



NETDIALOG SKAL HJÆLPES PÅ VEJ

Facebook, Twitter og blogs kan bruges til at byde borgere op til debat. Men dialogen kommer ikke af sig selv. Kommunerne skal turde åbne ballet – og holde det i gang. Det viser erfaringer fra Odder, Skanderborg og Svendborg

af **STINE BRONDBJERG ERICHSEN** | sbe@kl.dk |
illustration **MORTEN VOIGT**

Odder er i dag en selvstændig kommune. Det var debatten på OdderNettet, der gjorde udslaget. En debat, der tilbage i 2004 tvang byrådets flertal til at ændre holdning og udskrive folkeafstemning. Gammel nyhed, ja. Og så alligevel ikke. For en ny afhandling fra Copenhagen Business School sætter fokus på, hvorfor Odder-Nettets debatfora får så mange borgere til at give deres mening til kende. Ifølge afhandlingen er grunden, at en lille gruppe i forvaltningen holder debatten i gang.

– Det gælder om at turde sætte debatten i gang. Også i de sager, som man på forhånd ved, kan medføre en stor debat, siger Claus Buur Rasmussen, der er webmaster på OdderNettet.

– Ifølge en undersøgelse er det kun fem procent af brugerne i en debat, der selv producerer indlæg. Når vi i en sag får over 420 indlæg, er det let at gange op, hvor mange der følger debatten, siger Claus Buur Rasmussen.

På OdderNettet har borgerne blandt andet mulighed for at oprette deres egne hjemmesider, virtuelle fællesskaber og deltage i et elektronisk borgerpanel.

– Det handler om at få folk ind i butikken. Når borgerne så først er på hjemmesiden, får de øjnene op for, at deres meninger bliver hørt, siger Claus Buur Rasmussen og tilføjer, at de har forbundet Odders profil på Facebook med OdderNettet, ligesom

Odder Kommune også er kommet på Twitter for at nå endnu flere borgere.

DIALOGEN SKAL HOLDES I GANG

Astrid Haug er tidligere pressechef i København Kommunes Teknik- og Miljøforvaltning og medforfatter til bogen "Lyt til elefanterne", der handler om brugen af nye sociale medier. Hun synes, det er positivt, at flere kommuner nu også er på Twitter.

– Kommunerne viser på den måde, at de gerne vil høre, hvad borgerne taler om. Twitter er en anden måde for kommunen til at få adgang til den snak, der ellers kun foregår i omklædningsrummet eller over frokosten i kantinen, siger Astrid Haug, der i dag er community manager på Berlingske Tidende. Hun mener, at den typiske misforståelse er, at nye sociale medier handler om teknik.

– Nye sociale medier er ikke et quick-fix, der fungerer, når de er etableret. Hvis en borger begynder en debat, skal kommunen forholde sig til den. Ellers svarer det til at invitere folk på kaffe, lukke dem ind i stuen og så i øvrigt først vende tilbage tre dage efter, siger Astrid Haug.

Hun anbefaler, at kommunerne lægger en strategi for, hvem der overvåger de forskellige medier, og hvor tit det skal gøres. Og så skal kommunerne give sig tid til at blive fortrolige med, hvad de nye medier kan.

SKAL IKKE MENE NOGET HELE TIDEN

I Skanderborg Kommune har en overvågning af kommunens tænketank på nettet sat gang i borgernes deltagelse i forhold til pla-

nerne for lokalområdet. På idéoffensiv.dk har 10 såkaldte "idékaptajner" fra kommunen fået ansvaret for at føre dialogen videre.

– En vigtig del af strategien har været at undgå svar i retning af "tak for din idé - vi vender tilbage", for når man gerne vil have borgerne i dialog, er det vigtigt, at borgerne mærker, at deres idéer bliver hørt, siger Bente Hornbæk, der som stabchef for Plan og Erhverv i Skanderborg Kommune har taget initiativ til siden.

Idéerne på siden har for eksempel ført til udviklingen af Illerup Ådal, der er et historisk område. Det er blandt andet på baggrund af en onlinedebat mellem Naturfredningsforeningen, Friluftsrådet, Skanderborg Museum og borgerne, at det er blevet til en lokal seværdighed med stiforbindelser og skiltning, der officielt åbner i foråret 2010. Siden kommunalvalget har der været stille på siden, men Bente Hornbæk er overbevist om, at der kommer aktivitet på siden igen, når debatten om Skanderborg Festivalen og Dyrehaven skal i gang. Og pauserne skal ifølge Claus Buur Rasmussen i Odder absolut ikke ses som en falliterklæring for de sociale medier. For i et demokrati behøver man ikke at mene noget hele tiden.

