data. Den første fase af konkurrencen foregik på Digitaliser.dk og var helt åben med karakter af en brainstorm og idébørs. Alle kunne publicere korte beskrivelser af deres projektidéer på digitaliser.dk, og alle kunne kommentere og afgive deres rating på de publicerede idéer.

Projektleder for 'Offentlige Data I Spil' Cathrine Lippert fortæller: "Den første fase handlede om at få udviklet gode idéer og at inspirere så mange som muligt. Vi brugte Digitaliser.dk som platform for dette innovationssamarbejde, og vi oplevede, at det skabte stor deltagelse, og at debatten om brug af data faktisk fortsatte længe efter konkurrencen. I dag har vi et stort og levende 'Offentlige Data I Spil'-community på Digitaliser.dk, og det har kæmpestor betydning for hele projektet."



Digitaliser.dk bestod i sommeren 2011 af ca. 4.568 brugere flere end 400 grupper, 9 netværk og 4 store kataloger. Siden årsskiftet 2010/11 har der været 111.000 besøgende og 475.000 sidevisninger.

BRUGERNE KRÆVER EN SÆRLIG BEHANDLING

Nøglen til succes er at få brugerne til at åbne op og dele deres viden og entusiasme – det er naturligvis også her udfordringerne ligger. Digitaliser.dk rummer bredt – fra den it-interesserede borger til den it-professionelle program-mør. Der er noget for alle – men ikke alt til nogen, hvilket er en udfordring. Det centrale er, at bredden giver styrke – og merværdi til alle.

Når brugerne skaber værdien kræver de også en særlig be-handling. På Digitaliser.dk er der derfor en såkaldt Commu-nity Manager, der hjælper med netværk og samarbejde og sikrer, at brugerne føler sig godt tilpas. Det har samtidig givet mulighed for at sætte fokus på bedre formidling og synliggørelse af projekter og debatter.

Der er nu større fokus på at skabe bro og relationer mellem de mange grupper og medlemmer, så netværk og kontakter kan udbygges og understøttes yderligere.



I forbindelse med initiativet 'Offentlige Data I Spil', som går ud på at stille offentlige data til rådighed for den private sektor, har IT- og Telestyrelsen etableret et korps af "datajægere". Datajægerne har blandt andet til opgave at hjælpe private virksomheder, organisationer og borgere, som ønsker at få adgang til at anvende data fra offentlige myndigheder.

Vi har haft stor succes med at spørge potentielle brugere af offentlige data om, præcist hvilke datasæt de kunne ønske sig blev sat i spil. Til det har vi brugt en ønskeliste på Digitaliser.dk, som har netop dét, der skal til for at skabe positiv dialog med vores omverden. På den måde undgår vi at sidde isoleret med vores egne idéer til, hvad udviklerne kunne have brug for.

Per de Place Bjørn - Datajæger



AALBORG:

NY BUDOLFI PLADS PÅ FACEBOOK

I efteråret 2010 var der en offentlig for-debat om, hvad der skal ske med Ny Budolfi Plads i Aalborg. Lejemålene på pladsen udløber i 2012 og Aalborg Byråd skulle tage stilling til pladsens fremtid. Facebook blev anvendt som et meget aktivt medie i debatten - ordet var frit og alle bud på, hvad pladsen skal bruges til i fremtiden, var velkomne.

Debatten om Ny Budolfi Plads er et eksempel på, hvordan en offentlig myndighed kan bruge Facebook til at komme 'tæt på borgerne'. Projektet var velegnet til Facebook af flere årsager: tidsperioden var begrænset, målgruppen var stor og ordet var frit. Derfor lavede Aalborg Kommune en vox-pop på nettet. Kommunen erfarede derigennem, at mediet kan bruges til at understøtte en offentlig debat på tværs af demografiske skel, og derved medvirke ganske betydeligt til at fremme den demokratiske proces. Facebook skal i den forbindelse ses som et dialogbaseret supplement til mere traditionelle formidlingskanaler (foldere, info på hjemmesider, borgermøder osv.)

FACEBOOK NEDBRYDER SKRANKERNE

Projektet har givet Aalborg Kommune gode erfaringer med at gå i direkte dialog med borgerne. Det viser bl.a. at Facebook aktivt kan medvirke til at nedbryde 'skrankerne' mellem myndigheden og borgerne. Det stiller til gengæld krav til kommunen om at være meget direkte til stede og skrive i et sprog, som er let og kan forstås af alle.



AALBORG KOMMUNES ANBEFALINGER

Hvis man vil have borgerne i tale, må man møde dem der, hvor de er. Facebook er ikke kun et stærkt medie for private virksomheder, der er dybt afhængig af sine kunder, Facebook kan (og bør) også bruges professionelt af offentlige myndigheder til at gå i dialog med borgerne.

