



Communiceren met het stille midden

Onderzoek naar opinievorming bij nieuwe technologieën

HET **pon** | **telos**

Communiceren met het stille midden

Onderzoek naar opinievorming bij nieuwe technologieën

Dr. Imke Smulders
Katja Nagelkerke MSc
Tommy van der Vorst MSc

Colofon

Het PON & Telos en Dialogic hebben dit onderzoek verricht in opdracht van



Rijksinspectie Digitale Infrastructuur
Ministerie van Economische Zaken

Auteur(s)

Imke Smulders
Katja Nagelkerke
m.m.v. Tommy van der Vorst (Dialogic)

Fotograaf

Vadym Plysuik/iStock

Publicatienummer

24110

Datum

juli 2024



© 2024 Het PON & Telos

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij Het PON & Telos. Gehele of gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

Vermenigvuldiging en publicatie in een andere vorm dan dit rapport is slechts toegestaan na schriftelijke toestemming van Het PON & Telos. Hoewel deze publicatie met de grootst mogelijke zorg is samengesteld, kan Het PON & Telos geen enkele aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele fouten.

Meer informatie

www.hetpon-telos.nl

Managementsamenvatting

Nieuwe technologieën, zoals 5G en AI, worden niet altijd en door iedereen met enthousiasme ontvangen, zoals bleek tijdens de brandstichtingen in 5G-zendmasten in 2020. Hoewel dit radicale gedrag een vorm van polarisatie blootlegt, blijkt het overgrote deel van de Nederlanders een neutrale houding te hebben ten opzichte van nieuwe technologie: 'het stille midden'. In opdracht van het Antennebureau van de Rijksinspectie Digitale Infrastructuur (RDI) heeft Het PON & Telos verkend welke aspecten van belang zijn bij communicatie met het stille midden, om mogelijke polarisatie van deze groep te voorkomen.

POLARISATIE EN COMMUNICATIE BIJ NIEUWE TECHNOLOGIE

Ten tijde van de 5G-discussie speelden grote veranderingen en onzekerheden in de samenleving, als gevolg van de coronapandemie. Bij complexe, moeilijk te begrijpen concepten zoals de pandemie, bieden simpele verklaringen duidelijkheid en zekerheid, zoals de complottheorieën rondom corona en 5G. De maatschappelijke context speelt dus een sterke rol in het ontstaan van polarisatie. Uit dit kwalitatief onderzoek blijkt ook AI een complex vraagstuk te zijn, waarbij mensen gevoelens van angst en machteloosheid ontwikkelen.

De publieke opinie en verwachtingen rondom innovatie en technologie worden beïnvloed door de media. Aangezien negatieve boodschappen zich gemakkelijker en succesvoller verspreiden, ontstaat er een scheefgroei aan gepolariseerde verhalen en ontbreekt vaak een genuanceerd narratief. Het stille midden is een omvangrijke en diverse groep, waarbinnen informatiebehoefte en mediagebruik sterk verschillen per persoon. Uit de interviews blijkt dat mensen informatie over technologie beoordelen op basis van eigen ervaringen en die van (gepercipieerde) experts, indien deze grotendeels aansluiten bij bestaande denkbepelden en waarden.

In de individuele beoordeling van nieuwe technologieën zijn verschillende perspectieven te onderscheiden: het gebruiksmatige en gevoelsmatige perspectief. Wanneer iemand een technologie beziet als potentiële gebruiker, zijn factoren als ervaren nut en gebruiksgemak van belang. Zulke praktische factoren wegen minder zwaar voor iemand die vanuit zijn of haar gevoel naar de impact van een nieuwe technologie kijkt. Vanuit dit gevoelsmatige perspectief spelen factoren als impact op de maatschappij of het individu en veiligheidsrisico's een prominentere rol. Op basis van deze twee perspectieven en de specifieke kenmerken van technologieën, is een eerste inschatting gemaakt van de mate waarin verschillende nieuwe technologieën een polarisatierisico vormen. Hieruit blijken onder andere autonome systemen, AI en big data een verhoogd polarisatierisico met zich mee te brengen.

AANBEVELINGEN VOOR COMMUNICATIE MET HET STILLE MIDDEN

De specifieke technologie en de kenmerken daarvan vormen het startpunt voor het ontwerp van een communicatiestrategie. Analyseer de kenmerken van de technologie waarover gecommuniceerd wordt op basis van de toepassing, verwachte impact en onderliggende mechanismen. Vervolgens is het van belang om rekening te houden met de volgende elementen: diversiteit (1), maatschappelijke context (2), nuance en empathie in de boodschap (3) en de betrouwbaarheid van de bron (4).

1. Diversiteit: het stille midden is zeer breed, dus er is geen *one-size-fits-all* voor communicatie met deze groep. Differentiatie is noodzakelijk, op basis van verschillende aspecten: *verschillende groepen*, *perspectieven* en *frames*. Communicatie met de mensen binnen het stille midden die betrokken, maar genuanceerd zijn, vraagt iets anders dan communicatie met mensen die onverschillig staan tegenover nieuwe technologie en pas een informatiebehoefte ontwikkelen wanneer de gevolgen dichtbij (lijken te) komen. Bovendien vragen het gebruiksmatige en gevoelsmatige perspectief om verschillende informatie; iemand met de angst om opgelicht te worden door gebruik van AI wordt niet gerustgesteld door informatie over gebruiksgemak.

- *Differentieer in communicatie-uitingen op basis van de verschillende groepen binnen het stille midden en de verschillende perspectieven.*
- *Differentieer in het gebruik van frames. Gebruik frames die resoneren bij de doelgroep en zet altijd meerdere frames in.*

2. Maatschappelijke context: processen die leiden tot radicalisering of polarisatie zijn niet los te zien van de context waarin deze optreden. Wanneer de maatschappelijke context zorgt voor gevoelens van onzekerheid of machteloosheid ten tijde van de introductie van een nieuwe technologie, moeten deze gevoelens worden erkend en ondervangen in de communicatie. Het is daarom van belang om de maatschappelijke actualiteit te analyseren en kennis te nemen van de dominante narratieven in de media en het publieke debat.

- *Voer een maatschappelijke trendanalyse uit om de veranderingen, vraagstukken en het sentiment op korte en middellange termijn vast te stellen.*

3. Nuance en empathie in de boodschap: door enkel positieve aspecten van technologie te benadrukken – vanuit de wens (potentiële) weerstand te verminderen – worden polarisatieprocessen mogelijk onbedoeld versterkt: de optimistische overheid tegenover de bezorgde burger. Met een genuanceerde boodschap waarin ook aandacht is voor de zorgen die leven, ontstaat een geloofwaardiger verhaal. Zeker bij abstracte technologieën, die eerder zorgen voor onzekerheid en onduidelijkheid, is het van belang helder en transparant te communiceren.

- *Communiceer zowel over de positieve, negatieve als onbekende effecten van een nieuwe technologie.*
- *Ondervang angst of bezorgdheid voor complexe technologie met specifieke, duidelijke en simpele voorbeelden en boodschappen.*
- *Maak ontwikkelingen navolgbaar; hoe zijn we hier gekomen?*

- *Onderzoek welke vragen er leven en laat communicatie-uitingen daarop aansluiten.*

4. Betrouwbaarheid van de bron: uiteenlopende bronnen oefenen invloed uit op de beeldvorming rondom technologie; de media, sociale omgeving en eigen ervaringen. Wat als een betrouwbare bron wordt gezien, verschilt per persoon en op basis van bestaande houdingen. Door de huidige complexiteit en veelheid van bronnen is de invloed op publieke beeldvorming beperkt, desondanks is het mogelijk om in de communicatiestrategie positie in te nemen. Door beschikbaar te zijn als bron voor mediaprofessionals die een expert willen raadplegen, door de eigen communicatielijn te bepalen in verhouding tot de dominante narratieven in het publieke debat en door samen te werken met relevante externen, om zo voor zo veel mogelijk groepen een betrouwbare afzender te koppelen aan de boodschap.

- *Investeer in een positie als inhoudelijk expert voor de media.*
- *Plaats de communicatiestrategie in de maatschappelijke context.*
- *Werk samen met onafhankelijke experts als afzender van een boodschap.*

Met deze inzichten en aanbevelingen belicht het voorliggend onderzoek hoe nieuwe technologieën mogelijk leiden tot polarisatie. Ook hebben voor de gevoelsmatige effecten van nieuwe technologie, de diversiteit van de doelgroep en de maatschappelijke context, versterkt de anticipatie op mogelijke polarisatie.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	2
1.1	Aanleiding tot het onderzoek	2
1.2	Onderzoeksvragen	3
1.3	Onderzoeksmethoden	3
1.3.1	Literatuurstudie	4
1.3.2	Interviews en online panelgesprek	4
1.3.3	Interviews mediaprofessionals	5
1.4	Leeswijzer	6
2	Theoretisch kader	7
2.1	Polarisatie en radicalisering	7
2.2	Acceptatie van nieuwe technologieën	9
2.3	Verkenning polariserende technologieën	10
2.4	De rol van de media	11
2.5	Communicatie-aspecten	12
3	Resultaten	16
3.1	In gesprek met het stille midden: interviews	16
3.2	In gesprek met het stille midden: online panelgesprek	19
3.3	In gesprek met mediaprofessionals	21
4	Analyse en reflectie	25
4.1	Mogelijke polarisatie bij abstracte technologie	25
4.2	Rol van de media	26
4.3	Verschillende perspectieven	26
4.4	Kenmerken van mogelijk polariserende technologieën	27
5	Aanbevelingen voor communicatie met het stille midden	29
5.1	Start vanuit de technologie	29
5.2	Diversiteit	29
5.3	Maatschappelijke context	30
5.4	Nuance en empathie in de boodschap	31
5.5	Bronnen en (gepercipieerde) betrouwbaarheid	32
	Bijlage A. Interviewgide 'stille midden'	38
	Bijlage B. Biografieën geïnterviewde mediaprofessionals	39
	Bijlage C. Interviewgide mediaprofessionals	41
	Bijlage D. Verkenning polarisatierisico technologieën en ontwikkelingen radar RDI	42

1 Inleiding

1.1 Aanleiding tot het onderzoek

Tijdens (en deels door) de coronapandemie, in 2020, verhardde de discussie rondom mobiele communicatie, elektromagnetische straling en 5G. In het begin van de wereldwijde gezondheids crisis werd er volop over bericht in de media. *‘Waarom worden door heel Nederland zendmasten in brand gestoken?’* kopte de NOS op 11 april 2020¹. Een groep anti-5G-activisten stichtte verschillende branden uit zorgen over straling en de mogelijk bijbehorende gezondheidsrisico's. Deze acties en berichtgeving legden de nadruk op de verscherping van het debat en tegenstellingen tussen groepen in de samenleving.

Uit het doelgroepenonderzoek van het Antennebureau (Motivaction, 2024) blijkt echter dat slechts 4% van de Nederlanders (zeer) negatief is ten opzichte van 5G, wat een daling is ten opzichte van 2020, toen was dat nog 11% (Market Response, 2020). Verreweg de grootste groep Nederlanders staat neutraal ten opzichte van 5G (40%) of heeft er geen mening over (20%) (Motivaction, 2024). Er is dus een grote groep Nederlanders die zich geen zorgen maakt of geen interesse heeft in het onderwerp. Polarisatie-expert Bart Brandsma bestempelt deze groep als het ‘stille midden’: deze bevindt zich figuurlijk tussen twee uiterste groepen (Brandsma, 2016). Deze groep is minder aanwezig in het maatschappelijk debat dan de gepolariseerde groepen, en moeilijker te bereiken.

Om te voorkomen dat het stille midden polariseert naar een van de uitersten, is het nodig om te onderzoeken wat het gedrag, de behoeften en communicatievoorkeur is van deze groep. Daarbij is er (mogelijk) ook een rol voor de media, zij volgt namelijk de maatschappelijke discussie en kan bijdragen aan het verspreiden van boodschappen, zowel positief als negatief. Doordat de RDI een werkveld kent met verschillende mogelijke polariserende onderwerpen, is een verkenning van zowel het stille midden als de media van belang. Door de communicatiestrategie van het Antennebureau aan te laten sluiten op deze kennis wordt het risico op radicalisering rondom nieuwe technologieën mogelijk beperkt.

¹ <https://nos.nl/artikel/2330187-waarom-worden-door-heel-nederland-zendmasten-in-brand-gestoken>

1.2 Onderzoeksvragen

Om onderbouwde adviezen te genereren die voeding geven aan een concrete (risico)communicatiestrategie over nieuwe technologieën, staat de volgende vraagstelling centraal in dit onderzoek:

Welke kennis en afwegingen zijn essentieel voor het bepalen van een onderbouwde (risico)communicatiestrategie, gericht op het 'stille midden' en de media, over mogelijk polariserende onderwerpen (zoals 5G, artificiële intelligentie en kwantumtechnologie), zodat verdere polarisatie zo veel als mogelijk wordt voorkomen?

Deze vraag valt uiteen in de volgende deelvragen:

- 1 Wat is reeds bekend in de literatuur over:
 - a ontstaansprocessen en versterkingsmechanismen in polarisatie;
 - b communicatie met betrekking tot (potentieel) polariserende onderwerpen;
 - c de relatie tussen risicocommunicatie en risicoperceptie?
- 2 Welke factoren en actoren zijn voor burgers behorend tot het 'stille midden' bepalend voor de opinievorming?
- 3 In welke mate is er sprake van polarisatie in de samenleving ten opzichte van 5G en artificiële intelligentie?
- 4 Welke factoren en actoren zijn voor burgers behorend tot het 'stille midden' bepalend voor opinievorming?
- 5 Welke aspecten van nieuwe technologieën dragen bij aan mogelijke polarisatie?
- 6 Welke factoren zijn voor media-professionals bepalend in hun afwegingen rond berichtgeving over potentieel polariserende onderwerpen?
- 7 Welke afwegingen op het gebied van afzender, vorm en modaliteit van communicatie zijn van belang in het bepalen van een communicatie-strategie over potentieel polariserende onderwerpen?

1.3 Onderzoeksmethoden

Om de geformuleerde onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden is er in het onderzoek gebruik gemaakt van een combinatie van methoden: literatuurstudie, individuele interviews en een online panelgesprek. Het onderzoek als geheel betreft een kwalitatieve verkenning, waarmee de resultaten van het empirisch onderzoek inhoudelijke inzichten in het onderzoeksonderwerp opleveren en niet per se een representatief beeld van de volledige doelgroep of populatie schetsen.

1.3.1 Literatuurstudie

De literatuurstudie naar recente relevante wetenschappelijke inzichten is gestructureerd aan de hand van de volgende deelonderwerpen: polarisatie en radicalisering, acceptatie van nieuwe technologie, de rol van de media, het 'stille midden' en communicatie over nieuwe technologie. De literatuurstudie is afgebakend op deze deelonderwerpen, aangezien hiermee een compact overzicht wordt gegeven van relevante kennis die kan dienen als voeding voor concrete adviezen bij het opstellen van een communicatiestrategie.

1.3.2 Interviews en online panelgesprek

Om inzicht te verwerven in de factoren die voor mensen uit het stille midden bepalend zijn voor hun opinievorming met betrekking tot nieuwe technologieën, is een combinatie van methoden toegepast: interviews met individuele respondenten en een online panelgesprek met een kleine groep respondenten. Deze combinatie zorgt voor een rijkere en meer gevarieerde dataverzameling dan de toepassing van slechts één van deze methoden. De interviews bieden de onderzoeker de gelegenheid om door te vragen op factoren, onderwerpen en voorbeelden die specifiek zijn voor de individuele respondent. In het panelgesprek wordt het denkproces van de deelnemende respondenten gefaciliteerd doordat zij in gesprek gaan met anderen. Aangezien respondenten uit het stille midden vaak geen uitgesproken mening hebben over het onderwerp, hebben zij mogelijk nog niet bewust nagedacht over het onderwerp en over wat zij daarvan vinden. Inzichten van anderen zijn dan waardevol om het proces van meningsvorming en -formulering te activeren.

Werving respondenten

In april 2024 hebben acht interviews en een online panelgesprek plaatsgevonden met respondenten uit het 'stille midden'. De selectie van respondenten heeft plaatsgevonden op basis van de volgende criteria: geen of genuanceerde mening over nieuwe technologieën, neutrale of genuanceerde houding ten opzichte van technologische ontwikkelingen en geringe mate van deelname aan het publieke debat over technologische ontwikkelingen, aangezien deze criteria bepalen of iemand te bestempelen is als deel van het 'stille midden' wanneer het gaat om nieuwe technologie. Om in de werving te komen tot een gevarieerde set respondenten wat betreft achtergrondkenmerken, is via een dienstverlener voor online onderzoek, *Panelclix*², een online vragenlijst uitgezet in Midden-Brabant, waarin potentiële respondenten werden bevroegd op de genoemde criteria. 60 respondenten toonden zich bereid om deel te nemen aan een (online) gesprek of interview, waaruit 8 respondenten zijn geselecteerd voor de interviews en 5 respondenten voor het online panelgesprek. Deze selectie vond plaats op basis van de genoemde criteria en een zo rijk mogelijke variatie qua achtergrondkenmerken. De combinatie van spreiding en aantallen respondenten zoals die hier is gehanteerd, zorgt voor een rijk en gevarieerd inzicht in de ideeën en houdingen van verschillende mensen die tot het stille midden behoren.