– Det vigtige er, at vi er til stede, når der er nogen, der mener noget. Det er ligesom, det kan være svært at gå ud på et tomt dansegulv. Men når der er musik og nogle, der tager initiativ, skal vi støtte op for at få gang i dansen. Nogle gange kræver det, at vi selv er de første på gulvet, siger Claus Buur Rasmussen.

OM SOCIALE MEDIER

Sociale medier er et paraplybegreb for en række af nye onlinemedier, hvor fællesnævneren er dialog.

Facebook

Ordet Facebook refererer til de bøger, der uddeles på amerikanske universiteter med billeder af de studerende. Over 2,2 millioner danskere har oprettet sig på Facebook, og Danmarks befolkning har den højeste bruger-frekvens i verden.

Blogs

Forkortelse af ordet weblog, der refererer til en logbog på nettet. En blog er en hjemmeside, der jævnligt opdateres med korte tekster. En blog er i udgangspunktet knyttet til en person, en blogger. Til bloggen er der typisk knyttet en kommentarfunktion, sådan at læsere kan kommentere bloggen.

Twitter

Betyder at "kvidre", og via Twitter kan brugeren på maksimalt 140 tegn dele sine tanker. Twitter er en form for mikro-blogging, hvor brugerne kan sende og læse andre brugeres opdateringer, der går under navnet tweets. Twitter er mere åbent end Facebook, da de fleste har en offentlig profil. Der skønnes at være 4-5 millioner brugere.

YouTube

Har eksisteret i fem år og er nu det tredje mest besøgte site på nettet. Det er brugerdrevet og stedet, hvor man kan uploade, finde og kommentere alverdens videoklip.

Viral markedsføring

Ordet "viral" dækker over den spredning af indhold, der kan foregå på nettet ligesom mund-til-mund kommunikation. Viral markedsføring er en strategisk metode til at sprede budskaber blandt mennesker.

Kilde: *mindjumpers.com*

ET SPØRGSMÅL OM TID

Både i Skanderborg og i Odder har borgerne haft mulighed for at blogge med lokalpolitikere.

I Skanderborg blev bloggene lukket ned efter en periode på fire måneder, primært fordi debatten foregik mellem byrådsmedlemmerne. I Odder var der kun en politiker, der benyttede bloggen som medie forud for kommunalvalget. Ifølge Astrid Haug handler blogging ligesom Twitter om at lytte til, hvad borgerne vil snakke om: – Selvom brugen af sociale medier kræver nogle ressourcer, så kan det også give meget igen. Det kan ses som en løbende fokusgruppe, hvor borgerne giver deres mening til kende om et aktuelt emne, siger Astrid Haug.

På svendborgbloggen.dk, der er en ekstern

side tilknyttet Svendborg Kommunes hjemmeside, kan borgerne debattere i "Frit Forum". Her er det også muligt at følge og kommentere de lokale byrådspolitikerblogs. Indtil videre har aktiviteten på politikerbloggene været størst op til kommunalvalget og primært politikerne imellem:

– Bloggen er et nyt medie for mange politikere. Jeg tror, det er et spørgsmål om tid, før politikerne bliver tvunget til at forholde sig til den debat, der foregår online, siger Kim Barren, der er kommunikationschef i Svendborg Kommune.

I løbet af 2010 udgiver KL rapporten Kommunernes Demokratiprogram, som blandt andet skal kortlægge de erfaringer, kommunerne har gjort sig med brugen af nye sociale medier indtil videre. <

ER FACEBOOK ET SIKKERT STED?

Næstved og Odder Kommune er på. Skanderborg har overvejet det. Svendborg vil ikke, før de juridiske regler for brugen er klar. Holdningen til kommuneprofiler på Facebook varierer fra kommune til kommune

af **STINE BRONDBJERG ERICHSEN** | sbe@kl.dk |

Sygehusdebatten i Region Sjælland har været på Facebook. Ud over Næstved Kommunes egen profil brugte Næstved Kommunes kommunikationsteam blandt andet eksisterende Facebookgrupper til at få byens borgere til at møde op og deltage i debatten.

– Vi hængte plakater op i hele byen og brugte også flyers og sms-service til at

nå borgerne, så det er ikke til at sige, hvor mange der kom, fordi de havde hørt om det på Facebook. Men med over 6.300 fans på Facebook kunne vi konkludere, at der kom tre gange så mange som til et tilsvarende møde, der blev afholdt i Roskilde, siger Line Trap Mogensen, der er teamchef for kommunikation i Næstved Kommune.

– Ligesom på YouTube mister man som bruger rettighederne, når man poster noget på Facebook, men vi har indtil videre vurderet,