

PARTICIPATIEVE METHODEN

Een gids voor gebruikers

Deliberative Polling®

Colofon

PARTICIPATIEVE METHODEN. Een gids voor gebruikers

Methode: Deliberative Polling

Dit is een onderdeel van de publicatie 'Participatieve methoden. Een gids voor gebruikers', een publicatie van het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek, Vlaams Parlement, 1011 Brussel.

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 manuel.

De Engelstalige uitgave 'Participatory Methods Toolkit. A practitioner's manuel' (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 of www.viWTA.be.

De volledige publicatie van de handleiding bestaat uit:

- Een korte beschrijving van een ruime waaier aan technieken en methoden
- Dertien diepgaande fiches die in detail een bepaalde methode beschrijven: 21st Century Town Meeting; Charette; 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.

Redactie originele Engelstalige versie

Stef Steyaert (viWTA) en Hervé Lisoir (Koning Boudewijnstichting)

Eindredactie Nederlandstalige versie

Stef Steyaert (viWTA)

Auteurs

David Brook en Janice Elliott (Public Policy Forum, Canada)

Opmaak en druk

Belgian Advertising (B.AD)

Vertaling

Luk Vanrespaille

Januari 2006

DELIBERATIVE POLLING®¹

Deliberative Polling® werd, in 1988, ontwikkeld door Jim Fishkin en Bob Luskin op het Centre for Deliberative Polling aan de Universiteit van Texas.² 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 publiek³;
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 kriterie 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.

¹ 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.

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

³ 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, aselecte 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

Ontwerpen van de Deliberative polling (B)

1. Samenstellen van een projectteam
2. Zoeken van medeorganisatoren
3. Zoeken van een mediapartner
4. Samenstellen van een stuurgroep die contacten heeft met: de beleidsverantwoordelijken, stakeholders, het projectteam, organisatoren, Deliberative Poll-specialisten en het opinieonderzoeksbureau,
5. Aantrekken van een gereputeerd opinieonderzoeksbureau
6. Samenstellen van een Adviesgroep voor discussieondersteunend materiaal
7. Afbakenen van het 'doelpubliek'



Formuleren en ontwikkelen van de problematiek en aanmaken van het discussieondersteunend materiaal (C)

1. Identificeren en ontwikkelen van alternatieven
2. Aankopen van discussieondersteunend materiaal



Het onderzoek (D)

1. Ontwerpen en organiseren van een onderzoek, om de aanwezige kennis te meten en een beeld te verkrijgen van de perspectieven op de problematiek.



Ontwerpen van het overlegproces en opstellen van de agenda (F)

1. Stel de planning op voor het face-to-face en/of online-survey en zoek en rekruteer:
 - a. deskundigen in de materie,
 - b. een gespreksleider en
 - c. begeleiders (facilitators)



Selecteren en uitnodigen van het publiek (E)

1. Uitnodigen van een willekeurig en representatief staal om deel te nemen aan het overleg
2. Permanente follow-up van de deelnemers om de betrokkenheid bij het proces te verzekeren



Opzetten van een face-to-face en/of online beraadslaging (G)

1. Samenstellen van een willekeurig en representatief staal van het publiek in het kader van het onderzoek, om:
 - a. te beraadslagen
 - b. zich te informeren
 - c. deel te nemen aan de Post-Survey (de tweede bevraging)
2. presenteren van de resultaten door de deelnemers aan de beleidsverantwoordelijken, tijdens het "Assured Listening"



Feedback van de resultaten en follow-up (H)

1. Onmiddellijke follow-up
 - a. vergelijken van voor- en na-onderzoeksresultaten met het oog op de verschuivingen
 - b. bekendmaken van de resultaten onder de deelnemers, beleidsverantwoordelijken, media en organisatoren.
 - c. feedback geven aan de deelnemers over de volgende stappen, over wat gebeurd is
2. Engagements 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

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
Vóór de lancering van het project	<i>De beslissing om van start te gaan</i> ■ Toezegging verkrijgen van de organisatoren/belangrijkste decision makers dat ze open staan voor een waaier aan resultaten ■ Projectgroep samenstellen ■ Hoofdorganisator bevestigen ■ Projectbudget en tijdlijn opstellen & toezegging verkrijgen van de hoofdorganisator omtrent de financiering
Maand 1	<i>Met het project beginnen</i> ■ Centrale onderwerp bevestigen ■ Rekruteren van het team voor het ontwerp en de implementering van het project ■ Timing en locatie van het evenement bevestigen <i>De voornaamste beleidsverantwoordelijken overhalen</i> ■ Participatie bevestigen van de voornaamste betrokken beleidsverantwoordelijken.