² www.panelclix.nl

Interviews met het ‘stille midden’

De individuele interviews met de 8 respondenten uit het stille midden zijn telefonisch of via Teams afgenomen door de onderzoekers, in de periode van 4 tot 15 april 2024. Het betrof half-gestructureerde interviews, waarin de onderzoeker het gesprek leidde op basis van de opgestelde interviewgide en de respondent de ruimte bood om uit te weiden waar dat relevant was voor de dataverzameling. De interviewgide is opgesteld aan de hand van de literatuurstudie en bevat de volgende elementen: associaties, gepercipieerde voor- en nadelen, beeldvorming, sociale omgeving, de rol van de media en informatiebehoefte. De volledige interviewgide is opgenomen als bijlage A.

Panelgesprek met het ‘stille midden’

Op 8 april vond een online panelgesprek plaats waarin vijf respondenten uit het stille midden onder leiding van twee onderzoekers van Het PON & Telos in gesprek gingen over nieuwe technologie. Het panelgesprek is net als de individuele interviews gestructureerd aan de hand van relevante elementen die voortkwamen uit de literatuurstudie: associaties, gepercipieerde voor- en nadelen, beeldvorming, sociale omgeving, de rol van de media en informatiebehoefte. Het panelgesprek duurde een uur en vond plaats via Teams. Om ervoor te zorgen dat alle respondenten hun inbreng konden geven tijdens het gesprek, is een combinatie van interactieve elementen ingezet om de input van de deelnemers te verzamelen. Er is gebruik gemaakt van interactietool *Mentimeter*, waarbij respondenten hun associaties in hun eigen woorden konden delen, die vervolgens direct als een woordwolk op het scherm verschenen. Daarnaast is de chatfunctie van Teams gebruikt om respondenten de mogelijkheid te bieden hun antwoord op de gestelde vragen in hun eigen woorden te formuleren. In beide gevallen werd de input van de respondenten vervolgens gebruikt door de onderzoekers als aanleiding tot het gesprek over het betreffende deelonderwerp.

1.3.3 Interviews mediaprofessionals

Om meer inzicht te vergaren in de manier waarop mediaprofessionals komen tot hun uitingen met betrekking tot nieuwe technologieën, zijn door de onderzoekers in april en mei 2024 zes interviews gehouden met mediaprofessionals, telefonisch en via teams. Het betrof verschillende typen professionals. Inhoudelijk experts zoals podcastmakers, publieke sprekers en wetenschapsjournalisten, die we hierna zullen aanduiden als *publieke experts*, en journalisten of redacteurs van zowel lokale als landelijke media (zie bijlage B voor een overzicht van de mediaprofessionals die hebben meegewerkt aan de interviews). Er is gekozen voor deze variatie aan functies, om zowel het perspectief en de afwegingen van mainstream media te kunnen bespreken, als het perspectief en de afwegingen van meer onafhankelijke, inhoudelijke experts die zich mengen in het publieke debat, via verschillende kanalen, waaronder de media. Dit zijn namelijk verschillende perspectieven, en beide van invloed op het publieke debat en de opinievorming. De interviews waren half-gestructureerd, waarin de onderzoeker het gesprek leidde op basis van de opgestelde interviewgide en de respondent de ruimte bood om uit te weiden waar dat relevant was voor de dataverzameling. De volledige interviewgide is opgenomen als bijlage C.

1.4 Leeswijzer

Na de uiteenzetting van de onderzoeksaanpak in hoofdstuk 1, volgt in hoofdstuk 2 het theoretisch kader van het uitgevoerde onderzoek. Hoofdstuk 3 bevat een beschrijving van de resultaten van de dataverzameling onder respondenten uit het stille midden en media-professionals. De reflectie op de resultaten aan de hand van het theoretisch kader in hoofdstuk 4 voedt vervolgens de concrete aanbevelingen in hoofdstuk 5.

2 Theoretisch kader

Om een relevant kader te kunnen schetsen van reeds bestaande kennis over opinievorming bij nieuwe technologieën, volgt in dit hoofdstuk een compact overzicht van recente inzichten. In het licht van de gestelde onderzoeksvragen, is het theoretisch kader opgebouwd uit de thema's *polarisatie en radicalisering*, *acceptatie van nieuwe technologieën*, *de rol van de media* en *communicatie over nieuwe technologie*.

2.1 Polarisatie en radicalisering

Mate van polarisatie

In de complexe hedendaagse samenleving, die onderhevig is aan maatschappelijke veranderingen op vele gebieden, lijken mensen het vaker oneens met elkaar en lijken daardoor harder tegenover elkaar te staan. Wanneer deze verharding uitgroeit tot een gebrek aan bereidheid om compromissen te sluiten, vijandigheid richting bevolkingsgroepen, of radicalisering, spreekt men van polarisatie (Dekker, 2022). De gevaren van polarisatie worden door veel politici, wetenschappers en commissies benoemd. Zo kan het leiden tot ondermijning van de democratie (VWDR, 2023), het vastlopen van politiek en landsbestuur in blokkades (Dekker, 2022) of gewelddadige acties richting anderen (KIS, 2020).

Hoewel de problematische kanten van een versterkte polarisering duidelijk zijn, is het niet zo dat tegenstellingen altijd slecht zijn. Verzet tegen bestaande denkbeelden zorgt ook voor positieve veranderingen, zoals emancipatiebewegingen in het verleden hebben laten zien (KIS, 2020). Ondertussen lijkt door berichtgeving in de media en de aard van sociale media (algoritmes zijn ingesteld om vooral content te zien wat aansluit bij bestaande interesses en houdingen) alsof polarisatie groeiende is (KIS, 2023), maar is het zeer de vraag of dit ook zo is. Wanneer je het aan mensen zelf vraagt, denken zij van wel. Er leven veel zorgen rondom polarisatie, omdat men ervaart dat de meningsverschillen rondom maatschappelijke kwesties groter worden (SCP, 2022). Uit onderzoek blijkt echter dat er op de langere termijn geen bewijs is dat mensen extremere standpunten en posities hebben ingenomen in de afgelopen decennia (Dekker, 2022; VWDR, 2022). Desalniettemin kan er op de korte termijn wel sterkere polarisatie of tweedeling plaatsvinden rondom maatschappelijke thema's, zoals rondom 'Zwarte Piet' of de landbouwtransitie. Ondanks dat er dus geen structurele stijging van polarisatie waarneembaar is, leiden sommige vraagstukken op korte termijn wél tot verharding en een versterking van de *ervaren* polarisatie.

Polarisatie of radicalisering

Het in brand steken van 5G-masten, ten tijde van de coronapandemie, kan gezien worden als een verharde discussie op korte termijn, met polarisatie tot gevolg. De vraag is echter of er in dit geval sprake was van polarisatie in de klassieke zin van het woord. Ondanks dat polarisatie wel aangewakkerd kan worden door actuele gebeurtenissen (zoals de plaatsing van een 5G-mast in de buurt) en tussen groepen inwoners en (beleid van) de overheid (zoals de demonstraties tegen de Groningse gaswinning of coronamaatregelen), impliceert

het begrip twee polariserende flanken: de tegen- en voorstanders (KIS, 2020). Ook wordt polarisatie gekenmerkt door wij-zij-denken (Brandsma, 2016). Zo werd bijvoorbeeld rondom de ‘zwarte piet-discussie’ duidelijk zichtbaar hoe groepen tegenover elkaar kwamen te staan: de voorstanders, de tegenstanders én de stille groep in het midden, die geen van beide standpunten innam. In het geval van de discussie rondom 5G zien we dit niet op deze manier terug: hier ontstond immers wél een sterk aanwezige groep tegenstanders, maar geen vocale groep voorstanders in de maatschappij. Telecomaانبieders en overheidsinstanties zouden hier kunnen worden gezien als de aanhangers, maar zijn binnen de discussie geen actief onderdeel geweest van een gepolariseerd debat. De commotie rondom 5G is met name veroorzaakt door een geradicaliseerde groep, niet zozeer doordat tegenstellingen tussen twee groepen in de samenleving hoog opliepen. Niettemin zijn verschillende elementen in de processen die leiden tot polarisatie relevant in het licht van opinievorming over (mogelijk angstaanjagende) nieuwe technologieën.

Vormen van polarisatie

Mogelijke polarisatieonderwerpen zijn zeer verschillend van aard: een sterke mening ontwikkelen over bepaalde bevolkingsgroepen is een andere kwestie dan demonstreren tegen coronamaatregelen van de overheid. Doordat de mogelijk polariserende onderwerpen zo uiteenlopend zijn, vindt polarisatie plaats tussen eveneens uiteenlopende groepen, die bijvoorbeeld verschillen op basis van cultuur, inkomen, opleidingsniveau of vertrouwen in de overheid (KIS, 2023; VWDR, 2023). Wetenschappers maken dan ook onderscheid tussen verschillende vormen van polarisatie. Zo is er bijvoorbeeld affectieve polarisatie, waarbij mensen met andere opvattingen gevoelsmatig en moreel worden afgewezen, of issuepolarisatie, waarin oordelen over een specifieke kwestie polariseren (Dekker, 2022). Daarnaast bestaat er ook feitenpolarisatie. Feitenpolarisatie hangt nauw samen met complotdenken (Harteveld & Dekker, 2021), waarin mensen verschillen in wat zij voor waar en werkelijk houden (Dekker, 2022).

Issue- en feitenpolarisatie relateren sterk aan eerdere radicalisering rondom nieuwe technologieën, een specifiek voorbeeld is bij de realisatie van 5G-netwerken. Een veelvoorkomende angst bij dit soort nieuwe technologie is de angst voor gezondheidsklachten (Meese et al., 2020; Antennebureau, 2020). Deze angst, in combinatie met de beschikbaarheid van verschillende informatie over de effecten van straling, heeft mogelijk geleid tot feitenpolarisatie. Dit blijkt ook uit de onderzoeken rondom het radicale gedrag tegen 5G-masten, waarin dit gedrag sterk wordt gelinkt aan complotmentaliteit, paranoia, machteloosheid en wantrouwen richting instituties (Jolley & Paterson, 2020). De negatief gepolariseerde groep nam in dit geval de verkeerde informatie, of complotten, voor waar aan. Daar komt bij dat de commotie rondom 5G speelde ten tijde van de COVID-19 pandemie. Dit soort maatschappelijke veranderingen en de onzekerheden die daarmee gepaard gaan, kunnen leiden tot het ontstaan en aanhangen van zowel complotten als polariserende meningen. In onzekere tijden bieden simpele verklaringen (zoals complotten) duidelijkheid en zekerheid over complexe, onbegrijpelijke maatschappelijke dilemma's (Melley, 2000; Bale, 2007; Sullivan et al. 2010), zoals de coronapandemie. Dit is zichtbaar in de verschillende verhalen die aandacht genereerden in deze periode; van 5G als veroorzaker van het coronavirus tot de bewering dat het virus is verzonnen om de

effecten van 5G te verbloemen (Meese et al., 2020). Dergelijke verhalen zijn hierna verspreid via (alternatieve) mediakanalen en bekende mediapersoonlijkheden (Meese et al., 2020). In het geval van de radicalisering en het complotdenken rondom 5G speelt dus niet alleen de angst voor technologie een rol, maar ook de maatschappelijke actualiteit en het medialandschap.

Het stille midden

Wanneer er sprake is van gepolariseerde onderwerpen zijn er verschillende posities die burgers in kunnen nemen. Brandsma (2016, p.26) onderscheidt vijf rollen:

- *pusher*: aanjager van zowel voor- als tegenargumenten;
- *joiner*: kiest een kant, maar is geen aanjager;
- *silent*: kiest geen kant;
- *bridge-builder*: zet zich in om polarisatie te verminderen;
- *scape-goat*: volhardt in middenpositie en wordt daarmee gezien als zondebok.

In dit onderzoek wordt nader gekeken naar de *silent*, ofwel 'het stille midden'. Brandsma (2016) kenmerkt dit als een belangrijke rol, omdat zij zowel het mikpunt zijn van polarisatie-aanjagers als een mogelijke oplossing om polarisatie te verminderen. Door focus binnen het debat op het middenveld of grijze gebied te leggen, is er minder ruimte en aandacht voor de radicale uiterste polen (p. 83).

Het stille midden, in de context van technologische ontwikkelingen, blijkt een gedifferentieerde groep qua achtergrondkenmerken, hoewel qua opvattingen vaak wel tweedelingen zichtbaar zijn, bijvoorbeeld op basis van verstedelijking, vertrouwen in de overheid of opleidingsniveaus. Ook qua houding is deze groep gedifferentieerd: hierin bewegen zich zowel mensen die te typeren zijn als onverschillig, als mensen die te typeren zijn als betrokken maar genuanceerd. Zo kunnen mensen dus ook vanuit betrokkenheid een positie in het midden verkiezen, doordat zij het niet eens zijn met beide uitersten. Voor beide typen geldt dat zij zich niet thuis voelen op de uiteinden van de schaal, vanuit verschillende beweegredenen. Op hen wordt vaak polarisatiedruk uitgeoefend, waar men niet in mee wil gaan (Brandsma, 2016). Deze middengroep is cruciaal voor de balans: zonder de weerstand van een grote middengroep, brengen de extremen aan de polen de discussie gemakkelijker uit balans. Het nuanceren van de polen is dan ook van belang om te voorkomen dat het genuanceerde midden zich niet meer publiekelijk durft uit te spreken, stelt ook Sanne Kruike-meier, hoogleraar Digitale Media en Maatschappij bij de groep Strategische Communicatie van Wageningen University & Research (WUR) (Logeion, 2023). Brandsma betoogt dat wanneer je het midden wilt binden, je niet neutraal moet zijn, maar onafhankelijk en empathisch. Het vraagstuk benoemen is volgens hem van belang, niet het komen met oplossingen (Juffermans, 2019).

2.2 Acceptatie van nieuwe technologieën

Er bestaan verschillende modellen voor de *acceptatie* en *adoptie* van nieuwe technologieën en deze modellen gaan er over het algemeen vanuit dat iemands individuele reactie op de technologie bepalend is voor intentie en het daadwerkelijke gebruik (Venkatesh et al., 2003). Welke factoren een rol spelen verschilt per model. In het

Technology Acceptance Model (TAM), opgesteld door Davis in 1989, is het uitgangspunt dat de inschatting van nut en gebruiksgemak de bepalende factoren zijn voor de houding ten opzichte van een nieuwe technologie en daarmee voor de acceptatie ervan. De *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) van Venkatesh et al., uit 2003 is uitgebreider en gaat uit van ervaren nut, gebruiksgemak en complexiteit, sociale beïnvloeding, mate van controle en geboden ondersteuning. Chamata en Winterton (2018) combineren voorgaande modellen met concepten uit de risictheorie en komen daarmee uit bij ervaren nut, gepercipieerde risico's en mate van controle als belangrijkste componenten voor publieke acceptatie.

De tot nu toe beschreven modellen gaan uit van *acceptatie* op basis van een individuele houding ten opzichte van een bepaalde technologie, en houden minder rekening met de sociale component van houding- en oordeelsvorming. Deze component komt wel nadrukkelijk aan de orde in het klassieke model over *adoptie* van Rogers (2003) uit de innovatiewetenschappen: *Diffusion of innovations*. Dit model, voor het eerst gepubliceerd in 1962, rafelt uiteen hoe innovaties al dan niet verspreid raken. Het besluitvormingsproces om een innovatie al dan niet te adopteren volgt hierin de volgende stappen: kennis, overtuiging, besluitvorming, implementatie en bestendiging. In het model worden vier componenten onderscheiden die invloed hebben op de verspreiding van een innovatie: de innovatie zelf, communicatiekanalen, tijd en het sociale systeem. Met betrekking tot de eerste component, de innovatie zelf, geldt dat de innovatie met de volgende kenmerken het snelst wordt geadopteerd:

- gepercipieerd nut (*relative advantage*)
- aansluiting bij reeds bestaande waarden en gedrag (*compatibility*)
- eenvoud en gebruiksgemak (*complexity*)
- mogelijkheid tot uitproberen / experimenteren (*trialability*)
- zichtbaarheid resultaten (*observability*).

De verschillende kenmerken en componenten zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden: gebruik van een nieuwe technologie met zichtbare resultaten, zorgt er bijvoorbeeld voor dat er meer over wordt gesproken binnen het sociale systeem, wat invloed uitoefent op de verspreiding van de betreffende technologie.

Een uitgebreide literatuurstudie naar de sociaal-psychologische determinanten van publieke acceptatie van technologieën (Gupta et al 2011; Groen et al, 2021), laat zien dat de publieke acceptatiegraad te verhogen is via:

- het beïnvloeden van risicopercepties;
- het vergroten van vertrouwen in producten en producenten;
- het vergroten van het gepercipieerde voordeel;
- de publieke kennis van technologieën;
- het inspelen op verschillende belevingen van doelgroepen.

