

PARTICIPATIEVE METHODEN  
Een gids voor gebruikers

## Colofon

PARTICIPATIEVE METHODEN. Een gids voor gebruikers

Deze publicatie is eveneens beschikbaar in het Frans onder de titel: Guide de méthodes participatives. Le manuel du praticien, en in het Engels (enkel digitaal) onder de titel: Participatory Methods Toolkit. A practitioner's manual.

De Nederlandstalige uitgave is een publicatie van het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek, Vlaams Parlement, 1011 Brussel.

De Engelstalige uitgave 'Participatory Methods Toolkit. A practitioner's manual' (september 2005) is een gemeenschappelijke publicatie van de Koning Boudewijnstichting en het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek (viWTA).

Alle publicaties zijn gratis online verkrijgbaar via [www.kbs-frb.be](http://www.kbs-frb.be) of [www.viWTA.be](http://www.viWTA.be).

Redactie originele Engelstalige versie  
Stef Steyaert (viWTA) en Hervé Lisoir (Koning Boudewijnstichting)  
Eindredactie Nederlandstalige versie  
Stef Steyaert (viWTA)

Auteurs  
Janice Elliott (Public Policy Forum, Canada)  
Sara Heesterbeek (Rathenau Instituut, Nederland)  
Carolyn J. Lukensmeyer (Global Voices, USA)  
Nikki Slocum (United Nations University - Comparative Regional Integration Studies)

Opmaak en druk  
Belgian Advertising (B.AD)

Vertaling  
Luk Vanrespaille

Januari 2006

# **PARTICIPATIEVE METHODEN**

**Een gids voor gebruikers**



## VOORWOORD

Mensen die, zoals wij, in de praktijk met participatieve methoden werken, krijgen wel eens vaker de vraag naar praktische richtlijnen of naar hun aanpak van participatieve processen. Doorgaans kunnen we ze dan wel twee of drie artikels bezorgen, een paar web links, een praktisch georiënteerde beschrijving van een of twee methoden of een gevalstudie.

Toch overheerst dat voor iedereen vertrouwd gevoel dat praktische informatie moeilijk te vinden is. Voor bepaalde methoden is nogal wat documentatie beschikbaar, al is ze doorgaans vrij academisch. In andere gevallen kan de zoektocht naar achtergrondkennis teleurstellend zijn, zeker als het over nieuwere methoden gaat. In de snel evoluerende omgeving van het participatieve onderzoek worden elke dag nieuwe methoden ontwikkeld en in de praktijk gebracht. Aangezien de ontwikkelaars en praktijkmensen achter die methoden in de eerste plaats geïnteresseerd zijn in het 'doe'-aspect, wordt wel heel veel praktische kennis gegenereerd maar eerder zelden op papier gezet.

Om het uitwisselen van praktische kennis te bevorderen, besloten de Koning Boudewijnstichting en het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek, allebei actief bezig met participatieve methoden, om een werk uit te brengen dat de ambitie heeft een praktische gereedschapskoffer te zijn voor het opzetten en sturen van participatieve projecten. De oorspronkelijke Engelse uitgave van de toolkit verscheen in december 2003. Het daaropvolgende jaar hebben we heel wat exemplaren verspreid, overal in Europa, Afrika en Azië. Op onze websites werd het instrument ettelijke honderden keren gedownload. Dat succes heeft ons gestimuleerd om een tweede, volledig herziene en uitgebreide editie van de toolkit klaar te stomen. Drie bijkomende diepgaande fiches over participatieve methoden werden toegevoegd, wat het totaal op 13 brengt. Nieuw ten opzichte van de oorspronkelijke set zijn *Deliberative Polling*<sup>®</sup>, *21st Century Town Meeting*<sup>®</sup> en *Technologiefestival*. Ook het inleidende hoofdstuk werd uitgebreid. De nieuwe versie bevat verder weer een kort overzicht van 40 methoden en technieken. De toolkit wordt aangevuld met een hoofdstuk met algemene richtlijnen voor het gebruik van participatieve methoden, met inbegrip van een vergelijkende tabel van de besproken methoden. Nikki Slocum van de United Nations University in Brugge, auteur van de eerste editie, heeft andermaal uitstekend werk geleverd bij de revisie van de tekst. De drie nieuwe fiches zijn het werk van respectievelijk Janice Elliott van het Public Policy Forum (Canada), Carolyn J. Lukensmeyer, samen met Wendy Jacobson van *Global Voices - AmericaSpeaks* (USA) en Sara Heesterbeek van het Rathenau instituut in Nederland.

Op algemene aanvraag hebben we de nieuwe Toolkit vertaald in het Nederlands en Frans en ook uitgegeven in de beide talen. De Engelse versie van de tweede editie is enkel verkrijgbaar in elektronisch formaat, via de web sites van de betrokken partners.

We hopen dat deze handleiding een plaatsje krijgt op zo veel mogelijk boekenplanken: niet alleen van beginners die hun eerste stappen zetten op het uitdagende terrein van het participatieve onderzoek maar ook van ervaren praktijkmensen die geïnteresseerd zijn in bepaalde hoofdstukken of in de talrijke 'tips' of vertrouwd willen raken met andere methoden.

Deze publicatie is bedoeld als een werkinstrument. Wie geïnteresseerd is in één bepaalde methode, kan een PDF met alleen die methode downloaden. Alle bestaande PDF-bestanden zijn beschikbaar op de volgende websites:  
[www.viwt.be](http://www.viwt.be) - [www.kbs-frb.be](http://www.kbs-frb.be)

Zo. Heel wat voorwoorden eindigen op het bekende 'Veel leesplezier'. Wij veranderen dit graag in 'Veel werkplezier'!

*Koning Boudewijnstichting*

*Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek*



## Inhoudstafel

---

Inleiding	9
Inhoudstafel	7
Algemene richtlijnen en tips voor participatieve methoden	19
Vergelijkende tabel voor participatieve methoden	27
21st Century Town Meeting®	29
Burgerjury	39
Charrette	61
Consensusconferentie	71
Deliberative Polling®	89
Delphi	113
Expert panel	125
Focusgroep	135
Planningcel	145
Praatcafé	157
Scenariomethoden	169
Technologiefestival	181
Evaluatie van Participatieve Processen	191
Korte beschrijvingen van methoden en technieken	201

---

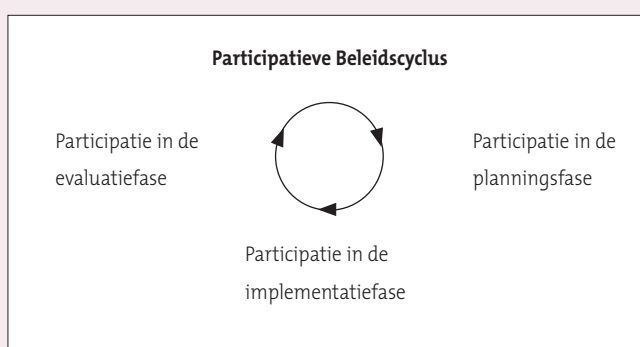




## INLEIDING

### Wat wordt precies bedoeld met 'een participatieve aanpak'?

Een participatieve aanpak veronderstelt een actieve betrokkenheid van 'het publiek' in besluitvormingsprocessen, waarbij het concrete onderwerp bepalend is voor de relevantie van dat 'publiek'. Het kan uit doorsnee burgers bestaan, uit de 'stakeholder', die rechtstreeks te maken hebben met een bepaald project of beleid, deskundigen of zelfs regeringsleden. In het algemeen doorlopen beleidsprocessen een cyclus van drie stappen : planning, implementering en evaluatie. Bij een of meer van die stappen kan een participatieve aanpak gevolgd worden.



Wel worden nog niveaus van participatie onderscheiden, afhankelijk van de doelstelling :

- informatie overbrengen (éénrichtingsverkeer)
- overleg (in twee richtingen maar de geconsulteerde partij bepaalt het kader)
- actieve participatie: gebaseerd op een partnerschap waarbij burgers, stakeholders, deskundigen en/of politici actief betrokken zijn bij het beleidsdebat. Die verschillende partijen geven in uiteenlopende mate mee vorm aan het onderwerp in kwestie.

De inhoud van deze toolkit situeert zich op het niveau van de actieve participatie. Merk echter op dat we het hier hebben over een continuüm. Er zijn geen duidelijke grenzen. Methoden verschillen in de mate waarin ze participatie vragen bij het afbakenen van kwesties en onderwerpen en bij het uitwerken van procedures.

### Wie wil een participatieve aanpak?

Participatieve besluitvorming is niet alleen een wens en een vraag van burgers die een actievere rol wensen te spelen in het bestuur van hun samenleving. Regionale, nationale en plaatselijke overheden, ontwikkelingsorganisaties en NGO's, wetenschappers en ondernemingen zijn ook in toenemende mate geïnteresseerd in de voordelen van uiteenlopende perspectieven en een actieve betrokkenheid bij de besluitvormingsprocessen van zij op wie dat beleid van invloed zal zijn.

## Waarom gebruik maken van een participatieve aanpak?

De vraag naar een toegenomen publieksparticipatie in beleidsvorming is ontstaan vanuit pragmatische en normatieve argumenten. Vanuit een pragmatisch perspectief, worden participatieve processen in beleidsvorming geacht tegemoet te komen aan problemen zoals een gebrek aan vertrouwen bij het publiek in de overheidsinstellingen en een perceptie van gebrekkige legitimiteit. Vanuit een normatief standpunt is participatie nodig om het besluitvormingsproces democratischer te maken. Nieuwe maatschappelijke kwesties en problemen doen vaak vragen rijzen waarvoor geen of onvoldoende sociale normen bestaan en die in de samenleving onzekerheid en angst veroorzaken. Het naast elkaar bestaan van (vaak conflicterende) normen in een samenleving wordt bovendien nog doorkruist door financiële en andere belangen die in de samenleving ongelijk vertegenwoordigd zijn. Het is om die reden normatief wenselijk om een proces uit te werken dat zo democratisch mogelijk verloopt, zodat alle waarden en opvattingen in een beleidsdebat aan bod kunnen komen.

Naast deze pragmatische en normatieve perspectieven, is er ook een sterk inhoudelijk argument. Gezien de complexe (en bijgevolg onzekere) aard van veel maatschappelijke kwesties en problemen, is het beter om over een zo ruim mogelijke kennis, ervaring en expertise te beschikken. De middelen om op een geïnstitutionaliseerde dan wel informele manier te wegen op de besluitvormingsprocessen zijn ongelijk verdeeld over de leden van de samenleving. Goed ingerichte participatieve processen kunnen bijdragen om meningen, opinies en argumenten binnen te brengen in een besluitvormingsproces die anders niet of nauwelijks gehoord zouden worden. Zo wordt de basis om beleidsbeslissingen te nemen inhoudelijk verstevigd.

Behalve de traditionele mechanismen van de representatieve democratie is ook een participatieve aanpak van beleidsonderzoek en besluitvorming voor een democratische samenleving van belang. Democratisch zijn houdt in dat we blijven investeren in datgene wat precies de kracht van een democratie uitmaakt, namelijk het democratisch proces. Op die manier de nadruk leggen op het *proces*, veeleer dan op de functionaliteit van het resultaat vormt een uitdaging voor de veel verspreide opvatting die ertoe neigt efficiëntie (in de enge zin) in alle omstandigheden voorop te stellen.

Het democratisch proces is er een waarbij idealiter de garantie geboden wordt dat iedereen de kans heeft zijn of haar stem te laten horen. Het is een proces dat pluralisme, diversiteit en meningsverschillen verwelkomt, met de bedoeling om de zaken vanuit zo veel mogelijk standpunten te bekijken en op die manier tot de beste oplossing te komen. *Het is de rechtvaardigheid van het proces zelf waardoor we vreedzaam kunnen instemmen met een uitkomst die afwijkt van onze eigen opvatting.* Een democratie uitbouwen en in stand houden staat of valt met het verkrijgen van steun voor democratische processen.

Participatieve methoden benadrukken precies die democratische processen door het structureren en organiseren van uiteenlopende vormen van dialoog. Hoewel in de verschillende stadia van de beleidsvorming een participatieve aanpak gehanteerd kan worden, hebben participatieve methoden het grootste potentieel om diepgaande veranderingen teweeg te brengen, als ze gebruikt worden om vanaf het stadium van het bepalen van de beleidskwestie uiteenlopende stemmen aan het woord te laten. De manier waarop een kwestie aan de orde gesteld wordt, bepaalt immers mee het behandelingskader dat op zijn beurt al een invloed heeft op de mogelijke (en al dan niet gewenste) oplossingen. Een voorbeeld: een nationale overheid kan oorspronkelijk de vraag stellen hoe ze kan beletten dat migranten het land blijven binnenko-

men. Die vraag zelf, zoals ze geformuleerd is, vooronderstelt al dat de vluchtelingenstromen niet gewenst zijn en gaat louter op zoek naar manieren om ze tot staan te brengen. De vraag kan ook anders gesteld worden, bijvoorbeeld 'Hoe kunnen migratiestromen in de grotere regio het beste beheerd worden, teneinde de complementariteit te maximaliseren en de mobiliteit te bevorderen?' Aan deze vraagstelling liggen andere vooronderstellingen ten grondslag: dat mobiliteit van personen ook voordelen kan hebben en ondersteund en beheerd dient te worden. Het verschil in vertrekpunt zorgt ervoor dat radicaal verschillende antwoorden zullen verkregen worden, met heel uiteenlopende gevolgen, zeker op de langere termijn. Garanderen dat een kwestie op de zinvolste manier gesteld wordt veronderstelt ruimte creëren voor zo veel mogelijk stemmen.

Zoals blijkt uit het proces van het afbakenen van maatschappelijke kwesties, ligt een andere hoofdtrouw van participatieve processen in het feit dat ze makkelijker de vinger leggen op de (vaak impliciete) vooronderstellingen bij onszelf en bij anderen. Door die vooronderstellingen te expliciteren kunnen ze in vraag gesteld worden en kan men makkelijker begrip opbrengen voor de meningen en voorkeuren van anderen. Op die manier dragen de participatieve processen zelf al bij tot een beter wederzijds begrip en tot het indijken van conflicten. Participatieve methoden als dusdanig kunnen daarom beschouwd worden als mechanismen in de vredesopbouw.

Betrokkenheid in participatieve processen draagt ook bij tot de capaciteitsopbouw bij het grote publiek, door een vorm van publieksoepvoeding en tegelijk ook door het tot stand brengen van netwerken van relevante personen die mee kunnen denken over nieuwe beleidskwesties die zich stellen. Anderzijds dient het leerproces zich niet alleen op het niveau van het publiek te situeren. Ook de beleidsmakers leren maar best hoe ze hun dienstverlening en producten kunnen verbeteren door rechtstreekse feedback van de 'gebruikers'. Beter dan lukraak tewerk te gaan en vervolgens bij te stellen, kan men van bij de eerste ontwerpen en planning de eindgebruikers bij het proces betrekken.

Een participatieve aanpak van de beleidsvorming is een manier om de sociale cohesie te verhogen. Het is een nuttig proces om tot een consensus te komen wanneer meningsverschillen en zelfs conflicten dienen opgelost te worden. Gebeurt dit vroeg genoeg in het proces, dan kunnen de deelnemers hun perspectieven, waarden en denkwijzen met elkaar delen, op het ogenblik dat een maatschappelijke kwestie zich stelt en ontwikkelt. Is er al sprake van polarisering, dan kunnen bepaalde methoden bijzonder nuttig blijken om na het uitzetten van de verschillende perspectieven te bemiddelen tussen belangengroepen en tot een consensus te komen of op zijn minst tot een gemeenschappelijke beslissing. En in elk geval helpen deze methoden om iedereen aan bod te laten komen en op die manier concreet gestalte te geven aan de democratie.

Samengevat wordt een daadwerkelijke en betekenisvolle betrokkenheid van het publiek beschouwd als essentieel om:

- tot een democratisch bestuur van hoge kwaliteit te komen
- de capaciteit van de burgers te versterken
- op een efficiënte manier programma's te ontwikkelen en tot een goed einde te brengen
- bij het publiek vertrouwen te creëren in de besluitvorming
- meer begrip te genereren voor openbare kwesties, bekommernissen, prioriteiten en oplossingen
- meer steun te verwerven voor programma's en initiatieven
- meer van elkaar te leren en informatie, gegevens en ervaringen uit te wisselen

- ervoor te zorgen dat beslissingen en beleidsopties ook die kennis en expertise weerspiegelen die anders misschien over het hoofd gezien wordt
- in de besluitvorming een groter spectrum aan bekommernissen en waarden aan bod te laten komen
- snel eventuele controversiële aspecten van een probleem op het spoor te komen en de verschillende standpunten bij elkaar te brengen om samen tot een consensus te komen.

### Wanneer is een participatieve aanpak aangewezen?

Een participatieve aanpak is bijzonder geschikt voor de behandeling van:

- thema's die ethisch, sociaal of cultureel onderzoek vergen en ons voor de keuze kunnen stellen tussen bepaalde fundamentele waarden en principes
- beleidskwesties die vragen om een combinatie van bewustwording bij het publiek, leerproces, zoeken naar oplossingen en emotioneel of moreel aanvaarden van de eventuele beslissing
- politieke keuzen die berusten op het voorzorgsprincipe of op het gewicht van het bestaande feitenmateriaal
- onderliggende waarden en principes die moeten opgehelderd worden alvorens gedetailleerde voorstellen of risicobeheersopties naar voor kunnen geschoven worden
- een duidelijk afgebakend geheel van opvattingen of voorstellen die ondersteuning bieden bij het zoeken naar consensus of innovatieve oplossingen.

### Welke methode gebruiken we best?

Bij het beslissen over de aangewezen methode(n) moeten we rekening houden met de volgende vijf elementen:

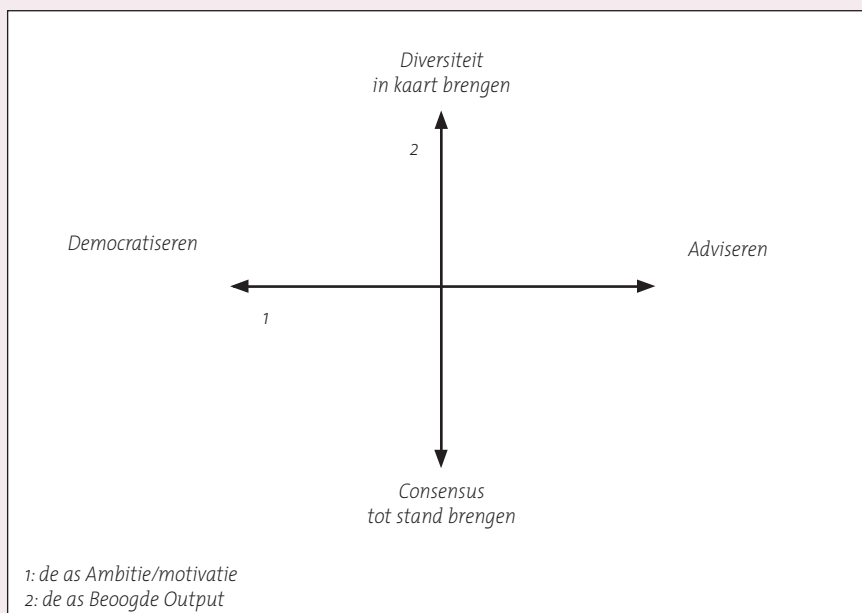
- Doelstellingen:** het gaat hier om de doelstellingen en verwachte resultaten van de opdrachtgever of initiatiefnemer
- Onderwerp:** de aard en omvang van het probleem
- Deelnemers:** wie krijgt ermee te maken, is belanghebbende of kan bijdragen tot de oplossing
- Tijd:** hoeveel tijd staat ter beschikking
- Budget:** de beschikbare middelen

Deze toolkit omvat een vergelijkende tabel waarin voor elk van de voorgestelde methoden de bovenstaande vijf elementen vergeleken worden. (Zie p.27: Vergelijkende tabel voor participatieve methoden.) De vijf elementen in kwestie worden hieronder verder uitgediept.

#### **(1) Doelstellingen**

Het gaat hier om de redenen waarom met een participatief proces van start wordt gegaan. Aangezien het vaak om meer dan één doelstelling gaat, luidt de opdracht gewoonlijk om een hiërarchie van doelstellingen op te stellen. Bij het rangschikken van doelstellingen kan het schema gehanteerd worden dat wordt voorgesteld in Asselt et al (2001). De doelstellingen worden daar gesitueerd op een assenkruis van (1) Ambitie/motivatie en (2) Beoogde output.

### Categoriseren van de objectieven voor het inzetten van Participatieve Methoden



De uitersten op de as Ambitie/motivatie worden respectievelijk 'Democratiseren' versus 'Adviseren' genoemd, terwijl de as Beoogde Output reikt van 'Diversiteit in kaart brengen' tot 'Consensus tot stand brengen'. Elk van die polen wordt als volgt gedefinieerd:

#### As 1: Ambitie/motivatie

**Democratiseren:** de doelstelling van het gebruik van de methode bestaat erin de participanten in staat te stellen hun eigen kennis te gebruiken om opties te creëren en zo politieke problemen aan te pakken waar ze rechtstreeks mee te maken krijgen. De output weegt door in het besluitvormingsproces en kan bindend zijn.

**Adviseren:** de doelstelling van het gebruik van de methode is om bij de stakeholders relevante kennis, waarden en ideeën te halen voor het besluitvormingsproces. De output wordt input voor het beleidsondersteunend proces.

#### As 2: Beoogde Output

**Diversiteit in kaart brengen:** de doelstelling bestaat erin een spectrum van opties en informatie te genereren en een groep in staat te stellen om informatie aan het licht te brengen (explicitieren van onbewuste kennis) of in een permissieve omgeving alternatieve strategieën uit te proberen.

**Consensus tot stand brengen:** de doelstelling bestaat erin een groep in staat te stellen omtrent een probleem tot één enkele geïnformeerde beslissing te komen.

## **(2) Thema of onderwerp van het participatief project**

Het thema van het participatief project is, in functie van de methode, vooral belangrijk met betrekking tot de volgende vier aspecten:

- **Kennis:** in welke mate bezit de samenleving al een algemene kennis over het onderwerp of thema?
- **Maturiteit:** in welke mate heeft de samenleving al een opinie of zelfs wetgeving rond het thema? Bestaan er sterke visies over het onderwerp of is het zo acuut dat er nog geen gevestigde normen bestaan?
- **Complexiteit:** is het thema zeer complex, zodat nogal wat (technische) informatie vereist is?
- **Controverse:** is het probleem sterk controversieel en het debat gepolariseerd, zodat een consensus moeilijk te bereiken is?

## **(3) Deelnemers**

Wie zal aan het evenement deelnemen? Het relevante 'publiek' zal verschillen naargelang van het onderwerp of thema, net als de belangstelling en de capaciteit van uiteenlopende groepen om tot een participatief proces bij te dragen. Bovendien moet bij het bepalen van het aantal en de geografische spreiding van de deelnemers ook rekening gehouden worden met het (geografische) gebied, het budget en de timing van het project. De voornaamste groepen die men kan betrekken, hetzij om een (min of meer bindende) beslissing te nemen, hetzij om voor de nodige input te zorgen, zijn onder meer:

- Burgers op een individuele basis
- Stakeholders, waarbij de burgers vertegenwoordigd worden door organisaties, zoals:
  - niet-gouvernementele organisaties (NGO's)
  - de privé industrie
  - belangengroepen allerhande
- Deskundigen in bepaalde onderwerpen
- Politici die met de resultaten van het proces aan de slag moeten.

Doorgaans wordt aanbevolen om de beleidsmakers zo veel mogelijk te betrekken bij processen die bedoeld zijn om het beleid te beïnvloeden. Door de beleidsmakers van meet af aan bij het proces te betrekken neemt de kans toe dat ze zowel achter het proces zelf als achter het resultaat ervan zullen staan.

## **(4) Tijdsbestek**

Het is van belang om beleidskwesties op tijd aan te pakken. Een participatief proces maakt weinig kans om een sterke impact te hebben op de beleidsvorming als het pas plaatsvindt nadat de wetgeving terzake werd gestemd. Een daadwerkelijke bijdrage zal daarentegen het beste kunnen geleverd worden op het ogenblik dat een probleem volop in de schijnwerpers staat en de eerste plannen gemaakt zijn om aan een wetgeving terzake te werken. Men dient dit in het achterhoofd te houden bij het plannen van een participatief evenement.

Met tijdsbestek wordt niet alleen verwezen naar het evenement zelf, maar ook naar de voorafgaande planning en de follow-up achteraf. De vergelijkende tabel op pagina ?? geeft schattingen over de tijd die nodig is voor het geheel en voor het evenement als dusdanig.

### (5) Budget

Bepaalde methoden zijn complexer dan andere en vergen daardoor een groter budget. Maar ook voor dezelfde methoden kunnen grote verschillen optreden in kostprijs. Deze hangt onder meer af van zaken als:

- *Het geografisch gebied*: welke verplaatsingen dienen de deelnemers te maken? Dit heeft gevolgen voor de reiskosten en zal al dan niet ook de noodzaak van verblijfsaccomodatie met zich meebrengen.
- *Honoraria en bezoldigingen*: moeten de deskundigen betaald worden of kan hun tijd als een schenking beschouwd worden? Moeten de burgers gecompenseerd worden voor niet gepresteerde werkuren en andere verplichtingen?
- *Plaats van het gebeuren*: moet voor het evenement een ruimte gehuurd worden of kan de organisator zonder bijkomende kosten over aangepaste faciliteiten beschikken?
- *Proviand tijdens het evenement*: een evenement zal altijd aangenamer zijn voor de deelnemers indien voor maaltijden, koffiepauzes enz. gezorgd wordt. Of hier al dan niet in voorzien wordt en hoeveel zorg men aan de catering besteedt heeft een invloed op het budget.

Het is van belang om deze variabele factoren in het oog te houden. De vergelijkende tabel uit deze toolkit geeft elke methode een score, in vergelijking met de andere methoden, wat betreft de gemiddelde kostprijs. Elk van de uitgewerkte fiches geeft bovendien een lijst van de voornaamste begrotingsposten voor de methode in kwestie.

### Hoe wordt een participatieve aanpak geïmplementeerd?

Deze toolkit wil in de eerste plaats praktijkmensen begeleiden doorheen het proces van het implementeren van participatieve methoden.

In een poging om de participatie te verhogen in alle stadia van een project, van planning tot evaluatie, werden al heel wat technieken ontwikkeld en aangepast. Sommige van die technieken dragen bij tot het analyseren van de problemen in kwestie, terwijl andere veeleer focussen op het faciliteren en coördineren van het groepsproces zelf. Veel van die technieken, alleen of in combinatie, kunnen nuttig zijn in participatieve processen.

We maken een onderscheid tussen analysetechnieken, faciliteringstechnieken en wat we 'methoden' noemen als dusdanig. In de handboek wordt van een 'methode' gesproken indien aan de volgende criteria voldaan wordt:

- Het evenement bestaat uit verschillende stappen en er worden uiteenlopende technieken bij gebruikt.
- Deels vanwege het eerste criterium is bij de organisatie van het gebeuren een plan voor het projectbeheer vereist.
- Bij de planning, budgettering, groepsfacilitatie, enz. zal doorgaans een team van personen betrokken zijn.
- Er is sprake van een specifiek maatschappelijk resultaat. Dit kan een gevolg zijn van het proces, zoals het oprichten van een netwerk of het verwerven van capaciteit. Het resultaat kan ook een product zijn, zoals een reeks van toekomstscenario's.

Analysetechnieken zijn technieken die het analyseren van het probleem in kwestie vergemakkelijken en faciliteringstechnieken zijn praktijken die de groepsinteractie tijdens het participatieve proces zelf ten goede komen.

Bij eender welk concreet project zullen verschillende methoden en/of technieken gecombineerd worden, doorgaans in aangepaste vorm, zodat ze aansluiten bij de doelstelling van het specifieke project.

### **Inhoud:**

De inhoud van deze methodologische toolkit bestaat onder meer uit:

- Een korte beschrijving van een ruime waaier aan technieken en methoden.
- Dertien diepgaande fiches die in detail een bepaalde methode beschrijven.  
Die dertien methoden zijn:
  - 21st Century Town Meeting®
  - Charrette
  - Burgerjury
  - Consensusconferentie
  - Deliberative Polling®
  - Delphi
  - Expert panel
  - Focusgroep
  - Planningcel
  - Praatcafé
  - Scenariomethoden
  - Technologiefestival
  - Evaluatie van Participatieve Processen
- Een vergelijkende tabel voor de dertien uitvoerig beschreven participatieve methoden.
- Algemene richtlijnen en tips voor het inzetten van participatieve methoden.

### **Bronnen en referenties**

European Participatory Technology Assessment (EUROPTA) (2000) *Participatory Methods in Technology Assessment and Technology Decision-Making*. Copenhagen, Denmark: Danish Board of Technology.

Health Canada, Office of Consumer and Public Involvement (2000). *Public Involvement: Framework & Guidelines*. Ottawa, Ontario: Minister of Public Works and Government Services Canada.

Health Canada, Corporate Consultation Secretariat, Health Policy and Communications Branch (2000). *Health Canada Policy Toolkit for Public Involvement in Decision Making*. Ottawa, Ontario: Minister of Public Works and Government Services Canada.

OESO (2001) *Citizens as Partners: Information, consultation and public participation in policy-making*.



Regional Environmental Center for Central and Eastern Europe (1996). *Awakening Participation: Building Capacity for Public Participation in Environmental Decision-making*. Public Participation Training Module.

Van Asselt, M., Mellors, J., Rijkens-Klomp, N., Greeuw, S., Molendijk, K., Beers, P. and van Notten, P. (2001) *Building Blocks for Participation in Integrated Assessment: A review of participatory methods*. Maastricht: International Centre for Integrative Studies.



## **ALGEMENE RICHTLIJNEN EN TIPS VOOR PARTICIPATIEVE METHODEN**

De twee voornaamste overwegingen bij de planning van een participatief evenement zijn de context en de structuur. De organisatoren, in overleg met het adviescomité of de stuurgroep, nemen vaak de context voor hun rekening.

*Context* omvat:

- de doelstellingen en het thema of onderwerp van het project,
- het geografisch gebied en de focus,
- de wetgevende en juridische context (bijvoorbeeld relevante connecties met de organen van de beleidsvorming),
- het tijds kader en het beslissingsproces,
- fondsen en beschikbare middelen,
- de culturele, politieke en institutionele overwegingen die van invloed zijn op alles wat voorafgaat.

*Structurele* overwegingen omvatten:

- selecteren en contacteren van de deelnemers,
- klaarstomen van inleidend materiaal,
- promotie,
- het evenement zelf,
- evaluatie,
- eindrapport drukken en verspreiden.

**De algemene stappen bij het ontwikkelen en implementeren van publiekparticipatieve methoden zijn de volgende:**

1. Een projectteam samenstellen.
2. Opzet en doelstellingen van de strategie uitwerken.
3. Bepalen van reikwijdte en focus van het proces met publiekparticipatie.
4. Inzicht verkrijgen in de wetgevende, juridische en sociale context van het probleem en de eventuele te nemen beslissing(en).
5. Bepalen wie bij het proces moet betrokken worden en waarom (opstellen van een sociale kaart).
6. Inzicht verkrijgen in het tijds kader en het beslissingsproces.
7. Het plan opstellen (kiezen voor één of meer methoden).
8. De fondsen bijeen brengen (indien nodig).
9. Aangepaste tijdslijnen uitzetten en plannen van de andere middelen nodig om het proces tot een goed einde te brengen.
10. De deelnemers aantrekken.
11. Promotie voeren voor het evenement.
12. Het plan implementeren.
13. Evalueren van proces en resultaten.
14. Productie en verspreiding van het eindrapport.

**(1) Opzet en doelstellingen**

De beslissing om via een participatief proces het publiek te betrekken is een inherent politieke beslissing. Participatieve methoden vormen altijd een maatschappelijke interventie, of het nu de bedoeling is om rechtstreeks het beleid te beïnvloeden of niet. Het komt er dus in de eerste plaats op aan heel duidelijk te zijn over de bedoeling van een dergelijk project. De doelstelling moet ondubbelzinnig geformuleerd zijn en de organisatoren en de adviescommissie dienen het erover eens te zijn, aangezien ze invloed zal hebben op alle verdere beslissingen.

Ook een juiste inschatting van de politieke situatie met betrekking tot het thema is van belang. De inzichten die voortvloeien uit een dergelijke oefening werpen een licht op overwegingen betreffende timing en politieke relevantie en verhogen de kans om daadwerkelijk politieke invloed uit te oefenen. De tabel hieronder geeft een lijst van tien factoren die nodig zijn om via participatieve methoden met succes het beleid te beïnvloeden. Acht daarvan houden verband met onderwerp en doelstelling. Eén van de belangrijkste factoren bij de keuze van een onderwerp is de mate waarin het al dan niet controversie oproept en in de publieke belangstelling staat. Het is moeilijk om enthousiasme los te weken voor een zaken waar niemand van wakker ligt of die geenszins een sociaal, ecologisch of politiek dilemma vormen.

**Bepalende factoren voor het politieke succes van Participatieve Methoden <sup>1</sup>**

- |   |   |
|---|---|
| <b>Samenlevings-<br/>context</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een goede timing ten opzichte van wat leeft bij het publiek</li> <li>• Een goede timing ten opzichte van de feitelijke beleidsvorming</li> <li>• Goede relevantie van het onderwerp</li> <li>• De politieke cultuur staat open voor (informele) participatie</li> </ul>  |
| <b>Institutionele<br/>context</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• De link met de politieke wereld</li> <li>• Geloofwaardigheid en reputatie van de (organiserende) instelling</li> </ul>   |
| <b>Kenmerken<br/>van de geko-<br/>zen werkwijze</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Een nauwkeurige definitie van de politieke doelstellingen</li> <li>• Het legitiem karakter van het proces in de ogen van de politieke waarnemers</li> <li>• Het al dan niet op praktische implementering gericht zijn van het resultaat</li> <li>• Betrokkenheid van politieke actoren bij het proces</li> </ul> |

<sup>1</sup> From Bütschi & Nentwich, 2000, The Role of pTA in the Policy-Making Process – Results from the EUROpTA Project.

