

Tværgående erfaringer



Sæt strøm på dit kvarter

Denne artikel går på tværs af de mange cases, der er blevet indsamlet under projektet: Sæt strøm på dit kvarter. Læs om borgernes og planlæggerens nye roller og de mange forskellige logikker og formål, der er på spil i byudviklingens digitale tidsalder.

Skrevet af Signe Sloth Hansen, Kuben Management og Ellen Højgaard Jensen Dansk Byplanlaboratorium

1. Vi er i en eksperimenterende fase

Den digitale borgerinddragelse er kun lige startet i skole. Alle snakker om digitalisering, og mange er enige om, at der er mange muligheder for at styrke dialog, demokrati og engagement i planlægningen. Men der er også megen skepsis. De projekter, vi har mødt, er alle i en eksperimenterende fase. De forsøger sig frem, og på mange af vores spørgsmål har vi fået svaret:

”Det må vi se – vi ved det ikke endnu.”

Det er et fragmenteret felt, vi har bevæget os ind på. Nogle eksperimenterer med spil og legende tilgange til at engagere folk i byens udvikling, andre griber den nye teknologiske muligheder til at registrere og indsamle data. Andre igen udnytter de sociale medier til at skabe netværk og samle opbakning og opmærksomhed – enten om et projekt gennem crowdsourcingplatforme eller om en sag eller aktør gennem de sociale medier. De forskellige platforme og projekter kombinerer forskellige digitale løsninger – sms, apps, web-tjenester, GPS-tracking, digitale kort, foto, film og lyd.

Typen af digitale inddragelsesformer, som vi har beskæftiget os med

- Crowdsourcing/crowdfunding
- Sociale medier /Facebook
- Spil/konkurrencer/leg

- Tracking/mapping (GPS-teknologi)

2. Forskellige logikker og formål

Ligesom platformene og teknikken varierer er der også forskellige formål med at bruge digitale løsninger til inddragelse og dialog. Nogle initiativer, som Hello Lamppost, har fokus på hvordan det kan gøres sjovere og mere legende at deltage. Andre, som Open Plans i New York City, har sat sig for at udnytte digitalisering til effektiv og målrettet kortlægning af borgernes ønsker til byens udformning. Hvor skal bycyklerne stå? Hvor er de farlige lyskryds? Det er eksempler på de spørgsmål, de stiller. For endnu andre, f.eks. Svendborg Kommune, handler det om at få flere med i processen og brede dialogen ud, engagere andre end de sædvanlige.

3. Muligheder og udfordringer

Muligheder:

Det har vist sig, at det er muligt at få nye grupper til at engagere sig i byens udvikling. Man kan faktisk nå ud til mange flere, hvis man bruger de digitale medier intelligent. Man kan også dele viden på kryds og tværs, hvilket kan danne grobund for nye ideer og initiativer, som det offentlige slet ikke havde tænkt på. Der er også mange, der nævner, at "arkivfunktionen" er vigtig. Man kan se, hvem der har sagt hvad og hvornår og man kan altid gå tilbage, hvilket adskiller den digitale kommunikation fra traditionel face-to-face kommunikation, hvor der i bedste fald bliver taget et referat, men hvor der i mange tilfælde ikke er nogen dokumentation efterfølgende. De digitale platforme bliver på sin vis vores fælles hukommelse.

Sidst men ikke mindst kan det være ret sjovt at deltage. Det kan man se, hvis man læser vores cases igennem. Ret mange af dem har et legende eller kreativt element, der også fører til samskabelse og iverigdom blandt borgerne. Det er en gennemgående erfaring at medierne egner sig bedst til tidsbegrænsede kampagner, hvor man kan sætte spot på et emne. Og for mange er det lettere at deltage, hvis de er helt eller delvist anonyme.

Udfordringer

Alle vores respondenter understreger, at det digitale møde ikke kan erstatte face-to-face kontakten. Det tager tid og personlige relationer at opbygge tillid. De digitale lag er kun supplement til det personlige møde. De digitale møder udelukker nogen brugere, ligesom de traditionelle borgermøder udelukker andre. Typisk er de ældre overrepræsenteret ved traditionelle borgermøder, mens de yngre oftere ses på de digitale platforme. Man skal dog ikke forledes til at tro at de unge bliver tiltrukket, bare fordi det er digitalt: "lad os lave en app" for at få fat i de unge, bliver der ofte sagt. En digital løsning *kan* være en mulighed – men det kræver grundige overvejelse om de unges lyst og motivation til at deltage, og det bør kun være en blandt flere kanaler.