2.3 Verkenning polariserende technologieën

In het voorgaande is een aantal factoren benoemd dat meespeelt bij het ontstaan van polarisatie: complexiteit (van technologie en/of bijbehorende maatschappelijke dilemma's), angst, actualiteit van maatschappelijke thema's, en het medialandschap. De

laatste twee factoren zijn, vanuit het perspectief van de technologie, grotendeels exogeen. De technologieën en ontwikkelingen zouden echter wel kunnen worden gerangschikt op de eerste twee factoren (complexiteit en angst). Hiermee kan een beeld worden verkregen van de kans en mate dat de technologie polariserend werkt. Deze twee aspecten lijken van primair belang.

2.4 De rol van de media

In de beeldvorming bij het publiek spelen de media een grote rol: de manier waarop zij rapporteren over nieuwe technologieën en alles wat daarmee samenhangt, voedt het beeld daarover in de maatschappij. Zo heeft de media invloed op de publieke opinie en de verwachtingen rondom innovatie en nieuwe technologie (Ozgun & Broekel, 2021). Vanuit wat media deelt en hoe dit geïnterpreteerd wordt, kunnen verschillende opvattingen ontstaan (Hoes, 2022). Daarnaast blijkt dat mensen hun eigen ervaringen bijna vanzelfsprekend in het licht van maatschappelijke ontwikkelingen plaatsen. Via eigen ervaringen interpreteren mensen algemene patronen in de samenleving en voorzien ze deze van betekenis, en omgekeerd beïnvloedt wat mensen in de media zien de manier waarop ze naar hun eigen ervaringen kijken (SCP, 2024).

De *negativity bias* speelt daarin ook een rol – negatief nieuws krijgt meer aandacht én blijft beter hangen (Vliegthart, 2023)-, net als de werking van een *fear appeal* – een boodschap die mogelijk angst oproept (zie paragraaf 2.5 voor een uitgebreidere uitwerking). Het specifieke frame waarin over een nieuwe technologie wordt gecommuniceerd, kan dus effect hebben op de houding van mensen ten opzichte van deze technologie. Zeker als een nieuwe technologie nog niet direct ervaren kan worden, zoals nanotechnologie, ontstaan meningen en kennis hierover voornamelijk vanuit de media (Donk et al, 2012).

Enkele van deze mechanismen zijn ook zichtbaar in de berichtgeving rondom de branden in 5G-antennes in 2020, waarin de media veelal negatieve aandacht aan de technologie schonk. Uit onderzoek in opdracht van het Antennebureau uit 2023 (Motivaction, 2023), blijkt de positieve houding ten opzichte van 5G licht toegenomen en de negatieve houding afgenomen, in vergelijking met 2020. Hier wordt een mogelijk verband benoemd met de verminderde aandacht voor dit onderwerp in de media.

Er is geen bewijs dat meer media-aandacht voor polariserende attitudes ook leidt tot grotere polarisatie, maar wel blijkt dat bestaande houdingen worden versterkt door berichtgeving in de media (Fletcher & Jenkins, 2019). Ondertussen zien we dat de extremen veel aandacht krijgen in de media, terwijl nuance nodig is om polarisatie te voorkomen (KIS, 2017). Het journalistieke principe van hoor en wederhoor speelt hier tevens een rol in, bewust of onbewust. Journalisten zoeken naar sterke meningen aan beide kanten van het spectrum en de grote gematigde groep in het midden blijft onbenoemd, aangezien die voor de journalist niet of minder interessant is. Maar die middengroep is genuanceerd in haar opvatting of heeft helemaal geen mening (Vliegthart, 2023). Hierdoor ontnemt de media het zicht op wat de meerderheid vindt en de brede diversiteit die daarbij hoort (KIS, 2017).

Andersom zien we ook een effect van de publieke opinie op de media en politiek. Verwachtingen en houdingen van het publiek worden meegenomen in de representatie of het sentiment van berichtgeving. Daarnaast kan het publieke sentiment ook politieke debatten aanwakkeren, wat uiteindelijk kan leiden tot specifiek beleid (Ozgun & Broekel, 2021). Er is dus een constante wisselwerking van beïnvloeding tussen burger, media en politiek (Ozgun & Broekel, 2021).

Ten slotte is de invloed op beeldvorming vanuit de media breder dan wat traditionele media over technologie rapporteren. Zo blijken individuele journalisten een steeds belangrijkere rol te spelen vanuit hun persoonlijke sociale media accounts (Barberá et al., 2017), en is ook de invloed van influencers gegroeid. De invloed van media op gedrag en houding komt dus ook vanuit sociale media accounts en alternatieve websites of nieuwskanalen, waarbij mensen vaak steeds meer informatie tot zich nemen die past in hun reeds bestaande denkbeelden. Door eigen toedoen, door de werking van de *confirmation bias*, of door het toedoen van algoritmen in (sociale) media, die op basis van geanalyseerde interesses meer van dezelfde content aanbieden.

2.5 Communicatie-aspecten

Risicoperceptie

De eerder benoemde veranderingen in de moderne samenleving brengen naast nieuwe mogelijkheden ook nieuwe onzekerheden en risico's met zich mee, waardoor algemene gevoelens van onbehagen en onzekerheid ontstaan. Deze algemene gevoelens komen gemakkelijk tot uiting in bijvoorbeeld angst voor criminaliteit, angst voor vernieuwing en gevoelens van onveiligheid, ook wanneer er van een concrete dreiging geen sprake is (Smulders, 2017). Risicoperceptie is daarmee lang niet altijd een adequate inschatting, omdat er verschillende psychologische processen zijn die bij de inschatting van risico's kunnen zorgen voor vertekening. De objectieve veiligheid is een wiskundig gegeven, gebaseerd op de waarschijnlijkheid van verschillende risico's en de effectiviteit van verschillende voorzorgsmaatregelen. Het gevoel van veiligheid werkt echter heel anders (Schneier, 2008). Mensen maken afwegingen rondom veiligheid intuïtief, en dit levert vaak een verkeerde inschatting op; mensen overschatten bepaalde risico's terwijl ze andere risico's onderschatten. Vaak voorkomende mechanismen zijn onder andere dat mensen de neiging hebben dagelijks voorkomende risico's te bagatelliseren en zeldzame maar spectaculaire risico's te overdrijven.

Een ander mechanisme bestaat eruit dat mensen eerder bang zijn voor relatief nieuwe risico's dan voor die waar ze al langer mee bekend zijn (Ropeik & Gray, 2002; Schneier, 2008). Dit geldt bij uitstek voor technologische ontwikkelingen waar mensen nog niet bekend mee zijn én die zij onvoldoende begrijpen om een, voor hun gevoel, adequate risico-inschatting te kunnen maken. Dat deze intuïtieve mechanismen zorgen voor een inadequate risico-inschatting is volgens sommige auteurs (waaronder Schneier, 2008) toe te schrijven aan onze extreem snelle sociale en technologische evolutie, vergeleken met onze evolutie als soort. Onze hersenen werken nog steeds volgens eenvoudige vuistregels, ook wel heuristieken genoemd, die beter geschikt zijn voor het leven in een primitieve, kleine gemeenschap dan voor onze huidige globalistische, individualistische,

technologische netwerksamenleving. Deze heuristieken reduceren de complexiteit van het inschatten van waarschijnlijkheden en het voorspellen van waarden (Kahneman, 2011; Kahneman & Tversky, 2008). Een treffend voorbeeld is het schatten van afstanden: de schatting van de afstand tot een bepaald object gebeurt - onbewust- deels aan de hand van de scherpte waarmee we dat object zien. Hoe vager, hoe verder weg en hoe scherper, hoe dichterbij. Vaak is deze regel zeer efficiënt en effectief, maar in sommige gevallen leidt deze tot een foutieve inschatting, in het geval van slecht zicht door mist bijvoorbeeld.

In verklaringen van de wijze waarop mensen hun standpunt bepalen of aanpassen op basis van relevante communicatie werd lange tijd uitgegaan van één standaard verwerkingsproces dat, afhankelijk van of dit (geheel) werd doorlopen, leidde tot acceptatie of aanpassing van de gecommuniceerde boodschap (McGuire, 1972). Later werd duidelijk dat dit idee van één standaard verwerkingsproces een te simpele en inadequate voorstelling van de werkelijkheid is. Afhankelijk van allerlei persoonlijke, situationele en tekstuele factoren treden verschillende processen of zelfs systemen in werking. In de jaren '80 werden modellen ontwikkeld die twee verschillende acceptatieprocessen beschreven. Belangrijke duale procesmodellen die veel overeenkomsten vertonen, zijn het Elaboration Likelihood Model (ELM) (Petty, Cacioppo, & Goldman, 1981; Petty, Rucker, Bizer, & Cacioppo, 2004) en het Heuristic Systematic Model (HSM) (Chaiken, 1980, 1987; Chaiken & Eagly, 1989).

Kahneman (2011) spreekt van twee verschillende systemen die in werking kunnen treden en noemt deze simpel en treffend 'Systeem 1' en 'Systeem 2'. Systeem 2 vertoont de meeste overeenkomsten met het beschreven standaard verwerkingsproces van McGuire: de ontvanger besteedt bewuste, uitgebreide aandacht aan de boodschap om de voorgestelde argumenten kritisch af te kunnen wegen en zo te bepalen of het standpunt correct is. Wanneer het verwerkingsproces wordt afgehandeld door Systeem 1 gebeurt dat automatisch en snel. Ontvangers richten zich dan slechts op dat deel van de boodschap dat hen in staat stelt met behulp van eenvoudige heuristieken vast te stellen of het standpunt correct is. Hiervoor wordt bijvoorbeeld de geloofwaardigheidsvuistregel gebruikt – 'als een expert het zegt, dan is het waar'- of de consensusvuistregel – 'als veel mensen het zeggen, dan is het waar'. Mensen denken graag dat zij rationele wezens zijn, wiens volledige beslissingsproces nauwkeurig wordt geregisseerd door Systeem 2, terwijl in de praktijk blijkt dat Systeem 1 veel meer invloed heeft (Kahneman, 2011). De invloed van *framing* op opinie- en besluitvorming is daar een treffend voorbeeld van.

Framing

Zelfs wanneer exact dezelfde feiten op verschillende manieren worden beschreven, is het mogelijk om houdingen en beslissingen van mensen te beïnvloeden (*treffend choice architecture* genoemd door Thaler & Sunstein, 2008), puur door keuzes, mogelijkheden, gevolgen of uitkomsten te presenteren in een bepaald *frame* (Kahneman & Tversky, 1984). Dit kan gebeuren zonder dat zender en ontvanger zich daarvan bewust zijn maar deze kennis kan ook bewust worden ingezet. Op enig moment besloot de NS niet meer om te roepen dat de trein 'vijf minuten vertraging heeft' maar dat de trein 'over vijf minuten arriveert'. Dit maakt praktisch uiteraard geen enkel verschil, maar emotioneel wel. Dit 'framen' van onderwerpen kan ook – expliciet of impliciet – duiding geven aan omstandigheden of situaties. Hierin ligt een sturende rol bij de media: het maakt uit of zij

een bepaalde groepering bestempelen als vrijheidsstrijders of als terroristen, drugsproblematiek wordt geframed als criminaliteitsprobleem of als gezondheidsprobleem (Snow, Rochford jr., Worden, & Benford, 1986), of dat een technologie wordt benoemd als innovatie of als risico.

Uit onderzoek naar de frames die resoneren bij de stille middengroep wanneer het gaat over acceptatie van vluchtelingen (Other Talk, 2021), werd duidelijk dat het van belang is de juiste frames te gebruiken en meerdere frames te gebruiken, aangezien geen enkel frame het hele verhaal vertelt. Ook bleek dat cijfers over het onderwerp niet bijdragen aan geloofwaardigheid of acceptatie, maar eerder een houding van scepsis oproepen bij de middengroep. Dit sluit aan bij het inzicht dat feiten en cijfers niet helpen om de gevoelsdynamiek van polarisatie te bestrijden (Brandsma, 2021) en het pleidooi voor empathie in overheidscommunicatie door bijzonder hoogleraar Crises, Veiligheid en Gezondheid (RuG), Michel Dücker: *“Leg eerlijk uit waar mogelijkheden – en ook onmogelijkheden zitten; crisis of niet. Blijf in gesprek en creëer draagvlak. Want op het moment waarop mensen zich zorgen maken over wat voor hen van waarde is, is niets verschrikkelijker dan de ervaring dat er buiten jou om iets wordt bepaald, zonder inspraak, zonder inleving”* (NCTV, 2023).

Fear appeals

Een frame dat mogelijk angst oproept bij de ontvanger van de boodschap, zoals straling van 5G geframed als gezondheidsrisico, wordt een *fear appeal* genoemd (Meijman & Meulenberg, 2002). Omdat mensen liever geen angstgevoelens ervaren, zal hun reactie gericht zijn op het laten verdwijnen van die gevoelens en dat kan op verschillende manieren (Das, 2002; Witte 1998). Wanneer de lezer de dreiging inschat als onbeduidend en onwaarschijnlijk, zal hij de boodschap negeren. Wanneer de lezer de bedreiging echter wel beduidend en waarschijnlijk acht, zijn er twee manieren waarop hij kan reageren. De eerste optie is *danger control*. De lezer acht de voorgestelde oplossing dan effectief en uitvoerbaar en neemt deze over om het gevaar af te wenden. De tweede optie is *fear control*: men acht de voorgestelde oplossing niet effectief of moeilijk uitvoerbaar en negeert de boodschap, ontkent de ernst van de gevolgen of bestempelt de boodschap als overdreven of manipulatief. De boodschap roept dan namelijk angst voor een (onvermijdelijk) ongewenst gevolg op en om de angstgevoelens te laten verdwijnen, probeert men de ernst van de situatie te bagatelliseren.

De werking van fear appeals lijkt af te hangen van voorkennis. Een verschil in voorkennis bij de doelgroep kan ook een verschil in effect van de boodschap betekenen (Jansen, Hoeken, Ehlers, & Van der Slik, 2008). Wanneer de doelgroep zich nog niet bewust was van het gevaar dat in de boodschap wordt besproken, fungeert een fear appeal als wekker. Dit is bijvoorbeeld het geval bij een tweet van de wijkagent met informatie over nieuwe methodes die inbrekers hanteren. Wanneer de doelgroep zich al wel bewust was van het gevaar, roept een fear appeal juist irritatie op. De gezondheidswaarschuwingen op pakjes sigaretten zijn hier een voorbeeld van.

Beelden, visie en informatiebehoefte

Uit recent onderzoek van Motivaction (2023) blijkt dat het kennisniveau omtrent 5G als nieuwe technologie relatief laag is. De informatiebehoefte is ook beperkt en blijft gelijk aan de vorige meting (Market Response, 2020). De informatiebehoefte ligt vooral in mogelijke gezondheidsrisico's en het monitoren hiervan. Door hun hoge genoten vertrouwen, lijken het RIVM, de GGD en gemeenten de beste afzenders voor communicatie. Omdat 5G inmiddels over het algemeen vooral positieve gevoelens en associaties oproept, wat een treffende illustratie is van de tijdelijkheid van maatschappelijke discussies, is het volgens Motivaction van belang om communicatie niet alleen te richten op het wegnemen van zorgen, maar ook op de voordelen van 5G. Zorgen rondom straling zijn niet overheersend, maar blijven aanwezig (Motivaction, 2023, p.7-8).

Als het gaat om AI, laat recent onderzoek in opdracht van de Nederlandse AI-Coalitie zien dat 70% van de representatieve steekproef een betekenisvolle associatie heeft bij AI (Van der Burg & Van den Ende, 2024). Een (meerkeuze)vraag naar welke onderwerpen prioriteit hebben bij de verdere ontwikkeling van AI, leidde tot de volgende top 3: nepnieuws, nepfoto's en polarisatie (58%), machtsverhoudingen en machtsconcentraties (37%), toezicht op mensen en vrijheid (33%). Polarisation komt in de reflecties van deelnemers niet direct terug. Zorgen lijken eerder samen te hangen met een afnemend gevoel van controle op informatie in hun eigen leven en sociale omgeving (Van der Burg & Van den Ende, 2024).

3 Resultaten

Om inzichtelijk te maken welke factoren in de kwalitatieve dataverzameling naar voren kwamen als bepalend voor de opinievorming rondom nieuwe technologie, wordt in dit hoofdstuk achtereenvolgens ingegaan op de resultaten van de individuele interviews met respondenten uit het stille midden, het online panelgesprek met respondenten uit het stille midden en de interviews met mediaprofessionals.

3.1 In gesprek met het stille midden: interviews

In de volgende paragrafen zijn de resultaten opgenomen van de individuele interviews met acht respondenten uit het stille midden, gestructureerd aan de hand van de deelonderwerpen uit het interview.