**TIP:** De kans op rechtstreekse politieke invloed is groter indien het participatieve evenement een rechtstreekse band heeft met beleidsinitiatieven en -voorstellen en/of met de beleidsmakers. De aanwezigheid van een dergelijke band verhoogt ook de waarde van het evenement in de ogen van beleidsmakers, burgers, deskundigen, media en mogelijke sponsors. Toch is een dergelijke link geen absolute noodzaak. Wel is het hoe dan ook noodzakelijk om de grootst mogelijke duidelijkheid te betrachten omtrent de doelstellingen van het initiatief en de invloed die men ervan verwacht.

## **(2) Financieringskwesties**

Indien bepaalde stakeholders worden aangesproken in verband met de financiering, moeten de organisatoren de voordelen daarvan afwegen tegen de 'kostprijs' op het vlak van geloofwaardigheid. Eén van de eerste vragen die organisatoren altijd krijgen is 'Wie betaalt dit allemaal?' Grote sommen geld van stakeholders met een eigen (al dan niet verborgen) agenda kunnen mogelijke deelnemers, het publiek of zelfs de media doen speculeren over de 'werkelijke' bedoelingen, wat het project al omstreden maakt nog vóór het goed en wel van start ging. Organisatoren moeten er alles aan doen opdat hun besluitvormingsprocessen transparant zouden zijn voor iedereen die ernaar vraagt.

## **(3) Reikwijdte van het evenement**

Bij de beslissing omtrent de reikwijdte van het evenement zal rekening moeten gehouden worden met het onderwerp, de elementen in de politieke besluitvorming en het budget. Nationale projecten (zeker in grote landen) of projecten op de schaal van een grote regio stellen hogere budgettaire en logistieke eisen wat betreft reiskosten, accommodatie en promotie. Bovendien kan er sprake zijn van aanzienlijke culturele verschillen tussen regio's. Dat heeft gevolgen voor de diversiteit van de opvattingen en inzichten van de panelleden. Een dergelijke regionale diversiteit kan als positief ervaren worden maar ook als een complicerende factor.

## **(4) Deelnemers**

### Selectie

Bij sommige methoden worden de deelnemers geacht representatief te zijn voor het geheel van de bevolking. In de praktijk is het vaak onrealistisch om te verwachten dat dit op een sluitende manier kan georganiseerd worden. Het aankopen van willekeurig geselecteerde adressen of telefoonnummers kan financieel onhaalbaar blijken. In dat geval zal het adviescomité en het project management rekruteringscriteria moeten opstellen en een andere methode uitkiezen, bijvoorbeeld op basis van krantenadvertenties. Dat houdt in dat de panelleden zich in zekere zin zelf selecteren omdat ze oorspronkelijk op een advertentie geantwoord hebben. In elke rekruteringsmethode sluipt bij de selectie wel iets van vertekening, vanwege de voorkeuren van de selectiecommissie. Doorgaans zal die rekrutering drie tot vier maand vóór de eerste activiteit plaatsvinden.

Indien de deelnemers niet gerekruteerd worden op basis van een eenvoudige steekproefsgewijze selectie, zal het project management eigen selectiecriteria dienen op te stellen. Ze kunnen daarbij opteren voor beperkende demografische criteria (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, woonplaats, beroep, enz.)

Telefonische screening, waarbij korte vragen gesteld worden om uit te maken of een kandidaat in aanmerking komt, kan nuttig zijn bij het samenstellen van een specifieke groep. Persoonlijk rekruteren leidt doorgaans tot een hogere participatiegraad. Zorg voor een overschot van 20 à 25 percent. Dit is zeker noodzakelijk wanneer u uit bent op de participatie van moeilijk te rekruteren deelnemers, zoals mensen met lage inkomens of leden van minderheidsgroepen.

#### *Onderzoek*

Het identificeren van mogelijke deelnemers op willekeurige basis geeft het project een zekere geloofwaardigheid. Het onderzoek kan telefonisch gebeuren (voor zover wettelijk toegelaten), na het aankopen van de nodige nummers of na een willekeurige selectie uit het telefoonboek, bijvoorbeeld door telkens het vierde nummer te nemen met twee even getallen in de laatste vier cijfers. Alternatieven voor telefonische rekrutering zijn persoonlijk aanspreken (bv. op grote manifestaties) of via de post.

#### *Vragenlijst*

Ongeacht de vraag of het oorspronkelijke onderzoek telefonisch, via de post of op een andere manier gebeurt, zal vaak een informatiebundel nodig zijn om potentiële deelnemers warm te maken voor het initiatief, om hen alvast een korte omschrijving te geven, om de nodige geloofwaardigheid voor het project op te bouwen (door de belangrijkste initiatiefnemers te vermelden) en om hen informatie te verschaffen over het verwachte engagement en de tegemoetkomingen of vrijstelling van andere verplichtingen. Indien de respondent zegt geïnteresseerd te zijn in deelname, worden best nog wat bijkomende demografische vragen gesteld. Tot slot moet de potentiële deelnemer meegedeeld worden dat snel bijkomende informatie zal worden toegestuurd.

**TIP:** Indien een andere dan een willekeurige benadering gevolgd wordt voor het rekruteren van de deelnemers (bv. via een krantenadvertentie), zullen niet alle kandidaten hetzelfde soort informatie verschaffen. Om de vergelijking te vergemakkelijken zal het dus nodig zijn de verkregen informatie te harmoniseren. Dit kan door het ingeperkte deelnemersveld vóór de selectiebijeenkomst nogmaals te contacteren en de nodige informatie te vragen. Het verdient ook aanbeveling om één of twee reserve-deelnemers te voorzien voor het geval mensen onverwacht afvallen.

#### *Gegevensbeheer*

Het bijhouden van de informatie over de deelnemers gebeurt best in een geïnformatiseerd databestand. Dit is gemakkelijk om informatie up-to-date te houden en correspondentie vlotter te laten verlopen. Aan elke respondent van het onderzoek wordt bovendien een controlenummer toegekend dat gebruikt wordt voor de identificatie van de potentiële deelnemer tot op het ogenblik dat de uiteindelijke selectie vastligt. Op die manier wordt beïnvloeding van het selectieproces tegengegaan.

#### Ervaring en kennis

Het is best mogelijk dat geen of slechts een aantal van de deelnemers (een beperkte) ervaring heeft met participatieve of op consensus gebaseerde processen, waardoor ze niet of niet in voldoende mate over de vereiste vaardigheden beschikken. Voor sommigen zal het ook de eerste keer zijn dat ze als volwassene deze ervaring hebben in een georganiseerde groep, met alle sociale dynamiek die daarbij komt kijken. Het leren situeert zich met andere woorden op nogal wat verschillende niveaus tegelijk.

### Deelnemers als publieke personen

Door kort na hun selectie de identiteit van de deelnemers bekend te maken, wordt de media toegang gegeven tot de deelnemers. Dat helpt bij de opbouw van de media-aandacht die cruciaal is voor het welslagen van het evenement in wording. Op dat moment hebben de deelnemers echter nog maar weinig of geen kennis van het onderwerp en al helemaal geen ervaring met interviews. Bovendien staan ze ook bloot aan beïnvloeding nog vóór ze zelfstandig tot een geïnformeerde keuze zijn gekomen. Overweeg dus zorgvuldig waar en wanneer je deelnemers blootstelt aan de media.

### **(5) Logistiek**

Bij het vastleggen van de **data** voor een evenement:

- Hou rekening met andere activiteiten. Probeer te vermijden dat mensen met agendaproblemen komen te zitten vanwege de schoolkalender of religieuze, sport- of andere activiteiten.
- Hou ook rekening met de vakanties.
- Weekdagen zijn doorgaans te verkiezen boven weekendsessies.

Bij de keuze van een **locatie** voor een evenement, let u best op het volgende:

- De ruimte moet groot genoeg zijn voor het gekozen aantal deelnemers en eventueel ook het verwachte publiek.
- Een flexibele ruimte die zo nodig kan uitgebreid worden zal daarbij handig blijken.
- De plaats van het gebeuren moet centraal gelegen zijn en makkelijk bereikbaar.
- Ze dient over het nodige meubilair te beschikken (tafels, stoelen, enz), aangepaste voorzieningen (stopcontacten voor verlichting, computers) en Internetconnecties (indien gewenst), toiletten, klimaatregeling, enz.
- Kies voor een politiek (en afhankelijk van het onderwerp ook religieus) neutrale ruimte.
- Er dient gestreefd te worden naar een comfortabele omgeving, waar de deelnemers zich op hun gemak weten.
- De capaciteit van de elektriciteitsvoorziening moet toereikend zijn voor de gebruikte elektronische media.
- Indien publiek wordt uitgenodigd moet ook de ruimte voor het vereiste aantal stoelen voorhanden zijn.

### **(6) Apparatuur en materiaal**

Materiaal dat vaak handig of nodig is bij participatieve evenementen:

- papier – verschillende flip-overs om ideeën op te schrijven,  
Noot: papier is handiger dan een bord of whiteboard. Het vervoert makkelijker en heeft het voordeel dat de bladen kunnen bijgehouden worden.
- minstens twee flip-overs (blok en staander),
- plaats om de bladen van de flip-over op te hangen,
- tape, klemmen, punaises... om papier aan de wand te bevestigen,
- dikke viltstiften in verschillende kleuren, pennen, potloden, schrijfblokken,
- rollen overtrekpapier, voor snelle schetsen en dergelijke,
- kopieermachine (die ook transparanten kopieert),
- computer/tekstverwerker,
- overheadprojector of LCD projector en projectorscherm,
- podium met tafel (voor de panels) en micro,

- printer,
- videocamera of bandopnemer,
- tapes voor videocamera of bandopnemer,
- camera die onmiddellijk bruikbare foto's oplevert (digitaal of polaroid),
- kleurpotloden of pennen in verschillende kleuren,
- etiketten of post it notes in verschillende kleuren.

#### **(7) Accommodatie, maaltijden en onkostenvergoeding**

Voor zover van toepassing dient ook in het volgende voorzien te worden:

- maaltijden voor tijdens het evenement,
- de vereiste hotelaccommodatie,
- parkeergelegenheid,
- regeling voor de verplaatsingen,
- terugbetaling van reisonkosten,
- onkosten- en andere vergoedingen.

#### **(8) Promotie en inschrijving**

Enkele van de besproken methoden monden uit in een publiek evenement, of althans gedeeltelijk. De promotie rond het evenement maakt daarom deel uit van een globaal communicatieplan dat idealiter begint met de rekrutering van de deelnemers. Een van de makkelijkste manieren om de ruime gemeenschap te informeren en bij het gebeuren te betrekken is via de media. Een ruime media-aandacht is een van de succesfactoren. Het leggen en onderhouden van goede contacten met vooraanstaande mediafiguren blijkt vaak zeer productief te zijn als het erom gaat in de aandacht te blijven. Bij de promotie kunnen uiteenlopende kanalen ingeschakeld worden, zoals kranten, televisie, aankondigingen op openbare plaatsen, advertenties, affiches, mailings naar groepen van stakeholders, presentaties voor groepen belangstellenden en mond-aan-mond-reclame.

Hieronder enkele mogelijkheden om het grote publiek rond het project te sensibiliseren:

- Contacteer de plaatselijke, regionale en nationale massamedia (kranten, radio, televisie), voor zover van toepassing.
- Laat affiches, strooibriefjes, folder, enz. drukken.
- Verstuur persberichten.
- Schrijf artikels om het proces te verdedigen en de onderwerpen onder de aandacht te brengen.
- Breng geïnteresseerde organisaties en andere groepen op de hoogte (door presentaties te geven).
- Ontwikkel activiteiten waarin aandacht geschonken wordt aan de geplande onderwerpen. Bijvoorbeeld een spel, theaterstuk of een ander kunstproject of podiumvoorstelling, thematische kruiswoordraadsels in folders en plaatselijke bladen, enz.



**TIP:** Het uitwerken van een aangepast spel of wedstrijd is een creatieve manier om het publiek te informeren over een evenement. Tracht bijvoorbeeld een veelgelezen krant te overtuigen om promotie te voeren voor het evenement in ruil voor een VIP-behandeling van een groep lezers tijdens het evenement (door bv. een overnachting in een luxehotel aan te bieden, een diner met de deelnemers,...)

Bij het samenstellen van een **briefingpakket voor de media** kan aan het volgende gedacht worden: agenda, contactpersoon voor het project en telefoonnummers, filosofie van de methode, overzicht van het project, planning, deelnemerslijst en toelichting bij de selectieprocedure, informatie over de rapportering, ledenlijst van stuurgroep/adviescomité, informatie over de organisaties die het project steunen, bijkomende informatie over de behandelde onderwerpen, commentaar.

Het **inschrijvingsgeld** voor het bijwonen van het evenement kan voor iedereen hetzelfde zijn of ook afhankelijk gemaakt worden van de koopkracht. Ook wordt bij bepaalde evenementen de toegangsprijs zo laag mogelijk gehouden om een zo groot mogelijke opkomst en participatie te bekomen. Eventueel kan ook gevraagd worden om vooraf in te schrijven (en te betalen).

### (9) Facilitator

De rol van de facilitator is van essentieel belang in alle participatieve methoden. Bepaalde van zijn of haar taken verschillen van methode tot methode, maar in het algemeen is het de verantwoordelijkheid van de facilitatoren om het verloop van de werkzaamheden in het oog te houden en ervoor te zorgen dat iedereen bij de zaak blijft en de timing respecteert. Dit veronderstelt een vastberaden en diplomatisch optreden. De facilitator moet flexibel, onbevooroordeeld, empathisch, enthousiast en luisterbereid zijn. Hij of zij dient een respectvolle band met de deelnemers te ontwikkelen en op een duidelijke en vriendelijke manier met hen te communiceren. De facilitator zorgt ervoor dat de groep bij de zaak blijft en dat ook minder vlotte deelnemers aan bod komen.

**TIP:** Het kan nuttig zijn indien de facilitator een regionale of nationale bekendheid is.

Vereiste kwalificaties van een goede facilitator:

- Aanzienlijke aanleg voor en ervaring in het modereren en (bege)leiden van vergaderingen.
- Onafhankelijk zijn, zowel politiek in het algemeen als met betrekking tot het onderwerp in kwestie. De facilitator kan geen pleitbezorger zijn van een van de betrokken standpunten of van een politieke partij die al een positie heeft ingenomen.
- Hij of zij kent het onderwerp of heeft de tijd om vóór het evenement van start gaat die kennis te verwerven.
- Bij de ene methode is een goede kennis van het onderwerp belangrijker dan bij de andere.
- Vermogen tot empathie met uiteenlopende soorten mensen en in staat om hun bekommernissen en vragen naar boven te halen.
- Reputatie is voor de deelnemers minder belangrijk dan het gevoel dat de facilitator met hen begaan is en namens hen optreedt.
- Kennis van verschillende soorten groepsprocessen, zodanig dat alle deelnemers het gevoel hebben dat ze de kans kregen om hun mening te verkondigen.
- In staat om als lid van het projectteam te fungeren en nauw samen te werken met de projectleider en/of organisatoren.

**(10) Implementering en benchmarking**

De meeste plannen falen omdat mensen niet weten hoe te beginnen met het implementeren van een project of programma. Voor elk project moet een leider gezocht worden die het van begin tot einde zal volgen. Zonder een dergelijke figuur zal de kans op succes vrij gering zijn. Vaak is het handig als één persoon als coördinator dienst doet. Indien bij de organisatie van het project een stuurgroep of adviescomité werd ingeschakeld, kan dat verder blijven fungeren als coördinatie-organisme. Een interessante manier om met succes projecten te implementeren bestaat erin een interne medewerker van een planningprogramma of iets dergelijks te vragen om als 'speerpunt' op te treden en de projecten te coördineren.

**TIP:** Begin met kortetermijnprojecten die een grote zichtbaarheid garanderen. Dat soort projecten zal u helpen om via kleine maar onmiskenbare verbeteringen op kruissnelheid te komen. Het is een veel voorkomende vergissing om maar meteen te starten met een groot project en een maximale impact te betrachten. Al te vaak gaat zo'n project de mist in omdat de betrokkenen de energie niet kunnen blijven opbrengen. Ook niet-zichtbare projecten (achter de schermen) worden best uitgesteld tot de omstandigheden ervoor gunstig genoeg zijn. Dat soort projecten krijgt immers weinig publieke belangstelling en is daardoor minder motiverend voor de deelnemers. Omgekeerd trekt succes mensen aan, zodat het rekruteren voor toekomstige projecten na een goede start makkelijker wordt.

Benchmarking' is de naam voor een proces dat eruit bestaat meetbare doelstellingen te bepalen voor het tot stand brengen van specifieke projecten en het vervullen van opdrachten.

Benchmarking kan gebruikt worden voor het evalueren van een concept en van de vooruitgang in een project. Het moet wel gepland gebeuren en een platform bieden voor bijsturing. Tegelijk kan het ook de gelegenheid vormen om successen te vieren.

**(11) Verspreiding van de resultaten**

Nadat het verslag is opgesteld, wordt het gedrukt in voldoende hoeveelheden om verspreid te worden onder alle belangrijke stakeholders, waaronder de betrokken parlementaire instellingen of ministeries, ondernemingen en niet-gouvernementele organisaties. Wellicht hebben ook andere groepen en individuen eerder al exemplaren aangevraagd en dat kan tot enige tijd na het evenement ook nog het geval zijn. Voorzie voor de deelnemers enkele bijkomende exemplaren die ze in hun persoonlijke entourage kunnen verspreiden.

Ook het team dat het project beheerde kan wellicht extra exemplaren gebruiken als ze van plan zijn in de toekomst presentaties of lezingen te houden voor groepen. Naast het rapport zelf kunnen de resultaten ook verspreid worden via andere initiatieven: persconferenties, lezingen en tentoonstellingen of door middel van web sites en andere nieuwe media.

**VERGELIJKENDE TABEL VOOR PARTICIPATIEVE METHODEN**

Methode	Doelstellingen	Thema*				Deelnemers	Tijd		€
		Kennis	Maturiteit	Complexiteit	Controversie		Evenement	Totaal	
21 <sup>st</sup> Century Town Meeting <sup>o</sup>	Om duizenden mensen tegelijk (tot 5.000 per bijeenkomst) te betrekken bij de debatten over complexe politieke kwesties	+	+/-	+	+/-	Iedereen	1-3 dagen	1 jaar	4
Burgerjury	Is gericht op een beslissing die representatief is voor de gemiddelde goed geïnformeerde burger	+/-	+/-	+/-	+	12-24 willekeurig geselecteerde burgers Deskundigen, stakeholders en politici geven input	3 dagen	4-5 maand	4
Charrette	Genereert consensus onder verschillende groepen mensen en levert een actieplan op	+/-	+/-	-	+/-	Doorsnee burgers of stakeholders. Anderen geven input	1-5 dagen	2-3 maand	3
Consensus-conferentie	Adviezen in consensus over een controversiële kwestie	+	+/-	+	+	10-30 willekeurig geselecteerde burgers. Anderen geven input	3 weekends	7-12 maand	4
Deliberative polling <sup>o</sup>	Tegelijk een representatief en een geïnformeerd (op debat gebaseerd) beeld van wat het publiek denkt en voelt over een belangrijke publieke kwestie	-	+/-	-	+/-	Een willekeurig en representatief staal van de bevolking	1 dag	8 maand	4
Delphi	Aan bod laten komen van alle opvattingen en opties met betrekking tot complexe onderwerpen	-	-	+	+/-	Deskundigen	Variabel	Variabel	1-3
Expert Panel	Een synthese van uiteenlopende input omtrent een gespecialiseerd onderwerp. Tot aanbevelingen komen	-	-	+	+/-	Deskundigen	Variabel	Variabel	2
Focusgroep	Informatie verkrijgen over houdingen, voorkeuren en waarden van een groep mensen met betrekking tot een thema	+/-	-	+/-	+/-	Stakeholders en /of burgers (groepen van +/- 12 personen)	2 uur – 1 dag	1 maand	1
Planningcel	Burgers vernemen meer over en kiezen uit verschillende opties met betrekking tot een dringende en belangrijke kwestie. Ontwikkelen van een actieplan	+/-	-	+/-	-	25 gemiddelde burgers. Deskundigen & stakeholders stellen standpunten voor	5 dagen	5 maand	4
Praatcafé	Genereren en uitwisselen van ideeën	+/-	-	-	+/-	Iedereen	4 uur – 1 dag	1 maand	1
Scenario-methoden	Plannen om voorbereid te zijn op een onzekere toekomst. Meningsvorming	-	-	+	+/-	Iedereen	2-5 dagen	6 maand	1-3
Technologie-festival	Eenpubliek debat over maatschappelijke kwesties in verband met wetenschap en technologie	-	-	+/-	+/-	Iedereen	1-2 dagen	6-12 maand	4
Evaluatie van Participatieve Processen		+/-	+/-	+/-	+/-	Alle stakeholders	Variabel	Variabel	Var

Legende: Verklaring van de gebruikte symbolen:

*Onderwerp	+	+/- = gemiddeld	-
<b>Kennis</b>	Er bestaat heel wat gemeenschappelijke kennis.		Er is weinig gemeenschappelijke kennis.
<b>Maturiteit</b>	De meeste mensen hebben zich al een mening over het onderwerp gevormd		Het onderwerp is nieuw. De mensen denken er nog over na.
<b>Complexiteit</b>	Zeer complex of technisch		Niet bijzonder complex of technisch
<b>Controversie</b>	Zeer controversieel		Niet erg controversieel

Noot: +/- betekent dat de methode zowel bruikbaar is voor onderwerpen met een + of een -.

€ : 1 = goedkoop; 2 = gemiddeld; 3 = duur; 4 = zeer duur



# 21ST CENTURY TOWN MEETING®<sup>1</sup>

## **I. DEFINITIE**

Een «21st Century Town Meeting» is een forum waarbij technologie gecombineerd wordt met rechtstreekse dialoog in kleine groepen, waarbij duizenden mensen tegelijk (tot 5.000 per bijeenkomst) kunnen betrokken worden bij de beraadslaging over complexe kwesties van publiek belang. Dankzij een combinatie van stemapparatuur, groupware computers, projectie op groot scherm, teleconferencing en andere technologieën, stellen 21st Century Town Meetings de talrijke deelnemers in staat om bij te dragen tot het debat en de collectieve kennis van een zeer grote groep. Een 21st Century Town Meeting is meer dan alleen maar een evenement: het is een geïntegreerd proces van betrokkenheid van burgers, stakeholders en gezagsdragers waarbij aanbevelingen tot stand komen over de politieke besluitvorming binnen tijdskaars die sporen met de bestuurscycli en de vragen van de media.

## **II. WANNEER GEBRUIKEN**

Grootschalig publiek overleg kan een invloed hebben op de voorwaarden en resultaten van een debat, de vorm en de inhoud van voorgestelde of aangenomen beleidsmaatregelen of de besteding van een budget. Ongeacht het concrete onderwerp, zullen mensen makkelijker deelnemen aan een overlegprocedure als ze ervan overtuigd zijn dat hun bijdrage op een redelijke termijn gevolgen zal hebben in het echte leven. Een 21st Century Town Meeting valt om die reden te overwegen waar er een rechtstreekse link is met de voornaamste beleidsvormers die borg staan voor resultaten.

Drie categorieën van publieke besluitvorming (ongeacht of ze qua reikwijdte lokaal, regionaal of nationaal is) zijn bijzonder geschikt voor de methodologie van de 21st Century Town Meeting: planning en economische ontwikkeling, budgettering en toekennen van middelen en beleidsformulering.

### **1. ECONOMISCHE PLANNING EN ONTWIKKELING.**

Planning, ongeacht het politieke niveau waarop ze plaatsvindt, is een complexe onderneming waarbij uiteenlopende kwesties tegenover elkaar moeten afgewogen worden (economische ontwikkeling, milieu, huisvesting, onderwijs), met aandacht voor de wisselwerking tussen investeringen op korte en op lange(re) termijn. Met de 21st Century Town Meeting kan een grote groep mensen efficiënt doorheen een dergelijke planningsdoolhof geloodst worden. De zorgvuldig ontwikkelde richtsnoeren en dialoogvragen van het model worden gecombineerd met stemtechnologie om over de gewenste thema's te beslissen en om de deelnemers in staat te stellen hun opties te rangschikken volgens vooraf overeengekomen criteria en waarden.

<sup>1</sup> "21st Century Town Meeting" is een handelsmerk van AmericaSpeaks, een Amerikaanse nonprofit-organisatie. Omwille van de vlotte leesbaarheid zal het symbooltje van gedeponeerd handelsmerk niet systematisch gebruikt worden.

## 2. BUDGETTERING EN TOEKENNING VAN MIDDELEN.

Een 21st Century Town Meeting kan zeer nuttig zijn wanneer verkozenen of beampten budgettaire prioriteiten moeten vastleggen of moeilijke knopen moeten doorhakken. Begrotingen hebben een enorme impact op de kwaliteit van het dagelijkse leven van mensen omdat de behoeften vaak groter zijn dan de beschikbare middelen. Daardoor zijn er bij elke besluitvorming rond begroting winnaars en verliezers. Een 21st Century Town Meeting effent het terrein: geen enkele georganiseerde groep kan de beraadslagingen naar zich toetrekken. Iedereen deelt dezelfde agenda en elke aanwezige heeft een gelijkwaardige stem in het kapittel. Door gebruik te maken van dit publieke en transparante proces voor de besluitvorming rond budgettering, vergroot de kans dat het toekennen van de middelen het gemeenschappelijk belang zal reflecteren en niet zomaar de prioriteiten van de meest mondigen.

## 3. BELEIDSFORMULERING.

Een 21st Century Town Meeting is bij uitstek geschikt wanneer belangrijke beslissingen over het politieke leven moeten genomen worden, wanneer het politieke landschap "open ligt", een bepaalde bevolkingsgroep grote belangen heeft bij een of andere maatregel en/of wanneer uit onderzoek blijkt dat mensen geloven dat een consensus mogelijk is, ook al komen de politici er vanwege partijgebonden standpunten niet uit. Het model is ideaal om de angel te halen uit netelige kwesties, omdat het alle deelnemers een gelijkwaardige stem geeft en een schema volgt waarbij waardegebonden vragen gebruikt worden om tot concrete aanbevelingen voor het beleid te komen.

In elk van de drie hierboven geschetste situaties kan een 21st Century Town Meeting bijzonder nuttig blijken bij het nemen van maatregelen voor een geografisch uitgestrekt gebied. Teleconferencing en satellietvideo-technologie, gecombineerd met bestaande vergadermethodologieën bieden mogelijkheden op het vlak van simultane informatie-uitwisseling en overleg op verschillende locaties.

## III. PROCEDURE

### A. Kort overzicht

Zoals hierboven opgemerkt, is een 21st Century Town Meeting een geïntegreerd proces van onderling engagement van burgers, stakeholders en politieke verantwoordelijken verspreid over maanden, maar voorafgaand aan en volgend op een grootschalig evenement. Centraal in het proces staat het één dag durende Town Meeting-evenement, maar het door-slaggevende voorbereidende werk omvat:

- ervoor zorgen dat de beleidsmensen voorbereid zijn om samen te werken met het publiek,
- betrekken van de stakeholders bij het planningproces,
- het tot stand brengen van een politiek neutrale, relevante en toegankelijke leidraad bij de discussie,
- opstellen van een evenwichtige agenda en
- vastleggen van een actieplan voor de follow-up.

De 21st Century Town Meeting zelf verloopt via vier stadia:

- vastleggen van de context,
- verduidelijken van de waarden,
- ontwikkelen van aanbevelingen,
- rapporteren.

Uiteindelijk is het de bedoeling dat dat een grote, demografisch representatieve doorsnede van de samenleving haar stem kan laten horen. De deelnemers verlaten een 21st Century Town Meeting met een neerslag van hun werk en een reëel belang in de implementering ervan. Aangezien beleids mensen bij het evenement betrokken zijn en zich in principe akkoord verklaren om de aanbevelingen op te volgen, kan het werk van 21st Century Town Meeting een blijvende impact hebben.

**BEMERK:** Een 21st Century Town Meeting is gefocust op discussie en overleg tussen burgers. Toespraken, vraag- en antwoord-sessies of panelpresentaties zijn bijgevolg niet voorzien.

## **B. De voorbereidende fase**

Het proces van een 21st Century Town Meeting bestaat uit een aantal sleutelcomponenten, sommige enkel behorend tot bepaalde stadia, andere kenmerkend voor de hele duur van het project:

- **In kaart brengen van de situatie met betrekking tot het onderwerp.** Het onderwerp voor een 21st Century Town Meeting moet zorgvuldig gekozen en uitgewerkt worden. Bij de vragen die men zich moet stellen vermelden we:
  - o Wie zijn de belangrijkste beleidsverantwoordelijken, stakeholders en betrokken gemeenschappen?
  - o Hoe liggen de kaarten voor de belanghebbenden precies?
  - o Welke besluitvormingsprocessen zijn al aan de gang?
  - o Hoe kan het debat voortbouwen op eerdere activiteiten?
  - o Welke informatie is voor het besluitvormingsproces vereist?
  - o Hoe ziet de geschiedenis van het onderwerp eruit en wat met het huidige politieke klimaat er rond?Het uitwerken van eender welke kwestie is een geleidelijk proces. Wellicht zullen daarom voortdurend dergelijke vragen blijven opduiken en om nieuwe antwoorden vragen.
- **Betrekken van de stakeholders en coalitievorming.** 21st Century Town Meetings hebben een reële impact vanwege de rechtstreekse en overduidelijke band(en) met de politiek en de besluitvormingsprocessen aangaande het onderwerp. Zonder de deelname en het engagement van een grote groep manifeste bondgenoten en zich duidelijk profilerende voorstanders kan het nooit succes hebben. Daarom kan het ook niet aangepast worden voor gebruik bij workshops van het type "focusgroep" (zie verder) noch als alternatief voor een opiniepeiling. Een gesofistikeerde en permanente strategie voor stakeholderanalyse resulteert in een grote betrokkenheid van die stakeholders, zowel in het eigenlijke proces als in de activiteiten op lange termijn. Ook diegenen van wie de belangen door de publieksconsultatie op het spel staan, moeten van in een vroeg stadium bij het proces betrokken worden en men voorziet best in reservestrategieën om bij weerstand op terug te vallen.

**BEMERK:** Het proces van het ontwikkelen van een 21st Century Town Meeting kan wezenlijk bijdragen tot het verhogen van de algemene capaciteit van een gemeenschap wat burgerparticipatie en betrokkenheid betreft.

- **Samenstellen van een organisatiecomité.** Een organisatiecomité trekt het proces van het 21st Century Town Meeting-proces en draagt ook de verantwoordelijkheid. Hij bepaalt de strategie, zorgt voor het budget, engageert externe consultants voor bepaalde deeltaken (rekrutering, communicatie en public relations, beheer van het evenement, inschrijvingen) en begeleidt de projectleiders en het betrokken personeel.
- **Garanderen van diversiteit onder de deelnemers.** Deelnemers aan een 21st Century Town Meeting moeten een uiteenlopende achtergrond hebben en afkomstig zijn uit de verschillende gemeenschappen voor wie de kwestie gevolgen kan hebben. Diversiteit onder de deelnemers zal de beleidsmakers ervan helpen overtuigen dat het resultaat van het proces de behoeften en standpunten van de hele gemeenschap weerspiegelt. Hoewel de deelnemers zich in laatste instantie zelf aandienen, moet al het mogelijke gedaan worden om mensen uit alle lagen van de bevolking aan te trekken, en in het bijzonder uit die groepen die zich achtergesteld voelen en normaal weinig of niet participeren in dat soort van activiteiten voor de burger. Om zeker te zijn dat de gewenste doelgroepen bereikt worden zullen teams aan de slag gaan (doorgaans samengesteld uit voltijdse en deeltijdse veldwerkers die leven en/of werken in doelgroepgemeenschappen) om de betrokkenheid te garanderen van plaatselijke organisaties en voortrekkers die tegelijk het evenement ondersteunen en helpen bij het aantrekken van de deelnemers. Naarmate de deelnemerslijsten langer worden, zullen die teams ingeschakeld kunnen worden om na te gaan welke demografische en geografische bevolkingsgroepen ondervertegenwoordigd zijn, om dienovereenkomstig, via de media en via de 'straat', de rekruteringsinspanningen bij te stellen.
- **Ontwikkelen van het materiaal.** De capaciteit van een 21st Century Town Meeting om grote groepen burgers doorheen een complex besluitvormingsproces met tal van facetten te loodsen, berust op de nadruk die in het model gelegd wordt op zorgvuldig uitgewerkt informatiemateriaal dat politiek neutraal, bevattelijk en representatief is voor het onderwerp. Het educatief materiaal dat in het kader van een 21st Century Town Meeting ontwikkeld wordt, moet niet alleen alle standpunten vertolken maar ook voldoende context en historische achtergrond bieden én tegelijk ruimte laten opdat mensen nieuwe opties kunnen ontwikkelen.
- **De rol van de media.** Media-aandacht is van cruciaal belang voor de participatie in een 21st Century Town Meeting, even belangrijk als de opbouw van de nodige legitimiteit in de ogen van het grote publiek en de beleidsmakers. De eerste inspanningen om de media te bereiken betreffen doorgaans plaatselijke nieuwsbladen en radiostations. Naarmate het project op dreef komt, zullen ook de grotere bladen en belangrijker media belangstelling beginnen te vertonen.
- **Uitbouwen van de personeelsstructuur.** Het beheer van een 21st Century Town Meeting vereist een aanzienlijk aantal personeelsleden en vrijwilligers. De grootte van de staf is uiteraard afhankelijk van de grootte van het evenement. Voor een groep van 4.000 deelnemers dient men ongeveer 40-50 personeelsleden en een 500-tal vrijwilligers te voorzien. Gaat het om 200 deelnemers, dan volstaan 8 à 10 stafmensen en 40 à 45 vrijwilligers. Die vrijwilligers krijgen een opleiding om een van de drie rollen op zich te nemen die bepalend zijn voor het welslagen van het evenement:



1. *Tafelbegeleiders of facilitators.* De basisprincipes van een 21st Century Town Meeting (ruimte creëren voor een echte dialoog, gelijkheid garanderen van alle deelnemers, aandacht schenken aan alle standpunten) kunnen niet volgehouden worden zonder een productief overleg per tafel. Maar om een productief overleg te krijgen is een trefzekere begeleiding doorslaggevend. De tafelbegeleiders moeten daarom een stevige achtergrond hebben in het werken met kleine groepen en ervaring hebben en vertrouwd zijn met het afwerken van een intensief programma van een hele dag.