Man høster først erfaringerne med mediet, når man er der, så vælg et godt projekt og gå i gang!

”

Med debatten på Facebook har vi oplevet en væsentlig større og bredere debataktivitet, end vi plejer ved at anvende de traditionelle medier. Rigtig mange har yttet sig via Facebook, og vi har haft stor nytte af at anvende den intuitive og 'hurtige' kommunikation, som Facebook appellerer til. Vi har ganske hurtigt kunnet kommunikere ud til sidens 'fans' og har modtaget hurtig respons fra dem.

Trine Elkjær
Kommunikationskonsulent
Aalborg Kommune

ANDRE EKSEMPLER PÅ E-DEMOKRATI I DANMARK

BEDREINNOVATION.DK

Her kunne alle med interesse for innovation, teknologi, business og forskning i 2009 få indflydelse på fordelingen af knap 900 mio kr. til de ni Godkendte Teknologiske Serviceinstitutter (GTS) i perioden 2010-2012. Det var muligt at kommentere på op mod 200 forslag til konkrete innovationskompetencer, og indlæggene indgik i vurderingsgrundlaget, da Rådet for Teknologi og Innovation senere indgik de konkrete resultatkontrakter med GTS. Hjemmesiden har efterfølgende fungeret som en samlet indgang til de endelige resultatkontrakter.

HØRINGSPORTALEN

Det har siden 2005 været obligatorisk for samtlige ministerier at offentliggøre lovforslag, udkast til bekendtgørelser der sendes i høring og høringssvar fra eksterne parter på hoeringsportalen.dk. Formålet har fra starten været at skabe mere åbenhed i lovgivningsprocessen, så interesserede borgere, virksomheder, m.v. kan se, hvilke forslag til regler der er på vej, hvilke organisationer der høres, og hvilke høringssvar der er afgivet.

AFSTEMNING OM SANDFODRING I GRIBSKOV KOMMUNE

Gribskov kommune afholdt i maj 2011 en vejledende afstemning blandt ca. 14.000 grundejere om et forslag til kystsikring. Det var muligt at stemme over internettet eller via almindeligt brev. Der blev samlet afgivet 4824 stemmer, hvoraf 3176 faldt på "Nej". Byrådet valgte efterfølgende at følge resultatet af den vejledende afstemning og sløjfe projektet i dets daværende form.

ROSKILDE KOMMUNES BORGERPANEL

Ca. 1.400 borgere er medlemmer af Roskilde Kommunes borgerpanel, som hvert år gennemfører 3-5 undersøgelser om forskellige indsatsområder. Undersøgelserne foretages primært via internettet, og der er fuld åbenhed om resultaterne, som offentliggøres på kommunens hjemmeside.

BLIVHØERT.KK.DK

–KØBENHAVNS KOMMUNES HØRINGSPORTAL

På Bliv Hørt ligger alle høringer i forbindelse med forskellige større planer i kommunen. Det er muligt at indgive høringssvar, læse andres høringssvar og finde arrangementer i relation til høringerne.

KOMMUNERNES DEMOKRATIPROGRAM

"Kommunernes Demokratiprogram" zoomer ind på de udfordringer, som mange kommunalpolitikere oplever i det kommunalpolitiske arbejde. Demokratiprogrammet giver inspiration til den lokale debat om, hvordan det kommunalpolitiske arbejde kan organiseres, prioriteres og tilrettelægges. Som led i programmet er der udarbejdet en række inspirationskataloger – bl.a. et om samspillet mellem politikere og borgere ved hjælp af styrket dialog. Læs mere på www.kl.dk/demokratiprogrammet

FREMTIDENS
KOMMUNALE
DEMOKRATI

Kommunernes demokrati-
program

RELEVANTE LINKS

Myndighedernes erfaringer med og planer for web 2.0-kommunikation:
<https://www.borger.dk/web-2-0-kommunikation/>

Europarådets anbefalinger om e-demokrati:
<http://www.coe.int/t/dgap/democracy/activities/ggis/cahde/>

Malmö-deklarationen om digital forvaltning:
<http://www.epractice.eu/en/library/299149>

Government 2.0 i dansk kontekst – et diskussionsoplæg
<http://digitaliser.dk/resource/807416>

JURIDISKE HENSYN

Brugen af sociale medier til dialog mellem borgere og myndigheder afføder en række spørgsmål af juridisk karakter. Her følger nogle generelle råd og rettesnore til nogle af de spørgsmål, myndighederne må forholde sig til, når de skal have juraen på plads i forhold til projekter om digital dialog.

Bemærk, at disse råd primært angår brugen af digitale medier til inddragelse af borgerne i de politiske beslutningsprocesser. Hvis en myndighed vælger at åbne op for mere direkte og forpligtende kontakt til den administrative forvaltning, kan der gælde andre regler for en myndigheds ansvar og medvirken. Det kan f.eks. være når en borger indrapporterer fejl og mangler i den offentlige service eller har konkrete spørgsmål, som kræver en eller anden form for bindende svar fra myndigheden.