Associaties bij 5G en AI

De eerste associaties bij 5G zijn over het algemeen de smartphone of (sneller) internet, waarbij ook respondenten als eerste associatie ‘onnodig’ noemden, omdat volgens deze respondenten alles ook prima werkt zonder 5G. Sommigen denken aan de mensen die de zendmasten in brand staken en een respondent benoemt ook dat er meer antennes voor nodig zijn. De meesten hebben geen echt beeld bij 5G. Ze denken aan een snellere verbinding maar geven aan dat ze dit niet merken³. Op de term AI zijn de reacties meer divers. Verschillende respondenten denken hierbij aan gevaren zoals misleiding en oplichting, doordat ze niet meer kunnen onderscheiden wat echt is en wat nep. Zij benoemen ook de mogelijke maatschappelijke impact daarvan. Andere respondenten weten waar de letters voor staan, of hebben er wel eens van gehoord, maar weten niet goed wat het betekent of inhoudt: *“Is dit dan een computer die iets voor jou kan denken of beslissen, ik weet het niet.”*, *“Ik zie het als iets robot-achtigs, maar ik weet niet of dat helemaal klopt”*. Ten slotte hebben sommige respondenten ook positieve associaties en benoemen AI als een goede technologische ontwikkeling, omdat het zaken kan vergemakkelijken zoals studeren en werken in bepaalde beroepen.

Mogelijkheden en zorgen bij 5G en AI

Net zoals bij de associaties, zijn de respondenten meer uitgesproken over de mogelijkheden en zorgen bij AI dan 5G. Bij 5G worden mogelijkheden zoals snelheid, bereikbaarheid en snellere verbinding benoemd. De genoemde mogelijkheden van AI zijn meer divers. Zo wordt het vergemakkelijken van handelingen genoemd, zoals het maken van samenvattingen, het schrijven van een sollicitatiebrief of het registreren van financiën. Een respondent benoemt de kansen die AI biedt in de medische zorg; met analyses op dna-niveau met behulp van AI, kunnen meer ziektes worden bestreden en genezen dan we nu kunnen. Een respondent noemt juist hoe technologie in het algemeen huishoudelijke taken verandert, zoals een robotstofzuiger. Ook voordelen van technologie op sociaal-maatschappelijk vlak worden genoemd, zoals het snel in contact staan met familieleden of het tegengaan van eenzaamheid door dit contact. In ditzelfde kader benoemt een

³ Deze constatering van respondenten sluit aan bij de huidige toepassing van 5G.

respondent dat hulp gemakkelijker bereikbaar is: *“Als je in the-middle-of-nowhere staat, dan is het heel fijn om een telefoon te hebben. Hulp is makkelijk te vinden”*.

Hoewel er voordelen van technologie voor de versterking van sociaal contact worden benoemd, worden er ook voorbeelden van zorgen hieromtrent gegeven. Zo kan eenzaamheid ook juist verergeren doordat technologie sociale interacties overneemt, zoals het verdwijnen van contact bij banken: *“De menselijkheid verdwijnt”*, of het ontmoeten van nieuwe mensen in de kroeg: *“Vroeger maakte je een praatje met iemand, nu zit iedereen op z'n telefoon”*. Ook kan het zaken bemoeilijken als men niet digitaal onderlegd is. Zo legt een respondent uit hoe moeilijk het is om een afspraak in het ziekenhuis te maken: *“Je krijgt een berichtje binnen, dan een code, die moet je weer scannen in het ziekenhuis. Ik kan het wel, maar mijn zus niet. Waarom moet het zo moeilijk en kun je niet gewoon een brief krijgen?”*.

Daarnaast geven bijna alle respondenten aan dat bij AI het onderscheid niet meer kan worden gemaakt tussen wat echt is en wat niet, wat zij beangstigend vinden. *“Een auto die sneller rijdt of zelf rijdt blijft een auto, maar niet meer weten wat echt en niet echt is, levert zorgwekkende situaties op voor het vertrouwen in elkaar”*. Daardoor kan nieuwe technologie zorgen voor meer oplichting en bedreiging. Zo vertelt een respondent dat zij bijna geld had overgemaakt omdat een oplichter zich voordeed als haar dochter, maar dat de bank dit doorzag en het daarom was voorkomen. Verschillende respondenten spreken ook hun zorgen uit over het effect van technologie op de jongere generaties. Zo vinden zij dat sociale media verslavend werken, AI ze luier maakt en kinderen alles geloven wat hen door AI of sociale media wordt verteld. Daarbij geeft een respondent aan te denken dat sociale media bijdraagt aan een negatief zelfbeeld onder jongeren. Een ander spreekt een andersoortige zorg uit: het doorwerken van negatieve mensbeelden in technologie. Zo wordt discriminatie of racisme bij chatbots, waarvoor de verantwoordelijkheid bij niemand lijkt te liggen, benoemd als een zorgelijke ontwikkeling. Ten slotte zijn er ook praktische zorgen benoemd over technologische ontwikkelingen in algemenere zin, zoals de betaalbaarheid van elektrisch rijden in de toekomst.

Sociale omgeving

De meeste respondenten spreken niet veel over nieuwe technologie met hun familie en vrienden, en dat lijkt ook grotendeels los te staan van hun eigen affiniteit met technologie: het geldt zowel voor respondenten die zeggen geen interesse te hebben in technologie als voor respondenten die dat wel hebben of er beroepsmatig mee bezig zijn. Sommigen spreken er voornamelijk in hun professionele omgeving over, omdat ze daar in aanraking komen met technologische ontwikkelingen. Als respondenten wél spreken over 5G, AI of andere nieuwe technologieën, horen zij verschillende kanten; de een is heel enthousiast en de ander is juist negatief over de ontwikkelingen. Het effect van deze positieve of negatieve meningen is divers onder de respondenten. Sommigen houden vast aan hun denkbeeld; *“In de buurtapp las ik dat mensen bang waren van de straling. Ik neem het mee in mijn gedachten maar ik word er niet bang van. Zo lang ik er geen last van heb zal het wel meevallen”*. Een andere respondent geeft juist weer aan dat het effect heeft als iemand positief of negatief is over technologie: *“Ik wilde er eerst zelf niet aan beginnen, maar toen een collega enthousiast vertelde over wat hij deed met AI voor het werk, ben ik het zelf ook*

gaan proberen”. Waarover in de omgeving wordt gepraat is ook divers. Zo worden er grappen gemaakt of gedeeld over ChatGPT of bewerkte foto’s, wordt er positief gesproken over functies van nieuwe telefoons of gebruiksvoorwerpen of negatief over het verdwijnen van sociaal contact als gevolg van technologische ontwikkelingen.

Beeldvorming, media en betrouwbaarheid

Tijdens de interviews is aan de respondenten gevraagd wat hun beeld over technologie *vormt*. Ze vertellen hierbij voornamelijk over hun ervaringen met technologie, wat ze lezen, horen of zien in de media en wat ze horen in hun (professionele) omgeving. Er worden tal van verschillende media genoemd: podcasts, AD, Radio1, Volkskrant, NRC, Trouw, NOS, Tegenlicht, Ongehoord Nederland. Ze komen hier (zeer) positieve, (zeer) negatieve en neutrale verhalen tegen: *“In de NRC-podcast hoorde ik voor het eerst nuance over AI. De rol van de mens zelf wordt weinig benoemd in de media, alleen echt negatief of positief.”* Een andere respondent benoemt dat de berichtgeving over nieuwe technologie in de media vooral inhoudelijk en informatief van aard is en dat het publieke debat over hoe we als samenleving om willen gaan met nieuwe technologie grotendeels ontbreekt. Een enkele respondent zegt niets tegen te komen over technologie in de media.

Sommige respondenten spreken over de betrouwbaarheid van media en bronnen. Doordat ze angstig zijn over het idee dat het steeds moeilijker wordt om echt van nep te onderscheiden, of door de (vermeende) politieke kleur van sommige mediakanalen, nemen ze niet alles aan. Per respondent verschilt wat als een betrouwbare bron wordt gezien; voor de een is dit de Volkskrant, voor de ander Ongehoord Nederland. Daarbij benoemen sommigen het vertrouwen in publieke figuren, zoals Erik Scherder, omdat zij op hun expertise vertrouwen: *“Zo’n man heeft zijn naam hoog te houden, dus die gaat niet zomaar wat zeggen.”* Een andere respondent benoemt het vertrouwen in accounts over voeding en gezondheid op Instagram die zij volgt. Wanneer deze accounts iets zeggen over andere onderwerpen, zoals technologische ontwikkelingen, is dat voor deze respondent ook betrouwbaar.

Informatiebehoefte

Verschillende geïnterviewde respondenten vertellen weinig tot geen interesse te hebben in technologie. Wanneer hen expliciet gevraagd wordt welke informatie zij graag zouden willen hebben over nieuwe technologieën wanneer deze zich aandienen, benoemen zij niet echt behoefte te hebben aan informatie. Een respondent die wel graag geïnformeerd wil worden over nieuwe ontwikkelingen, hoort daar het liefste over via de media en dan graag voordat de ontwikkelingen zich al daadwerkelijk aandienen. Deze respondent ziet de media als kanaal en zou willen dat de informatie over ontwikkelingen wordt verschaft door relevante overheidsinstanties, onafhankelijke adviesraden of verantwoordelijke ministers, zodat ook het maatschappelijk debat over deze onderwerpen wordt gevoerd.

Zorgen wegnemen

Wanneer respondenten wordt gevraagd wat hun zorgen over technologische ontwikkelingen weg zou kunnen nemen, dragen zij verschillende oplossingen aan. Zo benoemt een respondent het belang van het vergroten van bewustzijn dat niet alles wat je ziet of hoort per definitie waar is en ook meer hulp bij het omgaan met technologie wordt genoemd. Een respondent benoemt van jongs af aan kritisch leren denken en

mediawijsheid als belangrijke factoren om als maatschappij goed om te kunnen gaan met nieuwe technologie. Ook uitbreiding van de wettelijke verantwoordelijkheid van online platforms wordt benoemd als mogelijkheid: *“Als je platforms die zeggen dat ze maar doorgeefluik zijn, verantwoordelijk maakt voor wat er door het luik gaat, kun je ook weer meer vertrouwen op wat er op die platforms verschijnt”*. Ook draagt een respondent een oplossing aan voor het gebruik van AI in het onderwijs: *“Leerlingen gaan het toch gebruiken, dus leer ze ermee omgaan in plaats van het te verbieden. Laat Chat GPT vier teksten schrijven, waar de leerling er dan één van moet maken, in plaats van de eerste tekst over te nemen.”* Ook de rol van de overheid ten opzichte van de markt wordt benoemd als kans om zorgen weg te nemen. Een respondent benoemt dat wanneer er in het publieke debat meer aandacht zou zijn voor de maatschappelijke gevolgen van technologische ontwikkelingen en de overheid daarin een sterkere regierol zou nemen, dat zijn zorgen zou verminderen. Nu worden keuzes met verstreckende gevolgen overgelaten aan de markt, bijvoorbeeld *“de keuze voor Chinese antennes, want die zijn goedkoper dan Europese”*, terwijl de markt andere belangen zwaarder weegt dan het algemeen maatschappelijk belang.

3.2 In gesprek met het stille midden: online panelgesprek

In het online panelgesprek, dat deel uitmaakt van de dataverzameling, werd met de deelnemers dieper ingegaan op de volgende deelonderwerpen: associaties, voor- en nadelen, beeldvorming, invloed van de sociale omgeving en informatiebehoefte rondom 5G en AI. In de volgende paragrafen worden de resultaten van het panelgesprek beschreven, gestructureerd per deelonderwerp.

Associaties bij 5G en AI

Bij de start van het panelgesprek mochten de respondenten via een interactieve presentatie (*Mentimeter.com*) zelf antwoorden invullen op gestelde vragen. Bij de vragen *‘Waar denk je aan bij 5G?’* en *‘Waar denk je aan bij AI?’* kwamen er verschillende soorten associaties op bij de respondenten. Zo werden bij 5G zaken genoemd als ‘opvolger 4g’, ‘zendmasten’, ‘mobiele telefoon’ en ‘snel’, maar ook ‘wappies’, ‘stralingsgevaar’ en ‘discussie’. Een respondent dacht aan discussie, omdat het gevoel heerst dat mensen heel anders denken over het stralingsgevaar. Een andere respondent noemde ‘wappies’, omdat hij niet begrijpt dat mensen zich zo druk maken over straling en hij het onnodig vindt om zendmasten in brand te steken. Bij de term AI benoemden de respondenten zaken als ‘tijdwinst’, ‘toekomst’, ‘Chat GPT’, ‘biedt oplossingen’, en ook ‘ingewikkeld’, ‘bedreiging’, ‘oplichting’. Er kwamen ook associatieve vragen naar boven zoals *‘Waar gaat dit heen?’* of *‘Tot hoe ver gaat dit door?’*. In een nadere toelichting geeft een respondent aan dat de doorontwikkeling van technologie beangstigend kan voelen omdat je de controle kwijtraakt: *“Op een gegeven moment weet je niet meer wat waar en wat niet waar is”*. Deze respondent refereerde ook aan een televisieprogramma, waarin kijkers konden kiezen of het getoonde beeld een foto van een echt persoon was of gemaakt door AI, wat moeilijk te onderscheiden bleek.

Voor- en nadelen van 5G en AI

Op de vraag naar de voordelen van 5G en AI werden de volgende begrippen genoemd: ‘oplossingsgericht’, ‘tijdwinst’, ‘betere verbinding’, ‘veel mogelijk’. Ook al werd alleen nog

gevraagd naar voordelen, respondenten noemden ook direct nadelen, zoals 'werkloosheid' of 'macht technologie bedrijven'. Bij nadere doorvraag naar de nadelen van 5G en AI werden deze antwoorden aangevuld met 'gevaarlijk', 'geen creativiteit', 'eng', 'luie hersenen' en 'grenzen vervaging'. In de toelichting gaven respondenten aan dat het aan de ene kant sommige dingen vergemakkelijkt, zoals snel een samenvatting van een boek verkrijgen of hulp krijgen bij een sollicitatiebrief, en aan de andere kant leeft er een angst voor oplichting en gebrek aan 'echtheid'. Zo zegt een deelnemer: *"Je verliest het zicht op wat echt is, maar je verliest ook sociaal contact. AI is geen persoon"*. Een andere deelnemer geeft aan dat er teveel macht ligt bij de bedrijven achter de technologie: *"Als op creatief gebied niet meer te achterhalen is waar iets vandaan komt of is gemaakt, dan krijgen de makers van muziek of kunst ook niet de vergoeding die zij verdienen"*.

Sociale omgeving

Tijdens het panelgesprek is ook besproken hoe de mensen in de omgeving van deelnemers kijken naar 5G of AI. Daarop zijn de antwoorden divers. Sommige respondenten horen er in hun sociale omgeving weinig over of horen vooral positieve verhalen, terwijl andere respondenten vertellen dat in hun omgeving wantrouwend wordt gekeken naar 5G of AI, of slechts vanuit zakelijke risico's of technische interesse. Zo geeft een respondent aan dat ze in haar eigen omgeving het verschil ziet: de een ontvangt nieuwe technologie met open armen en de ander beziet de ontwikkelingen met meer wantrouwen. Een andere respondent ziet vooral bij haar eigen generatie een positievere houding dan bij die van haar kinderen: *"Dat levert soms wel wat discussie, maar over het algemeen doe je er weinig aan technologie en er komt veel op je af"*. Anderen geven ook aan dat de generatie die nu middelbare leeftijd heeft al gewend is aan technologische veranderingen, aangezien zij grote technologische ontwikkelingen als de komst van de computer en de smartphone hebben meegemaakt, terwijl jongeren nu pas ontdekken dat nieuwe technologie de samenleving verandert.

Beeldvorming, media en betrouwbaarheid

Aan de deelnemers is gevraagd wat het beeld bepaalt dat zij hebben bij nieuwe technologie. Daarbij worden verschillende voorbeelden gegeven: de media, gesprekken met de omgeving, gebruiksgemak en de eigen ervaring met een technologie. Een deelnemer geeft aan zijn mening vooral te baseren op het gebruiksgemak. Hoewel hij aangeeft in het begin nog weinig interesse te hebben in een nieuw product, gaat hij daarna toch mee met de rest als hij ziet hoe makkelijk iets werkt of wat het oplevert. Hij geeft wel aan dat het afhankelijk is van het soort technologie: *"5G zegt mij niks, 4G is voor mij precies hetzelfde. Terwijl ik 10 jaar geleden altijd per se de nieuwste telefoon wilde hebben. Nu zie ik het verschil niet meer. Al vind ik wel leuk om te proberen, maar daar zie ik het nut nog niet van in"*. Een andere respondent licht toe dat media haar beeld over technologie vormt: *"De media bepaalt wat jij kijkt en wat er verteld wordt. Als er negatieve verhalen zijn neem je dat over, maar ook als ze positief zijn"*.

Op de vraag welke media de respondenten gebruiken worden uiteenlopende voorbeelden gegeven: kranten zoals De Volkskrant of AD, tv-programma's zoals De Avondshow met Arjen Lubach of Van Roosmalen & Groenteman, nieuwsprogramma's zoals RTL of Op1 en online media zoals Google of Facebookgroepen. Ook benoemt een respondent de invloed van publieke figuren of journalisten in de media, zoals Daniël Verlaan, op haar beeldvorming.