2. *"Thema team"-leden.* Een van de unieke onderdelen van een 21st Century Town Meeting is het herhaald in thema's samenvatten van het werk van de deelnemers: het lezen van de ideeën afkomstig van de verschillende tafels (in real time doorgestuurd via een draadloos netwerk), er de belangrijkste thema's of boodschappen uit distilleren en ze in die vorm weer voorleggen aan de grote groep, om te bevestigen wat eerder werd besproken en verdere verfijningen mogelijk te maken. Het werk van het 'Thema team' zorgt ervoor dat met de discussie onmiddellijk wordt ingegaan op de standpunten en de input van de deelnemers. Verder maakt het 'Thema team' mogelijk dat er gewerkt kan worden in de richting van een consensus omtrent aanbevelingen waarmee de beleidsverantwoordelijken direct aan de slag kunnen.

3. *Deskundigen in het onderwerp.* De deskundigen lopen door de zaal en beantwoorden vragen, opdat de tafelgesprekken op hoog niveau verlopen en niet blijven steken bij gebrek aan technische informatie, specifiek voor het onderwerp.

Naast deze stafmedewerkers staan vrijwilligers in voor bepaalde belangrijke taken, zoals het oproepen van de ingeschreven personen om hen te herinneren aan het tijdstip van de bijeenkomst en om de laatste informatie mee te delen. Ze vullen de mappen voor de deelnemers met handleidingen, formulieren en achtergrondmateriaal en verspreiden bijkomend materiaal op de tafels. Vergeet niet dat bij een evenement met 4.000 deelnemers minstens 400 tafels nodig zullen zijn. Ze zorgen voor de inschrijvingen van de deelnemers ter plaatse, verwelkomen en begeleiden hen. Ze verdelen de maaltijden, vullen ontbrekend materiaal aan en helpen mensen met specifieke behoeften. Ze kunnen inspringen bij het modereren van de tafelgesprekken door vragen te beantwoorden en desgevallend een van de aanwezige deskundigen te sturen. Ze houden zich bezig met het computergebruik, met software- en hardwareproblemen, enz.

## **C. De 21st Century Town Meeting zelf**

*Situëren in de context.* Een 21st Century Town Meeting begint met een verwelkoming door de organisatoren en een kort woordje van de voornaamste politieke figuren die de context van het overleg schetsen. De deelnemers beginnen met het beantwoorden van demografische vragen. Op die manier raken ze vertrouwd met de gebruikte stemapparatuur en ontstaat een beeld van het publiek in de zaal: leeftijd, geslacht, ras, inkomen, woonplaats en andere criteria die relevant zijn voor het behandelde onderwerp.

*De eigen waarden verduidelijken.* Vóór elke beraadslaging over de inhoud zelf is er een 'waardendiscussie' waarin de deelnemers uitzoeken wat voor hen in de aangekaarte kwesties echt van belang is. Een 21st

Century Town Meeting wil dat de deelnemers tot een rangorde komen van hun ideeën en bekommernissen en het model gaat ervan uit dat zulks moeilijk is zolang mensen geen duidelijkheid hebben omtrent hun onderliggende waarden. Die waardendiscussie legt de basis voor de komende vier à vijf uur gesprekken.

*Aanbevelingen formuleren.* Tijdens een 21st Century Town Meeting, gaan de deelnemers korte, diverse tafelgesprekken aan die begeleid worden door ervaren professionals. De grootte van de groep (10-12 deelnemers per tafel) zorgt voor een geruststellende omgeving waarin de deelnemers kunnen leren van elkaar, reageren op ideeën en gebruik maken van het aangeboden materialen om zich een mening te vormen en uiteindelijk tot een gemeenschappelijk standpunt te komen waarin zo goed mogelijk de individuele perspectieven weerspiegeld zijn. De tafelbegeleiders zorgen ervoor die iedereen aan bod komt en dat het hele proces democratisch verloopt.

Vrijwilligers aan elke tafel houden zich bezig met de verslaggeving. Ze gebruiken daarvoor draagbare computers die door middel van een netwerk met elkaar zijn verbonden en dienst doen als elektronische flip-overs waarop de ideeën uit de gesprekken bijeen worden gebracht. De verzamelde gegevens gaan naar het Thema team dat er de gemeenschappelijke prioriteiten en aanbevelingen uit distilleert en ze dan snel presenteert aan de voltallige vergadering, met het oog op de nodige verduidelijkingen en aanpassingen en om er uiteindelijk over te stemmen. Dat over en weer schakelen tussen de klein- en de grootschalige dialoog vindt zo vaak plaats als nodig om tot aanbevelingen te komen.

De deelnemers stemmen via een draadloos toetsenbordje dat ze bij het begin van de bijeenkomst gekregen hebben. Die stemapparatuur wordt gebruikt voor allerhande peilingen in de loop van het forum. Bijvoorbeeld om uit te maken welke aanbevelingen de deelnemers verkiezen, om beslissingen te nemen over de onderwerpen die verder worden uitgediept, om demografische informatie te verkrijgen en om de bijeenkomst te evalueren.

De combinatie van laptop computers en stemapparatuur levert grote volumes aan demografisch sorteerbare gegevens op die zeer waardevol kunnen zijn voor beleidsmakers maar ook voor de media. Die vorm van stemmen tijdens de vergadering komt ook de transparantie tijdens de vergadering ten goede en maakt aan alle deelnemers duidelijk dat hun stem wel degelijk wordt gehoord.

Een hoofdfacilitator leidt het verloop van het programma van op het podium, waar op grote videoschermen ook in real time voor alle aanwezigen de gegevens, thema's en informatie worden geprojecteerd. Wanneer de thema's (met het percentage van de aanwezigen dat ze steunt) op de schermen worden geprojecteerd, krijgen duizenden mensen onmiddellijke feedback over hoe de resultaten van hun tafelgesprekken aansluiten bij of afwijken van die van het hele forum. Het gebruik van grote schermen toont de individuele deelnemer hoe de mening van de groep als geheel in de loop van de gesprekken evolueert.

*Eindrapportering.* De laatste 30 minuten worden gebruikt om de dag te evalueren, de volgende stappen te overlopen en de beleidsmakers aan het woord te laten over wat ze van de deelnemers hebben opgestoken. Tegen het einde van de vergadering levert het Thema team een voorlopig verslag af met de bevindingen: de stemresultaten en de thema's die zijn komen bovendrijven. Elke deelnemer, beleidsverantwoordelijke en journalist krijgt bij het verlaten van de zaal het verslag.

## IV. OVER DE BENODIGDE MIDDELEN

### A. Plan van aanpak

Een grootschalige 21st Century Town Meeting is arbeidsintensief en duur. De beschikbaarheid van de infrastructuur en de vraag naar de nodige middelen zullen hoe dan ook aan bod moeten komen bij de beslissing om er al dan niet gebruik van te maken. Alles samen kan het een half jaar tot een jaar duren om een 21st Century Town Meeting-project te organiseren en te implementeren. Veel van de tijd zal in het begin gaan naar het ontwikkelen van het onderwerp, het aantrekken van stakeholders en het vormen van coalities. In de meest gevallen volgt het verloop van het opzetten van het evenement min of meer de onderstaande tijdlijn:

<b>15 weken voor het evenement:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Beslissen over de datum en de grootte van de vergadering</li><li>■ De plaats van het gebeuren vastleggen</li><li>■ De voorlopige begroting finaliseren</li><li>■ Een organisatiecomité samenstellen</li><li>■ De stakeholders identificeren</li><li>■ Financieringsbronnen en medeorganisatoren zoeken</li></ul>	<b>12 weken voor het evenement:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Follow-up van de telefoongesprekken met lokale partners</li><li>■ (Creëren van website design)</li><li>■ Plannen en implementeren van opstellen inhoudelijk materiaal</li><li>■ Organisationscomité samenroepen</li><li>■ Mediastrategie beginnen voor te bereiden</li></ul>
<b>14 weken voor het evenement:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Eerste discussie over inhoud/opzet</li><li>■ Verder stakeholders blijven identificeren</li><li>■ Contractanten zoeken voor het plaatselijke personeel</li><li>■ Een 'Achter de schermen'-evenement voorbereiden voor de uitgenodigde gasten die belangstelling tonen voor het proces</li></ul>	<b>11 weken voor het evenement:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Plaatselijke medewerkers opleiden en tijdsband voor het project opstellen</li><li>■ Stramen van deelnemershandleiding ontwikkelen</li><li>■ Start bekendmaking naar beleidsmakers, VIP's</li><li>■ Bezoek aan de plaats van het gebeuren en samenroepen van de partners</li><li>■ Gesprekken met en aanwerving van plaatselijke veldwerkers</li></ul>
<b>13 weken voor het evenement:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Hoe wordt het evenement bekend gemaakt: bepalen van de doelstellingen en strategie</li><li>■ Laatste hand leggen aan de personeelsomkadering</li><li>■ Inhoudelijke vereisten vastleggen</li><li>■ Planning en timing opstellen voor de organisatiecomité</li><li>■ Nadenken over gegevensbronnen om inhoudelijke ondersteuning vorm te geven</li></ul>	<b>10 weken voor het evenement:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>■ (Plan ontwikkelen voor de website)</li><li>■ Plan ontwikkelen voor de inschrijvingen</li><li>■ De laatste hand leggen aan de voornaamste mediastrategieën</li><li>■ Vervolledigen van het eerste programma-ontwerp</li><li>■ Finaliseren van verloop, beheer van het evenement</li><li>■ Kladversie van het promotiemateriaal</li><li>■ Beginnen met de rekrutering van thema team en deskundigen</li></ul>

<p><b>9 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Afwerken van werkgebiedstrategieën en werkplannen</li> <li>■ Afwerken van promotiemateriaal</li> <li>■ Beginnen met de rekrutering van begeleiders; een timing opmaken voor hun opleiding</li> <li>■ Nazien 1st kladversie Deelnemershandleiding</li> <li>■ Start van de promotie naar potentiële deelnemers</li> </ul>	<p><b>4 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Laatste hand leggen aan technische vereisten, grondplan</li> <li>■ Definitieve 'look &amp; feel' van de plaats van het gebeuren bepalen</li> <li>■ Behoeften catering</li> <li>■ Laatste hand sprekerslijst</li> <li>■ Plan opstellen voor dienstverlening in kader van bijzondere behoeften</li> <li>■ Opleiding van vrijwilligers en medewerkers plannen</li> </ul>
<p><b>8 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ (Lanceren van de website)</li> <li>■ Lanceren van de inschrijvingen (online &amp; telefonisch)</li> <li>■ Lanceren van de promotie</li> <li>■ Afwerken plan voor de speciale dienstverlening (bvb. kinderopvang)</li> <li>■ Gesprekken met de resterende consultants/verkopers</li> </ul>	<p><b>3 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Lanceren van mediaplan</li> <li>■ Intensief naar buiten brengen van het evenement</li> <li>■ Lanceren promotie</li> <li>■ Produceren en finaliseren van materiaal ter vertaling</li> <li>■ Produceren van deelnemershandleiding en verspreiden onder de deelnemers</li> </ul>
<p><b>7 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bespreken eerste programmaopzet</li> <li>■ Begin vergaderingen met beleidsmakers/VIPs</li> <li>■ Afwerken van Deelnemershandleiding</li> <li>■ Contracten onderhandelen voor het inhuren van consultants/verkopers</li> <li>■ Organisatiecomité vergadert over deelnemershandleiding/opzet van het programma</li> </ul>	<p><b>2 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Start van media-inschrijvingen</li> <li>■ Follow-up-plan afwerken</li> <li>■ Deelname VIP's en aangezochte verkozenen bevestigen</li> <li>■ Definitieve promotie en intensieve mediacampagne</li> <li>■ Volledig uitgewerkt programmaopzet</li> <li>■ Beginnen aan definitieve programmascript</li> <li>■ Laatste hand opleidings- en oriënterend materiaal</li> <li>■ Definitieve bestelling catering</li> </ul>
<p><b>6 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Plan opstellen voor vertaalwerk</li> <li>■ Grafisch ontwerp van deelnemershandleiding ontwikkelen</li> <li>■ Bespreken tweede programmaopzet</li> <li>■ Focusgroep houden rond deelnemershandleiding</li> </ul>	<p><b>De laatste week voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Herinneringstelefoontjes naar de ingeschrevenen</li> <li>■ Laatste hand aan programmascript</li> <li>■ Voorbereiding vergadering bestaffing</li> <li>■ Training/briefing sprekers, facilitator, medewerkers en vrijwilligers</li> <li>■ Planning van de audiovisuele installatie en technologie</li> <li>■ Generale repetitie van het programma</li> <li>■ Materiaal en mappen voor de deelnemers voorbereiden</li> <li>■ Planning gegevensanalyse en redactie eindrapport</li> </ul>
<p><b>5 weken voor het evenement:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Onderdelen van de medialancering voorbereiden</li> <li>■ Follow-up-plan opstellen voor de eerste 2-4 weken</li> <li>■ Deelnemershandleiding klaarmaken voor druk</li> <li>■ Organisatiecomité samenroepen betreffende promotie/programmaopzet</li> <li>■ Vrijwillige medewerkers voor Town Meeting rekruteren</li> </ul>	<p><b>De follow-up:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Vergaderingen met organisaties, leiders, VIPs, organisatiecomité</li> <li>■ Follow-up van de perscontacten</li> <li>■ Gegevensanalyses</li> <li>■ Updaten van gegevensbestand</li> <li>■ Publiceren van eindrapport en ter beschikking stellen via internet</li> </ul>

## B. Budget

De voornaamste begrotingsposten voor een 21st Century Town Meeting zijn

- **Projectbeheer:** opzet, planning, begeleiding, productie, follow-up, administratieve kosten,
- **Technologie en audiovisuele hulpmiddelen:** laptop computers, stemapparatuur, software, grote projectieschermen, geluidstelsysteem, teleconferencing-apparatuur,
- **Communicatie en promotie:** planning, personeel, materiaal,
- **Evenement:** huur- en productiekosten: planning, logistiek, verhuurservice, veiligheid, materiaal,
- **Ondersteunende diensten:** vertaling, dovertolken, inschrijving, transport, kinderopvang

**MERK OP:** Hoewel het opzetten van een 21st Century Town Meeting behoorlijk wat geld kost, kan deze methode doorgaans concurreren met bijvoorbeeld opiniepeilingen of PR-strategieën, als ze al niet goedkoper uitvalt. Bovendien kan een authentieke publieksdeelname rond controversiële onderwerpen de hoge kostprijs van controverses en vertraging naderhand wellicht helpen voorkomen.

## V. ANDERE BESTE PRAKTIJKEN EN MOGELIJKE VALKUILEN

Een 21st Century Town Meeting stelt duizenden mensen in staat om samen een kant-en-klare lijst van aanbevelingen op te stellen omtrent complexe openbare kwesties. Hoewel geen twee Meetings dezelfde zijn bepalen variabelen zoals het eigenlijk thema, de omvang van de groep, aard van de aanwezigen en het politieke landschap mee hoe het eindresultaat eruit ziet. Er zijn bepaalde kerncomponenten noodzakelijk opdat het initiatief een succes kan worden:

- **Een voldoende "rijp" onderwerp.** De (financiële) inspanningen zijn pas goed besteed als de overlegprocedure een impact heeft op de reële en huidige politiek en/of de beslissingen omtrent de besteedbare middelen.
- **Geloofwaardigheid, zowel bij de burger als bij de beleidsverantwoordelijken.** Partijdigheid en vooroordelen moeten geweerd worden bij de planning en de verwezenlijking van evenementen maar ook in de mix van deelnemers en in het discussiemateriaal is neutraliteit belangrijk. Het besluitvormingsproces moet open en transparant zijn.

**MERK OP:** De beleidsmakers kunnen het zich niet veroorloven een 21st Century Town Meeting als "window dressing" te beschouwen. Ze zijn actief betrokken in de paneldiscussies, observeren het proces en reageren aan het einde van de dag op de input vanwege de burgers.

- **Diversiteit in de participatie.** Geen enkele groep mag buiten het proces blijven en daarbij maakt het niet uit hoe groot de "gemeenschap" is. Alle stemmen moeten gehoord worden, zeker die van de meest gemarginaliseerde groe-

pen. Een voldoende divers segment van het beoogde publiek moet aan het proces deelnemen om de geloofwaardigheid bij beleidsmakers en media niet in het gedrang te brengen.

- **Een veilige publieke ruimte.** Evenementen moeten zo opgezet worden dat ze consequent op zoek gaan naar een eerlijke en productieve dialoog en voor een geëffend terrein zorgen waar de stem van individuele burgers net zo goed gehoord wordt als die van de gevestigde belangengroepen.
- **Een geïnformeerde dialoog.** Om de perceptie tegen te gaan dat burgers ongeïnformeerde meningen vertolken, moet een beraadslaging van hoge kwaliteit gepaard gaan met een degelijke begeleiding, educatief materiaal dat neutraal is en alle perspectieven gelijk behandelt en de beschikbaarheid van deskundigen die problemen kunnen ophelderen en vragen beantwoorden
- **Een publieke consensus.** Om werkbaar te zijn, moet het proces informatie opleveren die duidelijk de gedeelde prioriteiten van het publiek weerspiegelt.

De 21st Century Town Meeting is een succesvol model gebleken voor overleg met hoge impact. Maar één dergelijke bijeenkomst volstaat nog niet om van een stevig proces van publieksparticipatie te spreken. Uiteindelijk zal het succes van de onderneming afhankelijk zijn van de mate waarin ze in staat is:

1. een duurzame publieke achterban voor actie te ontwikkelen,
2. sectoroverschrijdende institutionele toezeggingen te verkrijgen dat de agenda wordt uitgevoerd,
3. de nodige burgercapaciteit tot stand te brengen voor een blijvende ondersteuning van toekomstige beslissingsprocessen.

Om de impact en de betrokkenheid na het evenement te verhogen, dienen in de globale strategie manieren ingebouwd te zitten om zowel deelnemers als beleidsmakers actief en bewust te houden en hen daarin ook te volgen. We vermelden enkele manieren om de deelnemers na het grootschalige evenement te blijven betrekken : nieuwe informatie opsturen over de voortgang en de evolutie in de besproken kwesties; contacteren van verkozen mandatarissen of opzetten van een petitie; deelnemen aan “dieper gravende” discussies, al dan niet online; downloaden van materiaal om zelf georganiseerde vergaderingen op te zetten; anderen aantrekken en inschakelen in het proces. Dankzij die volgehouden betrokkenheid van het publiek zullen de beleidsverantwoordelijken begrijpen dat het resultaat van een 21st Century Town Meeting meer is dan een zoveelste rapport, maar een levende verklaring omtrent datgene wat voor de leden werkelijk telt en een lijst van punten waarvoor de politici verantwoording zullen dienen af te leggen.

### **Bronnen en referenties**

Links naar uiteenlopende gepubliceerde bronnen en referentiemateriaal over 21st Century Town Meeting®, en andere grootschalige publieksinitiatieven is te vinden op [www.americaspeaks.org](http://www.americaspeaks.org). De site geeft ook een lijst van meer dan 15 organisaties die op dat terrein actief zijn.

# BURGERJURY

## I. DEFINITIE

De Burgerjurymethode vormt een middel om in beleidsbeslissingen input te krijgen van geïnformeerde burgers. De jury is samengesteld uit 12-24 willekeurig geselecteerde burgers, die vanuit verschillende perspectieven geïnformeerd werden, vaak door deskundigen die 'getuigen' worden genoemd.

De juryleden gaan vervolgens door een proces van beraadslaging in subgroepen die vaak worden opgericht om verschillende aspecten van het onderwerp onder de loep te nemen. Uiteindelijk komen de juryleden met een beslissing of geven ze aanbevelingen onder de vorm van een burgerrapport. De organiserende instelling (ministerie of departement, plaatselijke overheid) zal op dat rapport moeten reageren, hetzij door het uit te voeren, hetzij door uit te leggen waarom ze het er niet mee eens is. De Burgerjury, een proces dat doorgaans 4 tot 5 dagen in beslag neemt, is bedoeld als middel voor een democratischer besluitvorming.

## II. WANNEER GEBRUIKEN

De Burgerjurymethode is ingezet voor allerlei onderwerpen, waaronder economische, sociale, politieke en milieuproblemen. Ze biedt het grootste potentieel waar één of meer alternatieven tegen elkaar moeten afgewogen worden en/of beslist moet worden over met elkaar in conflict tredende belangen. Ze werd uitgewerkt in de V.S. maar wordt het meeste gebruikt in het Verenigd Koninkrijk. De methode wordt ook gebruikt in Australië en ze werd uitgetoetst in India en Brazilië.

De organisatoren zijn doorgaans overheidsinstanties maar het kan ook om NGO's gaan of andere organisaties die op zoek zijn naar een context om concurrerende alternatieven voor te stellen en tegen elkaar af te wegen. De organisator(en) moet(en) evenwel gezien worden als onbevooroordeeld tegenover de eventuele resultaten. De methode maakt de grootste kans om tot concrete actie te leiden indien ze rechtstreeks gekoppeld is aan een wetgevend initiatief of een ander besluitvormingsproces.

De Burgerjury is bijzonder nuttig om een brug te slaan tussen de jury en het ruimere publiek. Het proces biedt ook een uitstekende gelegenheid voor de deelnemers om waarden aan een onderzoek te onderwerpen. Juryleden zullen immers vaak, bij het zoeken naar aanbevelingen voor het beleid, diepgaande discussies voeren over waarden.

## III. PROCEDURE <sup>2</sup>

**MERK OP:** Onze beschrijving van het proces is gebaseerd op de manier waarop er in de Verenigde Staten mee gewerkt wordt. Projecten in andere landen waren doorgaans minder uitvoerig.

<sup>1</sup> Ned Crosby, de Amerikaanse geestelijke vader van het proces, probeert het nu uit te breiden met een stemprocedure maar die combinatie wordt in de fiche niet behandeld.

<sup>2</sup> De informatie die hier wordt gegeven over procedure, timing en budget is een samenvatting van het Citizens Jury Handbook, bijgewerkte en herziene versie van 2002, door Keiko Veasey, uitgegeven door het Jefferson Center ([www.jefferson-center.org](http://www.jefferson-center.org)). Voor meer en meer precieze informatie, richtlijnen en voorbeelddocumenten verwijzen we graag naar dat basiswerk.

## A. Kort overzicht

**Voorbereiding:** een Burgerjury vergt een uitgebreide voorbereiding. Ten eerste dienen een projectleider en staf, een adviescomité en een organiserend comité gerekruteerd te worden. Ten tweede moeten criteria opgesteld worden voor de selectie van de juryleden waarna de werving hiervoor kan beginnen. Ten derde moet de opdracht van de jury bepaald worden en op basis daarvan een agenda opgesteld. Ten vierde zijn er criteria nodig voor de selectie van de expert-getuigen en moeten deze laatste ook effectief aangezocht worden. Tot slot dienen informatiepakketten samengesteld te worden, de logistiek geregeld en de media gecontacteerd.

**Het Burgerjuryevenement:** een inleidende dag wordt gevolgd door verscheidene dagen van hoorzittingen waarbij de expert-getuigen presentaties geven en ondervraagd worden door de jury. De jury beraadslaagt ook om in de mate van het mogelijke tot een consensus te komen over het onderwerp.

Twee facilitatoren begeleiden het hele proces. Er wordt een voorlopig verslag van de beslissingen en beweegredenen opgemaakt, dat ook een beschrijving geeft van het proces.

**Follow-up:** er wordt een slotconferentie gehouden waarop de resultaten van de beraadslaging van de jury bekendgemaakt worden. Het proces wordt er ook geëvalueerd met de deelnemers en organisatoren en het eindrapport wordt verdeeld.

## B. Voorbereiding

### 1. PERSONEEL EN TAKEN

#### *(a) Projectdirecteur*

Er dient een projectleider aangesteld te worden. Hij/zij is verantwoordelijk voor de uitvoering van het Burgerjuryproject. Hij of zij is lid van het adviescomité en vormt de link tussen de projectmedewerkers, het adviescomité, de organisator en andere betrokken entiteiten. Het is de verantwoordelijkheid van de projectleider om taken te delegeren. Afhankelijk van zijn of haar capaciteit en de complexiteit van het onderwerp zal hij of zij gedurende 3 tot 6 maand tussen halftijds en voltijds op het project moeten werken.

#### *(b) Projectmedewerkers (staf)*

Ook moeten projectmedewerkers aangetrokken worden. Die zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van de volgende aspecten van het Burgerjuryproces:

- Adviescomité
- Selectie van de jury, onderzoek inbegrepen
- Opstellen van de opdracht
- Opstellen van de agenda
- Zoeken, selecteren, rekruteren en voorbereiden van de getuigen
- Logistieke aspecten





- Opleiden van de begeleider(s)
- Beheren van de hoorzittingen
- Samenvatting van de resultaten, follow-up en evaluatie
- Media en publiciteit (in afspraak met de organisator)

De stappen staan niet noodzakelijk in chronologische volgorde opgegeven.

Heel wat zaken zullen tegelijk moeten geregeld worden. Doorgaans zullen de projectmedewerkers, met inbegrip van de projectleider, los opereren van de organisator (of de uiteindelijke politieke verantwoordelijken) van het Burgerjuryproject. Dit garandeert dat niemand of geen enkele entiteit een ongewenste invloed op het project kan uitoefenen. Het is de verantwoordelijkheid van de medewerkers om de integriteit van het proces veilig te stellen en geen invloed toe te laten op het resultaat van de werkzaamheden.

#### (c) Adviescomité

Alvorens het adviescomité samen te stellen, dienen organisator en medewerkers het eens te worden over een algemene tijdslijn en over de reikwijdte van het project, hoewel die later nog kunnen bijgesteld worden. Ook moet voor de nodige fondsen gezorgd worden.

Hoewel de samenstelling en de functie van het adviescomité zal afhangen van project tot project, telt het 6 tot 15 individuen die op de hoogte zijn van het onderwerp in kwestie. De rol van het comité bestaat erin de projectmedewerkers bewust te maken van de verschillende perspectieven en relevante onderwerpen, zodat een aangepaste opdracht, agenda en getuigenlijst kan opgesteld worden.

We kunnen twee types van leden onderscheiden. Het eerste type zijn meer 'neutrale' waarnemers met een grote kennis en inzicht in de behandelde kwesties. Maar ze behoren niet tot de belanghebbenden en pleitbezorgers van de zaak. Die belanghebbenden en pleitbezorgers zijn een tweede type van mogelijke leden. Zij garanderen dat alle perspectieven die ertoe doen aan bod komen, zodat de opdracht, agenda en getuigenlijst niet gebaseerd zijn op een vertekend beeld van de situatie.

Op de eerste vergadering van het adviescomité dient het proces van de Burgerjury uitgelegd te worden en de rol van het adviescomité duidelijk afgebakend. Het is van groot belang dat de leden inzien dat hun taak erin bestaat de projectmedewerkers bij te staan en te adviseren, om ervoor te zorgen dat de relevante onderwerpen en uiteenlopende perspectieven op een evenwichtige en objectieve manier aan bod komen. De vergaderingen van het Adviescomité worden begeleid door projectmedewerkers en moeten aangegrepen worden als een gelegenheid om:

- input en ideeën te verzamelen met betrekking tot opdracht, agenda en getuigenlijst. Het adviescomité kan ook ideeën aandragen in verband met de selectie van de juryleden, het bespelen van de media, enz,
- om steun op te bouwen voor het project vanuit verschillende perspectieven. Alle belanghebbenden, of ze het eens zijn met de resultaten of niet, moeten ervan overtuigd zijn dat het proces eerlijk en evenwichtig verloopt.

#### (d) Organiserend comité

Het kan nuttig zijn, hoewel het geen noodzaak is, om een werkgroep op te richten waarvan de leden dicht bij de eigenlijke organisator staan. Ze kunnen al dan niet tegelijk ook zitting hebben in het adviescomité. De functie van het organiserend comité is ervoor te zorgen dat het project op zo'n manier verloopt dat het aan de vraag van de organisator(en) tegemoet komt. Het biedt de projectmedewerkers een kanaal waarlangs ze input kunnen vragen en het werk toetsen aan de inzichten van mensen die dicht bij de organisator staan. In een organiserend comité kan ook open gediscussieerd worden over de input uit de vergaderingen van het adviescomité. De groep dient te bestaan uit maximum vijf mensen, waaronder de belangrijkste contactpersoon van de organisator, om ervoor te zorgen dat deze laatste op de hoogte blijft van het hele planningproces. Hij zal gedurende dat planningproces wellicht verscheidene keren bijeen komen en kan bij vragen en problemen ook via e-mail en telefonisch geconsulteerd worden.

#### (e) Facilitatoren

Een Burgerjuryproject kan niet succesvol verlopen zonder opgeleide en ervaren gespreksbegeleiders. Omdat een Burgerjuryproces veeleisend en zwaar is, verdient het aanbeveling over twee begeleiders te beschikken.

##### De rol van de facilitatoren

De rol van de facilitatoren bestaat erin de juryleden doorheen een lange en complexe agenda te helpen, op zo'n manier dat ze weten wat ze aan het doen zijn en waarom. Een ander aspect van het werk bestaat erin de discussiesessies in goede banen te leiden, zodat de jury tot een besluit en tot duidelijke aanbevelingen komt.

Tijdens de gesprekken waken de gespreksbegeleiders erover dat de discussie eerlijk en beleefd verloopt en dat men zich, binnen redelijke grenzen althans, aan het afgesproken onderwerp houdt. De doelstelling van de sessies bestaat erin zoveel mogelijk eensgezindheid te bereiken. Waar die consensus niet mogelijk blijkt, zal moeten gestemd worden. Dat kan op verschillende manieren, gewogen en geheime stemming inbegrepen, afhankelijk van de situatie. De hoorzittingen verlopen niet volgens de procedureregels van een rechtszaak. Integendeel, de getuigen krijgen bij het afleggen van hun verklaringen best een aanzienlijke speelruimte.

Aan het eind van elke dag is er een bijeenkomst van alle projectmedewerkers. Aangezien de facilitatoren het dichtste bij de juryleden staan en het beste kunnen weten hoe de jury zich voelt, is het absoluut noodzakelijk dat de gespreksleiders op een volwaardige manier deelnemen aan de vergaderingen van de medewerkers. Het behoort tot de verantwoordelijkheden van de facilitatoren om de belangen van de juryleden te verdedigen, terwijl de projectmedewerkers ook wel oog moeten hebben voor de belangen van de organisator en het proces zelf. Als alle betrokkenen het er over eens zijn, kan ingegrepen worden in de agenda, om tegemoet te komen aan vragen van de jury. Zo kan bijvoorbeeld extra gesprekstijd ingelast worden of een getuige een tweede keer opgeroepen, om meer verduidelijking te brengen.

Een andere belangrijke verantwoordelijkheid van de facilitatoren bestaat erin erop toe te zien dat de vragen uit de opdracht beantwoord worden. Ze moeten de gesprekken en discussies zodanig leiden dat de juryleden gefocust blijven op de opdracht en binnen de toebedeelde tijd met antwoorden komen. De jury kan er echter voor opteren verder te gaan dan de opdracht vereist, maar deze blijft altijd de eerste prioriteit. Bovendien mag de jury ervoor opteren een vraag



onbeantwoord te laten of op een afwijkende manier te beantwoorden, mits die wijziging aan de opdracht op een voldoende wijze wordt gemotiveerd.

Een Burgerjuryproject heeft vanwege zijn aard een team van twee gespreksbegeleiders nodig. Terwijl de 'primaire' begeleider de juryleden doorheen de discussie leidt, zal de 'secundaire' begeleider observeren. Beide facilitatoren wisselen elkaar af op die verantwoordelijkheden. Het is belangrijk dat de secundaire begeleider de discussie aandachtig volgt, de juryleden en getuigen observeert, uitkijkt voor een negatieve groepsdynamiek in de jury en helpt bij de groepsactiviteiten en het maken van de nodige aantekeningen op de flip-overs. Twee facilitatoren zullen het ook makkelijker maken om na elke sessie tot een samenvatting van de resultaten te komen.

#### Specifieke verantwoordelijkheden van de facilitatoren

De specifieke verantwoordelijkheden van het begeleiden of modereren van een Burgerjury omvatten:

##### *Planning*

- Bijdragen tot het opstellen van de agenda en het formuleren van de opdracht, vanuit het perspectief van de persoon die de juryleden doorheen het proces zal moeten loodsen.