	■ 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 <i>Stuurgroep samenstellen voor het project, met onder meer:</i> <i>Beleidsverantwoordelijken, stakeholders</i> <i>Het projectteam</i> <i>Organisatoren</i> <i>Opinieonderzoeksbureau</i> <i>Adviesgroep samenstellen</i> ■ Selecteren en engageren van belangrijke denkers en opinieleiders die zich bezighouden met de problematiek in kwestie <i>Mediapartner aantrekken</i> ■ Identificeren en engageren van lokale en nationale mediapartners die het evenement zullen sponsoren, respectievelijk coveren <i>Medeorganisatoren aantrekken (optioneel)</i> ■ Bijkomende organisaties en bestuursniveaus (regio's, provincies, gemeenten...) aantrekken die belang kunnen stellen in de behandelde problematiek. <i>Een gereputeerd opinieonderzoeksbureau inschakelen</i> ■ Bevestigen van de timing en andere aspecten van het onderzoek <i>Beginnen met het uitwerken van de problematiek (en ontwikkelen van discussieondersteunend materiaal)</i> ■ Uitgebreide literatuurstudie van de problematiek en aanverwante onderwerpen
Maand 2	<i>Plaats van het gebeuren bevestigen</i> ■ Moet qua grootte geschikt zijn voor het aantal deelnemers, maar ook voor het projectteam, de medewerkers aan het evenement en de waarnemers. ■ Moet qua indeling geschikt zijn : een grote zaal, aangevuld door kleinere lokalen voor de subgroepen en hun begeleiders <i>Discussieondersteunend materiaal verder ontwikkelen</i> ■ Adviesgroep en stakeholders inschakelen voor een inzicht in de complexiteit van het onderwerp en de uiteenlopende perspectieven op de problematiek <i>Selecteren en engageren van de lead-facilitator voor de Deliberative Poll</i> ■ De gespreksleider is een van de bepalende factoren voor succes.

Maand 3	<i>Deskundigen in de materie aantrekken voor op het evenement zelf</i> ■ Experts zoeken op de gewenste gebieden ■ Zich verzekeren van de deelname van experts uit de verschillende 'kampen' <i>Begeleiders (facilitators) aantrekken</i> ■ Selecteren en engageren van de begeleiders <i>Eerste versie van het discussieondersteunend materiaal ontwikkelen</i> ■ Een eerste werkversie ontwikkelen van het discussieondersteunend materiaal ■ Indien mogelijk wordt ook een audiovisuele of online-versie van het materiaal ontwikkeld om een zo ruim mogelijke leeromgeving tot stand te brengen <i>Testen van het discussieondersteunend materiaal bij de focusgroep</i> ■ De voorlopige versie van het discussieondersteunend materiaal moet in de ontwikkelings fase minstens één keer en liefst vaker door de focusgroep getest worden. <i>Onderzoek ontwikkelen</i> ■ Onderzoeksvragen opstellen, in samenwerking met de projectorganisator, het opinieonderzoeksbureau en de stuurgroep. <i>Onderzoeksvragen bevestigen</i> ■ Bevestigen via gericht testen ■ Laten bevestigen door de projectorganisatoren ■ Laten bevestigen door de adviesgroep
Maand 4	<i>Goedkeuren van het discussieondersteunend materiaal</i> ■ Voorlopige versies van het discussieondersteunend materiaal worden besproken met de voornaamste stakeholders en specialisten ■ Van cruciaal belang is dat het materiaal zo bevattelijk, neutraal en onpartijdig mogelijk is. ■ De adviesgroep bespreekt het materiaal en stemt in met het fair en evenwichtig karakter. <i>Het vooronderzoek voeren</i> ■ Op een willekeurige en representatieve steekproef ■ Een willekeurige representatieve steekproef selecteren en uitnodigen om deel te nemen (omwille van de statistische geldigheid is een minimum aantal van 250-300 vereist)
Maand 5	<i>Bevestigen van de deelnemers</i> ■ Onmiddellijk een bevestigingsbrief versturen met een infopakket met toelichting over Deliberative Poll en opdrachtgever ■ Overnachting boeken ■ Verplaatsingen reserveren