HVAD MÅ BORGERNE SKRIVE?

Det skal gøres helt klart for borgeren, at indlæg i en debat ikke må indeholde personfølsomme oplysninger, at indlægget vil være tilgængeligt for offentligheden direkte på websitet, og at personlig rådgivning og sagsbehandling ikke foregår på nettet tilgængeligt for offentligheden. Skrækscenariet er, at en bruger misforstår debattens funktion og tror, det er en direkte kommunikationskanal til forvaltningen. Brugeren kan således komme til at indtaste følsomme personoplysninger, som kan være tilgængelige permanent. Sker dette, bør et sådant indlæg hurtigst muligt slettes af en moderator. Dette er dog ingen garanti for, at indlægget ikke allerede er blevet "høstet" af et af nettets mange arkiver og søgemaskiner. Hvis informationerne formidles via en tredjeparts website, f.eks. Facebook, Twitter eller andre sociale medier, hvor myndigheden stort set ingen kontrol har over indholdet, kan dette være umuligt. Det bør derfor overvejes fra sag til sag, hvilken løsning, der er mest hensigtsmæssig.

MYNDIGHEDENS ANSVAR VED ULOVLIG INFORMATION

Hvis en borger vælger at misbruge en offentlig debat, høring eller andet, til f.eks. at skrive underlødige, injurierende eller på anden måde retsstridige oplysninger, har den enkelte myndighed ret og pligt til at blokere og fjerne sådant indhold. Myndigheden skal handle straks, når den får kendskab til retsstridig information, som publiceres på dens hjemmeside.

HUSK BORGERNES SAMTYKKE

Som udgangspunkt er der intet til hinder for, at myndigheden anvender indhold på sin hjemmeside, som er generet af borgerne. Det kan dog være et problem, hvis indholdet fremstår som afsendt af myndigheden. Layout og information på hjemmesiden bør derfor tydeligt vise og adskille, hvad der er genereret af brugerne, og hvad der er afsendt af myndigheden.

Myndigheden bør desuden sikre sig borgerens samtykke til at anvende og offentliggøre indlæg. Dette kan ske ved reference til gældende vilkår, eller ved at borgeren eksplicit afkrydser en tjekboks (f.eks. "Jeg har læst og er indforstået med vilkårene for brugen af denne debat"). Hvis det fremgår tilstrækkeligt klart og tydeligt på hjemmesiden, hvad indlæggene vil blive anvendt til, kan dette i de fleste tilfælde betragtes som tilstrækkeligt samtykke, i det borgeren selv vælger at indsende oplysningerne. Det skal samtidig være helt klart for borgerne, at alle deres indlæg bliver offentliggjort.

JOURNALISERINGSPLIGT

Udgangspunktet er, at en myndighed i almindelighed bør foretage systematisk journalisering af indkommende og udgående post. Dette gælder i særlig grad, når en henvendelse kan føre til en offentlig afgørelse i forvaltningslovens forstand, og borgeren bliver part i sagen.

Idéer og debatter mellem borgere og myndigheder om politiske spørgsmål vil som oftest ikke indeholde oplysninger, som kan føre til en afgørelse i forvaltningslovens forstand. Der vurderes derfor i udgangspunktet ikke at være journaliseringspligt i denne henseende.

Hvis en myndighed vælger at anvende sociale medier i forbindelse med formelle og lovpligtige høringer angående konkrete forslag, skal dette journaliseres. Myndighederne bør derfor overveje, om sociale medier på nuværende tidspunkt er det rette værktøj til denne form for høringer.

Uanset et eventuelt fravær af journaliseringspligt, kan det dog generelt betragtes som en god idé, at journalisere alt indhold, som på den ene eller anden måde kan medvirke til fremtidige politiske beslutninger. Dette både for at undgå tvivlsspørgsmål og af hensyn til den fremtidige historiske og forskningsmæssige værdi bidragene kan have.

TILGÆNGELIGHED

Med aftalen om obligatoriske, åbne standarder i den offentlige sektor har offentlige myndigheder siden 1. januar 2008 været forpligtet til at sikre, at deres netsteder overholder de internationale retningslinjer for tilgængeligt indhold på internettet (WCAG 2 AA). Retningslinjerne har til formål at

sikre, at flest muligt, herunder bl.a. handicappede og ældre, også kan anvende de offentlige digitale løsninger. Det gælder f.eks. muligheden for at forstørre tekststørrelsen eller at få teksten læst højt af særlige hjælpeprogrammer. Disse krav gælder naturligvis også, hvis myndigheden vælger at implementere e-dialog på sin hjemmeside. Læs mere om kravene på itst.dk/ki.