##### *Gespreksbegeleiding of facilitatie*

- Altijd het principe voor ogen houden dat hun eerste opdracht erin bestaat aan de vragen van de juryleden tegemoet te komen, zolang die maar stroken met een faire houding ten opzichte van getuigen en organisatoren.
- De mate waarin de juryleden tevreden zijn over de gang van zaken opvolgen.
- Helpen om de juryleden hun uitspraken te verduidelijken en te verfijnen, zonder ze woorden in de mond te leggen of in een of andere richting te duwen.
- Ervoor zorgen dat alle juryleden het woord krijgen en vragen stellen, zodat ze niet met onuitgesproken bekommernissen blijven zitten.
- Juryleden met respect behandelen en aan hun behoeften tegemoet komen, gedurende de intensieve periode van hoorzittingen.
- Een klimaat creëren waarin de juryleden zich goed voelen bij hun opdracht en een hechte groep vormen waarvan de leden elkaar respecteren.
- Zorg dragen voor een kader waarbinnen de juryleden op tijd hun ideeën georganiseerd kunnen bijeenbrengen.
- De juryleden helpen te bevallen van hun eigen ideeën in plaats van ze aan het handje naar een mooie reeks van aanbevelingen te leiden.
- De tijd in het oog houden zodat noch getuigen noch juryleden de tijd ontzegd wordt waar ze recht op hebben, voor discussies én voor pauzes.
- Erop letten dat de juryleden de procedureregels kennen en dat deze gedurende het hele proces gevolgd worden.
- Ervoor zorgen doelstelling en werkwijze van elke sessie goed te kennen, zodat de conversatie op de juiste manier in goede banen kan geleid worden.
- De interactie stimuleren tussen de juryleden en zij die als deskundige, getuige of pleitbezorger zijn aangezocht.
- Afhankelijk van het gekozen 'format', kunnen de personen die voor de jury verschijnen eerst een formele presentatie geven of gewoon de vragen van de juryleden beantwoorden. In het geval van een presentatie moeten de facilitatoren aandachtig volgen, om in staat te zijn de juryleden bij de discussie te betrekken.

- Erover waken dat niemand (vanuit de stakeholders) op een ongeoorloofde wijze gaat lobbyen onder de juryleden.
- Uitzonderlijk zelf vragen stellen aan de experts, als de juryleden aarzelen of er niet toe in staat zijn en toch vinden dat het moet. De bedoeling is dat de juryleden de vragen stellen, maar bij de start van het proces zijn ze vaak nog wat terughoudend of weten ze vanwege de complexiteit van het onderwerp niet goed hoe eraan te beginnen.
- De juryleden helpen met het ondervragen.
- De interactie stimuleren tussen de juryleden zelf tijdens de sessies waarin ze vragen opstellen, conclusies trekken of aanbevelingen formuleren. Dit werk zal er doorgaans in bestaan de mondigste leden van de jury wat in te tomen opdat de anderen ook hun zeg kunnen doen. Soms wordt naar een consensus gewerkt, in andere gevallen kan over de conclusies gewoon gestemd worden. In beide gevallen dienen de juryleden hun uitspraken toe te lichten. De begeleider zal hen helpen om hun beslissingen met argumenten te omkleden.

#### *Vergaderen met de projectmedewerkers*

- De juryleden en hun belangen verdedigen als er twijfel ontstaat onder de projectmedewerkers.
- Op een constructieve manier samenwerken met de andere projectmedewerkers, vóór en tijdens de hoorzittingen.

#### *Evalueren*

- Bij het afsluiten van het proces verbeteringen suggereren voor toekomstige projecten.

**TIP:** Het Jefferson Center ([www.jefferson-center.org](http://www.jefferson-center.org)) heeft voor Burgerjuryprojecten een 'Moderator Training Guide' opgesteld, waarin meer informatie te vinden is over het modereren, leiden en begeleiden van Burgerjury's.

Het is van essentieel belang voor de projectmedewerkers om met de facilitatoren bijeen te komen en het proces en het project samen te bespreken opdat ze goed doordrongen zouden zijn van de unieke aspecten van het (bege)leiden van een Burgerjuryproject. Omgekeerd is het ook zeer belangrijk voor de twee gespreksbegeleiders dat ze elkaar en elkaars werkwijze leren kennen vóór met de hoorzittingen begonnen wordt. De facilitatoren moeten een rol spelen bij het opstellen van de opdracht en de agenda.

## **2. SELECTIE VAN DE JURYLEDEN**

Een Burgerjury is bedoeld om een verkleinde weergave te zijn van de populatie die met het project te maken krijgt (op alle denkbare en relevante manieren). De leden ervan moeten daarom met die eis voor ogen worden gekozen.

- De eerste stap zal erin bestaan duidelijk te maken wie die relevante populatie is, vertrekkende van de reikwijdte en doelstellingen van het project. Ze kan beperkt blijven tot een subsectie van een gemeenschap maar ook een hele transnationale gemeenschap omvatten.
- De tweede stap bestaat erin te beslissen op welke specifieke demografische variabelen de selectie van de juryleden moet gebaseerd zijn. Welke karakteristieken van de populatie moeten in de jury weerspiegeld worden, om er de gewenste representatieve microkosmos van te maken? Veel voorkomende demografische variabelen zijn : leeftijd, opleidingsniveau, geslacht, woonplaats en ras. Ook andere variabelen kunnen worden toegevoegd. Belangrijk is om in de uiteindelijke samenstelling van de Jury ernaar te streven zo nauwkeurig mogelijk de betrokken populatie te weerspiegelen, ook al zal dit altijd slechts grofweg lukken.



### 3. REKRUTEREN VAN DE JURYLEDEN

#### *(1) Selectiemethode*

Het gebruik van een willekeurige selectiemethode om de jurypool samen te stellen is van essentieel belang bij een Burgerjury. Het bij elkaar brengen van de kandidaat-juryleden op een willekeurige basis is een noodzakelijke voorwaarde voor een geloofwaardig project. Het selecteren kan telefonisch gebeuren op voorwaarde dat dit wettelijk toegestaan is. In dat geval kunnen telefoonnummers worden aangekocht of kan op basis van het telefoonboek een willekeurige selectie gemaakt worden, bijvoorbeeld elke vierde telefoonnummer met twee pare cijfers in de laatste vier of een vergelijkbare willekeurige procedure. Een alternatief is om persoonlijk of via de post te rekruteren.

#### *(2) Vragenlijst voor de selectie*

In alle gevallen is een vragenlijst noodzakelijk, ongeacht of de oorspronkelijke selectie telefonisch, per brief of persoonlijk gebeurt. Ze zal gebruikt worden om de aandacht te trekken van potentiële deelnemers, om een korte omschrijving te geven van het project, om de deugdelijkheid van het project te onderstrepen (door het vermelden van de voornaamste organisaties achter het project) en om informatie te geven omtrent de benodigde tijd en de eventuele vergoeding. Nadat iemand positief gereageerd heeft, worden bijkomende vragen gesteld naar demografische details. De potentiële deelnemer krijgt dan ook te horen dat hij of zij met de post snel extra informatie mag verwachten.

**TIP:** om alle informatie over de kandidaat-juryleden en de telefonische selectieprocedure bij te houden, is het raadzaam om een databestand aan te leggen. Iedereen die gereageerd heeft, krijgt een controlenummer dat gebruikt zal worden als identificatienummer, tot de uiteindelijke selectie vastligt. Deze anonimiteit helpt beïnvloeding van het selectieproces voorkomen.

#### *(3) Versturen van een eerste pakket informatie naar de kandidaat-deelnemers*

De dag volgend op het eerste contact wordt een infopakket verstuurd naar de respondenten die lieten verstaan eventueel in deelname geïnteresseerd te zijn. Een dergelijk pakket voor potentiële juryleden dient het volgende te omvatten:

- een begeleidende brief met uitleg over het project,
- een formulier om in te vullen en terug te sturen,
- een enveloppe met postzegel om het formulier terug te sturen,
- een infofiche over het project.

Als een formulier teruggestuurd wordt, dient dat in het gegevensbestand aangeduid te worden. Het corresponderende controlenummer dient duidelijk op het formulier vermeld te worden, waarna het formulier geklasseerd wordt.

#### (4) Selectie van de juryleden en plaatsvervangers

In elke categorie, bepaald door een combinatie van selectievariabelen, zal na verloop van tijd een pool van namen zitten die willen deelnemen. De projectmedewerkers zullen op een bepaald moment de (plaatsvervangende) juryleden moeten aanduiden, zodanig dat in elke categorie een juist evenwicht bereikt wordt. Daarop worden de kandidaten op de hoogte gebracht van hun selectie als jurylid of plaatsvervanger. Het verdient aanbeveling om eerst de geselecteerde juryleden te verwittigen, gevolgd door de plaatsvervangers (voor het geval een jurylid niet komt opdagen). De plaatsvervangers worden gevraagd op de eerste ochtend aanwezig te zijn.

**MERK OP:** Als alle juryleden op tijd zijn, worden de plaatsvervangers naar huis gestuurd. Moet een jurylid vervangen worden, dan kiest men voor de plaatsvervanger die er demografisch het meeste op lijkt. Plaatsvervangers die gemist kunnen worden, krijgen doorgaans een afgesproken bedrag uitbetaald. Komen ze toch in de jury, dan ontvangen ze dezelfde vergoeding als het oorspronkelijke jurylid. Voor projecten tot 12 personen, wordt aangeraden twee plaatsvervangers te voorzien (en drie voor projecten met 18 tot 24 personen).

#### (5) Informatie voor de juryleden en plaatsvervangers

4 – 8 weken vóór de hoorzittingen dienen de geselecteerde juryleden en plaatsvervangers opgebeld te worden om hun deelname te bevestigen. Bovendien wordt ook een formele brief verstuurd met het bericht van hun selectie en gedetailleerde informatie over het verdere verloop. Een informatiepakket voor geselecteerde juryleden die hun deelname bevestigden bevat bijvoorbeeld:

- de brief,
- een overzicht van de verwachtingen ten aanzien van de juryleden,
- indien nodig, kaart en/of plan,
- informatie over parkeren, logies, speciale behoeften,
- indien nodig een retourenveloppe met postzegel.

**TIP:** Het is ten zeerste aanbevolen om één of meer follow-up-telefoontjes te plannen, waaronder eentje in de week vóór het juryevenement. Voorzie ook een dankbrief naar de niet weerhouden kandidaat-juryleden. Speel hen ook een lijstje door van mogelijkheden om desondanks aan informatie over het proces te komen.

## 4. HET OPSTELLEN VAN DE OPDRACHT

De opdracht is een van de belangrijkste onderdelen van het hele project. Hij bestaat uit één of meerdere vragen waarop de jury een antwoord moet geven. Hij is bepalend voor de agenda, het uitkiezen van de getuigen, de beraadslagingen zelf en de vorm waarin de aanbevelingen geformuleerd worden. Hij dient duidelijk en gericht opgesteld te zijn maar zonder de juryleden bij voorbaat in een of andere richting te duwen. De opdracht bepaalt ook de omvang van het project en moet daarom qua belasting afgestemd te zijn op de capaciteit van de jury.



De projectmedewerkers kunnen na overleg met de organisatoren een voorlopige opdracht opstellen. Die kladversie wordt dan verder bijgewerkt en verfijnd, na volgende contacten met organisatoren, partners, facilitatoren en leden van het adviescomité. Het is de verantwoordelijkheid van de projectleider om ervoor te zorgen dat de opdracht onpartijdig en gericht verwoord is, op een manier die aansluit bij de opzet van de organisatoren. Dit hoeft niet te betekenen dat de formulering en volgorde van de vragen geen aanduiding mag geven over een logische aanpak van de opdracht.

De vragen die in de opdracht worden geformuleerd kunnen los van elkaar opgesteld zijn of op zo'n manier dat de ene vraag voortbouwt op de andere. Idealiter zijn er niet meer dan drie vragen, met inbegrip van de subvragen, al kan dat beperkt blijken om alle betrokken partijen tevreden te stellen.

## 5. HET OPSTELLEN VAN DE AGENDA

Aangezien informatie en bedachtzaam overleg sleutelcomponenten zijn bij het opzetten van een Burgerjury, dient de nodige zorg en aandacht besteed aan de structuur van de agenda voor de inleidende dag, de hoorzittingen en de beraadslagingen. De agenda is hoe dan ook gebaseerd op bepaalde eerdere beslissingen van het adviescomité en/of het organiserend comité hieromtrent:

- doelstellingen van het project,
- reikwijdte van het project,
- opdracht voor de jury,
- te behandelen problemen,
- timing van de hoorzittingen en het aantal geplande dagen,
- de vorm waarin de eindconclusies geformuleerd dienen te worden.

Daarnaast moet bij het opstellen van de agenda aan het volgende gedacht worden:

- Bij het opleiden van de juryleden moet voor voldoende informatie gezorgd worden om hen in staat te stellen zich een goed idee te vormen van de kwestie die behandeld wordt. Een overdosis aan informatie is echter te mijden. De informatie moet vanuit verschillende standpunten komen, zodat een evenwichtige spreiding ontstaat van de perspectieven over alle relevante stakeholders. Ook dient voldoende tijd voorzien te worden om de juryleden te laten bespreken wat ze geleerd hebben, om vragen beantwoord te krijgen en om te debatteren en op de slotdag tot besluiten te komen.
- De hoorzittingen worden georganiseerd om expert-getuigen aan het woord te laten en presentaties te laten geven. Men moet uitmaken wanneer 'feitelijke' informatie gewenst is en wanneer pleitbezorgers worden ingeschakeld om specifieke standpunten of argumenten naar voor te brengen. De medewerkers overleggen met hun adviseurs over wie als competente 'getuigen' kunnen aangezocht worden om de vragen van de juryleden te beantwoorden.
- De staf beslist over hoeveel informatie al dan niet vooraf al naar de juryleden wordt verstuurd.

**TIP:** Sommige juryleden geven te kennen dat ze verkiezen alle materiaal vooraf te krijgen zodat ze het kunnen bestuderen, alvorens in de jury te zetelen. Daar zijn echter risico's aan verbonden. Juryleden die bijvoorbeeld niet zo vlot lezen, kunnen door die hoeveelheid geïntimideerd zijn en het daardoor laten afweten. Bovendien zal niet iedereen vooraf dergelijke inspanningen leveren, zodat juryleden met een behoorlijk verschillende voorbereiding aan het project beginnen.

De projectstaf moet het tijdschema zo opstellen dat de informatiesessies onderverdeeld zijn in logische leerstappen. De informatiestroom dient ook vlot van voorlichting over het Burgerjuryproces over te schakelen op een algemene inleiding in de onderwerpen in kwestie, om uiteindelijk ook de details ervan te behandelen. Onderweg dient voldoende tijd voorzien te worden om de juryleden te laten inzien hoe hun eigen achtergrond of waarden een invloed hebben op hun interpretaties. Het is ook van belang dat de juryleden zelf hun verhaal kunnen doen, opdat ze kunnen zeggen dat het hún onderwerp en proces is ('ownership').

## 6. SELECTEREN EN REKRUTEREN VAN EXPER-GETUIGEN

Expert-getuigen kunnen alle personen zijn die de juryleden helpen om inzicht te verwerven in de kwesties die centraal staan in de opdracht die de jury op zich heeft genomen. Dat kan gaan van neutrale informatiebronnen die het jargon aanbrengen en de geschiedenis van het onderwerp uit de doeken doen, tot specialisten die ofwel de verschillende opties belichten ofwel één specifiek standpunt verdedigen.

### *(a) definitie van de rol van de expert-getuige*

De rol van de expert-getuige bestaat erin de juryleden inzicht te verschaffen in alle aspecten van de onderwerpen die in de opdracht van de jury vermeld staan. Aangezien het om onderwerpen kan gaan waarover de juryleden nog niet eerder hebben nagedacht, moeten de getuigen in staat zijn om in een voor iedereen toegankelijke taal ook de complexe kanten van de materie uiteen te zetten. Bij de meeste projecten zullen de getuigen korte presentaties geven met hun standpunt maar ten minste de helft van de tijd moet vrijgehouden worden voor de vragen van de juryleden.

### *(b) Neutrale informatiebronnen/presentaties*

De rol van een neutrale informatiebron bestaat erin de juryleden vertrouwd te maken met het jargon van een complexe materie en om de achtergrond van een bestaand probleem duidelijk te maken. Soms kunnen ze, op een onpartijdige en onbevooroordeelde manier, mogelijke opties formuleren voor het oplossen van het probleem. Het kan voorkomen dat die neutrale personen enkel bij het begin van het project een rol spelen, om het decor te schetsen waarbinnen de advocaten verschillende standpunten zullen bepleiten. Ze kunnen ook ingehuurd worden als expert en gedurende het hele project de juryleden begeleiden als deze met vragen zitten over de opvattingen die de andere advocaat-getuigen hen voorleggen. Deze tweede aanpak houdt het risico in partijdigheid binnen te smokkelen en moet dus met de grootste omzichtigheid gehanteerd worden.





### (c) Definitie van de rol en selectie van advocaat-getuigen

Advocaat-getuigen worden geselecteerd om - in een context van conflicterende standpunten - elk een verschillend standpunt te vertegenwoordigen. In dat geval kiezen de advocaten hun eigen getuigen voor de panels die verschillende aspecten van het probleem in behandeling nemen. In dit scenario wordt doorgaans voor een neutrale informatieverstrekker gekozen om de juryleden te oriënteren en te adviseren.

In een andere methode kunnen de projectmedewerkers een evenwichtige groep van experts samenstellen om ervoor te zorgen dat de getuigen beide of alle kanten van een onderwerp vertegenwoordigen of individuen kiezen die alle standpunten bespreken. Binnen deze methode vallen nog twee modellen te onderscheiden:

- afzonderlijke experts stellen specifieke opvattingen voor die ze aanhangen of
- panels van experts, academici en praktijkmensen, bespreken de verschillende opvattingen over het onderwerp.

### (d) Criteria voor de getuigen

Tijdens de planning kan het adviescomité criteria aannemen voor het selecteren van de panels van deskundigen. De medewerkers, het adviescomité en het organiserend comité brainstormen om alle bestaande standpunten ten aanzien van het onderwerp dat ter discussie staat bijeen te brengen. Ze dienen ook te proberen al die standpunten te verwerken in de opdracht voor de jury.

Bij het selecteren van de getuigen moeten de stafmedewerkers weten of de getuigen al dan niet een of ander concreet standpunt innemen. Voor een particuliere organisatie die financieel gebaat kan zijn bij een bepaalde oplossing kan het ook nodig zijn om criteria als werkgelegenheid in ogenschouw te nemen.

Wanneer men werkt met advocaat-getuigen is het van belang om voor beide/alle standpunten advocaten te kiezen met een vergelijkbare status en competentie, zodanig dat de juryleden niet overgehaald worden door het talent of de persoonlijkheid van de advocaat maar door de feiten en argumenten die naar voor worden geschoven. Dit zal doorgaans een hele uitdaging betekenen omdat nu eenmaal niet iedereen even boeiende presentaties houdt.

Het adviescomité moet erover beslissen of al dan niet een expliciete poging ondernomen wordt om diversiteit op te nemen als een criterium voor de getuigenpanels. Een heterogeen panel kan de geloofwaardigheid ten aanzien van het (al even heterogene) jurypanel verhogen. Ook in de ogen van het publiek, de beleidsmakers die het verloop volgen en de media die over de resultaten zullen berichten wint het project hierdoor aan geloofwaardigheid.

Zodra omtrent de methode om de getuigen te horen en over de agenda de voornaamste beslissingen genomen zijn, zal de staf voor elke 'getuigenpositie' een lijst van mogelijke getuigen opstellen, met namen van neutrale informatieverstrekkers, advocaten en deskundigen.

**TIP:** Advies omtrent mogelijke getuigen is op verschillende plaatsen te vinden: bij de organisator en de leden van het adviescomité maar ook bij academici van verschillende universiteiten, professionals of beleidsmakers op het terrein, parlementsleden, overheids- en privé-instellingen, think tanks of instituten, zakenlui en kamers van koophandel, belangengroepen of lobbyisten, journalisten, speciale belangenorganisaties.

#### *(e) Rekruteren van specifieke individuen*

Het verdient aanbeveling om telefonisch het eerste contact te leggen met een mogelijke getuige. Toch kan het ook via een brief of fax. Geef daarin een beknopte omschrijving van het project en de rol van de getuigen. Vermeld ook de criteria voor de selectie van de getuigen. Probeer vast te stellen of de persoon geïnteresseerd is en beschikbaar op de data voor de hoorzittingen. Is dat het geval dan stuurt u meteen een informatieve brief met bijkomend materiaal.

**TIP:** Soms is het nodig om meer getuigen te contacteren dan concreet vereist zijn, om tot een voldoende evenwichtig panel te komen en te garanderen dat iedereen er op de bewuste dag kan zijn.

#### *(f) Materiaal voor de getuigen*

Het informatiepakket voor de geselecteerde getuigen kan (bepaalde van) de volgende onderdelen bevatten:

- een begeleidende brief,
- informatie over de Burgerjury en de rol van de getuigen,
- richtlijnen voor de getuigen,
- details over het lopende project, met inbegrip van de opdracht voor de jury,
- informatie over de onderwerpen waarover de getuigenis dient te handelen,
- specifieke data en tijdstippen (en tijdsduur) voor de verwachte presentaties door de getuigen,
- een vragenlijst over de door de getuige gewenste audiovisuele apparatuur,
- een vraag om achtergrondinformatie en/of een korte positiebepaling,
- een verzoek aan de getuige om voor samenvattingen van zijn/haar presentatie te zorgen,
- vragenlijst of verzoek aan de getuige om op één pagina zijn of haar stellingname samen te vatten,
- informatie over de specifieke plaats waar de hoorzittingen gehouden worden,
- reisbiljetten of informatie omtrent de reserveringen,
- informatie over de voorziene hotelaccommodatie.

De bovenvermelde informatie kan indien gewenst in twee stappen verstuurd worden.

Zodra een definitieve selectie is gemaakt, wordt contact opgenomen met experts die niet worden uitgenodigd of op de gewenste dag niet vrij zijn.



### *(g) Bevestiging*

Ongeveer een week vóór de hoorzittingen, belt de projectmanager alle getuigen op om hun deelname te bevestigen, om hen aan bepaalde details te herinneren en eventuele vragen te beantwoorden. Als dit nog niet gebeurd is, dringt zij/hij aan op het terugsturen van bepaalde informatie en formulieren. Ook worden de gegevens omtrent de verwachte audio-visuele apparatuur gecheckt.

## **7. DE LOGISTIEKE ASPECTEN**

### *(a) Keuze van de locatie*

De stafmedewerkers zijn verantwoordelijk voor het zoeken en boeken van een juiste locatie voor het evenement en de hieruit voortvloeiende besommeringen. Ze reserveren de hotelkamers voor alle personen die er nodig zullen hebben.

De gekozen locatie moet groot genoeg zijn om de juryleden in een U-vormige opstelling comfortabel te laten werken. De jury moet zich ook kunnen opsplitsen in vier of vijf kleinere groepjes. Het handigste is als daartoe op de locatie de nodige lokaaltjes beschikbaar zijn. De facilitator en de getuigen zitten of staan aan het open uiteinde van de U-vormige tafel. Zorg daar voor voldoende ruimte voor een podium, tafel en projector. De ruimte moet ook stopcontacten hebben met een voldoende capaciteit voor de gebruikte elektronische media.

Wellicht zullen de volgende hulpmiddelen moeten voorzien worden:

- ten minste twee flip-overs,
- ruimte om de bladen van de flip-over op te hangen,
- tape of punaises om de vellen op te hangen,
- projector (voor powerpoint-presentaties),
- projectiescherm,
- podium (voor de individuele sprekers),
- tafel (voor panels),
- micro,
- sanitaire voorzieningen,
- fotokopieermachine,
- telefoon,
- laptop computer,
- printer,
- videocamera,
- extra stoelen,
- pennen, potloden, papier.

Als publiek verwacht wordt, dienen achter de juryleden, op een plaats waar ze geen hinder veroorzaken, extra stoelen klaar te staan.

### (b) Maaltijden en overnachting

Voorzie volgende zaken:

- maaltijden op de dagen van de hoorzittingen,
- hotelaccommodatie, volgens behoefte,
- parkeergelegenheid,
- verplaatsingen,
- terugbetaling van verplaatsingskosten,
- vergoedingen.

### (c) Informatie

Bereid het volgende materiaal voor:

- *mappen voor de juryleden*  
Voorzie achtergrondinformatie, een overzicht van het project, een beschrijving van het Burgerjuryproces, een lijst van deelnemers, de opdracht, de huidige agenda, de lijst van getuigen, de procedureregels, blanco papier, exemplaren van de presentaties door de getuigen en bijkomende ruimte om handouts, notities, enz. op te bergen.
- *mappen voor de stafmedewerkers*  
Deze bevatten dezelfde informatie als de mappen van de juryleden met bovenop een telefoonlijst van alle relevante betrokkenen (stafmedewerkers, juryleden, getuigen, leden van het adviescomité, caterers, enz.) en een detailoverzicht van alle logistieke informatie (pauzes, enz...).
- *publiek toegankelijk informatiemateriaal*  
Zet op een toegankelijke en niet hinderlijke plaats een tafel met informatiemateriaal. Denk aan bijkomende pakketjes voor de pers, informatie voor het publiek... Zorg dat aan die stand een overzicht van het project, voorstelling van de organisator(en), de opdracht, de agenda, de lijst van getuigen en van de juryleden, extra exemplaren van de gebruikte handouts, bestelformulieren voor het eindrapport (met naam en adres)... verkrijgbaar zijn
- *briefingpakket voor de media*  
Hier kan gedacht worden aan: agenda, contactpersonen en telefoonnummers, de filosofie achter de Burgerjury, een overzicht van het project, het bijgewerkte programma, uitleg bij de juryselectie, lijst van juryleden, informatie over de rapportering, panel met deskundigen-getuigen, leden van het adviescomité, lijst van organiserende instantie(s), aangevuld door de nodige informatie, bijkomende achtergrondinformatie over de behandelde onderwerpen, uitleg...

## **C. Het Burgerjuryevenement**

### **1. INLEIDENDE DAG**

Op de eerste dag zullen allerhande punten van organisatorische aard om een oplossing vragen. De ochtend van de eerste dag is doorgaans in de eerste plaats gewijd aan een kennismaking met de juryleden (onderling) en het proces.



Het is belangrijk om de aandacht te vestigen op het belang van de juryleden en de centrale spelers in het project en om hen van die boodschap te doordringen. Neem daarom de tijd voor het volgende:

- de juryleden stellen zich voor aan elkaar,
- bespreking van de achtergrond van het Burgerjuryconcept,
- stafmedewerkers leggen het lopende project gedetailleerd uit,
- richtlijnen geven en de procedureregels uitleggen.

**TIP:** Nadat de juryleden hun naam, woonplaats en beroep hebben vermeld, kunnen de facilitatoren aan elke jurylid een vraag stellen. De vraag moet niet te persoonlijk of controversieel zijn maar toch over elk individu iets unieks reveleren. Het is ook belangrijk om de juryleden ertoe aan te zetten ook elkaar te leren kennen, door te praten over hun eigen ervaringen met de onderwerpen die ze samen met de expert-getuigen zullen onderzoeken. Op die manier komen de standpunten op tafel en ontstaat een groepsgevoel.

Als bij het proces veel beslissingen komen kijken, waarover zal worden gestemd, moeten de juryleden ook op tijd ingelicht worden over de stemprocedure, zodat ze zich daar niet ongemakkelijk bij voelen.

## 2. HOORZITTINGEN

De volgende dagen zullen gewijd zijn aan het informeren van de juryleden via presentaties en ondervraging van de expert-getuigen. De hoeveelheid tijd die daaraan besteed wordt, is wisselend.

In de meeste jury's worden advocaten gebruikt om specifieke gezichtspunten tegengestelde zaken en gevallen te presenteren. Het voordeel daarbij is dat de juryleden van begin tot einde een consistente casus met pro's en contra's krijgen voorgesteld. Nadelen zijn het feit dat deze werkwijze conflictstof in het proces injecteert en dat de juryleden zich voor het kiezen van getuigen en presentaties op de advocaten moeten verlaten. Als de jury zich buigt over een zeer omstreeden onderwerp, kan het systeem met advocaten noodzakelijk blijven. In dat geval zullen de hoorzittingen moeten beginnen met feitelijke achtergrondinformatie die een context creëren waarbinnen de verschillende standpunten zullen voorgesteld worden.

Als het onderwerp niet zo heel controversieel is, kan het productiever zijn de juryleden zelf de knoop te laten ontwarren, zonder door advocaten bij de hand genomen te worden en hen eerder te laten bijstaan door zorgvuldig door de stafmedewerkers uitgekozen deskundigen. In dit systeem kunnen de getuigen vrij hun mening geven omdat ze niet beperkt zijn door de instructie om één enkel standpunt te vertolken.

Wanneer verschillende perspectieven over één onderwerp gepresenteerd worden, kan het nuttig zijn om met panels te werken. Daarbij kan bijvoorbeeld aan elk perspectief een bepaalde hoeveelheid tijd gegeven worden voor een presentatie, gevolgd door vragen. Nadat alle perspectieven naar voor werden gebracht, wordt een panel samengesteld uit de personen die de presentaties hebben gehouden. De jury kan dan vragen afvuren op verschillende panelleden tegelijk. Die panelstructuur helpt om aan te tonen waar de verschillende perspectieven botsen en elkaar overlappen.

Voorzie het hele proces door ruim voldoende tijd om de juryleden te laten discussiëren en beraadslagen. Delen van de discussie in het begin van de hoorzittingen zullen dienen om de juryleden te helpen bij de verwerking van de informatie die ze opdoen. Op andere tijdstippen zal de discussie de vorm van een beraadslaging aannemen. Indien de agenda in twee delen is opgesplitst, kunnen de juryleden na elk van die delen overleg plegen en tot bepaalde conclusies komen.

De stafmedewerkers moeten beschikbaar zijn om materiaal te verschaffen dat de juryleden helpt de verkregen informatie te organiseren. Het kan daarbij gaan om papier in verschillende kleuren, voor de afzonderlijke delen van de opdracht. De staf zal op vraag van de juryleden ook scorebladen, stemformulieren en ander materiaal ter beschikking stellen.

Tijdens de hoorzittingen dienen de medewerkers erop toe te zien dat de juryleden zich goed voelen omtrent de gevolgde agenda, waardoor het nodig kan blijken die ietwat bij te stellen. De juryleden zullen de neiging vertonen langer uit te weiden naarmate het proces vordert. Een vraag-en-antwoordsessie die op de eerste dag lang genoeg bleek kan de derde dag toch te kort zijn. Ideaal is echter dat het programma vooraf vastligt en niet gewijzigd hoeft te worden.

Het kan ook heel nuttig zijn om aan het eind van elke dag een stafvergadering te plannen met de projectmedewerkers, de facilitatoren en soms ook vertegenwoordigers van de organisatoren of partnerorganisaties. Die vergaderingen worden geleid door de projectleider en kunnen dienen om het verloop van de voorbije en de komende dag te bespreken. Ook problemen die tijdens de hoorzittingen opgedoken zijn, komen aan bod.

### 3. BERAADSLAGING

Het eindstadium, dat een dag of langer kan duren, dient voor de beraadslaging en het formuleren van conclusies over de door de juryleden uitgevoerde opdracht. Een duidelijke opdracht zal hier een groot voordeel blijken, omdat het een kader biedt voor de eindberaadslaging en zal leiden tot duidelijke beslissingen, na stemming of bij consensus.

**TIP:** De facilitatoren moeten een goed beeld hebben van de aard van de besluiten die van de juryleden verwacht worden. Tegelijk dienen ze een strategie achter de hand te hebben om de jury het vlotste zover te krijgen. De gespreksbegeleiders zullen een zeer actieve rol spelen in het sturen van de discussie, zodat ze alle nodige punten behandelt.

Voor verschillende jury's zullen verschillende soorten beraadslagingsstrategieën gelden. Als gewoon rechttoe-rechtaan gestemd of beslist wordt, kunnen de beraadslagingen wellicht met de hele groep plaatsvinden. Als de doelstelling complexer is, bijvoorbeeld een hervormingsplan opstellen, kan het beter zijn de klus op te splitsen en te verdelen over kleinere werkgroepjes die elk een onderdeel ervan behandelen. Vervolgens kunnen die subgroepen weer verslag uitbrengen in de grote groep die de resultaten bespreekt, om tot een overeenkomst te komen. Idealiter wordt het werk van de subgroepen netjes uitgetikt, zodat iedereen in de plenaire groep tijdens de bespreking de resultaten voor zich heeft liggen.



Zodra de juryleden het eens zijn omtrent hun conclusie(s) word(t)(en) deze uitgetikt en weer aan de groep voorgelegd opdat ze het eindproduct kunnen bespreken en goedkeuren, dan wel de laatste veranderingen aanbrengen. Die eindbespreking is een essentieel onderdeel van het proces. Het rapport, geschreven en/of goedgekeurd door de leden van de jury, wordt voorgesteld tijdens een persconferentie op de slotdag.

**TIP:** Het is nuttig dat een stafmedewerker met een laptopcomputer de beraadslagingen bijwoont om de aanbevelingen in te tikken. Deze kunnen dan snel geprint en gekopieerd worden om in de grote groep uitgedeeld te worden.