Doordat zij zo'n publieke figuur ziet als onafhankelijke bron, die probeert kennis te delen en te waarschuwen, neemt ze deze informatie eerder voor waar aan. Sommige respondenten verwachten meer betrouwbare informatie van gerenommeerde media, zoals het NOS Journaal, dan van online nieuws of video's: *"Ik kan niet bewijzen of ze het goed hebben, door het verleden vertrouw ik zo'n organisatie omdat ik die van jongs af aan ken. In plaats van een influencer die eigen agenda's of belangen heeft"*. Een andere respondent benoemt dat het ook afhangt van de soort informatie: voor informatie over tuinieren lijkt een online bron deze respondent wel geschikt, maar voor actuele informatie over een oorlog bijvoorbeeld niet. Een respondent benoemt dat juist ook de NOS gekleurd is, bijvoorbeeld over het conflict met Palestina, waardoor er op internet ook andere geluiden te horen zijn. Verschillende respondenten hebben geen eenduidig beeld van wat voor hen een betrouwbare bron is. Desgevraagd benoemen ze naast traditionele media, ook wetenschapsjournalisten of deskundigen in hun omgeving zoals een ICT-afdeling op het werk als betrouwbare, herkenbare bronnen. Ten slotte geeft een deelnemer aan dat beeldvorming soms lastig is: *"Als iets altijd positief benoemd wordt, en weer andere mensen zijn altijd negatief, moet je daar zelf een keuze in maken. Maar dat vind ik moeilijk."*

3.3 In gesprek met mediaprofessionals

Om meer inzicht te verkrijgen in de afwegingen en werkwijze van mediaprofessionals rondom technologie en/of polarisatie, hebben er in april en mei 2024 zes interviews plaatsgevonden met diverse professionals. Er zijn gesprekken gevoerd met respondenten met verschillende functies: een journalist van een regionale krant, een journalist en redacteur van een nationale krant en drie publieke experts over technologie. Rondom technologie of polarisatie schrijven zij artikelen voor de krant (De Volkskrant, Eindhovens Dagblad, Financieel Dagblad, NRC), bijdragen op sociale media, nemen podcasts op en/of publiceren wetenschappelijke artikelen. Uit de interviews blijkt dat de mediaprofessionals afwegingen maken op basis van de aard van hun functie, de boodschap die zij willen overbrengen en de doelgroep die zij willen bereiken, maatschappelijke ontwikkelingen en de publieke opinie. De bevindingen vanuit de interviews met mediaprofessionals worden beschreven in de hierna volgende paragrafen en bijlage B bevat van elke geïnterviewde mediaprofessional een korte biografie.

Aard van de functie

Voor alle mediaprofessionals gelden een aantal basisbeginselen; een media-uiting moet prikkelend, relevant en duidelijk zijn. De wijze van berichtgeving verschilt wel op basis van de functies die de mediaprofessionals bekleden. Een publieke expert en een dagbladjournalist schrijven ieder vanuit een ander perspectief. Zo is het afhankelijk van de functie van de professional of een boodschap informerend of opiniërend is. De geïnterviewde dagbladjournalist deelde het protocol⁴ dat gehanteerd wordt door het betreffende dagblad, dat stuurt op een zo betrouwbaar, integer en objectief mogelijke berichtgeving. Dit geldt zeker voor artikelen over mogelijk polariserende onderwerpen: *"Ik ben me bewust van hoe beladen en gevoelig dit onderwerp [mogelijk polariserend onderwerp waar de geïnterviewde op dat moment over schreef] ligt. Daarom mogen, in dit geval, alle geïnterviewde betrokkenen meelesen, omdat uitspraken op papier heel zwart-wit kunnen*

⁴ <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/2023/vk-protocol~v701017/>

worden”. Bij recensies is dit protocol niet van toepassing, aangezien de aard van deze berichten juist om een bepaalde mate van subjectiviteit vraagt. De publieke experts die op eigen titel schrijven, heeft meer vrijheid in de keuze voor onderwerp en aard van de boodschap die zij brengen. Zij schrijven vanuit hun expertise en kennis, wat zowel informerend als opiniërend kan zijn: *“Ik schrijf opiniërend maar altijd met een onderbouwing erbij. Ik probeer genuanceerd te zijn, verbindend te schrijven en gericht op situaties, niet op mensen of organisaties”*. Een andere geïnterviewde expert vertelt: *“Ik houd geen rekening met wat het publiek wil horen, ik vertelt datgene wat ik belangrijk vind om te vertellen”*. De geïnterviewde journalist van een regionaal dagblad vertelde desgevraagd dat hij in principe geen uitlatingen doet op persoonlijke titel, bijvoorbeeld via sociale media. Dit geldt zeker voor beladen onderwerpen, omdat dat altijd effect heeft op je werk als journalist: *“Je kunt niet de ene dag op sociale media verkondigen dat de asielinstream naar 0 moet en de volgende dag een artikel schrijven over de kwaliteit opvanglocaties; dat beïnvloedt je geloofwaardigheid”*.

Doelgroepen en boodschap

Een belangrijke afweging voor de mediaprofessionals komt voort uit wie zij voor ogen hebben als ze schrijven, podcasts opnemen of aan de tv-tafel schuiven. Zo werkt de ene expert vooral voor bedrijven en overheden, waar de andere expert het publieke debat wil voeden vanuit de wetenschap. De geïnterviewde experts hebben een brede doelgroep waar zij voor schrijven of spreken; van docenten, bedrijven, overheden, de creatieve sector, lezingbezoekers, krantenlezers en talkshowkijkers tot de wetenschappelijke gemeenschap. De geïnterviewde journalist van een regionaal dagblad vertelt dat zijn krant van het klassieke doelgroep-denken is afgestapt, aangezien keuzes tegenwoordig worden gemaakt op basis van belangstellingsmetingen: via analyse van leesgedrag in de online versies van de krant en van zoekvragen op Google, wordt bepaald welke onderwerpen aandacht krijgen. De meeste journalisten hebben daarom ook geen beeld van dé krantenlezer, voor zover die al zou bestaan.

De mediaprofessionals schrijven vanuit verschillende doelen met verschillende boodschappen. De journalist van het regionale dagblad benoemt dat zijn krant als doel heeft om te informeren, achtergrond te geven en te duiden, service te geven en te helpen. Daarom wordt in het beleid van de krant sinds een aantal jaar meer ingezet op zogeheten ‘help me-verhalen’, waarin lezers worden bijgepraat over wat er is en hoe het werkt. Voor informerende verhalen raadpleegt deze journalist ook altijd onafhankelijke experts over het onderwerp, vaak iemand vanuit de wetenschap. Voor een onderzoek naar de gevolgen van de hoge waterstand voor bomen, heeft hij bijvoorbeeld een gebiedsbeheerder van Brabants Landschap geraadpleegd als lokale expert uit de praktijk en daarnaast een hoogleraar bosbouw als onafhankelijk expert. De journalist van het landelijk dagblad heeft ook niet altijd een specifieke boodschap voor ieder stuk: *“Ik weet niet zeker wie mijn stukken leest. Ik schrijf recensies voor mensen die daardoor zelf een beeld kunnen vormen over welke activiteiten zij willen bezoeken”*.

De publieke experts brengen ieder een boodschap vanuit hun eigen deskundigheid. Deze deskundigheid wordt opgebouwd vanuit verschillende bronnen: onderzoek en wetenschap, magazines, politiek debat, ervaring of de eigen sociale kring. Een expert

schrijft bijvoorbeeld over het verduurzamen van datacenters en het effectief en integer gebruiken van technologie: *“Het gaat mij om de omgang met technologie. Elke technologie heeft veel potentie, maar het gebruik gaat vaak gepaard met keerzijden of onvoorziene gevolgen. Daar moet oog voor zijn en niet alleen optimisme, daar ben ik tegen”*. Een andere expert wil graag nuance in het publieke debat brengen: *“Technologische vooruitgang staat niet gelijk aan maatschappelijke vooruitgang. Ik hoop dat mensen die vanzelfsprekendheden loslaten en kritisch worden over de omgang met en het kijken naar technologie”*. Dat maatschappelijke perspectief komt ook terug in het interview met een andere expert: *“Wat er is voor technologie is en hoe dat werkt is minder relevant, wat echt relevant is zijn de consequenties, maatschappelijk en voor het individu, van het gebruik van die technologie, en hoe we daarmee omgaan”*.

Rol van maatschappelijke ontwikkelingen, publieke opinie en beeldvorming

Vanwege de aard van hun functie en inhoudelijke interesse in de onderwerpen waar zij zich mee bezig houden, volgen mediaprofessionals maatschappelijke ontwikkelingen op de voet. Zij vertellen allemaal dat het feit dat een bepaald vraagstuk leeft in de samenleving, invloed heeft op de afweging om erover te schrijven. Dit geldt zeker voor de journalisten van de dagbladen: hoe relevanter, hoe eerder een voorstel door een redactie wordt goedgekeurd of hoe meer aandacht een artikel krijgt. De journalist van het regionale dagblad vertelt dat journalistiek altijd gaat over wat er in de maatschappij speelt en dat het niet het doel is van de journalistiek om daar invloed op te hebben, maar dat de impact in de praktijk wel heel groot kan zijn. Het doel is om de waarheid zo zuiver mogelijk te brengen, maar het betekent niet dat onderwerpen worden vermeden omdat de impact van erover schrijven mogelijk groot is, bijvoorbeeld op de beeldvorming over het betreffende onderwerp; *“zo ver strekt onze verantwoordelijkheid niet, mensen moeten erop kunnen vertrouwen dat we geen ander doel hebben dan informeren”*. De enige uitzondering hierop zijn verhalen waarin suïcide een rol speelt, aangezien media-aandacht daarin een bewezen *copy cat*-risico met zich meebrengt. De journalist van het landelijk dagblad stelt zelf zijn ideeën voor nieuwe stukken voor aan de redactie. Voor een recent artikel over een polariserend onderwerp was de maatschappelijke relevantie juist een reden om hierover te schrijven. Er wordt hierbij bewust omgegaan met het beeld dat wordt geschetst: *“Ik krijg inbreng en tips van de redactie op mijn voorstel. Zij bekijken of het totaal aan berichten over een onderwerp in balans is, zowel het positieve als de negatieve kant”*.

De publieke opinie is bepalend voor de onderwerpen waarover geschreven wordt in het regionale dagblad waarvan we een journalist spraken, én voor de manier waarop erover wordt geschreven. *“Als er veel vragen leven over een bepaald onderwerp, schrijven we daarover op een manier die antwoorden biedt, als er veel discussie is over een onderwerp, schrijven we daarover op een manier die de verschillende standpunten en argumenten in beeld brengt.”* Wanneer verschillende standpunten en argumenten in beeld worden gebracht bij een onderwerp waarover uiteenlopende meningen heersen, wordt wel altijd geduid of het waar of onderbouwd is wat mensen zeggen; als feitelijke leugens of niet-onderbouwde informatie deel uitmaken van iemands redenering, kan dat niet onweersproken blijven. Een voorbeeld is een verhaal over mensen die emigreren omdat er volgens hen te veel straling is in Nederland; iemand krijgt de ruimte om zijn verhaal te doen,

maar in het artikel wordt ook duidelijk gemaakt dat het hier niet om onderbouwde informatie gaat. De geïnterviewde journalist benoemde de berichtgeving over de belangengroepen die 5G-antennes in brand steken als voorbeeld van een journalistiek dilemma: het onderwerp heeft nieuwswaarde en de krant wil kunnen laten zien wie deze mensen zijn en hoe ze opereren, maar tegelijkertijd voorzichtig zijn in het bieden van een podium aan dit soort groepen.

Daarnaast benoemen verschillende publieke experts dat maatschappelijke ontwikkelingen, nieuws, wetenschappelijke artikelen en het politieke debat invloed hebben op hun visie en de keuze voor onderwerpen om over te berichten. Dit geldt bij uitstek voor de experts die schrijven vanuit hun eigen visie en met een streven om het bestaande maatschappelijke beeld te veranderen. Ze zijn zich erg bewust van het bestaande narratief rondom technologie in de media en bij de overheid, en bestempelen dit als eenzijdig of overmatig positief. Zo benoemt een expert de verschillende afwegingen bij het schrijven: *“Wat is er al gezegd, welke blinde vlekken zijn er? Waarom is dit belangrijk om te vertellen, tegen wie en wat wil ik ermee bereiken?”*. Hierbij blijkt ook het doel om de toon van het debat te verschuiven: *“Het jargon en het verhaal van technologie bedrijven worden overgenomen door de media en de overheid, maar dat beeld klopt niet. Daarom ben ik een voorstander van AI demystificeren”*. Daarnaast wordt ook rekening gehouden met de keuze voor woorden, omdat er anders een verkeerd beeld wordt geschetst: zo kan kritiek op technologie worden gezien als een conservatieve houding, terwijl dit niet altijd het geval is. Een andere expert vindt het ook belangrijk om een genuanceerd beeld te schetsen voor het publiek, namelijk dat van de maatschappelijke kansen én bedreigingen van technologie.

Dat laatste is namelijk sterker vertegenwoordigd, volgens een van de geïnterviewde experts, in zijn optiek hebben de doemdenkers hun verhaal prima op orde en weten zij dat ook in de media te krijgen ('tech- angstporno', in zijn woorden), maar het positieve verhaal over AI is minder sterk in het publieke debat. De kansen die AI biedt in de medische zorg krijgen bijvoorbeeld minder aandacht in de media. Deze expert koppelt dat ook aan de aard van mainstream media; lees- en kijkcijfers spelen daarin altijd een rol en angstaanjagende clickbait doet het wat dat betreft goed. Hij pleit daarom voor meer onafhankelijke tech-specialisten, die zich met aanzien kunnen mengen in het publieke debat, zoals dat in de Verenigde Staten gebeurt. Doordat deze tech-duikers een invloedrijke positie hebben, volgen zowel publiek als politiek en bedrijfsleven hun duiding. Hun onafhankelijkheid is daarin van meerwaarde; zij hoeven geen rekening te houden met commerciële of politieke belangen wanneer zij de maatschappelijke consequenties van technologische ontwikkelingen duiden.

4 Analyse en reflectie

Na de theoretische verkenning in hoofdstuk 2 en de beschrijving van de empirische resultaten van gesprekken met respondenten uit het stille midden en met mediaprofessionals in hoofdstuk 3, worden in dit hoofdstuk de verbanden tussen beide onderdelen gelegd. Vanuit het theoretisch kader worden de empirische resultaten geanalyseerd en op deze analyse wordt gereflecteerd, om te kunnen komen tot concrete aanbevelingen in hoofdstuk 5.

4.1 Mogelijke polarisatie bij abstracte technologie

Processen die leiden tot polarisatie en radicalisering liggen eerder op de loer bij abstracte, complexe, niet intuïtief te begrijpen problematiek, zoals de coronapandemie. Deze complexe vraagstukken, met onduidelijke (mogelijke negatieve) gevolgen, kunnen leiden tot onzekerheid, gevoelens van machteloosheid en het beeld van de bekende leefwereld aantasten. De opkomst van AI lijkt mogelijk een soortgelijk complex vraagstuk te zijn, waarbij mensen gevoelens van angst ontwikkelen omdat zij ervaren geen grip te hebben op de gevolgen. Hieruit blijkt een vergelijkbaar mechanisme als tijdens de 5G-radicalisering; mensen zoeken naar - voor hen - logische verklaringen om zekerheid te creëren. Bij abstractere, onbegrijpelijker technologische ontwikkelingen, zoals AI, is de invloed van media en verhalen groter. Dit wordt geïmpliciteerd door de diffuse ideeën over de betrouwbaarheid van bronnen en de angst geen onderscheid te kunnen maken tussen echt en nep. Nieuwe technologieën bieden op deze manier mogelijk voeding voor polarisatie, afhankelijk van de soort technologie en de toepassingen daarvan.

Dit vindt ook zijn weerklink in de informatiebronnen die de respondenten uit het stille midden benoemen: er zijn vaak verschillende informatiestromen beschikbaar, wat de onzekerheid voedt. De respondenten uit het stille midden bepalen ieder op hun eigen manier wat een betrouwbare bron is, al lijkt aan publieke figuren een hogere betrouwbaarheid of invloed op de beeldvorming te worden toegedicht. Hier lijkt de geloofwaardigheidsvuistregel aan het werk: als een expert het zegt, is het waar. Ook viel in de interviews en het panelgesprek met het stille midden op dat de voorbeelden of argumenten waarop respondenten hun mening baseren, vaak anekdotisch van aard zijn, zowel uit eigen ervaringen, ervaringen uit de sociale omgeving of uit de media. Hier lijkt ook de consensusvuistregel aan het werk, zeker wanneer het gaat om uitingen op sociale media: wanneer veel mensen het vinden, zal het wel waar zijn. In het geval van influencers kunnen zelfs zowel de geloofwaardigheids- als de consensusvuistregel in werking treden, wanneer de influencer wordt gezien als expert én door veel mensen wordt gevolgd. Vanuit deze anekdotische ervaringen wordt er gegeneraliseerd tot een mening over de betreffende technologie in algemene zin. De mate waarin informatie uit de media of de sociale omgeving aansluit bij reeds bestaande waarden en gedrag, speelt vervolgens een belangrijke rol in hoe deze informatie wordt gewogen.