ØVRIGE FORHOLD

De punkter, vi har berørt ovenfor, er ikke udtømmende eller dækkende for alle aspekter af myndighedernes brug af sociale medier. Som det fremgår, er flere af punkterne afhængige af, hvilken type kontakt og til hvilket formål de sociale medier anvendes. Det påhviler derudover til enhver tid den enkelte myndighed at sikre sig, at dens løsninger og procedurer er i overensstemmelse med lovgivningen.

IT- og Telestyrelsen vil i efteråret 2011 fortsat arbejde med mere uddybende vejledning i forhold til myndighedernes brug af sociale medier, som vil blive offentliggjort på itst.dk.

DIGITAL BORGERDIALOG

BRUGERVENLIG BUDGETSIMULATION

Flere britiske kommuner har gjort brug af budgetsimulations-tjenester, hvor borgerne gennem brugervenlige webløsninger selv kan lege med tallene, og se, hvordan pengene bliver brugt.

En af de største udfordringer, når en offentlig myndighed inddrager borgerne i budgetlægning, er at gøre regnskabet forståeligt og gennemskueligt.

Flere regionale britiske myndigheder som Manchester og Gloucestershire har med held implementeret forskellige webbaserede budgetsimulations-tjenester, der med en intuitiv brugerflade anskueliggør budgettet for borgeren. Spil-lignende brugerflader, hvor borgeren let kan skrue op og ned for udgifterne og med det samme kan se, hvilke implikationer deres prioritering har for resten af samfundet, har vist sig at være nogle af de vigtigste elementer for at gøre budgetlægning forståelig og sjov for den almene borger.



CROWDCULTURE.SE

I Stockholm er der igangsat forsøg med projektet CrowdCulture, der lader byens borgere bidrage med idéer, rådgivning og økonomisk støtte til realiseringen af mindre kulturinitiativer.

På hjemmesiden CrowdCulture.se kan sidens medlemmer lægge projektidéer op, og kulturinteresserede borgere kan så give et økonomisk bidrag til de ideer, de mener, er interessante. På den måde bryder det svenske projekt med et traditionelt støttesystem, hvor det er en komite af folk, som er specialiseret i at vælge mellem kulturprojektansøgninger, der beslutter, hvilke projekter skal støttes. Økonomien er dog ikke lagt i borgernes hænder alene. Hver gang en borger putter penge i et projekt, smider Stockholm kommune nemlig tilsvarende et beløb i puljen. På den måde er borgere og kommune fælles om at finansiere de projekter, som borgerne synes er spændende.

Under testperioden i efteråret 2010 fik CrowdCulture finansieret seks kulturprojekter. Et af dem var dukketeatergruppen Pulp Puppets lille dukkeanimationsfilm "The Alien Abduction". Her gav borgerne 50 kroner til projektet og på den måde fik gruppen samlet 20.000 kroner sammen og kunne lave filmen.



I DET STORE UDLAND

OBAMAS TWITTER-RÅDHUS

Direkte fra Det Hvide Hus deltog præsident Obama i det første Twitter-borgermøde.

Twitter-mediet lægger i høj grad op til hurtige, korte budskaber, som ofte ikke er kendetegnende for den politiske debat. Derfor var formen desto mere interessant den 6. juli 2011, hvor Barack Obama stillede op til et Twitter-møde for åben skærm. Ved hjælp af det såkaldte 'hashtag', fik alle Twitter-brugere en direkte kontakt til præsidenten, såfremt de satte et "#AskObama" foran.

Præsidenten svarede derfor på spørgsmål så forskellige som "Er Harry Reid virkelig så skør som han fremstår?" og "Hvorfor bliver så mange sundhedstiltag først implementeret i 2014?" – alt sammen direkte transmitteret på tv og via Twitter.



GIVE A MINUTE I CHICAGO

Med platformen Give a Minute! opfordres borgere i amerikanske storbyer til at give ideer til, hvad der vil gøre byen bedre gennem via sms og internet.

Give a Minute!-initiativet startede i Chicago med ambitionen om at give borgere, der normalt ikke blander sig i byplanlægning, et talerør. Gennem billboard-reklamer placeret omkring i byen, samt en simpel og farverig hjemmeside blev borgerne stillet direkte spørgsmål, som f.eks. "Hvad ville få dig til at tage toget oftere?" På plakaten var angivet et telefonnummer, som borgeren med det samme kunne sms'e sit forslag til, hvilket efterfølgende blev lagt op på hjemmesiden. Alle forslag ses som post-its på hjemmesiden, og brugeren har mulighed for at dele idéer på forskellige sociale medier, som f.eks. Facebook.

De indkomne forslag bliver gennemlæst af repræsentanter fra både den offentlige og private sektor, og de mest populære bidrag får personlige svar fra byens politikere til videre overvejelse.