Bij het beantwoorden van een vraag uit de opdracht is het nodig om ook achtergrondinformatie te geven over hoe de jury tot die specifieke aanbeveling gekomen is, zeker als het om een gesloten vraag gaat waarop met ja of nee wordt geantwoord. Die achtergrondinformatie kan bestaan uit een rangschikking van de verschillende opties, stemresultaten over de behandelde voorstellen, afwegen van voor- en nadelen van de opties, enz. Die informatie is voor de organisatoren en stakeholders vaak het interessantste, omdat ze de verantwoording vormt van de gedane aanbevelingen.

## **D. Follow-Up**

### **1. DE AFSLUITENDE PERSCONFERENTIE**

De juryleden moeten voorbereid worden op de afsluitende persconferentie en twee woordvoerders verkiezen (doorgaans een man en een vrouw), om hun werk aan media en publiek voor te stellen. Deze moeten gebriefd worden over de vragen die ze van de journalisten kunnen verwachten. Vóór de conferentie begint, worden exemplaren van het oorspronkelijke projectverslag aan de perslui overhandigd.

### **2. EVALUATIES**

Nadat de juryleden hun werk hebben afgerond (en vóór de persconferentie), krijgen ze de nodige tijd om een evaluatieformulier in te vullen. Ook de getuigen, medewerkers en andere deelnemers aan het project kunnen een dergelijk evaluatieformulier invullen. Voorzie ten minste één standaard vraag naar hun opvatting over het faire verloop van het proces.

### **3. DE-BRIEFING MET DE ORGANISATOREN EN DE PROJECTMEDEWERKERS**

Een ander aspect van de evaluatie van het project bestaat uit een bijeenkomst met de organisatoren en de staf, om meningen uit te wisselen over het succes van het project en suggesties te formuleren voor toekomstige verbeteringen. Dit dient kort na het afronden van het project te gebeuren. Een feestelijke sfeer kan het gesprek vlotter laten verlopen.

#### 4. MEDIA

Verzamel alle krantenartikels over het project. Een selectie daaruit zal deel uitmaken van het eindrapport. Daarnaast kunnen ook mensen aangezocht worden om nieuwsuitzendingen op radio en televisie op te nemen. Indien de werkzaamheden van de jury op de radio gevolgd werden, kunnen medewerkers het station vragen om de commentaren op de hotlines voor luisteraars bij te houden.

#### 5. VERSPREIDING VAN HET EINDRAPPORT

Zodra de definitieve versie van het burgerjuryrapport klaar is, wordt het, samen met een bedankingsbrief, verstuurd naar organisatoren, staf en alle deelnemers aan het Burgerjuryproces. Het eindrapport wordt ook ter beschikking gesteld van het publiek.

### IV. OVER DE BENODIGDE MIDDELEN (TIJD, BUDGET)

#### A. Tijdslijnen

De complexiteit van en controverse rond het onderwerp zal de grootste impact hebben op het tijdsverloop van het project. Toch vergt een Burgerjuryproject, nadat zekerheid is verkregen omtrent de financiering, normaal niet meer dan 4 à 5 maand van planning. Het kan ook sneller, in het geval van een eenvoudiger proces, zoals in Australië soms gehanteerd wordt. Hieronder worden twee mogelijke manieren voorgesteld om een Burgerjuryproces te organiseren. De beide tijdslijnen starten **nadat** een contract of overeenkomst werd ondertekend en een financiële regeling werd getroffen.

In de eerste tijdlijn wordt de planning onderverdeeld in twee afzonderlijke stadia, waarbij het leeuwendeel van het werk in fase één valt. Fase twee bestaat uit de implementering. Het grote voordeel van deze structuur is dat de eigenlijke organisator de kans krijgt de vorderingen van het project te evalueren, alvorens gestart wordt met de telefonische zoektocht (die een aanzienlijke kostenfactor vertegenwoordigt). Daarbij kunnen nog veranderingen worden aangebracht aan opdracht, agenda, getuigenlijst, enz. en kan meer tijd voorzien worden voor herzien van de plannen. Zelfs stopzetten van het project behoort tot de mogelijkheden. Toch is ook fase één zeer intensief. Ze vergt een hoop werk van de stafmedewerkers en kan de leden van het adviescomité voor bepaalde planningproblemen stellen.





<b>FASE ÉÉN</b>	
Week 1	Samenstellen van het organiserend comité
Week 1-2	Selecteren van de leden van het adviescomité
Week 1-8	Regelmatig overleg met het organiserend comité
Week 4	1e vergadering van het adviescomité: opstellen van een voorlopige opdracht, agenda, getuigenlijst
Week 6	2e vergadering van het adviescomité: verder werken aan opdracht, agenda, getuigenlijst
Week 6-9	Uitwerken van een telefonische enquête
Week 7	3e vergadering van het adviescomité: verder werken aan opdracht, agenda, getuigenlijst
Week 9	4e vergadering van het adviescomité: afwerken van opdracht, agenda, getuigenlijst
Week 9	De opdrachtgever geeft feedback bij de vooruitgang

<b>FASE TWEE</b>	
Week 1	Aankoop van de willekeurig geselecteerde telefoonnummers of adressenbestand
Week 2-3	Het telefonisch onderzoek of de mailing naar de respondenten
Week 2-4	Doelstellingen voor de jury opstellen; contacten met facilitatoren
Week 5	Selecteren van de juryleden
Week 1-10	Afwerken van opdracht, agenda, getuigenlijst; rekruteren en voorbereiden van de getuigen; laatste hand aan de logistiek; overleg met de werkgroep en bijkomende vergadering(en) van het adviescomité, indien nodig
Week 7-9	Voorbereiden handleidingen voor juryleden en medewerkers
Week 9	Bevestigen van alle juryleden, getuigen en logistieke afspraken
Week 10	Hoorzittingen met de jury; Vrijdag: publicatie oorspronkelijk rapport
Week 13	Publicatie eindrapport

De projecttijd kan iets verkort worden als de selectie van de 12 tot 24 juryleden iets minder kritisch gebeurt. Nadeel is het verlies van een stukflexibiliteit om in te spelen op problemen of onenigheid die de kop opsteekt. De medewerkers zullen bovendien ook meer werk tegelijk moeten verzetten.

Week 0	Het project wordt goedgekeurd
Week 1-18	Regelmatig overleg met de opdrachtgever over de opzet van het project
Week 1	Selecteren van het adviescomité
Week 2	Opzet van de telefonische enquête of mailing; opstellen van de doelstellingen bij de selectie van juryleden; eerste ideeën omtrent de opdracht
Week 3	Aankoop van de willekeurig geselecteerde telefoonnummers of adressenbestand; kiezen van een locatie
Week 4-14	Regelmatig overleg met het adviescomité
Week 5	De telefonische enquête of mailing. Infopakket versturen naar de respondenten
Week 6	Uitwerken voorlopige opdracht, agenda en getuigenlijst; afhandelen van de locatie
Week 7	Opdracht en agenda klaarmaken
Week 8	Selecteren van de jury; bespreken van opdracht en agenda; contacten met de facilitatoren
Week 9-11	Bespreken van opdracht en agenda

Week 12	Afwerken van opdracht, agenda en getuigenlijst, rekruteren van getuigen
Week 13	Bevestigen en voorbereiden van de getuigen
Week 14	Bevestigen van de juryleden, bevestigen van de afspraken rond logistiek, handleidingen voor de voorbereiding van juryleden & medewerkers
Week 15	Jury voor de hoorzittingen; Vrijdag: publicatie oorspronkelijk rapport
Week 18	Publicatie eindrapport

## B. Budget

De items uit de lijst hieronder zijn de voornaamste begrotingsposten bij de organisatie van een Burgerjury.

- Personeel
  - staf- of projectmedewerkers (eventueel met inbegrip van projectdirecteur, manager, assistent(en), administratie)
  - vergoedingen voor leden van de jury
  - begeleiders
  - honoraria voor deskundigen/getuigen
- Reiskosten
  - juryleden
  - deskundigen
  - begeleiders
- Accommodatie
  - juryleden
  - experts
  - begeleiders
- Maaltijden
  - maaltijden voor juryleden, experts en projectmedewerkers gedurende het evenement
- Rekrutering en promotie
  - rekrutering van juryleden
  - rekrutering van deskundigen
  - reclame en promotie rond de Burgerjury
- Communicatie
  - drukken van opzet en eindrapport (met inbegrip van de verspreiding)
- Faciliteiten
  - locatie voor het Burgerjuryevenement
- Apparatuur en materiaal  
(Zie gedetailleerde lijst in inleidend hoofdstuk)

**MERK OP:** De loonkosten van de medewerkers zullen de grootste post zijn in de begroting van een Burgerjuryproject. Het vereiste aantal 'manuren' is afhankelijk van heel wat factoren, waaronder ervaring, competentie, al dan niet omstreden karakter van het onderwerp, duur van het project, enz.



## **V. ANDERE BESTE PRAKTIJEN EN MOGELIJKE VALKUILEN**

Om er borg voor te staan dat de jury representatief is voor de beoogde populatie, moet een betrouwbare en open procedure uitgewerkt worden waarmee een consensus kan verkregen worden over de demografische of gedragskenmerken waarmee rekening moet gehouden worden bij het samenstellen van een representatieve jury (bij het begin van het proces) en bij het ratificeren van de aanbevelingen van de jury (aan het einde van het proces).

Beleids mensen opnemen als actieve deelnemers aan het Burgerjuryproces, om vragen te stellen en te beantwoorden en om hun standpunten naar voor te brengen, zal de methode een grotere slagkracht geven. Het kan de burgers de kans bieden rechtstreeks in dialoog te treden met diegene die bestuursverantwoordelijkheid dragen, waardoor ze een rechtstreekser plaats bekleden in de politieke arena.

### **Bronnen en referenties**

Armour, A. (1995). The Citizens' Jury Model of Public Participation: A Critical Evaluation.

In O. Renn, T. Webler and P. Wiedemann (Eds), *Fairness and Competence in Citizen Participation*, pp. 175-187. London: Kluwer Academic Publishers.

Crosby, N. (1995). Citizens Juries: One Solution for Difficult Environmental Questions. In O. Renn,

T. Webler and P. Wiedemann (Eds), *Fairness and Competence in Citizen Participation*, pp. 157-174. London: Kluwer Academic Publishers.

Crosby, N. [2003]. *Healthy Democracy: empowering a clear and informed voice of the people*.

Edina, Minnesota: Beavers Pond Press. (kan besteld worden via [www.BookHouseFulfillment.com](http://www.BookHouseFulfillment.com))

Glenn, J. (Ed.) *Futures Research Methodology*. Version 1.0. AC/UNU The Millennium Project.

ICIS Building Blocks for Participation in Integrated Assessment: A review of participatory methods.

Veasey, K. (2002). *Citizens Jury Handbook*, herziene en bijgewerkte versie. Een uitgave van Jefferson Center.



# CHARRETTE

## I. DEFINITIE

Een Charrette is een intensief face-to-face proces dat is ontwikkeld om mensen uit verschillende subgroepen van de samenleving op korte tijd tot een consensus te laten komen. Tijdens de voorbereiding en planning voor een Charrette wordt het hoofdonderwerp in verschillende delen opgesplitst die aan de subgroepen worden toegekend. De subgroepen rapporteren geregeld aan de grote groep en de feedback van het plenum wordt meegenomen in de volgende gespreksronde in subgroepen. Die werkwijze wordt herhaald tot op het eind een consensus moet bereikt zijn. Charrettes wisselen in omvang van 50 tot meer dan 1.000 mensen en in tijd kunnen ze twee dagen tot twee weken duren.

## II. WANNEER GEBRUIKEN

Charrettes werden al vaak gebruikt als het om projecten gaat die verband houden met ontwikkeling, ontwerp en planning op het niveau van de lokale gemeenschap. Ze kunnen echter ook aangepast worden aan andere onderwerpen en geografische omschrijvingen. Over het algemeen zal een Charrette:

- praktische ideeën en standpunten bijeenbrengen bij het begin van een planningproces,
- een brede waaier aan deelnemers stimuleren tot input en samenwerking,
- de besluitvorming rond moeilijke kwesties vergemakkelijken, op voorwaarde dat de situatie er rijp voor is,
- besluiteloosheid of impasses doorbreken bij groepen in het eindstadium van een proces,
- haalbare projecten en actieplannen ontwikkelen met specifieke praktische stapjes voor een succesvolle invoering van projecten op basis van inbreng van de burgers,
- potentiële financieringsbronnen voor projecten opsporen

## III. PROCEDURE <sup>1</sup>

### A. Kort overzicht

Pre-Charrette: het pre-Charrette-stadium concentreert zich op het ontwikkelen en werken met een stuurgroep die de primaire focus van de Charrette bepaalt en de logistiek voor de twee volgende stadia voor zijn rekening neemt. Aangeraden wordt dat de stuurgroep samenwerkt met de Charrette-facilitator bij het opstellen van een voorlopige lijst van onderwerpen die tijdens de Charrette zullen behandeld worden.

De Charrette-workshop zelf: de Charrette-workshop is een intensieve workshop gericht op planning en ontwerp, waarbij de deelnemers worden ingeschakeld bij volgende deeltaken : beoordelen van de behoeften, bevragen van de belanghebbenden, opstellen van prioriteitenlijsten en aanbevelingen, identificeren van specifieke projecten en genereren van implementeringsstrategieën.

<sup>1</sup> Dit gedeelte is grotendeels overgenomen uit Segedy, J. en Johnson, B. The Neighborhood Charrette Handbook: Visioning and Visualising Your Neighborhood's Future. (zie referenties)

Post-Charrette: het post-Charrette-stadium omvat de voorbereiding van een einddocument dat een overzicht geeft van de sterke punten, uitdagingen, aanbevelingen, specifieke projecten, actiestappen en potentiële financieringsbronnen. Het omvat ook een formele en openbare voorstelling van de resultaten en de voorbereiding ervan. Dit is ook de fase waarin de implementering start.

## **B. Realisatie**

### **1. PERSONEEL EN TAKEN**

#### *(a) Project manager*

De project manager kan een persoon maar ook een team zijn. De verantwoordelijkheden van de project manager zijn als volgt

- het overzicht houden over het hele proces,
- aanspreken van de burgers die belast zullen worden met de samenstelling van de stuurgroep,
- drukken en verspreiden van het eindrapport,
- optreden als contactpersoon voor de post-Charrette-activiteiten.

#### *(b) Stuurgroep*

Om het proces te starten en helemaal te doorlopen tot aan de uiteindelijke realisatie, kan men best een heterogene groep van burgers samenstellen die dienst doen als coördinator en facilitator. Het geheel moet een actiegroep van burgers vormen die representatief zijn voor een brede basis van gemeenschappelijke belangen (die verschilt naar gelang van de behandelde onderwerpen) en op basis van de onderstaande richtlijnen. De stuurgroep dient:

fh tussen 9 en 15 leden te tellen,

- de aanwezigheid van uiteenlopende opvattingen en ideologieën te garanderen,
- mensen te bevatten die actief geïnteresseerd zijn in de problemen en hun oplossingen. Bijvoorbeeld:
  - mensen uit het zakenleven
  - buurtwerkingen, eigenaarsverenigingen, actiegroepen
  - verkozen politici (lokaal, regionaal, nationaal, supranationaal)
  - specialisten uit de academische wereld
  - technische deskundigen
  - kerkelijke/religieuze organisaties
  - jongeren
  - serviceclubs
  - scholen (faculteiten, docenten, studenten, administratie, enz.)
  - senioren
  - mensen uit omliggende steden, regio's, enz. (voor zover van toepassing).



De verantwoordelijkheden van de stuurgroep omvatten:

- de coördinatie van de Charrette-activiteiten,
- opstellen van een timing en kalender voor de bijeenkomsten,
- opstellen van een voorlopige lijst van onderwerpen (de Charrette-focus),
- op zoek gaan naar financiële ondersteuning en beheren van het Charrette-budget,
- ondersteuning verlenen bij het begeleiden van de workshops.

#### (c) Deelnemers: het Charrette-Team

Het Charrette 'team' is doorgaans een groep individuen uit de betreffende gemeenschap met een brede waaier aan vaardigheden en een uiteenlopende achtergrond. Het team zal in de eerste plaats instaan voor het bereiken van de verwachte resultaten.

#### (d) Publiek of waarnemers

Tijdens de Charrette workshop zijn er ook sessies voorzien waarop er interactie is met het publiek dat in eerste instantie zal bestaan uit zoveel mogelijk leden van de betreffende gemeenschap.

## **2. HET PRE-CHARRETTE-STADIUM**

### (1) Afbakenen van onderwerp/probleem

Dit is een zeer belangrijke stap in het proces. De stakeholders moeten eerst uitmaken dat ze zich in dit proces willen engageren en bereid zijn met de resultaten aan de slag te gaan. De Charrette-workshop zelf is een uitdaging voor een hele gemeenschap liggen maar alles begint met de inspanningen van een beperkt aantal geëngageerde voortrekkers die de basis leggen. Hun rol bestaat erin:

- de primaire en secundaire onderwerpen af te bakenen waarover het project zich zal buigen,
- de reikwijdte van het project te bepalen,
- het geografische gebied waarover het project zich uitstrekt te omschrijven (indien van toepassing).

### (2) Selectie van een goede facilitator

### (3) Uitzoeken en uitnodigen van de Charrette-deelnemers (team)

Soms wordt iedereen van de betreffende gemeenschap die belangstelling heeft om aan de Charrette deel te nemen opgenomen in het Charrette-team. Het is echter gebruikelijker om een onderscheid te maken tussen het Charrette-team, met aandacht van de nodige variëteit en evenwichten, en het publiek of de waarnemers waar geen specifieke voorwaarden worden gesteld.

**TIP:** Er zijn voor- en nadelen aan het inschakelen van plaatselijke leden en deelnemers van elders. Plaatselijke leden hebben waardevolle inzichten terwijl buitenstaanders een frisse en objectieve kijk kunnen hebben op de activiteiten. Het is van belang dat het team wordt samengesteld met het oog op zijn vaardigheden en niet louter op grond van de belangen van de afzonderlijke leden.

#### *(4) Bijeenbrengen van informatie*

Een goed werkend proces begint met goede informatie. Het Charrette-proces berust in grote mate op input van het publiek maar kan niet zonder een stevige basis aan correcte technische informatie. Het soort informatie dat vereist is hangt af van het onderwerp maar bestaande plannen en historisch materiaal zullen meestal bijzonder nuttig blijken. Het zal altijd nodig zijn om:

- de centrale spelers in de gemeenschap te identificeren en
- de bestaande omstandigheden te documenteren.

Enkele mogelijkheden zijn:

- regelgeving
- referentiemateriaal en voorbeelden van verwante projecten
- foto's
- kaarten
- planningdocumenten van vroeger
- studies en rapporten
- demografische en/of statistische informatie
- video/foto's/tekeningen
- samenvattingen
- historisch materiaal (persmappen, foto's, archieven, geschiedkundige verenigingen, boeken, enz.)

**TIP:** Er wordt sterk voor gepleit om in de Charrette een stevige visualiseringscomponent in te bouwen. De resultaten van de Charrette zullen een hoop beelden en tekeningen omvatten om de onderwerpen en ideeën die uit het proces voortvloeien te illustreren. Om dit te vergemakkelijken, moeten voor de eigenlijke Charrette van start gaat dia's en ander illustratiemateriaal over het onderwerp gemaakt worden (indien van toepassing). Die kunnen dan gebruikt worden als basis voor een vergelijking vóór/na. Ook luchtfoto's kunnen erg nuttig zijn, om belangrijke en plaatsgebonden kwesties te illustreren.

#### *(5) Logistiek*

De Charrette-workshop zelf vormt het meest in het oog springende aspect van het proces. Als de planning vooraf gebeurd is zoals het hoort, zal de eigenlijke Charrette — hoewel hij een toonbeeld zal blijken van georganiseerde chaos — de gemeenschap een leuke en productieve gelegenheid bieden om zijn toekomst in beeld te brengen en eraan mee te bouwen.





### (6) Verscheidene maanden vóór de Charrette

Een organisatievergadering beleggen met de stuurgroep en de Charrette-facilitator, om de doelstellingen vast te leggen en een basisstramien uit te werken. De stuurgroep vergadert best geregeld om erop toe te zien dat alle nodige voorbereidselen worden getroffen.

Daarbij moet aan het volgende gedacht:

- data opstellen:  
De 'perfecte' datum is een fictie maar men moet alle mogelijke inspanningen leveren om datumconflicten te vermijden. Het is niet noodzakelijk om opeenvolgende dagen te kiezen. Integendeel, in bepaalde gevallen is het beter om enkele dagen tussen de sessies te laten om het team en de gemeenschap de kans te geven even 'op adem te komen'. Het proces over een te lange periode uitspreiden is evenwel niet wenselijk omdat het élan doorbroken wordt en de publieke belangstelling voor het proces verslapt.
- een geschikte locatie boeken voor de Charrette-workshop,
- het programma voor de Charrette-workshop voorbereiden,  
Het eigenlijke programma moet flexibel zijn. Men moet zich uiteraard strikt houden aan de afgesproken timing voor de publieksontmoeting maar het zou spijtig zijn om gelegenheden die zich spontaan aandienen te missen of creatieve energie, louter vanwege de timing, een halt toe te roepen.
- een lijst maken van deelnemers die moeten uitgenodigd worden (in het bijzonder deskundigen en specifieke belangengroepen) en opsturen van de uitnodigingen,

**TIP:** Charrettes vergen discipline. De aanwezigheid van bijzonder mondige individuen met weinig respect voor de anderen kan het proces bemoeilijken.

- maaltijden bestellen voor het Charrette-team en de deelnemers,

**TIP:** In sommige gevallen kan ter plaatse eten voorzien worden, in andere gevallen moet het buiten de locatie. Plaatselijke restaurants en/of serviceclubs kunnen ingeschakeld worden om de maaltijden te bereiden en (gratis) aan te bieden. Het kan motiverend werken om de deelnemers van de ochtendsessies uit te nodigen om te blijven voor de lunch.

- zorg voor accommodatie voor deelnemers die van elders komen en voorzie transport naar en van de plaats waar de Charrette plaatsvindt,
- zorgen voor apparatuur en materiaal.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Raadpleeg de 'Algemene richtlijnen' voor een lijst van materiaal dat doorgaans gebruikt zal worden.

*(7) Eén maand voor de Charrette*

- Alle planningswerk moet nu afgerond worden.
- De eerste persberichten gaan de deur uit.

### 3. DE CHARRETTE-WORKSHOP

Hieronder vindt u een voorbeeldprogramma van een Charrette-workshop waarop evenwel allerhande variaties mogelijk zijn.

Sessie #1: Bijeenkomsten van stuurgroep en Charrette-team

Doelstelling: een werkrelatie tot stand brengen tussen het Charrette team en de stuurgroep.

Dit kan de avond vóór de workshop, tijdens of na het avondeten, of onder de vorm van een ontbijtbespreking. De stuurgroep en het Charrette-team stellen zich aan elkaar voor, schetsen de achtergrond en geven wat informatie over wat op het spel staat. Daarna geeft de stuurgroep een overzicht van de lijst van onderwerpen en bespreekt die met het Charrette-team.

**TIP:** een informele aanpak en een gemoedelijke conversatie werken in dit stadium het beste.

Sessie #2: Uitwerken van de context

Eerste dag, voormiddag.

Doelstelling: een beeld krijgen, uit de eerste hand, van de betreffende gemeenschap/locatie en het Charrette-team de nodige achtergrondinformatie bezorgen en een voorlopige verkenning van het behandelde probleem.

Zonodig – wanneer het echt gaat om een fysieke omgeving - kan voor het Charrette-team en de stuurgroep een bezoek geregeld worden.

Tijdens deze sessie moet het volgende gebeuren:

- samenvatten van de belangen van de stuurgroep. Een lijst daarvan wordt tegen de wand gehangen, zodat iedereen ze kan raadplegen,
- enkele video's of diareeksen over het onderwerp vertonen,
- kaarten, foto's, enz. bestuderen (indien van toepassing),
- planningrapporten en andere technische documenten bespreken.



### Sessie #3: Interview- en inputsessies

Eerste dag, voormiddag.

Doelstelling: uiteenlopende groepen van burgers in de gelegenheid stellen om de onderwerpen te bespreken met het Charrette-team.

- Verdeel het onderzoeksteam in kleinere groepen, om de interactie te stimuleren en tot een efficiënte communicatie te komen.
- Programmeer de gesprekken zo dat elke groep goed aan bod komt. Elke interviewsessie mag ongeveer 45 minuten duren. Verschillende groepen kunnen tegelijk geïnterviewd worden, elk met hun eigen begeleider en verslaggever.
- Voorzie tijd voor de vragen van het Charrette-team (over doelstellingen, behoeften, verplichtingen, mogelijkheden en middelen, enz.).
- Na de interviewsessie krijgen alle deelnemers een strook met gekleurde stippen waarmee ze kunnen stemmen voor de belangrijkste onderwerpen op de lijst die tegen de muur hangt. Ze kunnen al hun stippen op één onderwerp zetten of ze verspreiden over verschillende items op de lijst. Op die manier wordt duidelijk waar de prioriteiten liggen.

### Sessie #4: Teamanalyse en verhelderen van het probleem

Eerste dag, namiddag.

Doelstelling: het Charrette-team de gelegenheid bieden commentaar in te winnen en te bespreken en de open bijeenkomst voor te bereiden.

Dit is een kritieke hergroepering van het Charrette-team om te brainstormen, ideeën uit te wisselen, eerste analyses uit te voeren (zoals een SWOT-analyse), voorlopige reacties en aanbevelingen te geven en de publiekssessie van 's avonds voor te bereiden.

### Sessie #5: Opendeur -- Gemeenschappelijke discussie en feedback

Eerste dag, avond.

Doelstelling: de eerste indrukken van het Charrette-team samenvatten en zo de grote groep een eerste evaluatie en analyse geven, om vervolgens van de burgers meer input en feedback te krijgen.

Het Charrette-team: samenvatten van de input en de analyseresultaten:

- presenteren van de resultaten van de SWOT-analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities en Threats of sterke en zwakke punten, mogelijkheden en gevaren) en/of van andere analyses,
- presenteren van de doelstellingen en prioriteiten (op basis van de peiling met de gekleurde stippen).

Publiek:

- feedback geven op de eerste indrukken van het Charrette-team,

- bevestigen of bijsturen van de focus.

#### Sessies # 6 - ? : Ontwikkelen van doelstellingen en aanbevelingen

Doelstelling: voorstellen en oplossingen ontwikkelen in antwoord op specifieke problemen.

- Stel voor elk prioritair onderwerp een kleinere werkgroep samen en verspreid de deelnemers over de werkgroepen.
- In elke subgroep dient minstens één deskundige te zitten die gespecialiseerd is in het specifieke onderwerp.
- De subgroepen vergaderen om tot voorstellen en oplossingen voor hun concrete probleem te komen.
- In de grote groep worden de ideeën van de subgroepen besproken, suggesties geformuleerd en de subprojecten gecoördineerd, enz.
- Daarom wordt opnieuw in subgroepen gewerkt. De werkgroepjes herzien hun voorstellen/plannen en verwerken er de input in die ze van de grote groep hebben gekregen. Dit proces van afwisselen tussen plenum en subgroepen wordt zo vaak herhaald als nodig is (als de tijd het toelaat).

**TIP:** In het ideale geval staan voor de workshop ten minste vier dagen ter beschikking, zodat tijd voorhanden is voor een voldoende aantal feedbackcycli.

- Aan het einde van dit pendelproces gaan het voltallige Charrette-team en de leden van de stuurgroep samen zitten om hun ideeën af te ronden, hun projecten en aanbevelingen te coördineren en actieplannen voor te bereiden voor de verschillende projectteams.

#### **4. POST-CHARRETTE-ACTIVITEITEN**

De post-Charrette-activiteiten kunnen onderverdeeld worden in twee grote stadia die hieronder nader worden uitgewerkt:

1. de voorbereiding van het conclusiedocument en van de presentatie,
2. presentatie en goedkeuring,

##### *(a) Voorbereiding van het conclusiedocument en van de presentatie*

Na afloop van de Charrette-workshop dient het Charrette-team de volgende zaken af te werken:

- een bijlage ('insert') voor de kranten,
- een leesbaar, gebruiksvriendelijk document,
- formeel presentatiemateriaal.

De krantenbijlage is een speciaal gedrukt document dat als bijvoegsel met de relevante dagbladen of andere media wordt verspreid. Ze bevat een overzicht van de bevindingen, ideeën, projecten en aanbevelingen. De bedoelingen ervan kunnen uiteenlopend zijn : ten eerste het grote publiek iets meer vertellen over wat zich in de gemeenschap afspeelt,



ten tweede verdere input en informatie vragen (een planningproces is nooit ten einde) en ten derde mensen warm maken en aanmoedigen om de slotpresentatie bij te wonen. Let erop dat de ten minste één week voor de slotpresentatie aan de krantenlezers bezorgd wordt.

Het 'slotdocument' moet aangevuld worden met de informatie en ideeën die op dat ogenblik beschikbaar zijn en wordt pas afgewerkt na de slotpresentatie (er zullen na de presentatie ongetwijfeld nog kleine wijzigingen zijn).

Doorslaggevende kenmerken van het eindrapport zijn:

- actiegericht
- gebruiksvriendelijk
- positief
- zonder vakjargon
- sterk visueel
- in telegramstijl
- verklarend (niet alleen beschrijvend).

Het formele presentatiemateriaal omvat slides en een samenvatting voor de aanwezigen (eventueel in de vorm van hand-outs). Slides van tekeningen, projectconcepten, voorbeelden van karakter en ontwerp en bestaande omstandigheden zijn zeer nuttig. De samenvatting geeft een kort overzicht van het hele project voor diegenen die eventueel pas sinds de presentatie bij de zaak betrokken zijn (de krantenbijlage kan als samenvatting dienst doen).

#### *(b) Presentatie en goedkeuring*

Doelstelling: de bevindingen van de Charrette aan de gemeenschap voorleggen.

Organiseer een publieke bijeenkomst om de resultaten te presenteren. Zorg voor ondersteunend audiovisueel materiaal. Belicht ook de uitdagingen van de uiteindelijke verwezenlijking van de projecten. Na afloop voorziet u tijd voor vragen en commentaar. Zorg er ook voor dat iemand verslag neemt van wat daarbij gezegd wordt.

**TIP:** De slotpresentatie moet op ruime schaal bekendgemaakt worden en plaats vinden op een politiek neutrale locatie die makkelijk te bereiken is. Een mondelinge presentatie, aangevuld door een 'slide show' is doorgaans de aanbevolen werkwijze. Na de presentatie dienen, voor zover nodig, de commentaren nog geïntegreerd te worden in het slotdocument. Dat document wordt dan goedgekeurd en aangenomen door de stuurgroep.

### **III. OVER DE BENODIGDE MIDDELEN (TIJD, BUDGET)**

De voorbereidende fase neemt veel tijd in beslag. Er is minstens twee tot vier maand vereist om het achtergrondmateriaal bijeen te brengen en de deskundigen te zoeken. Het proces zelf duurt doorgaans een dag maar aanbevolen wordt om ten minste vier dagen te voorzien. Een kortere Charrette van twee tot drie uur levert wellicht slechts een beperkt aantal ideeën op.

De kostenfactoren zijn onder meer de huur van een grote zaal, het achtergrondmateriaal, een ervaren begeleider, de andere medewerkers en het materiaal voor ter plaatse. Daarbij kunnen nog reis- en hotelkosten komen, onthaal en onkostenvergoedingen voor mensen die vrij moeten nemen van hun werk om aanwezig te kunnen zijn.

Hieronder vindt u een lijst van de voornaamste posten die u dient te budgetteren voor een Charrette.

- Personeel
  - projectbeheerder
  - stuurgroep (9-15 personen)
- Reiskosten
- Accommodatie
- Catering
- Maaltijden voor het Charrette-team en de deelnemers
- Rekrutering en promotie
  - uitnodigingen voor de deelnemers
  - reclame en promotie
- Communicatie
  - drukken van kladversie en eindrapport
- Faciliteiten
  - de locatie voor het Charrette-evenement zelf
  - de locatie voor de publiekspresentatie van het eindrapport
- Apparatuur en materiaal

#### **IV. ANDERE BESTE PRAKTIJEN EN MOGELIJKE VALKUILEN**

- Afhankelijk van de definitie van 'expertise' kan de nadruk die bij een Charrette gelegd wordt op de deelname van specialisten bepaalde stemmen uit de gemeenschap uitsluiten van het proces. Dit kan een schaduw werpen over de geloofwaardigheid van de publieksparticipatie binnen de betrokken groep.
- Het doorlopend karakter van een langere Charrette kan bepaalde mensen, omwille van agendaproblemen, uitsluiten van deelname.

#### **Bronnen en referenties**

Corporate Consultation Secretariat, Health Policy and Communications Branch (2000).

*Health Canada Policy Toolkit for Public Involvement in Decision Making.* Minister of Public Works and Government Services Canada.

Glenn, J. (Ed.) *Futures Research Methodology.* Version 1.0. AC/UNU. The Millennium Project.

Segedy, J. and Johnson, B. *The Neighborhood Charrette Handbook:*

*Visioning and Visualising Your Neighborhood's Future.* Sustainable Urban Neighborhoods.

University of Louisville. [www.louisville.edu/org/sun/planning/char.html](http://www.louisville.edu/org/sun/planning/char.html)

Nieuwere versie beschikbaar op [www.bsu.edu/cbp](http://www.bsu.edu/cbp)

The Charrette: A Uniquely Effective Way of Defining A Proposed Projects' Viability.