	TIP: 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. <i>Afwerken en drukken van het discussieondersteunend materiaal</i> ■ De definitieve versie van het discussieondersteunend materiaal voorbereiden ■ Laatste revisie ■ Vertaling en indien nodig revisie ■ Layouten en drukken van het materiaal (neemt minstens twee tot drie weken in beslag) ■ Correcties en aanpassingen aan de drukproeven ■ Definitieve druk <i>Afronden van ander materiaal rond het evenement</i> ■ Afwerken van de agenda ■ Afronden van het werkschema van de deskundigen
Maand 6	<i>Bevestigen van de verplaatsingen van de deelnemers</i> ■ Zorg ervoor dat de nodige voorzieningen getroffen zijn voor reizigers met specifieke problemen <i>Verspreiden van het discussieondersteunend materiaal</i> ■ De deelnemers moeten de gelegenheid hebben om het discussieondersteunend materiaal te lezen, ten minste een week vóór de sessie. ■ De deelnemers moeten ook een deelnemerspakket krijgen met het programma en andere nuttige informatie waaronder contactgegevens (ook voor noodgevallen). <i>Voorbereiding van de handleiding voor de begeleiders</i> ■ Samenstellen van een gids voor de personen die de subgroepen zullen begeleiden, met daarin hun functie en verantwoordelijkheden ■ Die begeleiders kijken ook vooraf het discussieondersteunend materiaal in en moeten op de hoogte zijn van en vertrouwd met de problematiek in kwestie.
De week vóór het evenement	<i>Conference Call met de deskundigen</i> ■ Functie bevestigen (evenwichtige tussenkomsten, alleen antwoorden op de vragen die de deelnemers hen stellen), geen presentaties of 'pleidooien' ■ De verschillende experts van elk panel de gelegenheid bieden om elkaar vóór de sessie te ontmoeten en te spreken. ■ Vrije gedachtewisseling over het soort vragen dat kan verwacht worden en wie ze zal beantwoorden.

	<i>Conference call of vergadering met de lead-facilitator</i> ■ Belangrijke stap om er zeker van te zijn dat de gespreksleider zijn rol in het proces goed kent. ■ 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.
De dag vóór het evenement	<i>Vorbereiding op de locatie</i> ■ Opstelling en signalisatie afwerken <i>Bevestiging van de verplaatsingen van de deelnemers</i> ■ Zorg ervoor dat de leden van het publiek aankomen zoals verwacht en dat problemen opgelost raken. <i>Training van de begeleiders</i> ■ De voorbereiding van de begeleiders is van cruciaal belang voor het evenement ■ De opdrachtgever moet voorzien hebben om voorafgaand aan de sessies minstens een halve dag door te brengen met de facilitatoren ■ De facilitatoren moeten vertrouwd zijn met het discussieondersteunend materiaal <i>Briefing van de vrijwilligers</i>
Agenda van het evenement	<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> <i>Ontbijt</i> <i>Inschrijving van de deelnemers</i> ■ De deelnemers worden ingeschreven en krijgen de informatie die ze nodig hebben voor de rest van het evenement ■ De deelnemers moeten vooraf verdeeld worden in subgroepen <i>Inleiding</i> ■ Inleiding en verwelcoming door de gespreksleider en het projectteam ■ Overzicht van de activiteiten van de dag en antwoorden op eventuele vragen <i>Sessies in kleine groepen</i> ■ Elk gesprek in subgroepen wordt begeleid door een ervaren facilitator.

	■ 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. <i>Plenaire sessies</i> ■ Tijdens de plenaire sessie gaan de subgroepen weer samen zitten om ter verduidelijking inhoudelijke vragen te stellen aan de experts. ■ De gespreksleider herformuleert de vragen en ziet erop toe dat de deskundigen de hen voorgelegde vragen beantwoorden. ■ 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. <i>Lunch</i> <i>Subgroep/plenair (wordt herhaald)</i> <i>Vorbereiding van de eindrapportering en het "Assured Listening"</i> ■ 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. <i>Post-survey</i> ■ Gebeurt na afloop van de Deliberative polling, door het opinieonderzoeksbureau of door de subgroepen zelf. <i>Assured Listening</i> ■ De deelnemers tonen de resultaten van hun overleg aan de beleidsverantwoordelijken. ■ De beleidsverantwoordelijken krijgen de gelegenheid om inhoudelijke vragen te stellen. <i>Conclusie</i>
Onmiddellijk na het evenement	<i>Debriefing met de gespreksleider en de procesbegeleiders</i> ■ Bespreken van de resultaten van het proces, terwijl alles nog vers in het geheugen ligt
1 maand na het evenement	<i>Analyse van de gegevens en eindrapport</i> ■ 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 ■ Eventueel eerste versie van academische of andere artikels waarin de projectresultaten worden uiteengezet.