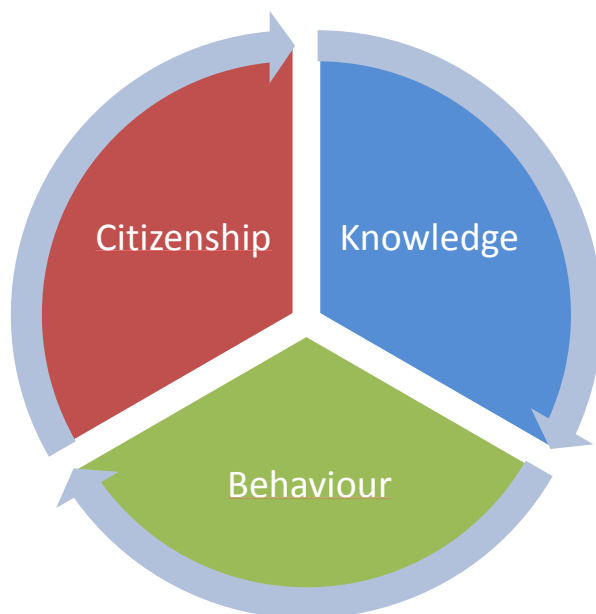
En af de største udfordringer for det offentlige system er, at der på de digitale platforme forventes meget hurtige svar. Og her bliver man udfordret af den interne organisation. Derfor er det en rigtig god ide at vedtage en digital strategi som de har gjort i Boston eller strategi for brug af Facebook, som de har gjort det i Svendborg Kommune.

4. Nye roller

Digital borgerinddragelse af ikke kun for planlæggere i landets kommuner. Også borgerne har fået øjnene op for, hvordan de kan bruge digitalisering til at påvirke og ændre byen. I Liverpool har tre semiprofessionelle ildsjæle f.eks. brugt crowdsourcing og diverse digitale kampagner til at bane vejen for at stort forskønnelsesprojekt, der ikke står øverst på kommunens prioriteringsliste.

Hos de kommuner, vi har talt med, er der ofte et element af effektivisering i formålet. Men derudover ser kommunerne også en mulighed for at nå ud til flere og andre end "the usual suspects", få mere viden om deres færden, og påvirke deres adfærd. Samtidig er der et ønske om at styrke den demokratiske dialog og samskabelse. Måske mest i de danske kommuner. I London og New York mødte vi til gengæld en stor skepsis blandt NGO'er og virksomheder over for kommunen – de tjener bare investorenes interesser og haster beslutninger igennem, blev der sagt. Her bruger NGO'er og borgergrupper de nye digitale værktøjer til at skaffe sig viden om byens tilstand og dokumentation for borgernes behov for kunne gå i dialog med politikerne og argumentere på sagligt grundlag, som fx med App'en Promisetracker.

Der er meget forskellige formål med digital inddragelse i byomdannelsen. Vi har identificeret 3, der ofte går igen. Det er at fremme aktivt medborgerskab, at påvirke adfærd og indsamle viden. Inddragelsens karakter varierer meget – alt efter hvilket formål, der er det vigtigste.



5. Demokratiske dilemmaer – det digitale demokrati

Ligesom man skal overveje, om man primært går efter adfærdsændringer, viden eller medborgerskab, så er det også vigtig at gøre sig klart om kvalitet eller kvantitet er det vigtigste. Der er projekter, som involverer ganske få på en meget intensiv og forpligtende vis og der er projekter, som inddrager rigtig mange, men ret overfladisk.

De nye kommunikationsformer rejser en række demokratiske dilemmaer. Det kan hævdes, at de er mere demokratiske end tidligere tiders inddragelse, da de er mere tilgængelige og kan nå ud til flere. Har man en demokratiforståelse, der læner sig op ad det repræsentative demokrati, så vil det ses som en klar fordel at flere er oplyste. Ser man derimod demokratiet som en samtale, der hele tiden udvikles, så kan man blive bekymret for, om dybden i samtalen tabes. Men pointen er, at digitale inddragelsesprocesser kan og skal designes bevidst – og at man aldrig når alle. Det er stadig planlæggernes opgave at sikre at alle grupper nås. Her kan de digitale redskaber bruges som værktøj. Hvis man f.eks. konstaterer, at der er områder i byen, hvor ingen deltager i den digitale debat, så kan man supplere med borgermøder eller tage ud på stedet og tale med folk. Fremtiden er digital – og det bliver vores demokrati også. Og de grundlæggende dilemmaer om repræsentativitet og kvalitet består – uanset mediet.