<http://home.att.net/~visualizer/Charrette.html>

<http://www.Charretteinstitute.org/Charrette.html>



# CONSENSUSCONFERENTIE

## I. DEFINITIE

Een consensusconferentie is een participatief proces waarbij een groep van tien tot dertig burgers een maatschappelijk controversieel thema bespreekt. De deelnemers zijn zelf geen deskundigen. Na kennismaking met het onderwerp leggen ze hun vragen en bekommernissen voor aan een panel van experts. De antwoorden van de deskundigen worden gewikt en gewogen en vormen de basis voor verdere discussies. Het resultaat van de consensusconferentie is een rapport met de verwachtingen en bekommernissen van de burgers en bevat ook hun aanbevelingen voor beleidsmakers en parlementsleden. Daarnaast is het rapport bestemd voor alle betrokkenen en het grote publiek.

Een consensusconferentie kan het debat rond een bepaald onderwerp stimuleren en verbreden. Het is bovendien een goede methode om beleidsmakers op de hoogte te brengen van de standpunten van niet-specialisten. Deze methode is ook geschikt om, zoals benadrukt in het Deense model, een consensus te bereiken omtrent een bepaald thema. Andere methodologen vinden het echter minder belangrijk om tijdens dit proces een volledige consensus te bereiken. Consensusconferenties zijn toegankelijk voor het grote publiek en hebben doorgaans een intensief programma van drie dagen.

De methode werd oorspronkelijk ontwikkeld in de Verenigde Staten. De Technologieraad van het Deense parlement (DBT) heeft ze verder aangepast zodat consensusconferenties een nuttig instrument geworden zijn binnen het technologisch aspectenonderzoek in heel Europa. De DBT legt sterk de nadruk op het bereiken van een consensus, maar wordt daarin niet altijd gevolgd door de instellingen in de andere landen, zoals het Vlaamse viWTA en het Zwitserse instituut voor technologisch aspectenonderzoek.

## II. WANNEER GEBRUIKEN

Een consensusconferentie is een methode om burgers op een onderbouwde en betekenisvolle manier te laten nadenken over een bepaald thema en op die manier het beleid te ondersteunen. Binnen dit proces kunnen niet-specialisten conflicten beoordelen, attitudes verduidelijken of de relevantie van een bepaalde maatschappelijke problematiek bespreken. Het is bovendien een goede manier om het maatschappelijk bewustzijn en het publieke debat te versterken. Consensusconferenties worden ook gebruikt binnen het sociologisch onderzoek. De deelnemers bepalen zelf het verloop en de inhoud van de conferentie en zijn in hoge mate verantwoordelijk voor het onderzoek. Het eindrapport is het eindresultaat van hun inspanning en inzichten en krijgt op die manier een grote geloofwaardigheid. Deze methode heeft haar nut al bewezen door bijvoorbeeld overheidsbesluiten bij te sturen en nieuwe inzichten en debatten op te leveren. Een consensusconferentie kan de politieke besluitvorming versterken, bepaalde angsten wegnemen en bruggen slaan tussen verschillende belangengroepen met uiteenlopende perspectieven.

Het is van belang dat het onderwerp in kwestie duidelijk omschreven en afgebakend is.

Deze methode is vooral nuttig bij het combineren van verschillende vormen van kennis (bvb. lokaal, traditioneel, technisch). Een consensusconferentie is een goede aanpak om de geïnformeerde mening van niet-specialisten te leren ken-

nen. Daarnaast kan ze ook gebruikt worden om subjectieve kennis op te nemen in wetenschappelijke, technologische en andere technische ontwikkelingen. Meer in het algemeen vormt ze een haalbaar alternatief wanneer de (meeste van de) onderstaande criteria gelden:

- Er is een vraag naar input van de burger rond een bepaald actuele beleidsonderwerp.
- Het thema is controversieel, complex en/of technisch.
- Diverse groepen en individuen van verschillende achtergronden maken zich zorgen.
- De discussies en beslissingen in kwestie hebben een rechtstreekse impact op bepaalde groepen of individuen.
- Er is nood aan meer debat en een grotere bewustwording bij het publiek.
- Burgers wensen meer formeel betrokken te worden.

Het proces van de informatieverstrekking rond het onderwerp van de conferentie heeft een uitgesproken educatieve component.

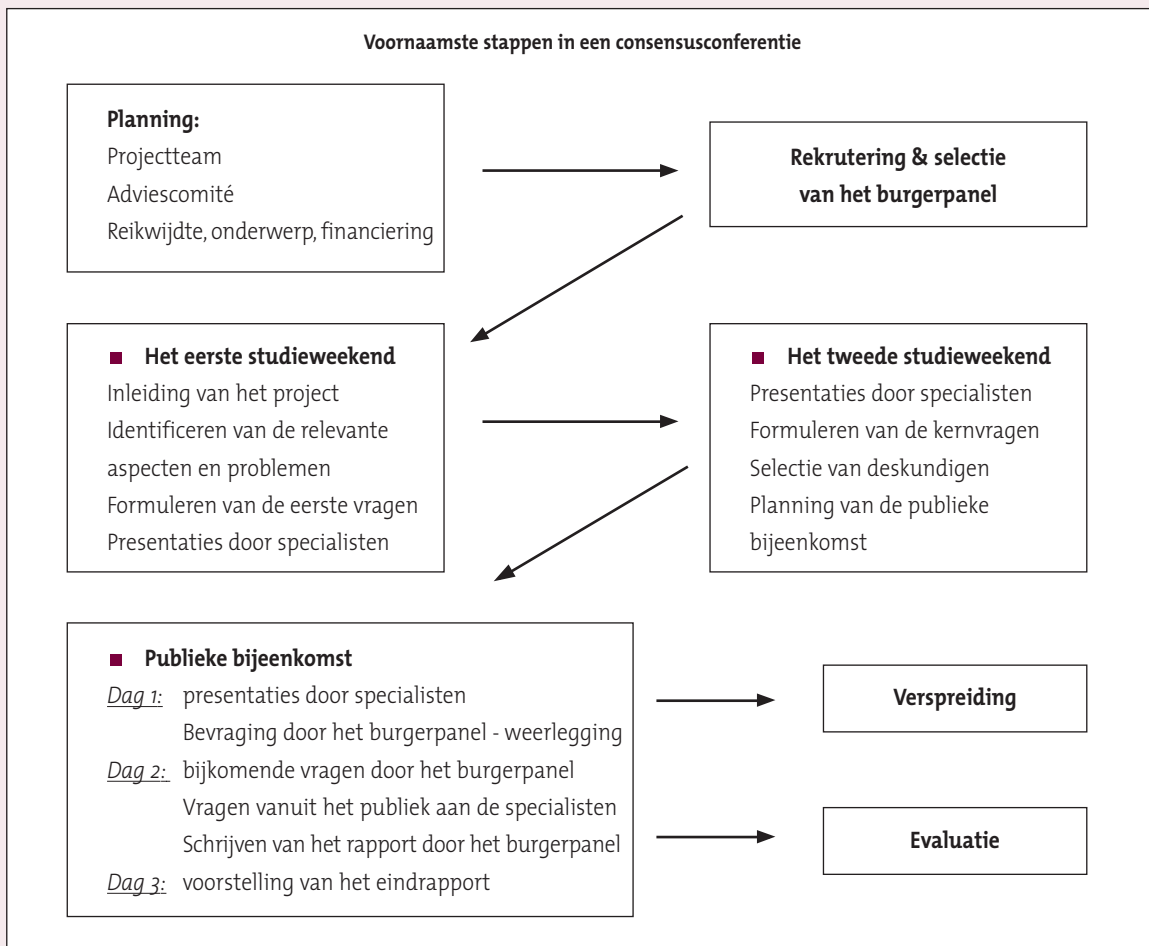
### **III. PROCEDURE<sup>1</sup>**

#### **A. Kort overzicht**

Een consensusconferentie begint met de samenstelling van het burgerpanel. Op willekeurige wijze wordt een steekproef getrokken uit de bevolking. Gedurende twee weekends vóór de publieksconferentie, verkent het panel alle relevante aspecten van het thema. Hierbij doen ze beroep op experts en documentatie. Vanuit hun perspectief formuleren ze een reeks vragen die tijdens het laatste en publieke weekend voorgelegd wordt aan een panel van deskundigen. Gedurende twee dagen presenteren de specialisten ter zake hun antwoorden. De burgers nemen voldoende tijd om de deskundigen te bevragen. Daarna stelt het panel het rapport op, gebaseerd op de antwoorden van de experts en de lessen die de burgers daaruit getrokken hebben. Het rapport wordt voorgesteld op de slotdag van de conferentie en verspreid onder beleidsmakers, de belangrijkste stakeholders en andere geïnteresseerde groepen en individuen. Op die manier leveren gewone burgers hun bijdrage aan het beleid.

<sup>1</sup> Het leeuwendeel van de beschreven procedure komt uit Einsiedel, E. & Eastlick, D. (niet gepubliceerde paper).





## B. Voorbereiding

De belangrijkste personen die betrokken zijn bij de planning en organisatie van een consensusconferentie zijn de volgende:

- projectleiding (directeur, assistent en administratieve medewerkers),
- adviescomité/stuurgroep ('planninggroep'): 5 – 6 personen,
- burgerpanel (panel van niet-deskundigen): 12 – 15 personen,
- expertpanel: ongeveer 20 personen,
- facilitator

De voornaamste verantwoordelijkheden van elke van deze individuen of groepen zien er als volgt uit.

### (a) Projectleiding

De opdrachten van het projectmanagement omvatten:

- het voorbereiden van het project,
- het betrekken van de verschillende partners,
- de zorg voor het burgerpanel,
- het contacteren van deskundigen,
- het beheren van het budget,
- het verzorgen van de relaties met de pers,
- het helpen van het burgerpanel bij het schrijven van de aanbevelingen,
- het toeleveren van documentatie tijdens de conferentie.

### (b) Adviescomité/Stuurgroep

Het adviescomité is samengesteld uit betrokkenen en experts ter zake, zoals bijvoorbeeld wetgevers, beleidsmakers, wetenschappers, industriële en niet-gouvernementele organisaties. Ze worden geselecteerd omwille van hun kennis en expertise en de diversiteit van hun standpunten. Als leden van de stuurgroep spreken ze voor zichzelf en dus niet als vertegenwoordiger van hun organisatie. Het comité helpt het projectmanagement bij het scherp stellen van de beoogde doelen, het bepalen van de omvang van het project, het samenstellen van het inleidende informatiepakket, het identificeren van mogelijke deskundigen (en het zoeken van financieringsbronnen, indien van toepassing). De taken van het adviescomité/stuurgroep omvatten:

- erop toezien dat het project objectief verloopt,
- het proces bewaken,
- de inhoud bespreken met de projectleiding,
- ervoor zorgen dat de informatie voor het burgerpanel relevant en neutraal is,
- een lijst maken van de beste deskundigen ter zake,
- beslissen – samen met het panel – welke deskundigen worden uitgenodigd,
- goedkeuren van het programma van de conferentie.

### (c) Burgerpanel

De leden van het burgerpanel zijn niet representatief voor een bepaalde populatie. De bedoeling is eerder om zo veel mogelijk verschillende en uiteenlopende meningen te verzamelen en uit te wisselen. Om een verrijkende dialoog tot stand te brengen, zorgt de projectleiding voor voldoende verschillende achtergronden en perspectieven binnen het panel.

Naast eventuele andere criteria, zal van alle kandidaten verwacht worden dat ze beschikbaar zijn tijdens de twee studieweekends en de consensusconferentie. De deelname aan het burgerpanel gebeurt vrijwillig. Alle verplaatsingen, overnachtingen en andere onkosten (kinderopvang, vrije dagen, enz.) worden wel vergoed.

De taken van het burgerpanel omvatten:

- een grondige kennis verwerven van het onderwerp,
- beslissen omtrent het verloop van de conferentie,
- vragen voorbereiden voor de conferentie,
- bevragen van de deskundigen tijdens de conferentie,
- aanbevelingen opstellen met betrekking tot die vragen,
- de aanbevelingen voorstellen en bespreken.

#### *(d) Facilitator(en)*

Eén of twee professionele begeleiders met ervaring in participatieve processen worden aangeworven. Ze mogen niet directief te werk te gaan en moeten achter het burgerparticipatieve aspect van het proces te staan. Hen wordt gevraagd de twee studieweekends en de conferentie te begeleiden.

De taken van de facilitator(en) omvatten:

- het begeleiden van alle processen tijdens de twee studieweekends en de conferentie,
- het leiden van de dialoog tijdens de studieweekends en de conferentie,
- het voorzitten van de conferentie,
- het assisteren bij het opstellen van het document.

#### *(e) Referentiepersonen*

De referentiepersonen zijn twaalf tot vijftien mensen met expertise of ervaringsdeskundigheid binnen het behandelde probleem. Ze dienen enkel tijdens het weekend van de consensusconferentie aanwezig te zijn. Binnen alle aspecten van het onderwerp (sociaal/ethisch, wetenschappelijk, politiek, ecologisch, economisch, gezondheid en veiligheid) moeten zowel voor- als tegenstanders aanwezig zijn.

Het samenstellen van de lijst van referentiepersonen begint al vroeg in het proces. De projectleiding anticipeert op de categorieën van vragen die het burgerpanel zou kunnen stellen. De mogelijke referentiepersonen die aansluiten bij die categorieën worden gecontacteerd en op de hoogte gebracht van het proces en de verwachtingen daaromtrent. De mogelijke referentiepersonen worden gevraagd of ze beschikbaar zijn en bereidheid zijn om deel te nemen aan de consensusconferentie, indien ze geselecteerd worden. Deze selectie gebeurt door het burgerpanel tijdens het tweede studieweekend, na het afwerken van de kernvragen.

Bij de selectie van referentiepersonen beschikt het burgerpanel niet over concrete namen van specifieke individuen. De reden hiervoor is dat de lijst van referentiepersonen, samengesteld door het projectteam, zelden aan alle wensen van het burgerpanel tegemoet komt, ook al bevat ze tientallen namen. Een betere aanpak is de burgers meer algemeen de gewenste profielen te laten aangeven. Het projectteam contacteert dan de individuen die aan dit profiel beantwoorden. De referentiepersonen worden zo snel mogelijk na het tweede studieweekend uitgenodigd en op de hoogte gebracht, zodat hun namen lang genoeg vóór de conferentie kunnen bevestigd worden.

Zodra alles rond is, krijgen de referentiepersonen de vragen — maximum twee — die aansluiten bij hun expertise toege-  
stuurd. Ze worden verzocht bij wijze van antwoord een korte presentatie te brengen op de consensusconferentie. Ze  
moeten ook bereid zijn op de bijkomende vragen van het panel te antwoorden.

**TIP:** Sommige bijkomende referentiepersonen zullen ook tijdens de studieweekends aanwezig moeten zijn om  
het burgerpanel te helpen inzicht te verwerven in de problematiek. Hun rol tijdens die weekends zal bepaald wor-  
den door het managementteam of het burgerpanel. Of ze al dan niet een honorarium ontvangen wordt beslist  
door het projectteam, tijdens de bespreking van het budget. Het is in elk geval gebruikelijk om de reis-, restaurant-  
en hotelkosten te vergoeden.

## C. De consensusconferentie

### 1. VOORBEREIDENDE INFORMATIE VOOR HET BURGERPANEL

Tussen de selectie van het burgerpanel en het eerste studieweekend ontvangen de panelleden inleidende informatie over  
het onderwerp in kwestie. De aard en de hoeveelheid van de informatie wordt bepaald door het projectmanagement en het  
adviescomité. Voor de samenstelling van het pakket kan een beroep gedaan worden op bepaalde stakeholders, op het advies-  
comité of op andere experts. De informatie hoeft niet noodzakelijk in gedrukte vorm ter beschikking gesteld te worden.  
Tussen het eerste en het tweede studieweekend en tussen het tweede studieweekend en de conferentie kan het burger-  
panel zelf vragen om specifieke vormen van informatie of expertise. Bovendien kunnen de panelleden ook zelf informa-  
tie verzamelen en uitwisselen.

**MERK OP:** Opdat de burgers goed geïnformeerd aanbevelingen zouden kunnen formuleren, moeten alle aspecten  
van de problematiek besproken worden in het documentatiepakket of aan bod komen in de informatie die nader-  
hand nog verstrekt wordt. Toch moet niet verwacht worden dat elk panellid tijd en interesse zal hebben om het  
hele pakket te lezen, te bekijken of te beluisteren.

### 2. EERSTE WEEKEND

#### Vijf doelstellingen:

- Ontwikkelen van competentie:
  - basisinformatie,
  - uitleg over de context en methode,
  - interactie met de referentiepersonen, publiek en media.
- Teambuilding
- Identificeren van relevante aspecten en bekommernissen
- Beginnen met het formuleren van vragen
- Opstellen van de agenda voor het tweede studieweekend



Het eerste studieweekend betekent het begin van een intensieve kennisopbouw voor de leden van het burgerpanel. Ze zullen in de loop van het proces systematisch beter geïnformeerd raken over het onderwerp. In dit eerste weekend leren het projectteam, de gespreksleiders en de panelleden mekaar kennen. Eén van de doelstellingen van het proces bestaat erin de panelleden geleidelijk een actievere rol te laten spelen in het project. Het studieweekend begint weliswaar met een agenda die is opgesteld door het projectteam. Die agenda moet echter flexibel genoeg zijn, zodat de panelleden geleidelijk meer zelf de touwtjes in handen kunnen nemen. De begeleiding leidt deze overgang naar zelfsturing gedurende het proces in goede banen. Het is absoluut noodzakelijk om de groep genoeg ruimte te geven om, zonder bemoeienissen van buitenaf, eigen ideeën en een eigen houding te ontwikkelen.

**TIP:** Het projectteam moet zich inspannen om zo veel mogelijk aan de noden van het burgerpanel tegemoet te komen. Het burgerpanel zal daardoor des te gemakkelijker de hen toevertrouwde taken tot een goed einde brengen. Daarbij kan onder meer gedacht worden aan een aangename accommodatie, verzorgde maaltijden, pauzes en gelegenheid tot sociale interactie buiten de bijeenkomsten en conferentiecontext.

#### De taken van de deelnemers voor het eerste studieweekend zien er als volgt uit:

##### *Projectteam:*

- Geef een overzicht van de context van de problematiek en van de verwachtingen en stadia in het proces.
- Bied een brede basisinformatie aan zodat de panelleden kunnen beginnen met het opstellen van hun kernvragen.

##### *Facilitator(en):*

- Ondersteun het burgerpanel bij het nemen van beslissingen in consensus.
- Help het burgerpanel om controle te verwerven over het proces en de richting die het uitgaat.
- Teambuilding.

##### *Burgerpanel:*

- Raak vertrouwd met de verschillende aspecten van de problematiek.
- Identificeer de domeinen en aspecten die de meeste belangstelling of bezorgdheid opwekken.
- Stel een reeks van vragen op voor elk van die domeinen en aspecten waarop een antwoord verwacht wordt.
- Stel een agenda op voor het tweede studieweekend.

**Denk erom:** Het projectteam kan de sessies enkel registreren met toestemming van het burgerpanel. Sommige conferenties worden opgenomen op vraag van de organisatoren, andere door plaatselijke of nationale nieuwsmedia, voor promotionele doeleinden of als documentaire.

**TIP:** Door tijdsgebrek of vanwege de complexiteit van de problematiek is het mogelijk dat niet alle taken voor dit weekend afgewerkt worden. Sommige conferenties lossen dat op door de panelleden in de maand tussen de twee studieweekends verder te laten werken aan het formuleren en categoriseren van de vragen. Dat verloopt het vlotst als alle leden e-mail hebben. Anderen verkiezen de agenda zo strikt mogelijk na te leven.

**TIP:** Bepaalde managementteams begonnen hun eerste studieweekend met een grondige verkenning van de kernopvattingen en waarden van het burgerpanel. Het principe achter een dergelijke start is dat daarmee de kaarten op tafel worden gelegd, wat het makkelijker maakt om in te zien waarom elke deelnemer zijn of haar welbepaald standpunt inneemt. Ook kan een lijst worden aangelegd van dergelijke waarden die helpt om de interessegebieden aan te duiden, kernvragen te formuleren en de belangrijkste conclusies in het eindrapport te benadrukken. De oefening kan evenwel ook een zekere tegenzin opwekken, wanneer bepaalde panelleden zich nog onvoldoende vertrouwd voelen met de andere panelleden, om zo vroeg in het proces hun meest persoonlijke overtuigingen prijs te geven.

### 3. TWEEDE WEEKEND

#### Vijf doelstellingen:

- Verder gaan met de kennisopbouw tegen het afsluitende publieke weekend.
- Verschuiving van de sturing van de beslissingen en van het proces in de richting van het burgerpanel.
- Een lijst van kernvragen opstellen.
- Identificeren van het soort deskundigen dat op de conferentie vereist is.
- Plannen van de conferentie.

De agenda voor dit weekend is door het burgerpanel zelf opgesteld tijdens het eerste studieweekend. De panelleden moeten vanaf nu zoveel mogelijk — en voor zover ze zich daar goed bij voelen — zelf de zaak in handen nemen: zowel de begeleiding van het proces als de eventuele beslissingen die er genomen worden. Het managementteam en de begeleider ondersteunen deze verschuiving door elke denkbare functie op zich te nemen die het burgerpanel hen toeschuift. Hierdoor gaan de verantwoordelijkheid over en het eigenaarschap van het proces en de resultaten over in de handen van de panelleden.

#### De taken van de deelnemers voor het tweede studieweekend zien er als volgt uit.

##### *Projectleiding:*

- Organiseer het tweede studieweekend in overeenstemming met de wensen van het burgerpanel.
- Stoom een lijst klaar van referentiepersonen die beschikbaar zijn voor de consensusconferentie.

##### *Facilitator(en):*

- Ondersteun het burgerpanel terwijl het de verantwoordelijkheid over het proces en de resultaten overneemt.

##### *Burgerpanel:*

- Herwerk de vragen tot één of twee overkoepelende vragen per aspect of domein.
- Selecteer de deskundigen die tijdens de consensusconferentie bevroegd zullen worden.
- Plan de consensusconferentie.

#### 4. DERDE EN PUBLIEKE WEEKEND

De consensusconferentie is een driedaags, publiek evenement. Hier vindt de discussie plaats tussen burgers en deskundigen. De leden van het burgerpanel zijn ondertussen goed geïnformeerd over de behandelde problematiek. Tijdens de conferentie spelen ze een dubbele rol. Enerzijds vertegenwoordigen ze het grote publiek en anderzijds gaan ze als goed geïnformeerde burgers in discussie met de referentiepersonen. Ze dienen die dubbele rol voor ogen te houden tijdens de interactie met andere deelnemers aan de conferentie, opdat de discussies even zinvol zijn voor het aanwezige publiek als voor de twee panels.

##### **De taken van de verschillende deelnemers tijdens de conferentie zien er als volgt uit.**

###### *Projectmanagement:*

- Handel de inschrijvingen af en los problemen op.
- Coördineer de interactie van de media met de deskundigen en met het burgerpanel
- Help het burgerpanel bij het verloop van de conferentie en het opstellen van het eindrapport.

###### *Gespreksleider:*

- Leid de timing en het verloop van de conferentie in goede banen.

###### *Expertpanel:*

- Houd de presentaties als antwoord op de kernvragen van het burgerpanel.
- Antwoord op de vragen van het burgerpanel.
- Antwoord op de vragen van het publiek.
- Wees ter beschikking voor interviews met de media.

###### *Burgerpanel:*

- Bevrage het panel van deskundigen.
- Redigeer en presenteer het eindrapport.
- Wees ter beschikking voor interviews met de media

##### *(1) Conferentie - dag één*

###### **Belangrijkste onderdelen:**

- Presentaties door de deskundigen
- Bevraging van de deskundigen door het burgerpanel
- Reacties van de deskundigen.

De eerste dag is gewijd aan presentaties door de deskundigen, gevolgd door een bevraging door het burgerpanel. Het burgerpanel heeft tijdens het tweede studieweekend het format daarvoor gekozen. Het publiek speelt die dag slechts een passieve rol als waarnemer van het proces. Ten minste één lid van het projectteam houdt zich bezig met de noden en wensen van beide panels, terwijl de andere eventuele problemen oplost. Dit is de langste van de drie dagen: zes tot acht uur presentaties en bevraging zijn niet ongewoon.

Aan het einde van deze dag komt het burgerpanel samen om het verloop van de dag te bespreken en uit te maken welke van de vragen en bekommernissen nog onbeantwoord zijn gebleven. De panelleden stellen een bijkomende reeks van vragen op die de volgende dag aan het expertpanel worden voorgelegd.

**TIP:** Het is handig om één bepaald lid van het projectteam verantwoordelijk te maken voor de relaties met de media en de coördinatie van de interviews met de beide panels. De projectleider dient zich ook ter beschikking te houden voor media-interviews. Bepaalde van deze taken en ook de inschrijvingen kunnen aan vrijwilligers overgelaten worden.

### *(2) Conferentie-dag twee*

#### **Belangrijkste onderdelen:**

- Bijkomende vragen van het burgerpanel aan het expertpanel
- Vragen vanuit het publiek aan het expertpanel
- Het burgerpanel schrijft het eindrapport

Het burgerpanel stelt eerst zijn bijkomende vragen aan het expertpanel. De referentiepersonen beantwoorden alle vragen. Wanneer het burgerpanel door zijn vragen heen is, kan het publiek vragen stellen aan de deskundigen. Een dergelijk publiek is geen noodzakelijk onderdeel van alle conferenties!

Aan het einde van deze werkzaamheden, trekt het burgerpanel zich terug om achter gesloten deuren het rapport op te stellen. De burgers worden daarbij geholpen door de begeleider en een verslaggever. Het rapport is gestructureerd rond de kernvragen en integreert al wat -de panelleden gedurende de studieweekends en de conferentie zelf geleerd en gehoord hebben. Doorgaans wordt het rapport geschreven tussen de tweede en de derde dag van de conferentie en gepresenteerd op de slotdag. De rol van de begeleider ligt in dit stadium nogal gevoelig. Hij of zij moet immers motiveren en stimuleren, maar zonder al te directief te zijn.

**TIP:** Het schrijven van het rapport is een zeer intensief en tijdrovend proces dat mentaal en emotioneel veel vergt van de leden van het burgerpanel en de begeleider. Het is niet ongebruikelijk dat het pas in de vroege uurtjes af is. Het is daarom van belang dat alles in het werk gesteld wordt om dit in comfortabele omstandigheden te laten verlopen en om snel op de wensen van het panel in te gaan. Het alternatief dat door bepaalde mensen en in bepaalde culturen verkozen wordt is een strikte tijdslimiet te hanteren om te voorkomen dat de hele nacht moet gewerkt worden.

### *(3) Conferentie-dag drie*

#### **Belangrijkste onderdeel:**

- Het burgerpanel presenteert het eindrapport en werkt zich door de vragen van het expertpanel en het publiek.



Vóór de dag begint kopieert het projectteam het rapport voor het expertpanel en de mensen in het publiek. De consensusconferentie wordt afgesloten met de voorstelling van het rapport door het burgerpanel. Het expertpanel, gevolgd door het publiek, krijgt de gelegenheid om het burgerpanel vragen te stellen of om verduidelijking te vragen. Het expertpanel zal alleen vragen stellen naar feitelijke vergissingen, aangezien het rapport het perspectief en de conclusies van burgers vertegenwoordigt. Na afloop wordt het rapport afgewerkt, gedrukt en verspreid.

## **IV. OVER DE BENODIGDE MIDDELEN (TIJD, BUDGET)**

### **A. Planning**

Het hele proces neemt gemiddeld één jaar in beslag. Het kan echter ingekort worden tot een intensiever proces van ongeveer zeven maanden. Hieronder worden twee verschillende planningschema's voorgesteld. Het eerste is een meer algemeen overzicht op basis van twaalf maanden. Het tweede is een gedetailleerde checklist die begint 24 weken vóór het derde en publieke weekend. De beide tijdschema's worden in omgekeerd chronologische volgorde gepresenteerd, beginnend bij het einde van de consensusconferentie.

De planning van de conferentie en de gebeurtenissen na de conferentie worden in de normale chronologische volgorde voorgesteld.

#### **ALGEMENE TIJDLIJN OVER TWAALF MAANDEN:**

##### Eén jaar vóór de consensusconferentie:

De eerste stap bestaat erin een adviescomité/stuurgroep samen te stellen. Daarna creëren het comité en de organisatoren de context voor de conferentie (zie contextuele overwegingen hierboven). Tegelijk wordt op zoek gegaan naar mogelijke financieringsbronnen (indien van toepassing).

##### Vier tot zes maanden vóór de consensusconferentie:

Stel het burgerpanel samen. De organisatoren werken aan een lijst van eventuele referentiepersonen. Ze moeten ook de begeleider(s) en een gespreksleider voor de conferentie zoeken. Met de hulp van het adviescomité kan een pakket van basislectuur, tapes en video's voor het burgerpanel samengesteld worden. Hier vindt ook de aanmaak plaats van het promotiemateriaal voor de conferentie.

##### Drie maanden voor de consensusconferentie:

Maak een informatiepakket klaar en stuur dit vóór het eerste studieweekend naar de leden van het burgerpanel.

##### Twee maanden voor de consensusconferentie:

Het eerste studieweekend vindt plaats. Dit is de eerste bijeenkomst van het burgerpanel. Doelstelling van dit eerste weekend is het onderwerp voor te stellen, kernvragen en problemen te formuleren en te beginnen met het opstellen van de profielen van de gewenste deskundigen voor de conferentie en ook een planning te maken voor het tweede studieweekend. Het zoeken van de deskundigen gaat verder.

#### Een maand voor de consensusconferentie:

Tijdens het tweede studieweekend gebeurt de verdere studie van het onderwerp, het afwerken van de kernvragen en subvragen, het afronden van de selectie van experts voor de conferentie en het opstellen van de agenda voor de conferentie. Nu is het tijd om promotie te voeren voor de conferentie en om de inschrijvingen te regelen.

#### Het weekend van de consensusconferentie:

Dit publieke evenement neemt normaal drie dagen in beslag en hoeft niet noodzakelijk tijdens een weekend plaats te vinden. De eerste dag is voorzien voor de presentaties door de experts en hun bevraging door het burgerpanel. Dag twee biedt extra tijd voor vragen aan de deskundigen, ook door het publiek. Na het afsluiten van de vragenronde trekt het burgerpanel zich terug om in afzondering het rapport te schrijven. Het burgerpanel presenteert het rapport op de ochtend van de derde dag aan de experts en het publiek. De experts kunnen alleen nog feitelijke onjuistheden rechtzetten alvorens zij en het publiek de kans krijgen om vragen te stellen aan het burgerpanel.

#### Eén maand na de consensusconferentie:

Het eindrapport van het burgerpanel wordt taalkundig gereviseerd, gedrukt en verspreid onder beleidsmakers, verantwoordelijken uit de industrie, niet-gouvernementele organisaties en andere belangengroepen en individuen. Het vertegenwoordigt de publieksinbreng in het beleid. De de-briefing van het burgerpanel kan ook nog één tot twee maand na de conferentie.

#### Eén tot elf maand na de consensusconferentie:

Tijd voor de evaluatie.

### **GEDETAILLEERDE TIJDLIJN EN CHECKLIST OVER 6 À 7 MAANDEN:**

De onderstaande tijdlijn vereist ongeveer 24 weken voorbereiding en planning, gevolgd door de conferentie zelf en de verspreiding van het eindrapport.

#### Week 24

- Rekruteer de projectmanager, projectassistent en -secretaris.
- Stel het projectteam samen.
- Selecteer de data voor de conferentie en reserveer een geschikte ruimte.
- Stel de planninggroep samen. (Die planninggroep bestaat doorgaans uit 5-6 specifieke experts en stakeholders)
- Reserveer de nodige technische apparatuur.
- Contacteer iemand die de voorbereidingen treft voor het inleidend materiaal voor het burgerpanel.
- Vraag (bij de bevoegde autoriteiten) de namen en adressen van 2.000 willekeurig uit de database geselecteerde burgers.
- Maak een budget op (of specificeer het projectbudget).

#### Week 23

- Reserveer de accommodatie voor de twee studieweekends van het burgerpanel.
- Reserveer de accommodatie voor de eigenlijke conferentie.

- Stel richtlijnen op voor het inleidend materiaal.
- Begin met de voorbereiding van een voorlopige lijst van deskundigen en mogelijke sprekers voor de conferentie en werk die tijdens de komende twee weken verder uit.
- Rekruteer een begeleider en laat hem of haar kennismaken met het project.
- Stuur een brief naar de 2000 willekeurig geselecteerde burgers en nodig hen uit om lid te worden van het burgerpanel. Ze stellen hun kandidatuur door alle informatie op te sturen die nodig is voor de definitieve selectie van het lekenpanel. De burgers die willen deelnemen moeten het formulier terugsturen in de bijgevoegde antwoordenvolp. Geef ze daarvoor twee weken de tijd.

#### Week 22

- Maak een programma voor de gesprekken met de planninggroep en beleg een eerste vergadering.
- Creëer een website voor het project.

#### Week 21

- Informeer de politici over het project.
- Informeer andere geïnteresseerde partijen.

#### Week 20

- Deadline voor de kandidaturen van burgers om lid te worden van het lekenpanel.
- Houd een eerste vergadering met de planninggroep. Denk onder meer aan de volgende taken:
  - Bespreek de richtlijnen voor het inleidend materiaal
  - Stel criteria op voor de selectie van het lekenpanel
  - Stel mogelijke deskundigen/sprekers voor voor de conferentie.

#### Week 19

- Stuur het voorstel voor de samenstelling van het burgerpanel ter goedkeuring naar de planninggroep.
- Stuur een brief naar de geselecteerde leden van het burgerpanel. Voeg er een bevestigingsformulier bij en vraag dat de burgers het ondertekenen en terugsturen (in een antwoordenvolp).