	<i>Voorstelling van de resultaten aan media en publiek</i> ■ Rapportering aan het grote publiek en de media over de resultaten van het project ■ De statistisch significante verschuivingen worden in de verf gezet. <i>Bedanken en rapporteren aan de deelnemers</i> ■ Het is belangrijk de leden van het publiek te danken voor hun medewerking en op de hoogte te houden van de resultaten van het project.
1 jaar na het evenement	<i>(optioneel) Follow-up-onderzoek</i> ■ Voer een laatste follow-up-onderzoek bij de oorspronkelijke deelnemersgroep én controle groep, om te zien of er in hun gedrag en opvattingen nog veranderingen op langere termijn kunnen vastgesteld worden.

B. Budget

Een Deliberative Poll is duur. De kosten zijn evenwel sterk afhankelijk van de context en verschillen onder meer naargelang de duur, de locatie en het feit of de deelnemers zich al dan niet moeten verplaatsen of zelfs overnachting nodig hebben. Het totale prijskaartje zal ergens tussen enkele honderdduizenden en een miljoen euro liggen. Maar het proces biedt wel een enige kans om een uitgebreid en genuanceerd beeld te krijgen van wat een geïnformeerd publiek over een bepaalde kwestie denkt. Dus moet de kostprijs van de onderneming afgewogen worden tegen de rijkdom van de verkregen informatie. Opteren voor een online-versie van de Deliberative polling kan de kosten aardig drukken.

De voornaamste kostenfactoren voor het proces omvatten:

1. DE SAMENSTELLING VAN EEN PROJECTTEAM — Gezien het gespecialiseerde karakter van een Deliberative Poll-proces, is het zo goed als onvermijdelijk dat de projectorganisator zal opteren voor een ervaren organisatieploeg die de hele ontwikkeling en implementering van de Deliberative Polling-methodologie overziet.

Geschatte kostprijs: € 40.000 - € 80.000

2. DE ORGANISATIE VAN HET OPINIEONDERZOEK & DE ANALYSES (VOOR EN NA) — Ook hier zal het vanwege de zeer specifieke vaardigheden en de benodigde infrastructuur, om een dergelijke grootschalige opiniepeiling te houden, noodzakelijk zijn om voor het selecteren en bevragen van de deelnemers een gerespecteerd bureau onder de arm te nemen.

Geschatte kostprijs: € 40.000

3. FOLLOW-UP MET PUBLIEK EN DE BIJBEHORENDE LOGISTIEKE REGELINGEN:

Geschatte kostprijs: € 10.000

4. COMMUNICATIE — Gezien het belang van politieke leiders en van het betrekken van de media, zal communicatie een aanzienlijke kostenfactor vormen waarin bij de planning en implementering van de Deliberative Poll voorzien moet worden.

Geschatte kostprijs: € 20.000

5. TRANSPORT EN LOGIES — Afhankelijk van de manier waarop de Deliberative Poll wordt aangepakt, kan het voorkomen dat deelnemers een hele verplaatsing moeten maken om de locatie waar het evenement plaatsvindt te bereiken. Als het in de Deliberative Poll om een klein gebied gaat, zullen deze kosten nogal meevallen. Gaat het evenwel om een nationaal gerichte Deliberative Poll, dan kunnen de verplaatsings- en hotelkosten en de bijbehorende coördinatie behoorlijk duur uitvallen, zeker in grote landen. De deelnemers krijgen doorgaans voor hun inzet ook een symbolisch honorarium uitbetaald (in de orde van grootte van € 100- € 150)

Geschatte kostprijs: € 10.000 - € 100.000

6. VERGADERFACILITEITEN — Het kan een hele uitdaging worden om een geschikte vergaderfaciliteit te vinden die bevorderlijk en stimulerend is voor de dialoog tussen de leden van de grote deelnemersgroep. Bij meerdaagse evenementen kunnen ook de maaltijden voor de deelnemers financieel doorwegen

Geschatte kostprijs: € 10.000 - € 15.000

7. GESPREKSLEIDER EN PROCESBEGELEIDERS — De kosten voor het selecteren, rekruteren en opleiden van de begeleiders voor een Deliberative Poll zullen afhankelijk zijn van het aantal deelnemers en de beschikbaarheid van getrainde begeleiders. In grote steden bestaat doorgaans een beroepsvereniging die kan helpen bij het zoeken naar geschikte mensen.