4.2 Rol van de media

In het theoretisch kader in hoofdstuk 2 hebben we gezien dat de media invloed hebben op opinievorming in het algemeen en in processen die (kunnen) leiden tot polarisering in het bijzonder. Bestaande denkbeelden kunnen bijvoorbeeld worden versterkt door wat mensen daarover lezen of zien in de media, waarbij online algoritmes, die vooral worden gebruikt door sociale media, die vergelijkbare boodschappen blijven aanbieden dit effect nog kunnen vergroten. Bovendien versterkt de negativity bias de aandacht voor boodschappen die zorg- of angstwekkend zijn.

Uit het gesprek met stille midden blijkt onder andere dat er een bepaalde angst leeft voor de gevolgen van AI, zij het in verschillende vormen en gradaties. Het niet meer kunnen onderscheiden wat echt en nep is, wat waar en niet waar is wordt door respondenten benoemd als zorgwekkend of angstaanjagend. Er lijkt sowieso geen algemeen gedeelde norm te bestaan over wat 'waar' is; gebrek aan vertrouwen in de overheid maakt dat overheidsinstanties niet door iedereen per definitie een als betrouwbare informatiebron worden gezien en ook het beeld van betrouwbare mediabronnen is diffuus. Uit de gesprekken komt naar voren dat mensen verschillende bronnen gebruiken, en dan - vooral op gevoel - hun waarheid bij elkaar puzzelen of shoppen. De gepercipieerde betrouwbaarheid van bronnen lijkt sterk samen te hangen met de resonantie met reeds bestaande denkbeelden en persoonlijke voorkeuren.

Wanneer we dan bezien hoe versnipperd het medialandschap is, zelfs wanneer we die blik beperken tot de 'klassieke' media, wordt duidelijk hoe ontzettend breed het palet is om uit te kiezen wanneer mensen hun waarheid bij elkaar proberen te puzzelen. Dat geeft weinig houvast, terwijl dat juist vaak is waar mensen behoefte aan hebben wanneer maatschappelijke ontwikkelingen zorgen voor onduidelijkheid en onzekerheid. Doordat mensen precies op deze momenten op zoek gaan naar informatie en verklaringen, spelen media een grote rol in de informatievoorziening en dus bij het voorkomen van polarisatie. Bij gebrek aan eenduidige, logische verklaringen gaat men op zoek naar alternatieve bronnen die deze verklaringen wel kunnen leveren. Hier vinden desinformatie en complotten dan eerder weerklank.

4.3 Verschillende perspectieven

In de individuele beoordeling van nieuwe technologieën zijn verschillende perspectieven te onderscheiden: het *gebruiksmatige* en *gevoelsmatige* perspectief. Wanneer iemand een technologie beziet als potentiële gebruiker, zijn factoren als ervaren nut en gebruiksgemak van belang. Zulke praktische factoren wegen minder zwaar voor iemand die vanuit zijn of haar gevoel naar een nieuwe technologie kijkt. Vanuit dit gevoelsmatige perspectief spelen factoren als maatschappelijke impact en veiligheidsrisico's een prominentere rol. In de resultaten van de interviews en het panelgesprek met het stille midden valt op dat de voordelen die men noemt bij nieuwe technologieën vaak praktisch van aard zijn en vooral passen binnen het gebruiksperspectief. De nadelen en zorgen die men - gevraagd of ongevraagd - noemt zijn over het algemeen abstracter en gevoelsmatiger van aard, en hebben meer te maken met gevoelens van controle over het eigen leven en ontwikkelingen

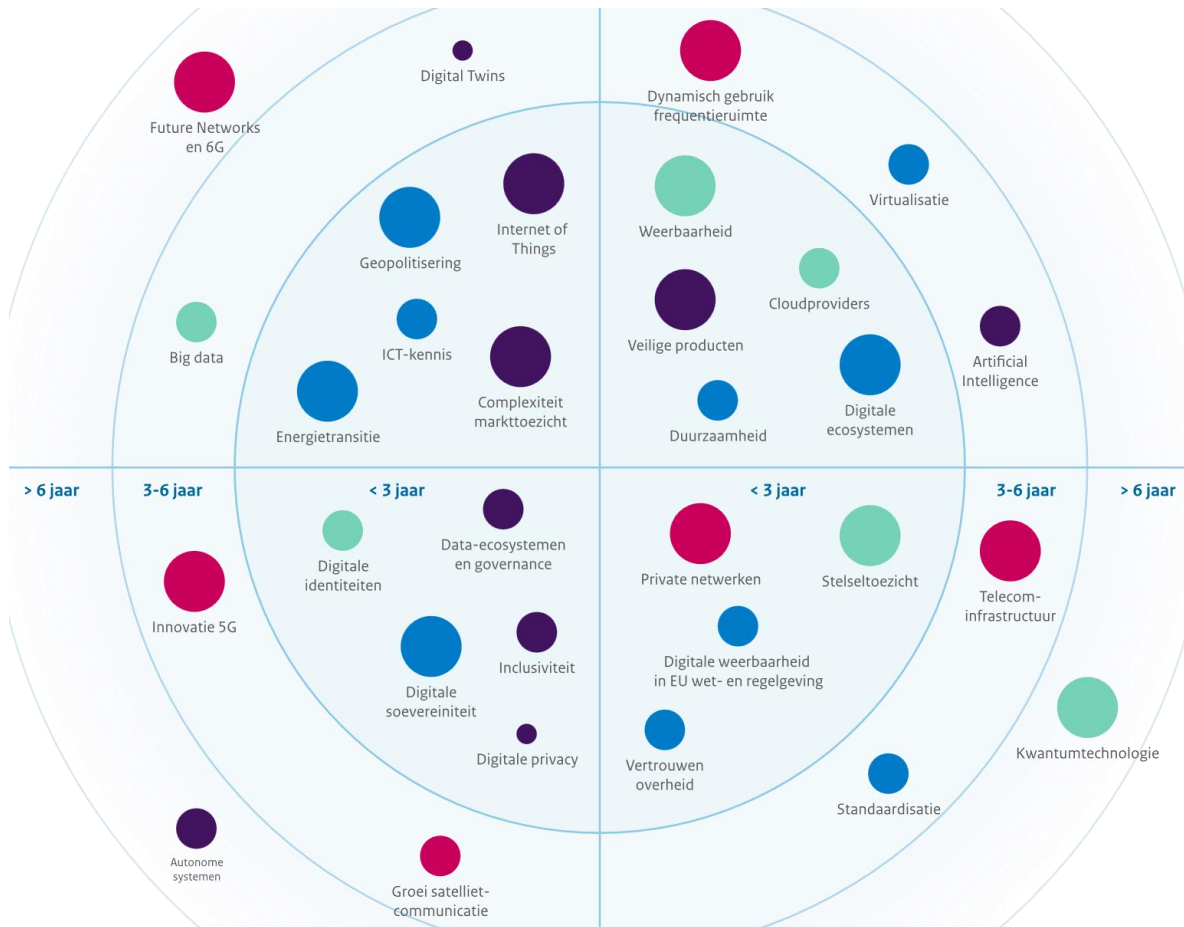
in de maatschappij. De verschillende informatieverwerking en -weging binnen deze twee perspectieven vertoont parallellen met de meer rationele of meer intuïtieve verwerking via Systeem 1 en Systeem 2, zoals we zagen in paragraaf 2.5. Het lijkt erop dat mensen wisselen tussen beide perspectieven wanneer zij naar nieuwe technologieën kijken. Dit onderscheid was zowel zichtbaar bij respondenten die vertelden geen affiniteit met technologie te hebben, als respondenten die wel een persoonlijke of professionele interesse in technologie rapporteerden.

4.4 Kenmerken van mogelijk polariserende technologieën

Naast 5G en AI spelen ook andere (opkomende) technologieën en ontwikkelingen een rol in het werkveld van de RDI. De digitalisering van Nederland is in volle gang en wordt gedreven door voortdurende ontwikkeling van digitale technologie. Als toezichthouder op digitale infrastructuur heeft de RDI ten aanzien van deze, mogelijk polariserende, technologieën en ontwikkelingen dan ook mogelijk een vergelijkbare communicatie-uitdaging.

De Trendradar van RDI geeft een overzicht van ontwikkelingen waarvan RDI verwacht dat deze de Nederlandse samenleving (zowel op korte als lange termijn) zullen raken (figuur 1). Op basis van de 'Bijlage D. Verkenning polarisatierisico technologieën en ontwikkelingen radar RDI' wordt een eerste inschatting gegeven van de technologieën en ontwikkelingen op de in paragraaf 2.3 genoemde aspecten, die als voorspellers kunnen fungeren voor polarisatierisico's: complexiteit en angst. Ook worden de verschillende technologieën gescoord vanuit de beide perspectieven, gebruikmatig en gevoelsmatig (zie bijlage D).

Deze oefening is met name bedoeld om te illustreren hoe systematisch kan worden gekeken naar het polarisatierisico van ontwikkelingen, en zo handvaten kan bieden voor concrete invulling van de communicatiestrategie. Als voorbeeld zoomen we in op 'digitale identiteiten': met een digitale versie van het paspoort kun je je in de toekomst in Europa identificeren. De ontwikkeling kent zowel ongrijpbare complexiteit (Hoe werkt het precies? Wat staat er precies in die QR-code? Wat gebeurt er als je de code laat scannen?) als mogelijke (gepercipieerde) negatieve gevolgen en angst (bijvoorbeeld: kan een overheid mij volgen als ik de code scan?). Beide aspecten geven aanknopingspunten voor communicatie.



Figuur 1 De Trendradar van RDI. De kleuren verwijzen naar thema's (rood: infrastructuur, donkerblauw: apparatuur, lichtblauw: maatschappij, groen: digitale weerbaarheid). De afstand vanaf de oorsprong betreft het verwachte 'doorbraakmoment'. (RDI, sd)

5 Aanbevelingen voor communicatie met het stille midden

Na beschrijving van de resultaten van de dataverzameling onder het stille midden en mediaprofessionals en de reflectie daarop vanuit het theoretisch kader, sluiten we deze rapportage af met concrete aanbevelingen voor het komen tot een strategie om te communiceren met het stille midden, zodanig dat radicalisering en polarisatie waar mogelijk afgeremd of voorkomen kunnen worden.

5.1 Start vanuit de technologie

Het startpunt van elke communicatiestrategie is de afbakening van het onderwerp, in dit geval de technologie of ontwikkeling waarover gecommuniceerd wordt. Om de communicatie-inzet te kunnen richten op de technologieën met de grootste polarisatierisico's, is de systematische verkenning in bijlage D behulpzaam. Deze bevat een overzicht van de polarisatierisico's van de verschillende technologieën en ontwikkelingen op de radar van de RDI, op basis van het gebruiksmatige en gevoelsmatige perspectief. Deze systematische risicoanalyse kan ook in de toekomst worden gebruikt voor nieuwe technologieën en ontwikkelingen, als hulpmiddel om polarisatierisico's in te schatten en zo de keuzes te maken voor de onderwerpen in de communicatiestrategie. Uit de input vanuit het stille midden lijkt AI een mogelijk polariserende technologie, daarom nemen we AI hier verder als praktijkvoorbeeld.

- [Analyseer de kenmerken van de technologie waarover gecommuniceerd wordt op basis van de toepassing, verwachte impact en onderliggende mechanismen.](#)

Vervolgens is het van belang om rekening te houden met de volgende elementen: diversiteit (1), maatschappelijke context (2), nuance en empathie in de boodschap (3) en de betrouwbaarheid van de bron (4).

5.2 Diversiteit

Het stille midden is zeer breed, dus er is geen *one-size-fits-all* voor communicatie met het stille midden. Differentiatie is dus noodzakelijk, op basis van verschillende aspecten:

Verschillende groepen: communicatie met de mensen binnen het stille midden die betrokken, maar genuanceerd zijn, vraagt iets anders dan communicatie met mensen die onverschillig staan tegenover nieuwe technologie en pas een informatiebehoefte ontwikkelen wanneer de gevolgen dichtbij (lijken te) komen. Als mensen onverschillig zijn over AI, zoeken ze geen informatie en zijn ze ook niet eenvoudig te bereiken via de gebaande paden. Toch krijgen ze vanuit de media of sociale omgeving wel informatie, dus kan daarop inspelen een mogelijkheid zijn om de groep te bereiken. De laatste paragraaf van dit hoofdstuk gaat hier verder op in. De betrokken en genuanceerde groep maakt zelf

zijn afwegingen over AI op basis van diverse bronnen, het is daarom bij deze groep belangrijk om zowel de voordelen, nadelen als onzekerheden rondom AI toe te lichten.

Verschillende perspectieven: in hoofdstuk 4 zagen we al dat het perspectief op nieuwe technologie, als potentiële gebruiker of vanuit een abstracter gevoel, bepaalt welke factoren zwaarder wegen in de opinievorming. Het is dus van belang om te analyseren welke ideeën en zorgen een bepaalde technologie vanuit elk perspectief kan triggeren. Het gebruiksgemak van AI-toepassingen is een belangrijke factor voor een potentiële gebruiker, maar niet vanuit een gevoelsmatig perspectief met zorgen over de maatschappelijke impact van die AI-toepassingen. Iemand met angst om een baan te verliezen of om opgelicht te worden heeft behoefte aan andere informatie dan de voordelen van AI.

Verschillende frames: onderzoek welke frames resoneren bij (de verschillende groepen binnen) de stille middengroep en gebruik verschillende frames. Uit eerder onderzoek blijkt dat geen enkel frame het gehele verhaal kan vertellen, bovendien verschilt het per groep welk frame het beste aansluit bij de beleving van die groep (betrokken en genuanceerd vs. onverschillig, angstig vs. optimistisch). Binnen communicatie over AI is het mogelijk om verschillende frames te hanteren; bijvoorbeeld over het verschil in tijd en kosten, een genuanceerd verhaal over maatschappelijke impact of een informerende, transparante boodschap over wat nog onbekend is.

- Differentieer in communicatie-uitingen op basis van de verschillende groepen binnen het stille midden en de verschillende perspectieven.
- Differentieer in het gebruik van frames. Gebruik de frames die resoneren bij de groep die je wil aanspreken en gebruik altijd meerdere frames.

5.3 Maatschappelijke context

Zoals eerder benoemd, is de opkomst van polarisatie sterk afhankelijk van maatschappelijke ontwikkelingen en actualiteit. Processen die leiden tot radicalisering zijn niet los te zien van de context waarin deze optreden. Als er reeds sprake is van invloedrijke maatschappelijke ontwikkelingen ten tijde van de communicatie over of uitrol van nieuwe technologieën, kan het zijn dat mensen al gevoelens van onzekerheid of machteloosheid ervaren. Wanneer deze gevoelens niet worden erkend, kan dat zorgen voor een versterking van deze gevoelens. Het is daarom van belang de maatschappelijke actualiteit te analyseren en te weten welke verhalen circuleren, welke narratieven dominant zijn in de media en het publieke debat. Uit dit onderzoek blijkt dat er sprake is van angstgevoelens over AI, hoe kun je mensen houvast bieden om deze angstgevoelens te beperken?

- Voer een maatschappelijke trendanalyse uit om de veranderingen, vraagstukken en het sentiment op korte en middellange termijn vast te stellen.

5.4 Nuance en empathie in de boodschap

Niets is zwart-wit, alles heeft voors en tegens, ook technologische ontwikkelingen. Wanneer er weerstand bestaat of wordt verwacht, kan de verleiding groot zijn om als tegenwicht vooral de positieve aspecten te benadrukken. Daarmee ontstaat echter juist – onbedoeld – een trigger voor polariserende processen: de optimistische overheid tegenover de sceptische of bezorgde burger. Een genuanceerd verhaal waarin dat tot zijn recht komt, is geloofwaardiger dan een uitsluitend positief narratief, zeker wanneer mensen zelf al vraagtekens, twijfels of zorgen hebben.

Ook het abstractieniveau van sommige nieuwe technologieën brengt noodzaak tot nuance: iets dat heel complex is, kan vaak alleen met een genuanceerd verhaal worden uitgelegd. Het is ook juist het abstractieniveau dat een belangrijk knelpunt lijkt: hoe moeilijker te bevatten, hoe eerder het zorgwekkend of angstaanjagend wordt. In dat licht verdient het aanbeveling om zo concreet mogelijk te blijven: AI als technologie is abstract en breed, maar ChatGTP is bijvoorbeeld een concrete toepassing, waarover je prima kunt vertellen in voors en tegens. Door het toepasbaar te maken ontstaat er meer gevoel van grip. Daarnaast is het van belang om in duidelijke en heldere taal te communiceren. Bij complexe vraagstukken die moeilijk te bevatten zijn, haken mensen eerder af als er een ingewikkelde uitleg komt: simpele, duidelijke taal kan hier een remedie zijn.