#### Week 18

- Plan het verloop van het project met de begeleider(s).

#### Week 17

- Stuur een brief om de kandidaten die niet geselecteerd werden voor het lekenpanel op de hoogte te brengen.
- Zoek een spreker voor het eerste studieweekend.
- Begin met het opstellen van een lijst van mensen die uitgenodigd moeten worden op de conferentie en werk die in de komende weken verder uit.
- Stuur een eerste versie van het inleidende materiaal naar de planninggroep.

#### Week 16

- Stuur een brief naar het burgerpanel met instructies over het verloop van het eerste weekend, het project en eventuele bijkomende informatie die zij nodig hebben.
- Houd een tweede vergadering met de planninggroep. Het inleidende materiaal moet hier besproken worden. De ingehuurd redacteur noteert de correcties. Werk ook aan de lijst van mogelijke experts/sprekers.
- Stuur een bericht naar de experts op de voorlopige lijst met de mededeling dat ze mogelijk een uitnodiging zullen krijgen om op de conferentie het woord te nemen. Vraag hen om te laten weten (door middel van de bijgevoegde retourenveloppe) of ze al dan niet beschikbaar zijn.

#### Week 15

- Rond de redactie van het inleidende materiaal af.

#### Week 14

- Regel de zaalopstelling en andere details voor de conferentie. Beslis over de plaats waar de twee panels, voorzitter en publiek zullen zitten.

#### Week 13

- Print het inleidende materiaal en stuur het naar het burgerpanel.
- Print het programma voor het eerste weekend en stuur het naar het burgerpanel.

#### Week 12

- Boek restaurants voor de conferentie. (De experts en het burgerpanel worden gewoonlijk uitgenodigd voor een etentje.)

#### Week 11

- Beëindig de praktische voorbereiding voor het eerste weekend.
- Organiseer het eerste weekend. De taken voor dat weekend omvatten:
  - Inleiding
  - Brainstorming en debat over de problematiek en de vragen
  - Afbakenen van zes tot acht thema's die de vragen kunnen structureren
  - Identificatie van de bijkomende informatie waar het burgerpanel nood aan heeft.

#### Week 10

- Follow-up en onderzoek rond de feitelijke vragen die tijdens het weekend niet konden beantwoord worden.

#### Week 9

- Stuur bijkomend informatiemateriaal naar het burgerpanel.

#### Week 8

- Stuur het programma voor het tweede weekend naar het burgerpanel.
- Maak praktische voorbereidingen voor het tweede weekend.

#### Week 7

- Organiseer het tweede weekend waarin de volgende taken vervuld worden:
  - Maak de vragen zo specifiek mogelijk en bak ze af.
  - Verdeel de vragen over de zes tot acht thema's.

#### Week 6

- Maak een voorlopig programma op voor de conferentie.

#### Week 5

- Houd een derde vergadering met de planninggroep. Maak de definitieve beslissingen over welke deskundigen op de conferentie welke vragen voor hun rekening kunnen nemen.
- Contacteer de deskundigen. Vraag hen om op de conferentie te spreken maar ook om twee weken vooraf een geschreven bijdrage in te dienen die aan de panelleden kan worden bezorgd. Laat diegenen die bevestigend antwoorden weten dat ze in de loop van de volgende week een brief zullen krijgen met meer informatie.
- Verstuur de uitnodigingen voor de conferentie.
- Boek accommodatie voor deskundigen die van verder komen.

#### Week 4

- Maak de praktische voorbereidingen voor de conferentie.
- Stuur een brief naar de deskundigen/sprekers met praktische informatie over de conferentie en een exacte omschrijving van de vragen van het burgerpanel die aan hen gericht zijn.
- Stuur het gedetailleerde programma voor de conferentie naar het burgerpanel.
- Stuur brieven naar de deskundigen die eerder gecontacteerd werden maar uiteindelijk niet zullen gevraagd worden om op de conferentie te spreken.

#### Week 3

- Rond de praktische voorbereidingen voor de conferentie af.

#### Week 2

- Deadline voor de conferentiebijdragen van de deskundigen/sprekers.
- Deadline voor de inschrijvingen (het publiek op de conferentie).
- Eindredactie en printen van de conferentiebijdragen.
- Printen van het definitieve programma en andere informatie.
- Verstuur het bovenvermelde materiaal naar het burgerpanel, de deskundigen en andere geïnteresseerden. Zorg dat er extra exemplaren beschikbaar zijn tijdens de conferentie.

#### Week 1

- Stuur bevestigingen naar het publiek.
- Contacteer de pers.
- Finaliseer de praktische voorbereidingen. Zorg ervoor over het volgende te beschikken:
  - krantenpapier

- verscheidene grote flip charts om ideeën op te noteren
- \* Opmerking: het is beter om op papier te werken dan op een bord. De losse vellen kunnen bijgehouden worden en zijn ook makkelijker te transporteren.
- tape of punaises om papier aan de wand te hangen
- verschillende gekleurde viltstiften met een brede punt
- kopieermachine (die ook op transparanten kopieert)
- computer/tekstverwerker
- diaprojector en scherm
- (overhead)projector
- digitale camera (of polaroidcamera die onmiddellijke foto's oplevert)
- pennen en/of potloden

## **B. De conferentie**

### Eén dag vóór de publieksconferentie

- Het burgerpanel arriveert, krijgt een rondleiding en een diner aangeboden.

### Dag één van de publieksconferentie

- De deskundigen geven hun presentaties en beantwoorden de vragen die het burgerpanel tijdens de eerdere weekends heeft opgesteld. 's Namiddags wordt tijd voorzien om de deskundigen dieper in te laten gaan op eventuele vragen van het panel.

### Dag 2 van de publieksconferentie

- Het burgerpanel bevraagt en debatteert met het expertpanel. Nadat de vragen van de leden van het burgerpanel beantwoord zijn, is het de beurt aan het publiek.

*Doorgaans worden de volgende taken 's avonds en 's nachts afgehandeld. Een alternatief is om een extra dag aan het proces toe te voegen.*

- Het panel bespreekt en beslist over zijn aanbevelingen en schrijft het rapport.
- Het document wordt gedrukt, verspreid en op de website gezet.
- Rond de voornaamste aanbevelingen van het burgerpanel wordt een persbericht opgesteld en verstuurd.

### Dag 3 of 4 (afhankelijk van het feit of al dan niet een extra dag is ingelast voor het opstellen van het rapport)

- Het burgerpanel presenteert het eindrapport (leest het hardop voor) aan het expertpanel, de politici, de pers en de rest van het publiek. Daarop kan commentaar gegeven worden en feitelijke onnauwkeurigheden kunnen rechtgezet worden.
- Leid de projectevaluatie.
- Lunch en afscheid.

### Na de conferentie

- Het eindrapport van het burgerpanel wordt tot een document verwerkt, samen met de schriftelijke bijdrage van de experts.
- De voornaamste conclusies van het burgerpanel worden in een nieuwsbrief voorgesteld aan de leden van het parlement, beleidsmakers en andere relevante personen.
- Een samenvatting van de projectevaluatie kan op de website komen.

## **C. Budget**

Het proces is omslachtig en vergt een aanzienlijke financiële input. De kosten zullen afhangen van de geografische schaal van de conferentie (regionaal versus nationaal), de selectiemethode, verplaatsingen en accommodatie en de aard en intensiteit van de advertenciacampagne. De lijst van onderstaande kostenfactoren geeft de voornaamste posten in het budget van een consensusconferentie:

- Personeel
  - projectmanager
  - communicatiemanager/assistent
  - gespreksleider(s)
  - administratieve medewerkers
  - gespreksleider
- Verplaatsingen
- Accommodatie
- Maaltijden
  - studieweekends
  - consensusconferentie: panels en publiek
  - mediareceptie na de consensusconferentie
- Rekrutering en promotie
  - mailings om het burgerpanel te rekruteren
  - reclame en promotie rond de conferentie
- Communicatie
  - printen van de conferentieteksten
  - printen/drukken van voorlopig rapport en eindrapport
- Faciliteiten
  - studieweekends
  - consensusconferentie
- Apparatuur en materiaal  
(Zie opgegeven lijst.)

## **V. ANDERE BESTE PRAKTIJEN EN MOGELIJKE VALKUILEN**

Een burgerpanel moet bestaan uit mensen met verschillende opvattingen en perspectieven. De deelnemers moeten openstaan voor andere meningen en bereid zijn om met anderen op een respectvolle manier een diepgaand gesprek te voeren. Dit vergt een bereidheid om te luisteren en een poging om de standpunten van anderen te begrijpen maar ook om de eigen veronderstellingen en principes in vraag te stellen. Gewoonweg blijven hameren op hetzelfde standpunt zal een vruchtbare gedachtewisseling niet ten goede komen.

### **Bronnen en referenties**

Banthien, H., Jaspers, M., Renner, A. (2003).

Governance of the European Research Area: The role of civil society. Interim Report.  
European Commission Community Research.

Chevalier, J. *Forum Options*. The Stakeholder/Social Information System.

<http://www.carleton.ca/~jchevali/stakeh.html>

Danish Board of Technology, Lars Klüver and Ida Andersen, <http://www.tekno.dk>

Einsiedel, E. and Eastlick, D. niet-gepubliceerd artikel. Convening *Consensus Conferences: A Practitioner's Guide*. University of Calgary. Calgary, Canada.

ICIS Building Blocks for Participation in Integrated Assessment:

A Review of Participatory Methods.

Joss, S. and Durant, J. (1995). Joss, S. en Durant, J. (1995). Public Participation in science. The role of consensusconferences in Europe. London, Science Museum, 144 p.



# DELIBERATIVE POLLING®<sup>1</sup>

Deliberative Polling® werd, in 1988, ontwikkeld door Jim Fishkin en Bob Luskin op het Centre for Deliberative Polling aan de Universiteit van Texas.<sup>2</sup> De methode kan door iedereen gebruikt worden maar de aanwezigheid en de toestemming van de eigenaars is vereist voor alle evenementen waarbij expliciet melding gemaakt wordt van de naam van hun methode. Alle kosten verbonden aan de aanwezigheid van de eigenaars dienen desgevallend door de organisatoren gedekt te worden.

## I. DEFINITIE

Deliberative Polling is ontwikkeld om aan twee uitdagingen in moderne democratieën tegemoet te komen. Om een leidraad te bieden bij de publieke besluitvorming wil Deliberative Polling een beeld verkrijgen van wat het publiek denkt en voelt bij een belangrijk onderwerp. Het gaat dan om een beeld dat **tegelijk representatief** (polling) en **inhoudelijk onderbouwd** (deliberative) is. Een conventionele polling-methode heeft een aanzienlijke invloed op de beleidsmakers maar het is vaak het soort peilingen dat slechts oppervlakkige indrukken bij het publiek weergeeft, gebaseerd op krantenkoppen en onliners. Deliberative Polling is een poging om op een nieuwe en constructieve manier gebruik te maken van televisie en opinieonderzoek, om die beperkingen te overstijgen. Het Deliberative Polling-proces legt de conclusies bloot die het publiek zou trekken mocht het in de gelegenheid zijn om beter te informeren en van naderbij betrokken te geraken bij beleidsvraagstukken en kwesties van openbaar belang.

Een Deliberative Poll slaagt erin de beide kwaliteiten (representatief en doordacht, na overleg) te combineren, door:

1. een bevraging van een willekeurig geselecteerde representatieve steekproef van het publiek;
2. een geïnformeerd overleg onder een representatieve groep die steekproefsgewijs getrokken is uit de deelnemers aan de enquête en
3. een onderzoek na afloop van de overlegfase om een analyse mogelijk te maken van de wijzigingen in de kennis en attitudes van de deelnemers aan de Deliberative Poll.

Deliberative polls willen een mouw passen aan de beperkingen van een survey, door de deelnemers de tijd en de nodige ondersteuning te geven om zich in een onderwerp in te werken en de stap te zetten van een ruwweg ongeïnformeerde opinie naar een meer doordacht oordeel (Fishkin en Rosell, 2004). Het tot stand brengen van een geïnformeerd overleg wordt mogelijk gemaakt door:

1. de mogelijkheid te bieden om op een veilige en neutrale plaats betekenisvolle gesprekken te hebben met andere leden van het publiek<sup>3</sup>;
2. evenwichtige (onpartijdige) informatie waarmee de zaak, door de ogen van experts, van alle zijden bekeken wordt;
3. een gestructureerde methodologie om zich, samen met de andere leden van het publiek, doorheen de informatie te werken.

Dit proces stelt het publiek in staat om beter geïnformeerd te raken over een problematiek en om te overleggen omtrent de kriterieke afwegingen en consequenties die inherent zijn aan veel openbare beleidsdebatten en -keuzen. De statistisch significante veranderingen in de opvattingen die na afloop van de Deliberative polls vastgesteld worden (door de vergelijking van de resultaten vóór en na) zijn representatief voor de bredere verschuivingen in opvattingen die zouden plaatsvinden bij het grote publiek mochten zij de kans krijgen zich beter te informeren en deel te nemen aan het overleg over belangrijke beleidskwesties.

<sup>1</sup> De auteur, Janice Elliott, Ph.D. (Senior Associate, Public Policy Forum) dankt David Brook, M.A. (Former Senior Research Associate, Public Policy Forum; Principal, DBK Consulting) voor zijn ondersteuning bij het opzetten en bij de totstandkoming van dit artikel.

<sup>2</sup> Omwille van de leesbaarheid wordt ook in dit hoofdstuk het trademark-teken (®) weggelaten.

<sup>3</sup> De face-to-face-methodologie is aangepast aan een online-omgeving. (zie *Ontwerpen van het overlegproces en opstellen van de agenda, Sectie B4*)

Een laatste kenmerkende aspect van een Deliberative Poll is het betrekken van media/televisie bij het coveren van het evenement. Dat gebeurt met een driedubbel doel: inschakelen van publiek en beleidsmakers in een proces met een hoge zichtbaarheid en transparantie; bijdragen tot de impact van het proces ten opzichte van het grote publiek; en empowerment van het publiek dat bij de Deliberative Poll betrokken is (zie *Media, Sectie B* hieronder).

## **II. WANNEER GEBRUIKEN**

Er zijn verschillende belangrijke criteria om uit te maken of een Deliberative Poll in deze of gene context een nuttige methodologie zou kunnen blijken:

### **1. DE AARD EN HET STATUUT VAN DE PROBLEMATIEK ZELF.**

Alvorens van start te gaan, dient men op de volgende vragen een bevestigend antwoord te kunnen geven:

*Gaat het om een belangrijke problematiek die het publiek bezighoudt?*

In het algemeen zal een dergelijke problematiek nogal wat, sterk afwijkende standpunten en perspectieven oproepen over hoe ermee om te gaan. Indien het publiek niet sterk betrokken is of als de publieke opinie zich onvoldoende bewust is van het probleem, zal het moeilijk blijken om een voldoende belangstelling te vinden en steun bijeen te sprokkelen om een Deliberative Poll tot een goed einde te brengen. Uiteindelijk dreigt dan het gevaar dat het resultaat niet opweegt tegen de aanzienlijke investering die met het hele proces gepaard gaat.

*Situeert de kwestie zich in een context van conflicterende fundamentele waarden?*

Precies deze waardeoordelen tonen de noodzaak van een geïnformeerd overleg en verlenen een grote rijkdom aan het hele debat rond compromissen en consequenties.

### **2. HET BELANG VAN EEN WETENSCHAPPELIJKE, ASELECTE STEEKPROEF VOOR BELEIDSMAKERS, ORGANISATOREN EN MEDIA.**

Beleidsverantwoordelijken, en dan vooral verkozen mandatarissen, zijn doorgaans geïnteresseerd in de representativiteit van de onderzoeksgroep en willen graag weten of er zich al dan niet verschuivingen voordoen in kennis en gedrag. Een Deliberative Poll onderscheidt zich binnen de op overleg gebaseerde methoden vanwege het feit dat een wetenschappelijke, aselechte steekproef er toch functioneert als een onderbouwde publieke opinie.

### **3. OF EN HOE HET PROCES (AL DAN NIET) TERUGGEKOPPELD WORDT NAAR DE BELANGRIJKSTE 'BELEIDSVERANTWOORDELIJKE' EN STAKEHOLDERS.**

Doelstelling van het Deliberative Poll-proces bestaat erin beslissingen te beïnvloeden en het publiek te bewijzen dat hun beraadslaging een verschil kan uitmaken. Een van de belangrijkste kenmerken van een Deliberative Poll is net de kans die de deelnemers krijgen om rechtstreeks feedback te geven aan de beleidsverantwoordelijken en stakeholders. De betrokken beleidsverantwoordelijken moeten open staan voor de resultaten van de Deliberative Poll en de inzichten en



perspectieven die vanuit de deelnemersgroep zullen komen. Als met de interesse van de beleidsverantwoordelijken voor een bepaalde opinie of conclusie duidelijk belangen gemoeid zijn, kan dat de waarde van het hele proces ondermijnen.

Voorbeelden van soorten problemen waarvoor van Deliberative Poll's gebruik werd gemaakt:

1996	USA	National Issues Convention (Presidentsverkiezingen in de VS)
1999	Australië	De overgang van monarchie naar een republiek
1999	Portland	Onderwijsproblematiek in de VS
2000	Denemarken	Het referendum over de invoering van de euro
2001	Australië	Verzoening met de Aboriginals
2002	Yale	Regionale economische ontwikkeling in de VS

### III. PROCEDURE

#### A. Kort overzicht

De basisstappen die bij het ontwikkelen en implementeren van een Deliberative Poll komen kijken worden samengevat in *Afbeelding A* op de volgende pagina.

#### B. Ontwerpen van de Deliberative Poll

##### 1. SAMENSTELLEN VAN EEN PROJECTTEAM

Nadat de beslissing gevallen is om een Deliberative Poll te organiseren, gebaseerd op de criteria in hoofdstuk II hierboven, is de eerste en belangrijkste stap voor de **opdrachtgever**, in de voorbereiding voor het overleg, het selecteren en aantrekken van een projectteam, verantwoordelijk voor het samenstellen en uitnodigen van het publiek (in het jargon en hierna "**project convener**" genoemd).

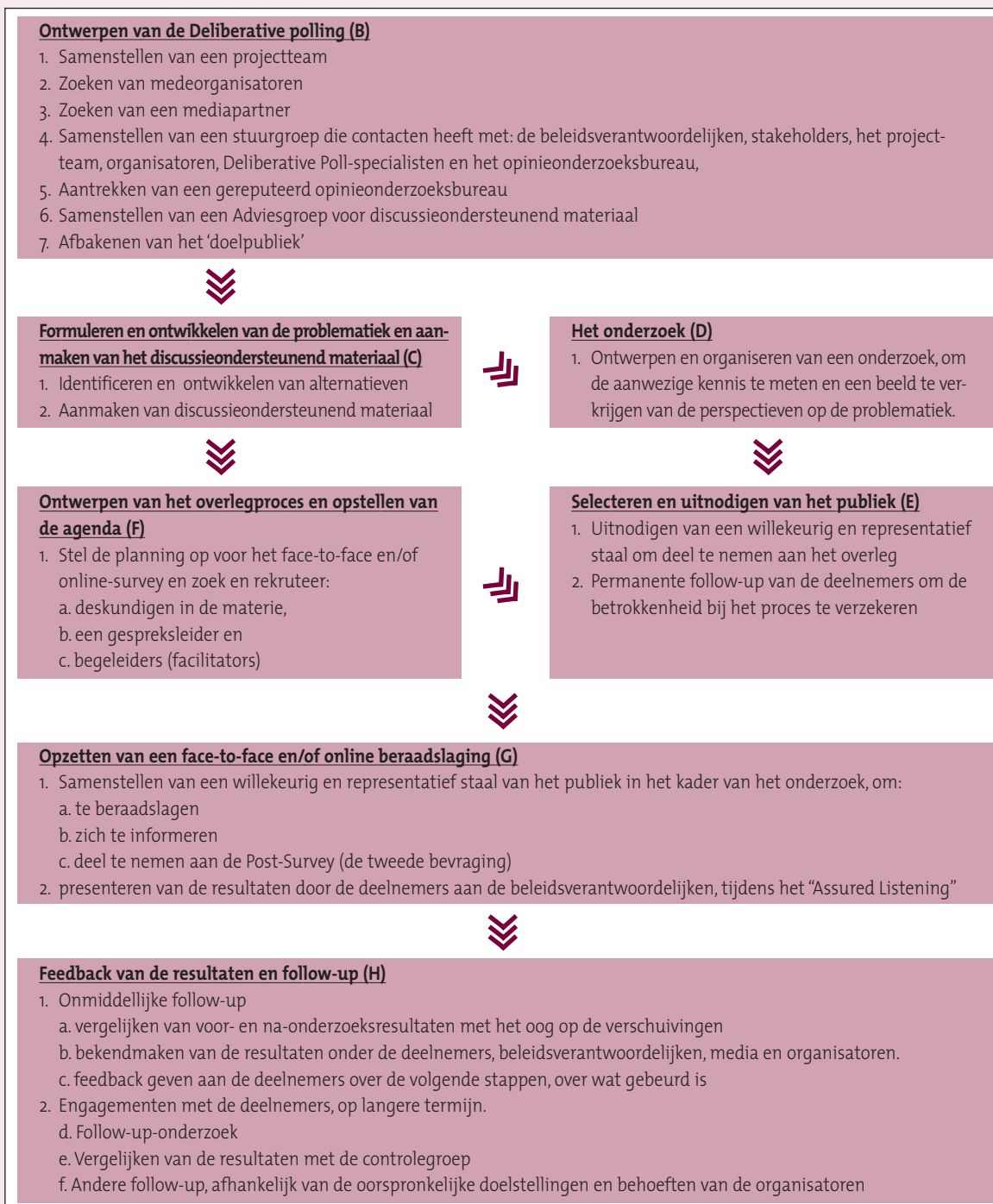
De opdrachtgever is doorgaans een actor met een duidelijk belang bij de betreffende problematiek. Voorbeelden van mogelijke projectorganisatoren zijn regionale en nationale overheden en/of ministeries, regionale en nationale niet-gouvernementele organisaties en andere. De legitimiteit en de impact verhogen naarmate medeorganisatoren worden aangetrokken vanuit het hele spectrum en een mediapartner die, door het publiek waarmee gewerkt zal worden, als geloofwaardig en competent gezien wordt.

De geloofwaardigheid van de **projectteam** is van cruciaal belang voor het succes van het overleg. Het dient om een gerespecteerde, onpartijdige organisatie te gaan die het proces de nodige legitimiteit verleent. De projectuitvoerder moet onpartijdig overkomen en het respect genieten van zowel beleidsverantwoordelijken als publiek.

In het **projectteam** zitten doorgewinterde praktijkmensen met ervaring in het ontwikkelen en implementeren van burgerparticipatieve processen. Vanwege de complexe aard van de Deliberative Poll-methode, is het handig als bepaalde leden van dit team al ervaring hebben met het implementeren van Deliberative Poll's.

Een van de eerste dingen die moeten gedaan worden, door zowel de opdrachtgever als de projectorganisator, is het ontwikkelen en beginnen implementeren van een werkplan en budget voor het overleg (voor een voorbeeld van een werkplan en schema verwijzen we naar *Hoofdstuk IV* hieronder).

#### **Afbeelding A: Ontwikkelen en implementeren van een Deliberative Poll**



## 2. ZOEKEN VAN MEDEORGANISATOREN

Gezien de omvang van een Deliberative Poll en de investering die ermee gepaard gaat, is het vaak wenselijk om **medeorganisatoren en bijkomende stakeholders** te zoeken. Andermaal dient dit, met de geloofwaardigheid voor ogen, de verantwoordelijkheid te zijn van de opdrachtgever. Medeorganisatoren worden in de eerste plaats gezocht bij de andere stakeholders die belang hebben bij de resultaten van de Deliberative Poll. Daarbij kan het gaan om andere overheden (regionaal, plaatselijk), NGO's, privéorganisaties, verenigingen en media.

## 3. ZOEKEN VAN EEN MEDIAPARTNER

Een unieke maar ook kritieke component van de Deliberative Poll-methodologie is het aantrekken van een **regionale en/of nationale mediapartner**, idealiter een televisiezender die de Deliberative Poll geheel of gedeeltelijk zal coveren. Het inschakelen van de media verhoogt de mogelijke impact van het proces op de verantwoordelijke beleidsmakers en het grote publiek. Het zorgt er ook voor dat met de hele oefening een veel breder publiek bereikt wordt en het helpt om mensen te sensibiliseren voor het onderwerp en het overleg. Media-aandacht is des te belangrijker in die gevallen waar het "doelpubliek" voor het participatieve proces samenvalt met hét grote publiek. (Zie subsectie 6 hieronder)

## 4. SAMENSTELLEN VAN EEN STUURGROEP DIE CONTACTEN HEEFT MET:

1. Beleidsverantwoordelijken, stakeholders
2. Het projectteam
3. Organisatoren
4. Het opinieonderzoeksbureau

De doelstelling van de stuurgroep bestaat erin het proces in goede banen te leiden en de contacten te onderhouden met de voornaamste beleidsverantwoordelijken die bij het overleg zullen betrokken worden: het projectteam, de mediapartner, het opinieonderzoeksbureau en de projectorganisatoren. Dit draagt ertoe bij om iedereen die achter de onderneming staat, vertrouwd te maken met het proces en het materiaal en open staat voor de potentiële resultaten ervan.

De stuurgroep zal vooral in het begin actief zijn maar ook tijdens het proces op geregelde tijdstippen een rol spelen.

## 5. AANTREKKEN VAN EEN GEREPUTEERD OPINIEONDERZOEKSBUREAU

Een van de eerste taken van het projectteam schuilt in het aantrekken van een gereputeerd opinieonderzoeksbureau dat kan instaan voor het ontwikkelen en uitvoeren van de enquêtecomponenten van de Deliberative Poll (in samenspraak met het projectteam). Het opinieonderzoeksbureau moet een volwaardig onderdeel vormen van het planningproces en vertegenwoordigd zijn binnen de stuurgroep van het project.

## 6. SAMENSTELLEN VAN EEN ADVIESGROEP VOOR HET UITWERKEN VAN DE PROBLEMATIEK EN HET DISCUSSIEONDERSTEUNEND MATERIAAL

Het projectteam dient ook een afzonderlijke adviesgroep samen te stellen die erop toeziet dat het gekozen onderwerp zo veel als mogelijk op een evenwichtige, bevattelijke en onpartijdige manier wordt uitgewerkt. De Adviesgroep dient te bestaan uit geloofwaardige deskundigen in de materie (liefst neutraal, als die er al zijn). Het is van essentieel belang ervoor te zorgen dat de leden van de adviesgroep een evenwichtig spectrum aan perspectieven vertegenwoordigen.

Deze groep zal erover waken dat het discussieondersteunend materiaal evenwichtig en correct is en dit ook formeel garanderen door zijn namen te verbinden aan het samengestelde materiaal. Ook hier is het belangrijk ervoor te zorgen dat alle deelnemers, zowel het publiek, als de organisatoren en stakeholders, vertrouwen hebben in de kwaliteit en het onpartijdig karakter van het materiaal.

## 7. AFBAKENEN VAN HET 'DOELPUBLIEK'

Een laatste opdracht in het eerste voorbereidende stadium van het proces bestaat erin het 'doelpubliek' voor de Deliberative Poll af te bakenen. In essentie dient de Stuurgroep daarbij de volgende vraag te beantwoorden: wie moet door het evenement beïnvloed worden? Daarbij kan het gaan om beleidsmakers en beleidsverantwoordelijken maar net zo goed om het grote publiek (bvb. vóór een stembusgang).

Een andere belangrijke keuze die moet gemaakt worden is of de bevraging face-to-face of online zal verlopen. Dit is een beslissing voor de opdrachtgever, in nauwe samenspraak met de Stuurgroep (zie *Ontwerpen van het overlegproces*, Sectie B4)

## C. Formuleren en ontwikkelen van de problematiek & aanmaken van het discussieondersteunend materiaal

Een van de belangrijkste en meest tijdrovende taken die samenhangen met de ontwikkeling van een Deliberative Poll is het formuleren en ontwikkelen van de problematiek en het bijbehorende samenstellen van het **discussieondersteunend materiaal**.

### 1. IDENTIFICEREN EN ONTWIKKELEN VAN ALTERNATIEVEN

De algemene doelstelling van deze fase van het proces ligt in het ontwikkelen van materiaal ter ondersteuning van een gefundeerd overleg onder het publiek. Hoe een problematiek is uitgewerkt, bepaalt vaak hoe erover gediscussieerd wordt. Het is van groot belang het gekozen onderwerp zo uit te werken dat de leden van het publiek die deelnemen aan het overleg hun stem (en waarden) in het materiaal weerspiegeld zien en meteen al een eerste indruk krijgen van het belang van compromissen en de consequenties van bepaalde vormen van actie. Het proces van het uitwerken van een problematiek is niet uniek voor de Deliberative Poll-methode maar integendeel een belangrijk onderdeel van veel participatieve methoden.



Met het proces van het formuleren en ontwikkelen van de problematiek worden drie primaire doelstellingen nagestreefd:

1. Het publiek op een faire en evenwichtige manier informeren en 'bijscholen' over het onderwerp,
2. Opzoeken en beschrijven van geloofwaardige en redelijke alternatieven om de problematiek te benaderen, die kunnen dienen als basis voor de beraadslaging over wat aan het probleem kan gedaan worden, als dat al het geval is. Van het deelnemende publiek wordt verwacht dat het die mogelijkheden overweegt en probeert tot een beslissing te komen over wat het denkt dat (al dan niet) moet gedaan worden.
3. Doelstelling 1 en 2 worden gerealiseerd op een in de ogen van organisatoren, media, voornaamste stakeholders en publiek geloofwaardige en legitieme manier.

### ***Het identificeren van redelijke alternatieven om het probleem te benaderen***

De problematiek worden uitgewerkt door het ontwikkelen van een reeks van alternatieve pistes, die gevonden worden door belanghebbenden aan te trekken uit de verschillende 'kampen' en met uiteenlopende perspectieven op de problematiek. Elk van die alternatieve wegen wordt op de volgende manier beschreven:

- a. een korte omschrijving van de optie;
- b. een overzicht van wat de optie kan betekenen voor de betrokken gemeenschappen, regeringen, industrie en publiek; en
- c. een discussie van de voor- en nadelen van de optie, geschreven in een taal die het gewone publiek begrijpt en die ook hun waarden weerspiegelt.

**TIP:** Het is van belang om meer dan 2 alternatieven aan te bieden. Drie of meer scenario's zorgen voor een deeglijker en minder gepolariseerde discussie. Bij het ontwikkelen van die keuzen dient u erop toe te zien dat perspectieven van stakeholders uit de diverse kampen aan bod komen.

## **2. AANMAKEN VAN DISCUSSIEONDERSTEUNEND MATERIAAL**

Zoals hierboven opgemerkt heeft het discussieondersteunend materiaal tot doel:

1. om de kennis over en het inzicht in de problematiek te vergroten, door het aanbieden van onpartijdige, evenwichtige, bevattelijke en toegankelijke informatie; en
2. geloofwaardige alternatieven aanbieden om de problematiek aan te pakken.

### ***Format en toegankelijkheid***

Het discussieondersteunend materiaal moet op zo'n manier geschreven zijn dat het voor het grote publiek zo toegankelijk mogelijk is. Dat wil zeggen niveau lager secundair onderwijs, op groot formaat gedrukt, geïllustreerd en voorzien van grafieken, schema's, en dergelijke.

Het probleem van de scholingsgraad is altijd al een aandachtspunt geweest voor onderzoekers en vormingswerkers die werken met de Deliberative Poll-methodologie.

Een andere manier om dit probleem te benaderen is opteren voor een multimediapresentatie van de informatie, zodat de deelnemers het onderwerp kunnen bestuderen aan de hand van aantrekkelijk audiovisueel materiaal.

### ***De adviesgroep***

Het discussieondersteunend materiaal moet door de Adviesgroep doorgelicht worden om na te gaan of het evenwichtig, fair en geloofwaardig is. Het is niet ongewoon dat van het discussieondersteunend materiaal verschillende kladversies worden gemaakt, alvorens het definitief wordt uitgewerkt.

**TIP:** Test het materiaal onder de gewone leden van het publiek om er zeker van te zijn dat de alternatieven op zo'n manier worden gepresenteerd dat ze op de voorstanders van de verschillende zienswijzen op de problematiek als geloofwaardige keuzen overkomen.

Voor meer informatie over het uitwerken van de problematiek, verwijzen we naar 'Framing Issues for Public Deliberation', een publicatie van de Charles F. Kettering Foundation, 2001.

## **D. Het onderzoek**

### **ONTWERPEN EN HOUDEN VAN EEN ONDERZOEK (SURVEY) OM DE AANWEZIGE KENNIS TE METEN EN EEN BEELD TE VERKRIJGEN VAN DE PERSPECTIEVEN OP DE PROBLEMATIEK**

Een van de twee sleutelcomponenten van Deliberative Poll is de survey die gehouden wordt vóór het overlegvenement en bij het afsluiten van het proces. De vragen gaan op zoek naar standpunten over de verschillende alternatieven en proberen een oordeel te vormen over de kennis die het publiek heeft van de problematiek. Het onderzoek gebeurt in samenwerking met het opinieonderzoeksbureau en richt zich op een willekeurige en representatieve steekproef van het publiek uit de hele regio die bij de Deliberative Poll betrokken is. Als de middelen het toelaten wordt ook gebruik gemaakt van een controlegroep die kan vergeleken worden met de steekproef die deelneemt aan het overlegvenement, om er zeker van te zijn dat eventuele veranderingen niet het gevolg zijn van andere factoren die niets met het overleg te maken hebben.