Geschatte kostprijs: € 15.000

8. ONLINE-COMPONENTEN — Hoewel de auteurs van dit hoofdstuk geen gebruik hebben gemaakt van een online-component bij het werk dat zij leverden, zal dat in de huidige Deliberative Poll-praktijk vaak wel het geval zijn. Ook aanzienlijke online-componenten kunnen een bijkomende kostenfactor blijken.

Geschatte kostprijs: tbd

V. ANDERE BESTE PRAKTIJKEN EN MOGELIJKE VALKUILEN

Vanuit het perspectief van de opdrachtgever (de instelling of overheid die de Deliberative Poll bestelde), is het belangrijk om met het proces niet in een of andere welbepaalde richting te werken. Zodra de leden van het publiek op een evenwichtige, onpartijdige manier geïnformeerd zijn, is het aan hen om de discussie tijdens het proces in handen te nemen en in die richtingen te leiden die zij het nuttigst of het meest geschikt achten.

Wil een Deliberative Poll een zo groot mogelijke impact hebben, dan moet er van de zijde van de organisatoren en de beleidsverantwoordelijken een engagement bestaan om aandachtig naar de resultaten te luisteren en waar mogelijk op basis van de resultaten van de sessies ook stappen te ondernemen. De leden van het publiek willen weten dat de tijd die ze in het overleg hebben geïnvesteerd ook iets oplevert onder de vorm van een duidelijke luisterbereidheid bij de betrokken beleidsverantwoordelijken (tijdens het “assured listening”) en dat ze feedback zullen krijgen over wat als gevolg van de resultaten van het overleg ondernomen wordt.

Tot slot zal een Deliberative Poll pas echt veranderingen voor de leden van het publiek bewerkstelligen indien hij, idealiter, deel uitmaakt van een breder en permanent proces van betrokkenheid.

Een van de doelstellingen van elk burgerparticipatief proces bestaat erin de leden van het publiek te informeren maar ook het gevoel te geven dat ze meer kunnen, namelijk handelen en die stappen identificeren die ze persoonlijk kunnen zetten om bij te dragen tot het oplossen van een problematiek die hen bezighoudt. Daarom moeten het projectteam en de projectorganisator ook na afloop van het evenement alle mogelijke inspanningen leveren om de leden van het publiek te steunen en te stimuleren om de stap te zetten van leren en informeren naar handelen. Ideaal zou zijn als die inspanningen ingeschreven staan in de globale projectplanning.

References and Resources

Belcher et al (2001) *Framing Issues for Public Deliberation* (Charles F. Kettering Foundation)

Berkman Center for Internet & Society at Harvard Law School, *Representation in Cyberspace Study*
<http://cyber.law.harvard.edu/rcs/fish.html>

The Center for Deliberative Polling®, University of Texas
<http://www.la.utexas.edu/research/delpol/bluebook/execsum.html>

Centre for Deliberative Democracy, Stanford University
<http://cdd.stanford.edu/>

Discussion of Public Choice Theory
http://encyclopedia.laborlawtalk.com/Public_choice_theory

Fishkin, J. (Revised 2004) *Deliberative Polling®: Toward a Better-Informed Democracy* (Stanford University: Center for Deliberative Democracy)

Fishkin, J.; Rosell, S. (Winter 2004) *Choice Dialogues and Deliberative Polls: Two Approaches to Deliberative Democracy*, (National Civic Review, Vol 93, #4)

Fishkin, J; Ackerman, B. (2005) *Deliberation Day 2004* (Yale University Press)

Lynegar, S.; Luskin, R.; Fishkin, J. (2004) *Facilitating Informed Public Opinion: Evidence from Face-to-Face and Online Deliberative Polls*, (Center for Deliberative Democracy, Research Papers)