- **Communiceer zowel over de positieve, negatieve als onbekende effecten van een nieuwe technologie.**
- **Ondervang angst of bezorgdheid voor complexe technologie met specifieke, duidelijke en simpele voorbeelden en boodschappen.**

In elke communicatiestrategie is *'inleven in de doelgroep'* een belangrijke randvoorwaarde. Wanneer er gecommuniceerd wordt over onderwerpen die mogelijk weerstand of angst oproepen, is dat zo mogelijk nog belangrijker; denk aan de mogelijke reacties op een *fear appeal* en de polarisatierisico's van gevoelens van onzekerheid en verlies van controle. Empathie valt in dit licht uiteen in verschillende componenten:

Meenemen in keuzes en afwegingen: mensen dienen meegenomen te worden in keuzes en afwegingen bij technologie en de manier waarop deze tot stand komen. Wanneer bedrijven of overheidsinstanties besluiten nemen die verstrekkende gevolgen (lijken te) hebben voor het individu en de samenleving, kan het extra angst en onzekerheid opleveren wanneer mensen - al dan niet terecht - het gevoel hebben dat dit buiten hen om gebeurt. In tijden waarin snelle ontwikkelingen op het nationale en wereldtoneel toch al zorgen voor algemene gevoelens van onbehagen en gevoelens van verlies van controle, is dit effect mogelijk nog sterker.

Tijdig mensen meenemen in ontwikkelingen die voor de deur staan, de keuzes die daarin worden gemaakt, de manier waarop deze keuzes tot stand komen en welke afruil daarin wordt gemaakt, geeft mensen meer een gevoel van grip op de ontwikkelingen dan wanneer zij worden geïnformeerd over voldongen feiten waarvan zij niet kunnen traceren hoe en waarom hiertoe is gekomen. De ontwikkeling van AI kan bijvoorbeeld voelen als een

onzichtbaar mechanisme dat wordt vrijgelaten in de samenleving, terwijl mensen niet altijd kunnen volgen waarom we hiervoor kiezen als maatschappij. Is het wel wenselijk om AI overal toe te passen en wat betekent dit voor het menselijke contact of het behoud van banen? Kiest de overheid ervoor om bij de ontwikkeling van AI de macht bij de markt te leggen? Ontdek welke vragen er leven en kies een narratief dat hierbij aansluit, dat levert de grootste kans op meer begrip van de ontwikkelingen die zich voltrekken.

Hulp bieden: analyseren welke vragen er leven en daarbij aansluiten is ook in praktische zin van belang, denk aan de ‘help me-verhalen’ van de regionale krant die in hoofdstuk 3 aan de orde kwamen. Wanneer de vragen over een bepaalde technologische toepassing vooral gebruiksmatig van aard zijn, kom daar dan aan tegemoet met instructieve communicatie-uitingen. Uit de gesprekken met respondenten uit het stille midden in dit onderzoek kwam naar voren dat er vragen leven rond het onderscheid tussen echt en nep als gevolg van AI-toepassingen. Mogelijkheden tot *fact checken* onder de aandacht brengen kan hierin bijvoorbeeld behulpzaam zijn.

- Maak ontwikkelingen navolgbaar; hoe zijn we hier gekomen?
- Onderzoek welke vragen er leven en laat communicatie-uitingen daarop aansluiten.

5.5 Bronnen en (gepercipieerde) betrouwbaarheid

Uit dit onderzoek blijkt dat allerlei bronnen effect hebben op de beeldvorming rondom technologie; de media, sociale omgeving en eigen ervaringen. Wat als een betrouwbare bron wordt gezien, verschilt per persoon op basis van ervaringen en bestaande houdingen. Daar komt bij dat mensen, door de opkomst van de diversiteit aan (online) media en AI, het moeilijk vinden om te bepalen welke informatie klopt. Door de huidige complexiteit en veelheid van bronnen is de invloed hierop beperkt, maar is het toch mogelijk om hierin binnen de communicatiestrategie positie in te nemen. Dit kan op verschillende manieren:

Ben beschikbaar als bron: uit de interviews met de mediaprofessionals blijkt dat journalisten onafhankelijke experts raadplegen bij de verschillende vraagstukken waar zij over schrijven of spreken. De geïnterviewde publieke experts worden ook vaak door de media als bron benaderd om toelichting of commentaar te geven bij een nieuwe ontwikkeling. Het verdient daarom aanbeveling om te investeren in een positie als expert, die gevonden wordt door mediaprofessionals wanneer zij externe expertise willen raadplegen.

Analyseer het maatschappelijk debat: vaak is er sprake van overheersende verhaallijnen die de boventoon voeren in het maatschappelijke debat. Analyse van deze verhaallijnen helpt om strategie te bepalen: het narratief van het Antennebureau en de RDI moeten immers niet los staan van de dominante verhaallijnen in de media en het publieke debat, zonder dat daar duiding aan gegeven wordt.

Werk samen met relevante externen: onafhankelijke experts kunnen het inzicht verbreden in de maatschappelijke beelden er bestaan rondom AI. Zo benoemt een van de geïnterviewde mediaprofessionals dat het verhaal over AI op de website van de RDI louter positief is en sterk gelinkt aan het vergelijken van AI met menselijke intelligentie. Deze verhaallijnen schetsen bewust of onbewust een beeld bij lezers. Onafhankelijke experts kunnen mogelijk helpen met het plaatsen van boodschappen in de maatschappelijke context. Daarnaast worden onafhankelijke wetenschappers of mediapersoonlijkheden door sommige groepen binnen het stille midden eerder als betrouwbaar gezien dan een overheidsinstantie. Wanneer zij de afzender zijn van een boodschap, doet dat iets met de acceptatie en interpretatie daarvan.

- [Investeer in een positie als inhoudelijk expert voor de media.](#)
- [Plaats de communicatiestrategie in de maatschappelijke context.](#)
- [Werk samen met onafhankelijke experts als afzender van een boodschap.](#)

Bronnenlijst

- Adviescommissie Versterken Weerbare en Democratische Rechtsorde (VWDR). (2023). *Koester de democratie! Een dringende oproep om de democratische rechtsorde weer voor iederéén te laten werken*, gedownload via [adviescommissie-vwdr.nl] op 6 december 2023.
- Antennebureau. (2020). *Rapportage kwantitatief en kwalitatief onderzoek*. Elderman, M., & Immerzeel, P
- Bale, J. (2007). *Political paranoia v. political realism: on distinguishing between bogus conspiracy theories and genuine conspiratorial politics*, *Patterns of Prejudice*, 41:1, 45-60, DOI: 10.1080/00313220601118751
- Brandsma, B. (2016). *Polarisatie: Inzicht in de dynamiek van wij-zij denken*.
- Brandsma, B. (2021). *Polarisatie. Luisteren naar de zachte stemmen*.
- Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752-766.
- Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. In M. P. Zanna, J. M. Olsen, & C. P. Herman (red.), *Social Influence: The Ontario Symposium Volume 5* (pp. 3-40). New York: Psychology Press.
- Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1989). Heuristic and Systematic Information Processing within and beyond the Persuasion Context. In J. S. Uleman, & J. A. Bargh (red.), *Unintended Thought* (pp. 212-252). New York: Guilford Press.
- Chamata, J., & Winterton, J. (2018). *A conceptual Framework for the Acceptance of Drones*. *The international Technology Management Review*, 7(1), 34-46.
- Das, E. H. H. J. (2002). *How fear appeals work: Motivational biases in the processing of fear-arousing health communications* (ongepubliceerd proefschrift, Universiteit Utrecht). Geraadpleegd op 25 oktober 2016 van <http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/809/full.pdf>
- Dekker, P. (Ed.) (2022). *Politieke polarisatie in Nederland*. Het Wereldvenster. [researchgate.net]
- Donk, A., Metag, J., Kohring, M., & Marcinkowski, F. (2012). *Framing emerging technologies: risk perceptions of nanotechnology in the German press*. *Science Communication*, 34(1), 5-29.
- Fletcher, R., & Jenkins, J. (2019). *Polarisation and the news media in Europe*. Publications Office of the EU.

- Groen, B. H., Spithoven, R., Leusenkamp, I., & de Vries, P. W. (2021). *Vliegende angst?: Over de maatschappelijke acceptatiegraad van Urban Air Mobility toepassingen en mogelijkheden om deze te vergroten*.
- Gupta, N., Fisher, A.R.H. & Frewer, L.J. (2011). *Socio-psychological determinants of public acceptance of technologies: A review*. In: Public Understanding of Science, 21, 7, pp. 782–795;
- Harteveld, E. & Rekker, R. (2021). *Polarisatie in Nederland*. In: T. Sipma, M. Lubbers, T. van der Meer, N. Spierings & K. Jacobs (red.), *Versplinterde vertegenwoordiging. Nationaal Kiezersonderzoek 2021 (112-124)*. Stichting Kiezers Onderzoek Nederland [dpes.nl].
- Jolley, D., & Paterson, J. L. (2020). *Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence*. British journal of social psychology, 59(3), 628-640
- De Jong, R. & Klöne, E. (2023). *Informatiebehoefte doelgroepen 2023 Antennebureau*. Motivaction.
- Jansen, C., Hoeken, H., Ehlers, D., & van der Slik, F. (2008). Cultural differences in the perceptions of fear and efficacy in South Africa. In P. Swanepoel, & H. Hoeken (red.), *Adapting Health Communication to Cultural Needs: Optimizing Documents in South-African Health Communication on HIV and AIDS* (pp. 107-128). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Juffermans, J. (2020, 22 juli). *In tijden van groeiende polarisatie vestigt filosoof Bart Brandsma zijn hoop op het stille midden*. Vrij Nederland. <https://www.vn.nl/in-tijden-van-groeiende-polarisatie-vestigt-filosoof-bart-brandsma-zijn-hoop-op-het-stille-midden/>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, Values, and Frames. In D. Kahneman, & A. Tversky (red.), *Choices, Values and Frames* (pp. 1-16). New York: Cambridge University Press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2008). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (red.), *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases* (pp. 3-22). New York: Cambridge University Press.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. London: Penguin Books.
- Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS). (2016). *Handreiking Omgaan met Maatschappelijke Spanningen*.
- Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS). (2020). *Theorieën en aanpakken van polarisatie*, gedownload via [kis.nl]

- Logeion (2023). Omgaan met polarisatie in communicatie.
<https://www.logeion.nl/kennis/detail/2023/02/21/Omgaan-met-polarisatie-in-communicatie>
- Market Response (2020). *Informatiebehoefte doelgroepen Antennebureau*.
- McGuire, W. J. (1972). Attitude change: The information-processing paradigm. In C.G. Mc Clintock (red.), *Experimental Social Psychology* (pp. 108-141). New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- Meese, J., Frith, J., & Wilken, R. (2020). *COVID-19, 5G conspiracies and infrastructural futures*. *Media International Australia*, 177(1), 30-46.
- Meijman, F. J., & Meulenberg, F. (2002). *Medische publiekcommunicatie: Een panorama*. Houten/Mechelen: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Melley, T. (2000). *Empire of Conspiracy: The Culture of Paranoia in Postwar America*. Cornell University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctt1ht4xsm>
- NCTE. (2023, 17 januari). *Hoe je als overheid communiceert terwijl de wereld in brand staat*. *Hoogleraar Aan het Woord | NCTV Magazine*.
<https://magazines.nctv.nl/nctvmagazine/2023/03/hoe-je-als-overheid-kunt-communiceren-terwijl-de-wereld-in-brand-staat>
- Ozgun, B., & Broekel, T. (2021). *The geography of innovation and technology news-An empirical study of the German news media*. *Technological Forecasting and Social Change*, 167, 120692.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Goldman, R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument-based persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41(5), 847-855.
- Petty, R. E., Rucker, D., Bizer, G., & Cacioppo, J. T. (2004). The Elaboration Likelihood Model. In J. S. Seiter, & G. H. Gass (red.), *Perspectives on Persuasion, Social Influence and Compliance Gaining* (pp. 65-89). Boston: Allyn&Bacon.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*, Fifth Edition. Free Press, New York.
- Ropeik, D., & Gray, G. (2002). *Risk: A Practical Guide for Deciding What's Really Safe and What's Really Dangerous in the World Around You*. New York: Houghton Mifflin.
- Schneier, B. (2008). The Psychology of Security. In S. Vaudenay (red.), *Progress in Cryptology-Africacrypt 2008, First International Conference on Cryptology in Africa, Casablanca, Morocco, Proceedings* (pp. 50-79). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Seppälä, A. (2020). *Framing 5G: how 5G issue is framed by stakeholders in the Finnish media* (Master's thesis).

- Smulders, I. (2017). #Politie: twittergebruik door wijkagenten & de veiligheidsbeleving van de burger. [Doctoral Thesis, Open Universiteit: faculties and services]. Open Universiteit.
- Snow, D. A., Rochford jr., E. B., Worden, S. K., & Benford, R. D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American Sociological Review*, 51(4), 464-481.
- Sociaal Cultureel Planbureau. (SCP) (2022). *Burgerperspectieven*. In Bericht (Vol. 2). Miltenburg, E., Geurkink, B., Tunderman, S., Beekers, D., Den Ridder, J., Eelco Harteveld. Universiteit van Amsterdam.
- Sociaal Cultureel Planbureau. (SCP) (2024). *Burgerperspectieven 2024-1*.
- Sullivan, D., Landau, M.J., & Rothschild, Z.K. (2010). *An existential function of enemyship: evidence that people attribute influence to personal and political enemies to compensate for threats to control*. *Journal of personality and social psychology*, 98 3, 434-49.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. New Haven/London: Yale University Press.
- Van der Burg, S. & Van den Ende, J. (2024). *Een maatschappelijke onderzoeksagenda voor AI* (pp. 2-46). <https://nlaic.com/wp-content/uploads/2024/04/Eindrapport-Een-maatschappelijke-onderzoeksagenda-voor-AI.pdf>
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, & G.B., Davis, F.D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View". *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Witte, K. (1998). Fear as motivator, fear as inhibitor: Using the extended parallel process model to explain fear appeal successes and failures. In P. A. Andersen, & L. K. Guerrero (red.), *Handbook of Communication and Emotion: Research, Theory, Applications, and Contexts* (pp. 423-450). San Diego, CA: Academic Press.

Bijlage A. Interviewguide ‘stille midden’

Doel: Zicht krijgen op de factoren en actoren die beeldvorming rondom technologie bepalen

Thema's: 5G en AI

Opinievorming, informatiebehoefte (wat), informatie vergaren (hoe), op welke wijze communicatie over technologie (door wie)?

1. **Associaties met nieuwe technologie:**
 - a. Wat komt er bij je op bij 5G?
 - b. Wat weet je van 5G?
 - c. Wat is jouw beeld bij 5G? Wat is jouw gevoel bij 5G?
2. **Beeldvorming over nieuwe technologie:**
 - a. Wat bepaalt jouw beeld? Waardoor is jouw beeld gevormd?
 - b. Doorvragen op eerdere antwoorden; informatiebronnen? (hier worden mogelijk media/sociale bronnen genoemd)?
3. **Sociale omgeving:**
 - a. Hoe kijken de mensen in je omgeving aan tegen 5G / AI? (doorvragen op tegenstellingen/overeenkomsten)
 - b. Weet je waardoor hun beeld wordt bepaald?
 - c. Met wie spreek je over dit onderwerp?
 - d. Verandert dat jouw beeld wel eens?
4. **Rol van de media:**
 - a. Wat vind je van berichtgeving in de media over 5G / AI?
 - b. Waar kom je dit tegen?
 - c. Hoe ben je bij deze informatiebron terecht gekomen?
5. **Informatiebehoefte over technologie:**
 - a. Hoe wil je geïnformeerd worden over nieuwe technologie zoals 5G?
 - b. Van wie wil je informatie over nieuwe technologieën zoals 5G?
 - c. Wat zou je graag willen weten over nieuwe technologieën zoals 5G?
6. **Voordelen van nieuwe technologie:**
 - a. Welke voordelen zie je van nieuwe technologie zoals 5G / AI?
7. **Zorgen over nieuwe technologie:**
 - a. Welke zorgen heb je over 5G / AI?
 - b. Is er iets wat je zorgen zou kunnen verminderen?

Bijlage B. Biografieën geïnterviewde mediaprofessionals

Siri Beerends – Onderzoeker en schrijver SETUP Media Lab - University of Twente

Siri Beerends is cultureel antropoloog en promovendus aan de University of Twente rondom Artificial (un)Intelligence & Authenticity. Ze schrijft en vertelt over (demystificatie van) AI en technologie voor onder andere SETUP media lab, de Groene Amsterdammer, NRC, NPO Radio 1 en EenVandaag.

Kees Verhoeven – Bureau Digitale Zaken

Kees Verhoeven werd in 2010 Tweede Kamerlid voor D66 en zette zich in om digitalisering hoger op de agenda te krijgen. Na zijn afscheid van de politiek in 2021 richtte hij Bureau Digitale Zaken op en begon hij als onafhankelijk technologie-adviseur, met als missie effectief en integer gebruik van technologie. Naast adviseur en auteur is Kees Verhoeven veelgevraagd spreker over digitale technologie, data, AI, cybersecurity en privacy. Hij heeft een nieuwsbrief op LinkedIn ‘[Grip op technologie](#)’, is columnist bij Ibestuur en schrijft onder andere voor het Financieel Dagblad.

Sander Janssens – De Volkskrant

Sander Janssens is theaterjournalist voor de Volkskrant en Theaterkrant. Hij schrijft recensies, interviews, voorbeschouwingen en achtergrondartikelen. Voorheen schreef hij voor Het Parool en NRC. Ook zat hij in diverse jury's en commissies (onder andere de Nederlandse Toneeljury, Blijvend Applaus Prijs, Verse Tekst, Amsterdams Fonds voor de Kunsten). Sinds 2023 zit hij in de commissie van de Cabaret Collectie van het Nederlands Theater Festival. Bij Theaterkrant werkt hij ook als eindredacteur.