## **E. Selecteren en uitnodigen van het publiek**

### **1. UITNODIGEN VAN EEN WILLEKEURIGE EN REPRESENTATIEVE STEEKPROEF OM DEEL TE NEMEN AAN HET OVERLEG**

Elke burger die de vragenlijst invult wordt aan het einde daarvan gevraagd of hij of zij bereid zou zijn om deel te nemen aan het Deliberative Poll-evenement. Diegenen die positief antwoorden worden op de lijst van deelnemers gezet (hun contactinformatie wordt opgeslagen) en afspraken worden gemaakt voor het bijwonen van en deelnemen aan de Deliberative Poll.

**TIP:** Een regelmatige follow-up van het publiek is vereist met het oog op de belangstelling en betrokkenheid om het evenement bij te wonen. Dit is een arbeidsintensief proces, zeker als het ook nog eens reizen impliceert.





## 2. PERMANENTE FOLLOW-UP VAN DE DEELNEMERS OM DE BETROKKENHEID BIJ HET PROCES TE VERZEKEREN

De deelnemers krijgen vrijwel meteen een follow-up-mailing die hun deelname bevestigt. De mailing bevat ook informatie over het overleg, de opdrachtgever en de projectorganisatoren. Vaak vindt ook een follow-up plaats door het opinieonderzoeksbureau dat ingeschakeld werd bij de oorspronkelijke enquête. Vóór de start van het evenement, krijgen de leden van het publiek een evenwichtig briefingdocument (het discussieondersteunend materiaal) en een pakket met algemene informatie. Regelmatige follow-up is vereist om er zeker van te zijn dat de deelnemersgroep geëngageerd en geïnformeerd blijft.

Indien de Deliberative polling langer dan een dag in beslag neemt, dient het projectteam ook regelingen te treffen om de hele groep van deelnemers ter plaatse te laten logeren (in het belang van de dialoog en de interactie rond het bewuste onderwerp) en samen te laten eten. Het is een goed idee om de plaatselijke media en andere in de gemeenschap erkende organisaties op de hoogte te brengen van de Deliberative Poll opdat ze weten wie de opdrachtgever en de projectorganisatoren zijn. Het publiek zal zich immers sceptisch tonen wat betreft het evenement en misschien de legitimiteit ervan willen nagaan door de vertrouwde informatiebronnen te contacteren.

## F. Ontwerpen van het overlegproces en opstellen van de agenda

### OPSTELLEN VAN DE AGENDA EN OPSPOREN EN REKRUTEREN VAN:

- a. deskundigen in de materie
- b. één of meerdere facilitatoren
- c. vrijwilligers

### ***Doelstelling en verloop van het proces***

De globale doelstelling van het proces is gelegen in de kans die het publiek gegeven wordt om alternatieven te bestuderen en te bespreken. Het verloop ziet er als volgt uit:

1. Zowel in kleine groepen als plenair exploreren van de informatie en de "feiten" uit het discussieondersteunend materiaal en bespreken ervan met andere deelnemers en met de "deskundigen";
2. In kleine groepen werken rond elk van de alternatieven, om op zoek te gaan naar de persoonlijke en collectieve waarden en standpunten;
3. Ontwikkelen van vragen voor de deskundigen, om meer te weten te komen over de problematiek en de alternatieven;
4. Voorleggen van die inhoudelijke vragen aan het deskundigenpanel dat speciaal geselecteerd werd met het oog op zijn geloofwaardigheid of door zijn samenstelling op een evenwichtige manier de verschillende perspectieven op de problematiek vertegenwoordigt; en
5. Opnieuw samenkomen in kleine groepen om alle alternatieven te bespreken en na te gaan of men al dan niet tot een besluit kan komen omtrent één alternatief dat ieders voorkeur wegdraagt.

### **Leerproces**

In essentie is een overlegproces een publieksgericht leerproces. De agenda die rond het evenement wordt opgesteld en de interacties tussen de deelnemers dienen die prioriteiten te weerspiegelen. De precieze agenda zal voor elk overleg anders zijn maar het werkplan uit *Sectie IV* geeft een goed basisoverzicht van hoe een agenda voor een ééndaagse sessie eruit kan zien. Andere agenda's en bijkomend materiaal is verkrijgbaar bij het *Center for Deliberative Polling* (<http://www.la.utexas.edu/research/delpol/>).

### **De deskundigen in de materie**

Tijdens elk van de plenumsessies in de loop van het overlegproces (zie *Opzetten van een face-to-face of online Deliberative Poll*, *Sectie G* hieronder) moeten de deelnemers toegang hebben tot een panel van **inhoudelijke experts** die hun vragen kunnen beantwoorden en bijkomende feitelijke informatie en opheldering met betrekking tot het discussiemateriaal kunnen bieden. Die deskundigen worden vóór de eigenlijke sessie door het projectteam aangezocht, benaderd en ingehuurd, om dienst te doen als informatiebron voor de leden van het publiek. Het is van belang om erop toe te zien dat de groep van experts wat kennis en opvattingen betreft evenwichtig is samengesteld.

**TIP:** De experts geven geen presentaties. Ze zijn hier als informatiebron en hebben aandacht voor de leerbehoeften van het publiek.

### **De facilitatoren**

Een belangrijke component van een geslaagde Deliberative Poll zijn de **facilitatoren**. Idealiter zorgt de opdrachtgever voor een bekende en vertrouwde persoonlijkheid die wil optreden als **lead-facilitator** en daarmee het 'gezicht' wordt van de Deliberative Poll. Het projectteam gaat ook op zoek naar bijkomende facilitatoren voor de sessies in groepjes. Die worden in een vroeg stadium gecontacteerd en uitgenodigd voor een gesprek. Het is van belang dat de facilitatoren niet bekend staan als voor- of tegenstanders van een of andere specifieke opvatting en niet de behoefte voelen om tijdens de besprekingen hun persoonlijke kijk naar voor te brengen op de problematiek die besproken wordt.

Het is van groot belang dat de gespreksbegeleiders getraind zijn in het 'faciliteren' en goed op de hoogte zijn van de aard en de doelstellingen van een Deliberative Poll en van de eigenlijke problematiek die centraal staat in de discussie. Het projectteam stelt daartoe een gids op die de begeleiders informeert over het proces en de rol die zij daarin geacht worden te spelen.

Tot slot dienen zowel de begeleiders vooraf een halve dag door te brengen met het projectteam, bij wijze van oefening voor het evenement en om vertrouwd te raken met de methodologie en het discussieondersteunend materiaal.

### **Vrijwilligers**

Vaak zullen vrijwilligers nodig zijn om een proces met een dergelijke grote publieksgroep vlot te laten verlopen. Typische plaatsen om dergelijke vrijwilligers te rekruteren zijn universiteiten en hogescholen en dan vooral de richtingen waar studenten geïnteresseerd zouden kunnen zijn om ervaring op te doen met dit soort van processen.



### **Online Deliberative Polling**

Een variatie op de traditionele face-to-face-methodologie voor het organiseren van Deliberative Poll die de voorbije jaren ontstaan is, bestaat erin de methodologie aan te passen aan een online omgeving. Deze methodologie vervangt het face-to-face overleg door virtuele interacties tussen het publiek dat via die elektronische omgeving met elkaar in contact staat.

De online-variant maakt doorgaans gebruik van gesproken interacties eerder dan tekst en die interactie wordt mogelijk gemaakt door bij een gedeelte van het publiek computers ter beschikking te stellen. Het overleg wordt georganiseerd aan de hand van wekelijkse synchrone discussies in relatief kleine groepen, waarbij tussen de sessies door asynchroon antwoorden worden verspreid. De antwoorden worden verstrekt door deskundigen uit verschillende kampen die geselecteerd werden op een gelijkaardige manier als het expert panel in de face-to-face-versie.

Mogelijke voordelen/argumenten om een online Deliberative Poll te verkiezen zijn:

1. voor een fractie van de kostprijs van een persoonlijke aanwezigheid kan een representatief staal van leden uit het publiek samengesteld worden;
2. het is makkelijker en flexibeler om verspreid in de tijd een gemeenschap van deelnemers samen te brengen; en
3. het is makkelijker om aan exacte gegevens te komen over wat de deelnemers doen tijdens het proces.

De potentiële kostenbesparing kan enigszins weer verloren gaan aan de computers en internettoegang die ter beschikking moet gesteld worden aan leden van de willekeurig geselecteerde representatieve steekproef die nog niet over die uitrusting beschikken. Die bijkomende kostenfactor zal allicht minder zwaar doorwegen in stedelijk gebied (waar hogere percentages van de populatie over een pc en breedbandinternet beschikken) en zal ook afnemen met de tijd (omdat het computerbezit toeneemt, zeker in landen waar Deliberative Poll's georganiseerd worden).

## **G. Opzetten van een face-to-face en/of online-beraadslaging**

### **1. SAMENSTELLEN VAN EEN WILLEKEURIGE EN REPRESENTATIEVE STEEKPROEF VAN HET PUBLIEK MET HET OOG OP HET OVERLEG, OM:**

- a. *te beraadslagen*
- b. *zich te informeren*
- c. *deel te nemen aan de post-survey*

De dag van de Deliberative polling zelf begint met het uitnodigen van de deelnemende leden van het publiek op de plaats van het gebeuren. Over het algemeen duurt een Deliberative Poll-evenement minstens een hele dag en vaak een heel weekend. Het projectteam treft de nodige voorzieningen om ervoor te zorgen dat de leden van het publiek in staat zijn om de hele sessie bij te wonen. De deelnemers krijgen een honorarium ter compensatie van de persoonlijke uitgaven die verbonden zijn aan de deelname. Hoewel daarvoor niet echt een standaard bedrag kan vooropgesteld worden, ligt de gebruikelijke vergoeding meestal tussen de 100 en 150 euro.

**TIP:** Als de zitting zich uitstrekt over een heel weekend dient voor de deelnemers een gemeenschappelijk diner voorzien en een ontspannende avondactiviteit die de mogelijkheid biedt om onderling contacten te leggen. Dit helpt de groep om interpersoonlijke relaties aan te gaan en de kwaliteit van hun overleg te verhogen. Ook voor overnachting moet uiteraard worden gezorgd.

### **Registratie**

De Deliberative Poll begint met een administratief moment dat de kans biedt om na te gaan of de deelnemers aanwezig zijn en over al het benodigde materiaal beschikken. Tegelijk worden de deelnemers geïnformeerd over de subgroep waarin ze in de loop van het evenement zullen samenwerken. Onvermijdelijk zullen op de valreep door een aantal deelnemers nog veranderingen en afzeggingen worden doorgegeven. Het is voor het projectteam van belang om erop toe te zien dat de subgroepen qua aantal en voor zover mogelijk ook demografisch gesproken evenwichtig worden samengesteld.

### **Eerste bijeenkomst**

Na de administratieve en inschrijvingsprocedure komen de deelnemers samen in de plenumzaal waar hen een overzicht gegeven wordt van het Deliberative Poll-evenement en waar de facilitator en het projectteam de eventuele vragen beantwoorden. Het is altijd een goed idee om ten minste één lid van het projectteam aan te stellen als probleemoplosser bij wie de deelnemers terecht kunnen met eventuele vragen en om mogelijke organisatorische problemen uit de weg te ruimen.

### **Kleine werkgroepen**

Het overleggedeelte van de Deliberative Poll begint zodra de leden van het publiek in kleine begeleide groepen aan het werk gaan om de centrale kwesties te bespreken. Zoals eerder vermeld wordt de problematiek in het discussieondersteunend materiaal op zo'n manier voorgesteld dat zich voor de aanpak ervan een reeks van alternatieve pistes aandienen. In de subgroepen bespreken de deelnemers in overleg de verschillende alternatieven. Ze gaan daarbij op zoek naar de voor- en nadelen, de eventuele consequenties en de onderliggende waarden en stellen elkaar daarover vragen. Ze worden aangemoedigd om in de loop van hun gesprekken die vragen te noteren die ze zouden willen stellen aan de inhoudelijke deskundigen die zich tijdens de plenumsessies ter beschikking houden.

### **Plenumsessies**

Aan het einde van elke sessie in subgroepen, keren de deelnemers terug naar de plenaire sessie, waar ze de gelegenheid hebben om inhoudelijke vragen te stellen aan de aanwezige deskundigen. Die vooraf geselecteerde experts (zoals bovenvermeld) geven zo evenwichtig mogelijke antwoorden en concentreren zich op de feiten, waarbij ze zo weinig mogelijk van hun persoonlijke opvattingen laten doorschemeren. Die evenwichtige aanpak wordt tegelijk nagestreefd in de antwoorden op de vragen en in de samenstelling van het panel. De gespreksleider leidt de vraag-en-antwoordsessie in goede banen en ziet erop toe dat het onpartijdig karakter van de informatie bewaard blijft.

De bedoeling van een format, waarbij afwisselend in kleine groepen en in plenum wordt gewerkt, schuilt in de mogelijkheid die daarmee aan alle deelnemers geboden wordt om hun kennis uit te diepen, de verschillende pistes af te tasten en inzicht te verwerven in hun eigen waarden en die van de andere deelnemers, kortom om van het overleg zo veel mogelijk op te steunen. Het patroon van discussies in kleine groepen, afgewisseld met plenumgesprekken, wordt de rest van de dag of van het weekend herhaald.



**TIP:** Ook waarnemers vormen een belangrijk onderdeel van het Deliberative Poll-proces. Velen hanteren immers het principe 'eerst zien, dan geloven'. Hier zien ze dat het publiek daadwerkelijk in dialoog kan treden rond complexe kwesties van openbaar beleid. Ze zullen ook getuigenis kunnen afleggen van de kracht die uitgaat van het proces en van de legitimiteit. Om het proces in de kleine groepjes niet te hinderen, kunnen de werkzaamheden van een van de subgroepen, met instemming van de deelnemers, via een videocircuit in een ruimte voor de waarnemers op een scherm geprojecteerd worden.

### **Post-survey**

Aan het eind van het overleg en vóór het "assured listening", wordt hetzelfde onderzoek dat plaatsvond voorafgaand aan het evenement, met dezelfde deelnemers nog eens overgedaan, om in kaart te brengen of en hoe de kennis en opvattingen van het publiek door de sessie aan veranderingen onderhevig waren. De antwoorden van elke deelnemer worden met elkaar vergeleken (pre en post), zodat een beeld kan gegeven worden van de omvang van de individuele verschuiving (en om een verklaring te geven voor compenserende veranderingen van mening). Daarvoor is het nodig dat de antwoorden van de deelnemers kunnen geïdentificeerd worden, op een manier die de anonimiteit respecteert. (Merk op dat het Deliberative Poll-proces geen consensus nastreeft maar ontworpen is om een beter inzicht te krijgen in meningsverschuivingen op een individueel niveau. Het onderzoek vindt plaats vóór de plenaire slotzitting, om de impact van sociale druk op de individuele mening tot een minimum te beperken.)

## **2. PRESENTEREN VAN DE RESULTATEN DOOR DE DEELNEMERS AAN DE BELEIDSVERANTWOORDELIJEN, TIJDENS HET "ASSURED LISTENING"**

Aan het eind van het proces, krijgen de deelnemers de gelegenheid zich tot de beleidsverantwoordelijken te richten (bijvoorbeeld politici en stakeholders uit verschillende relevante bevoegdheidsregio's en sectoren) en de resultaten van hun overleg voor te stellen. Doelstelling van deze sessie is de deelnemers mondiger te maken en te laten inzien in welke mate hun beraadslagingen invloed hebben op het werk van de beleidsverantwoordelijken. Omgekeerd 'krijgen' deze lasten op die manier de resultaten van het overleg. In de terminologie van het Public Policy Forum wordt dit "assured listening" (gegarandeerd luistermoment) genoemd. Dit proces van rapportering van de resultaten van de sessie omvat zowel het gedeelte waarover consensus onder de deelnemers bestaat als de inzichten en perspectieven van kleinere groepen van deelnemers of zelfs van individuen.

**TIP:** Beleidsverantwoordelijken hebben behoefte aan wat coaching alvorens de resultaten van het overleg in ontvangst te nemen.

De beleidsverantwoordelijken worden vooraf gebriefd over de sessie en op het hart gedrukt de leden van het publiek niet op de proef te stellen maar veeleer aandachtig te luisteren naar de commentaar en de perspectieven van de deelnemers. Ze worden ertoe aangezet deze sessie en het publiek als een "rijke bron" van inzicht te beschouwen in hoe het publiek meent dat een bepaalde kwestie zou moeten aangepakt worden. Dit is des te belangrijker wanneer politici van het niveau van een minister op de slotsessie aanwezig zijn. Ze worden aangemoedigd om opheldering te vragen op punten die onduidelijk blijven.

Aan het einde van de sessie worden de deelnemers bedankt voor hun inzet en de regelingen bevestigd voor het vervoer van de vertrekkende deelnemers. Ze vernemen ook welke follow-up ze mogen verwachten, concreet van de convener, en op een algemener niveau van de beleidsverantwoordelijken en anderen.

### ***Omgaan met de media***

Speciale aandacht dient besteed te worden aan het werken met de media tijdens het evenement. Het projectteam moet tegelijk omgaan met de media, de beleidsverantwoordelijken en het publiek. Dat dient op zo'n manier te gebeuren dat de kwaliteit van het publieke overleg bewaard blijft. Het is daarom van essentieel belang iemand te hebben die zich ter plaatse om de media bekommert. De grondregels voor de contacten tussen media en deelnemers worden vooraf overeengekomen om onderbrekingen van het overleg tot een minimum te beperken.

## **H. Feedback van de resultaten en follow-up na de Deliberative Poll**

### **1. ONMIDDELLIJKE FOLLOW-UP**

- a. *vergelijken van voor- en naonderzoeksresultaten met het oog op de verschuivingen*
- b. *bekendmaken van de resultaten onder deelnemers, beleidsverantwoordelijken, media en organisatoren.*
- c. *feedback geven aan de deelnemers over de volgende stappen, over wat gebeurd is*

Na het evenement, vergelijkt het opinieonderzoeksbureau het voor- en na-onderzoek om een idee te krijgen van de (grootte van de) statistisch significante wijzigingen in kennis, houding/opvattingen. Op basis van die analyses worden vervolgens rapporten opgemaakt voor de deelnemers, beleidsverantwoordelijken en organisatoren. De bevindingen worden doorgaans ook via (een) persbericht(en) bekendgemaakt aan de media en het grote publiek.

Het is van doorslaggevend belang om ervoor te zorgen dat de leden van het publiek die deelnamen aan het project feedback krijgen over de volgende stappen en andere acties die zullen ondernomen worden als gevolg van de bevindingen van de sessie. Ook is het van belang om de resultaten van het proces snel bekend te maken, zodat de media hun belangstelling behouden. Over het algemeen zullen het projectteam en de projectorganisator follow-up brieven naar de deelnemers sturen om ze te bedanken voor hun deelname en om hen te wijzen op de eventuele stappen die de organisator (resp. de beleidsverantwoordelijken) van plan zijn te zetten op basis van de geboekte resultaten.

### **2. ENGAGEMENT MET DE DEELNEMERS, OP LANGERE TERMIJN.**

- d. *Follow-up-onderzoek*
- e. *Vergelijken van de resultaten met de controlegroep*
- f. *Andere follow-up, afhankelijk van de oorspronkelijke doelstellingen en behoeften van de organisatoren*

Een van de opties voor het projectteam bestaat erin hetzelfde onderzoek zes maand tot een jaar na het evenement nog een laatste keer te voeren, om te zien welke veranderingen de tijd trotseren en welke verschuivingen zich voordoen in de gedragingen. Hoewel het doorgaans geen expliciet oogmerk of doel is van een Deliberative Poll, bestaat althans de



mogelijkheid om het contact tussen de leden van het publiek (deelnemers aan de Deliberative polling) onderling en de contacten met de organisatoren en/of met de beleidsverantwoordelijken in stand te houden. Bij de mogelijke opties in dit verband vermelden we het opzetten van een online gemeenschap of listserver waarlangs de deelnemers contact met elkaar kunnen houden. Ook bij de organisatoren of beleidsverantwoordelijken kan zich een behoefte aan follow-up laten gelden, bijvoorbeeld om acties of gedragswijzigingen bij de betrokken leden van het publiek te ondersteunen.

## IV. OVER DE BENODIGDE MIDDELEN

### A. Werkplan

Een Deliberative Poll organiseren is een dure en tijdrovende aangelegenheid, al kunnen de kosten aanzienlijk gedrukt worden door de face-to-face-methodologie in te ruilen voor de online-versie. Hoewel er niet echt een vast schema is van wanneer de bovenvermelde taken dienen uitgevoerd te worden, kunnen we toch een aantal basisrichtlijnen geven die een kader schetsen voor het organiseren van een Deliberative Poll-proces.

Alles samen kan de ontwikkeling en implementering van een Deliberative Poll tussen zes maand en een jaar in beslag nemen, vanaf de eerste aanzet en ideeën tot het afronden van de peiling na het evenement en de uiteindelijke analyse van de resultaten. Het kan ook sneller, afhankelijk van de beschikbare middelen en andere vergelijkbare overwegingen. Tabel 1 hieronder geeft een overzicht van de belangrijkste componenten waaraan moet gedacht worden tijdens de voorbereiding voor een Deliberative Poll, gebaseerd op een voorbereidingstijd van zes maand.

**Tabel 1: Schema voor de ontwikkeling en implementering van een Deliberative Poll**

Timing	Activiteit
<b>Vóór de lancering van het project</b>	<p><i>De beslissing om van start te gaan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Toezegging verkrijgen van de organisatoren/belangrijkste decision makers dat ze open staan voor een waaier aan resultaten</li> <li>■ Projectgroep samenstellen</li> <li>■ Hoofdorganisator bevestigen</li> <li>■ Projectbudget en tijdlijn opstellen &amp; toezegging verkrijgen van de hoofdorganisator omtrent de financiering</li> </ul>
<b>Maand 1</b>	<p><i>Met het project beginnen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Centrale onderwerp bevestigen</li> <li>■ Rekruteren van het team voor het ontwerp en de implementering van het project</li> <li>■ Timing en locatie van het evenement bevestigen</li> </ul> <p><i>De voornaamste beleidsverantwoordelijken overhalen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Participatie bevestigen van de voornaamste betrokken beleidsverantwoordelijken.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Doorgaans zullen die beleidsverantwoordelijken niet los staan van de projectorganisator maar deze groep dient ook belangrijke politici en/of ambtenaren te omvatten met belangstelling en eventueel bevoegdheid voor de problematiek</li> </ul> <p><i>Stuurgroep samenstellen voor het project, met onder meer:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. <i>Beleidsverantwoordelijken, stakeholders</i></li> <li>b. <i>Het projectteam</i></li> <li>c. <i>Organisatoren</i></li> <li>d. <i>Opinieonderzoeksbureau</i></li> </ol> <p><i>Adviesgroep samenstellen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Selecteren en engageren van belangrijke denkers en opinieleiders die zich bezighouden met de problematiek in kwestie</li> </ul> <p><i>Mediapartner aantrekken</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Identificeren en engageren van lokale en nationale mediapartners die het evenement zullen sponsoren, respectievelijk coveren</li> </ul> <p><i>Medeorganisatoren aantrekken (optioneel)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bijkomende organisaties en bestuursniveaus (regio's, provincies, gemeenten...) aantrekken die belang kunnen stellen in de behandelde problematiek.</li> </ul> <p><i>Een gereputeerd opinieonderzoeksbureau inschakelen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bevestigen van de timing en andere aspecten van het onderzoek</li> </ul> <p><i>Beginnen met het uitwerken van de problematiek (en ontwikkelen van discussieondersteunend materiaal)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Uitgebreide literatuurstudie van de problematiek en aanverwante onderwerpen</li> </ul>
<p><b>Maand 2</b></p>	<p><i>Plaats van het gebeuren bevestigen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Moet qua grootte geschikt zijn voor het aantal deelnemers, maar ook voor het projectteam, de medewerkers aan het evenement en de waarnemers.</li> <li>■ Moet qua indeling geschikt zijn : een grote zaal, aangevuld door kleinere lokalen voor de subgroepen en hun begeleiders</li> </ul> <p><i>Discussieondersteunend materiaal verder ontwikkelen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Adviesgroep en stakeholders inschakelen voor een inzicht in de complexiteit van het onderwerp en de uiteenlopende perspectieven op de problematiek</li> </ul> <p><i>Selecteren en engageren van de lead-facilitator voor de Deliberative Poll</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De gespreksleider is een van de bepalende factoren voor succes.</li> </ul>



<p><b>Maand 3</b></p>	<p><i>Deskundigen in de materie aantrekken voor op het evenement zelf</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Experts zoeken op de gewenste gebieden</li> <li>■ Zich verzekeren van de deelname van experts uit de verschillende 'kampen'</li> </ul> <p><i>Begeleiders (facilitators) aantrekken</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Selecteren en engageren van de begeleiders</li> </ul> <p><i>Eerste versie van het discussieondersteunend materiaal ontwikkelen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Een eerste werkversie ontwikkelen van het discussieondersteunend materiaal</li> <li>■ Indien mogelijk wordt ook een audiovisuele of online-versie van het materiaal ontwikkeld om een zo ruim mogelijke leeromgeving tot stand te brengen</li> </ul> <p><i>Testen van het discussieondersteunend materiaal bij de focusgroep</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De voorlopige versie van het discussieondersteunend materiaal moet in de ontwikkelings fase minstens één keer en liefst vaker door de focusgroep getest worden.</li> </ul> <p><i>Onderzoek ontwikkelen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Onderzoeksvragen opstellen, in samenwerking met de projectorganisator, het opinieonderzoeksbureau en de stuurgroep.</li> </ul> <p><i>Onderzoeksvragen bevestigen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bevestigen via gericht testen</li> <li>■ Laten bevestigen door de projectorganisatoren</li> <li>■ Laten bevestigen door de adviesgroep</li> </ul>
<p><b>Maand 4</b></p>	<p><i>Goedgeuren van het discussieondersteunend materiaal</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Voorlopige versies van het discussieondersteunend materiaal worden besproken met de voornaamste stakeholders en specialisten</li> <li>■ Van cruciaal belang is dat het materiaal zo bevattelijk, neutraal en onpartijdig mogelijk is.</li> <li>■ De adviesgroep bespreekt het materiaal en stemt in met het fair en evenwichtig karakter.</li> </ul> <p><i>Het vooronderzoek voeren</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Op een willekeurige en representatieve steekproef</li> <li>■ Een willekeurige representatieve steekproef selecteren en uitnodigen om deel te nemen (omwille van de statistische geldigheid is een minimum aantal van 250-300 vereist)</li> </ul>
<p><b>Maand 5</b></p>	<p><i>Bevestigen van de deelnemers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Onmiddellijk een bevestigingsbrief versturen met een infopakket met toelichting over Deliberative Poll en opdrachtgever</li> <li>■ Overnachting boeken</li> <li>■ Verplaatsingen reserveren</li> </ul>

	<p><b>TIP:</b> Om zeker te zijn van hun aanwezigheid, wordt aangeraden de leden van het publiek die hebben toegezegd regelmatig te contacteren en te zorgen voor follow-up. Voorzie een minimum van 3 contacten.</p> <p><i>Afwerken en drukken van het discussieondersteunend materiaal</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De definitieve versie van het discussieondersteunend materiaal voorbereiden</li> <li>■ Laatste revisie</li> <li>■ Vertaling en indien nodig revisie</li> <li>■ Layouten en drukken van het materiaal (neemt minstens twee tot drie weken in beslag)</li> <li>■ Correcties en aanpassingen aan de drukproeven</li> <li>■ Definitieve druk</li> </ul> <p><i>Afronden van ander materiaal rond het evenement</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Afwerken van de agenda</li> <li>■ Afronden van het werkschema van de deskundigen</li> </ul>
<b>Maand 6</b>	<p><i>Bevestigen van de verplaatsingen van de deelnemers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zorg ervoor dat de nodige voorzieningen getroffen zijn voor reizigers met specifieke problemen</li> </ul> <p><i>Verspreiden van het discussieondersteunend materiaal</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De deelnemers moeten de gelegenheid hebben om het discussieondersteunend materiaal te lezen, ten minste een week vóór de sessie.</li> <li>■ De deelnemers moeten ook een deelnemerspakket krijgen met het programma en andere nuttige informatie waaronder contactgegevens (ook voor noodgevallen).</li> </ul> <p><i>Vorbereiding van de handleiding voor de begeleiders</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Samenstellen van een gids voor de personen die de subgroepen zullen begeleiden, met daarin hun functie en verantwoordelijkheden</li> <li>■ Die begeleiders kijken ook vooraf het discussieondersteunend materiaal in en moeten op de hoogte zijn van en vertrouwd met de problematiek in kwestie.</li> </ul>
<b>De week vóór het evenement</b>	<p><i>Conference Call met de deskundigen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Functie bevestigen (evenwichtige tussenkomsten, alleen antwoorden op de vragen die de deelnemers hen stellen), geen presentaties of 'pleidooien'</li> <li>■ De verschillende experts van elk panel de gelegenheid bieden om elkaar vóór de sessie te ontmoeten en te spreken.</li> <li>■ Vrije gedachtewisseling over het soort vragen dat kan verwacht worden en wie ze zal beantwoorden.</li> </ul>

	<p><i>Conference call of vergadering met de lead-facilitator</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Belangrijke stap om er zeker van te zijn dat de gespreksleider zijn rol in het proces goed kent.</li> <li>■ In verschillende opzichten zal hij of zij de vertegenwoordiger of leider zijn van de deelnemers die de experts om verduidelijking vraagt en tijdens het evenement fungeert als de neutrale hoofdfiguur die ze vertrouwen.</li> </ul>
<b>De dag vóór het evenement</b>	<p><i>Vorbereiding op de locatie</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Opstelling en signalisatie afwerken</li> </ul> <p><i>Bevestiging van de verplaatsingen van de deelnemers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zorg ervoor dat de leden van het publiek aankomen zoals verwacht en dat problemen opgelost raken.</li> </ul> <p><i>Training van de begeleiders</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De voorbereiding van de begeleiders is van cruciaal belang voor het evenement</li> <li>■ De opdrachtgever moet voorzien hebben om voorafgaand aan de sessies minstens een halve dag door te brengen met de facilitatoren</li> <li>■ De facilitatoren moeten vertrouwd zijn met het discussieondersteunend materiaal</li> </ul> <p><i>Briefing van de vrijwilligers</i></p>
<b>Agenda van het evenement</b>	<p><i>Over het algemeen duren Deliberative Poll's tussen een dag en een heel weekend. Dat verandert niets aan het basisschema van het evenement, maar er zullen meer afwisselende plenumsessies en gesprekken in subgroepen zijn.</i></p> <p><i>Ontbijt</i></p> <p><i>Inschrijving van de deelnemers</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De deelnemers worden ingeschreven en krijgen de informatie die ze nodig hebben voor de rest van het evenement</li> <li>■ De deelnemers moeten vooraf verdeeld worden in subgroepen</li> </ul> <p><i>Inleiding</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Inleiding en verwelcoming door de gespreksleider en het projectteam</li> <li>■ Overzicht van de activiteiten van de dag en antwoorden op eventuele vragen</li> </ul> <p><i>Sessies in kleine groepen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Elk gesprek in subgroepen wordt begeleid door een ervaren facilitator.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Een deel van het werk in de subgroepen bestaat erin vragen op te stellen en af te spreken welke daarvan tijdens de plenumzitting zullen voorgelegd worden aan het deskundigenpanel.</li> </ul> <p><i>Plenaire sessies</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tijdens de plenaire sessie gaan de subgroepen weer samen zitten om ter verduidelijking inhoudelijke vragen te stellen aan de experts.</li> <li>■ De gespreksleider herformuleert de vragen en ziet erop toe dat de deskundigen de hen voorgelegde vragen beantwoorden.</li> <li>■ Het is van belang ervoor te zorgen dat de experts alleen de gestelde vragen beantwoorden en geen subjectieve commentaren of persoonlijke meningen naar voor brengen. Het resultaat moet een evenwichtige en eerlijke voorstelling zijn van de problematiek.</li> </ul> <p><i>Lunch</i></p> <p><i>Subgroep/plenair (wordt herhaald)</i></p> <p><i>Vorbereiding van de eindrapportering en het "Assured Listening"</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Aan het einde van de sessie, bereidt elke subgroep zich voor om de resultaten van de werkzaamheden voor te stellen aan de belangrijkste stakeholders en beleidsverantwoordelijken, tijdens de afsluitende plenaire bijeenkomst. Elk van de groepen krijgt ongeveer 5 minuten om zijn opvattingen uiteen te zetten.</li> </ul> <p><i>Post-survey</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gebeurt na afloop van de Deliberative polling, door het opinieonderzoeksbureau of door de subgroepen zelf.</li> </ul> <p><i>Assured Listening</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ De deelnemers tonen de resultaten van hun overleg aan de beleidsverantwoordelijken.</li> <li>■ De beleidsverantwoordelijken krijgen de gelegenheid om inhoudelijke vragen te stellen.</li> </ul> <p><i>Conclusie</i></p>
<p><b>Onmiddellijk na het evenement</b></p>	<p><i>Debriefing met de gespreksleider en de procesbegeleiders</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Bespreken van de resultaten van het proces, terwijl alles nog vers in het geheugen ligt</li> </ul>
<p><b>1 maand na het evenement</b></p>	<p><i>Analyse van de gegevens en eindrapport</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Analyse van de gegevens, verkregen tijdens het pre- en postonderzoek en opstellen van een voorlopige versie van het eindrapport voor de projectorganisator en de deelnemers</li> <li>■ Eventueel eerste versie van academische of andere artikels waarin de projectresultaten worden uiteengezet.</li> </ul>