Ben van der Burg – Triple – BNR nieuwsradio

Ben van der Burg is oud-topschaatser en IT-ondernemer. Hij is Commercieel Directeur bij Triple, dat applicaties ontwikkelt voor de mobiele telefoon, virtual reality software ontwikkelt en kunstmatige intelligentie oplossingen bouwt. Hij maakt een podcast over technologie (De Technoloog) en heeft een wekelijkse column op BNR nieuwsradio. Verder wordt hij regelmatig gevraagd als commentator over technologie.

Lucas van Houtert – Eindhovens Dagblad

Lucas van Houtert heeft 30 jaar ervaring in de geschreven media, bij onder meer De Gelderlander, Het Brabants Dagblad en het Eindhovens Dagblad (ED). In zijn huidige functie als journalist bij de nieuwdienst van het ED schrijft hij over uiteenlopende onderwerpen, gevoed door de actualiteit.

Dave Maasland – ESET Nederland

Dave Maasland is Cybersecurity expert en CEO bij ESET Nederland. Daarnaast is hij podcastmaker en mede-oprichter van stichting Techeveryone. Vanuit zijn rol als cybersecurity expert wordt hij gevraagd als spreker over de risico's en mogelijkheden van digitalisering. Op deze wijze wil hij mensen enthousiasmeren voor technologie en de angst door onwetendheid wegnemen.

Bijlage C. Interviewguide mediaprofessionals

kernthema's:

- doelen
- afwegingen
- bronnen
- maatschappelijke effecten

Opbouw interview

Inleiding:

- *onderzoek kort toelichten*
- *kort kennismaken en vragen naar functie, werkervaring, affiniteit qua onderwerpen binnen het werk*

Vragen:

1. Hoe ben je met NT bezig binnen je werk?
 - a. Aan welke stukken / onderwerpen heb je onlangs gewerkt?
2. Hoe ziet je bronnenonderzoek eruit bij berichtgeving over NT?
 - a. experts / sociale media / inwoners / wetenschap / politiek
3. Schrijf je informerend of opiniërend over NT?
4. Wat bepaalt waarover je schrijft en hoe je daarover schrijft? (afweging / factoren)
5. Welke groep(en) mensen heb je daarbij voor ogen?
6. Hoe verhoudt je werk zich volgens jou tot:
 - a. maatschappelijke ontwikkelingen?
 - b. beeldvorming bij het publiek?
7. In hoeverre heeft de publieke opinie invloed op waar je over schrijft?
8. Schrijf of bericht je ook op persoonlijke titel over NT? (verschil met werk / via welke kanalen)

Afsluiting:

- Heb je vragen / onderwerpen gemist?
- Weet je andere mediaprofessionals die we volgens jou zouden moeten interviewen over dit onderwerp?

Bijlage D. Verkenning polarisatierisico technologieën en ontwikkelingen radar RDI

Ontwikkeling	Beschrijving	(Gepercipieerde) complexiteit	(Gepercipieerde) mogelijke negatieve gevolgen, aanleidingen voor angst	Gepercipieerd nut (gebruiksmatig perspectief)	Gepercipieerde maatschappelijke zorgen (gevoelsmatig perspectief)
Autonome systemen	Systemen (algoritmen) die leren van hun omgeving, en hun eigen gedrag daarop aanpassen (denk aan zelfrijdende auto's, drones). RDI verwacht een toename van dergelijke systemen voor het beschermen van digitale systemen tegen aanvallen of verstoringen.	Hoe het systeem tot een beslissing komt, hoe de systemen precies werken.	<ul style="list-style-type: none"> • Stigmatisering/discriminatie op basis van data, wantrouwen in de juiste werking. (Dwork & Minow, 2022) • Gevolgen van verkeerde beslissingen • Overschatting van onjuiste beslissingen, vergeleken met de menselijke tegenhanger. 	Hoog	Hoog
Big data	Er wordt steeds meer data verzameld en opgeslagen, ook over personen, die kan worden geanalyseerd om economische waarde te creëren.	Welke data precies wordt verzameld over een persoon, en wat daarmee wordt gedaan.	<ul style="list-style-type: none"> • Stigmatisering/discriminatie op basis van data. • Misbruik van gegevens. 	Laag	Hoog
Cloudproviders	Steeds meer digitale applicaties draaien op cloudinfrastructuur, die niet altijd in handen is van Europese bedrijven.	Wat er precies in een datacenter gebeurt, wat een cloudplatform precies is.	<ul style="list-style-type: none"> • Ruimtelijke orde (datacenters), 'NIVEA' Wantrouwen van (grote) bedrijven (wat doen zij met de data) 	Laag	Middel
Complexiteit markttoezicht	Thema's als klimaat, mobiliteit, energie en digitale veiligheid komen bij elkaar, waardoor toezicht complexer wordt en hiaten kunnen ontstaan.	(On)mogelijkheden van toezicht, werkwijze en afwegingen daarbij.	<ul style="list-style-type: none"> • Willekeur van toezicht. 	Laag	Laag
Data-ecosystemen en governance	Organisaties wisselen steeds meer data uit, ook over personen.	Welke data precies wordt verzameld over een persoon,	<ul style="list-style-type: none"> • Stigmatisering/discriminatie op basis van data. 	Laag	Middel

Ontwikkeling	Beschrijving	(Gepercipieerde) complexiteit	(Gepercipieerde) mogelijke negatieve gevolgen, aanleidingen voor angst	Gepercipieerd nut (gebruiksmatig perspectief)	Gepercipieerde maatschappelijke zorgen (gevoelsmatig perspectief)
		en wat daarmee wordt gedaan.	<ul style="list-style-type: none"> Misbruik van gegevens. 		
Digital twins	Een zeer precies digitaal model van de fysieke werkelijkheid, dat kan worden gebruikt om scenario's te analyseren en vervolgens beslissingen te maken.	Wat de digital twin precies wel en niet modelleert (zowel over- als onderschatting).	<ul style="list-style-type: none"> Stigmatisering/discriminatie op basis van data (als de <i>digital twin</i> niet helemaal perfect blijkt) 	Laag	Middel
Digitale ecosystemen		Onduidelijkheid van het begrip.		Laag	Laag
Digitale identiteiten	Er wordt in Europa gewerkt aan middelen waarmee personen en burgers zich digitaal kunnen identificeren.	Hoe de digitale identiteiten precies werken.	<ul style="list-style-type: none"> Gepercipieerde controle door de overheid, overschatting van de mogelijkheden die een overheid heeft (word ik gevolgd?) 	Middel/Hoog	Middel
Digitale privacy	Mensen laten steeds meer digitale sporen na, wat vraagstukken oplevert rondom de controle over deze informatie.	Welke data precies wordt verzameld over een persoon, en wat daarmee wordt gedaan.	<ul style="list-style-type: none"> Stigmatisering/discriminatie op basis van data. Misbruik van gegevens. 	Middel	Middel
Digitale soevereiniteit	Binnen Europa en Nederland neemt het besef toe dat afhankelijkheid van buitenlandse (markt)partijen (specifiek op digitaal vlak) risico's met zich meebrengt.	Impact van (het gebruik van) buitenlandse partijen op de Nederlandse maatschappij.	<ul style="list-style-type: none"> Angst voor buitenlandse inmenging. 	Laag	Middel
Digitale weerbaarheid in EU wet- en regelgeving	Vanuit Europa komt steeds meer regelgeving om de digitale weerbaarheid te vergroten.	Wat 'digitale weerbaarheid' precies betekent en welke risico's ermee gemoeid gaan.	<ul style="list-style-type: none"> Bemoeienis overheid 	Laag	Laag
Duurzaamheid	Naast de uitstoot van digitale technologieën (in productie en gebruik) draagt digitalisering ook bij aan verduurzaming. (Dialogic, van der Vorst, Massop, Smeitink, & Kleter, 2023)	Inzicht in wat wel en niet duurzaam is / CO ₂ uitstoot, hoe duurzaam digitale systemen zijn versus hoeveel ze opleveren.	<ul style="list-style-type: none"> Uitstoot/milieueffecten digitalisering 	Laag	Middel

Ontwikkeling	Beschrijving	(Gepercipieerde) complexiteit	(Gepercipieerde) mogelijke negatieve gevolgen, aanleidingen voor angst	Gepercipieerd nut (gebruikmatig perspectief)	Gepercipieerde maatschappelijke zorgen (gevoelsmatig perspectief)
Dynamisch gebruik frequentieruimte	Frequenties voor draadloze communicatie zijn schaars. Met slimme software in apparatuur kunnen frequenties vaker gedeeld worden gebruikt. Daarnaast zou licht kunnen worden gebruikt naast radiogolven.	Wat dit precies betekent.	<ul style="list-style-type: none"> Toename van straling, en gezondheidseffecten daarvan 	Laag	Middel
Energietransitie	In de energietransitie zijn digitale oplossingen nodig, bijvoorbeeld voor de aansturing van slimme energiesystemen. De digitale veiligheid van deze systemen is van groot belang.	Hoe deze systemen met elkaar samenhangen en hoe ze werken.	<ul style="list-style-type: none"> Invloed op huishoudens (overstappen van gas naar iets anders, kosten). 	Middel	Middel/hog
Future networks en 6G	In toekomstige grootschalige communicatienetwerken zijn verschillende soorten netwerken geconvergeerd, en werkt het netwerk autonoom.	Hoe de netwerken precies werken.	<ul style="list-style-type: none"> Gevoel van onmacht 	Laag	Middel
Geopolitisering	Geopolitieke afwegingen hebben steeds meer invloed op de ontwikkeling van digitale standaarden.	Wat er precies speelt, wat wel en niet waarheid is, wat de (mogelijke) gevolgen zijn.	<ul style="list-style-type: none"> Wantrouwen jegens buitenland/EU 	Laag	Middel/hog
Groei satellietcommunicatie	Er worden duizenden satellieten gelanceerd om te voorzien in vaste en mobiele internetconnectiviteit. Hoewel satellietcommunicatie al decennia wordt toegepast gaat het nu om grotere aantallen en satellieten in een relatief lage baan (LEO).	Wat de satellieten precies doen.	<ul style="list-style-type: none"> Straling Aantasting ruimtelijke orde (grondstations) Gepercipieerde controle door de overheid, spionage 	Laag	Middel
ICT-kennis	Er is een tekort aan ICT-specialisten.			Laag	Laag/middel
Inclusiviteit	Er komt steeds meer Europese regelgeving om te zorgen dat technologie toegankelijk blijft/wordt voor mensen met een beperking.		<ul style="list-style-type: none"> Positieve discriminatie/het onderscheiden van groepen mensen in regelgeving. 	Laag	Middel

Ontwikkeling	Beschrijving	(Gepercipieerde) complexiteit	(Gepercipieerde) mogelijke negatieve gevolgen, aanleidingen voor angst	Gepercipieerd nut (gebruikmatig perspectief)	Gepercipieerde maatschappelijke zorgen (gevoelsmatig perspectief)
Innovatie 5G	De 5G-standaard voor mobiele communicatie wordt doorontwikkeld zodat o.a. satellietcommunicatie en directe communicatie tussen eindapparaten mogelijk wordt.	Wat dit precies betekent en hoe 5G werkt, welke voordelen het kan hebben.	<ul style="list-style-type: none"> • Straling (antennes, small cells) en negatieve gezondheidseffecten • Aantasting ruimtelijke orde (antennes, small cells) 	Laag	Middel
Internet of Things	Steeds meer apparatuur is verbonden aan het internet en kan via sensoren informatie verzamelen.	Wat dit precies betekent en hoe het werkt.	<ul style="list-style-type: none"> • Gepercipieerde controle door de overheid en bedrijven, aantasting privacy. 	Laag	Middel
Kunstmatige intelligentie	Steeds meer taken die eerst alleen door mensen konden worden uitgevoerd, kunnen door computers worden uitgevoerd.	Hoe dit precies werkt	<ul style="list-style-type: none"> • Zorgen over werkgelegenheid. • Zorgen of de AI slimmer wordt dan de mens. • Stigmatisering/discriminatie op basis van data. 	Hoog	Hoog
Kwantumtechnologie	Een nieuwe vorm van het uitvoeren van berekeningen die voor bepaalde toepassingen vele malen sneller is dan de huidige technologie. Dit leidt mogelijk tot het verzwakken van de huidige versleuteling van gegevens en communicatie en tot versnelling van ontwikkelingen als AI.	Wat dit precies is en hoe het werkt. Mogelijke associatie met 'nucleair'.	<ul style="list-style-type: none"> • Onbekendheid met de technologie, gepercipieerde nieuwe risico's daarvan. Wellicht ook straling. 	Laag	Middel
Private netwerken	De behoefte voor eigen netwerken voor bijvoorbeeld fabrieken, distributiecentra en bedrijventerreinen groeit.	Onbekendheid met wat dit precies is en waar het voor dient.	<ul style="list-style-type: none"> • Straling (antennes, small cells) • Aantasting ruimtelijke orde (antennes, small cells) Zal alleen lokaal spelen op de betreffende locaties. 	Laag	Middel
Standaardisatie	Om digitale systemen aan elkaar te kunnen verbinden zijn standaarden nodig. Omdat er steeds meer digitalisering plaatsvindt zijn ook meer standaarden nodig.	Wat dit precies is.		Laag	Laag

Ontwikkeling	Beschrijving	(Gepercipieerde) complexiteit	(Gepercipieerde) mogelijke negatieve gevolgen, aanleidingen voor angst	Gepercipieerd nut (gebruikmatig perspectief)	Gepercipieerde maatschappelijke zorgen (gevoelsmatig perspectief)
Stelseltoezicht	Toezichthouders gaan steeds meer samenwerken, omdat onderwerpen steeds meer met elkaar vervlochten raken.	Wat dit is en hoe het werkt.	<ul style="list-style-type: none"> • Stigmatisering/discriminatie op basis van data. • Misbruik van gegevens. (scenario "Toeslagenaffaire") 	Laag	Laag/middel
Telecominfrastructuur	Telecomnetwerken vormen de basis voor hoogwaardige digitale toepassingen.	Wat er precies nodig is voor een telecomnetwerk ("waarom moet er hier een mast staan?")	<ul style="list-style-type: none"> • Aantasting ruimtelijke orde (graven van kabels, plaatsen van masten en antennes, small cells). • Straling (antennes) 	Laag	Middel/hog
Veilige (digitale) producten	Vanuit Europa komt steeds meer regelgeving over de digitale veiligheid van producten. Dit is nodig omdat de grens tussen fysieke en virtuele producten vervaagt en de werking van producten met software na aankoop kan worden gewijzigd.	Wanneer een product wel en niet veilig is (is aan de buitenkant immers lastig te zien).	<ul style="list-style-type: none"> • Wantrouwen jegens grote bedrijven/big tech • Zorgen over privacy/gegevensgebruik 	Laag	Laag/middel
Vertrouwen overheid	Het vertrouwen van burgers in de Nederlandse overheid daalt.			Laag	Laag
Virtualisatie	De grens tussen de digitale en fysieke wereld vervaagt, door ontwikkelingen als virtual/extended/augmented reality en de <i>metaverse</i> (vormen van virtuele werkelijkheden en werelden via bijvoorbeeld een VR-bril).	Wat dit precies is en wat voor impact het heeft. Lijkt vooral iets 'aan de achtekant' te zijn en niet direct een thema waar burgers mee te maken krijgen.	<ul style="list-style-type: none"> • Kloof tussen mensen die de technologie adopteren en dat niet doen. 	Laag	Laag
Weerbaarheid (digitaal)	Omdat digitale veiligheid door digitalisering steeds belangrijker wordt, wordt het het herkennen, voorkomen en herstellen van cyberincidenten steeds belangrijker.		Kloof in kennisniveau	Laag	Laag

HET **pon | telos**



OPGERICHT IN
1947



GEVESTIGD IN
TILBURG

KENNISONDERNEMING

STICHTING ZONDER WINSTOOGMERK

AANTAL MEDEWERKERS

35



INTENSIEVE SAMENWERKINGEN

MET UNIVERSEITEN EN ANDERE
KENNISINSTELLINGEN

EXPERTISE

- > PARTICIPATIE & GOVERNANCE
- > WOON- & LEEFOMGEVING
- > DUURZAAMHEIDSTRANSITIES
- > SOCIAAL DOMEIN & ARBEID
- > CULTUUR & ERFGOED
- > DUURZAAMHEIDSIMPACT
- > DATA EN METHODEN

ONZE OPDRACHTGEVERS

- > PROVINCIES
- > GEMEENTEN
- > ZORG- EN WELZIJNSINSTELLINGEN
- > FONDSSEN
- > BANKEN

HET
pon | telos

Over het PON & Telos

Maatschappelijke besluitvorming verbeteren

Wij zijn een sociale kennisonderneming in het hart van de samenleving. We beschouwen het als onze opdracht om maatschappelijke besluitvorming te verbeteren. Dat doen we door wetenschappelijke kennis met kennis van de praktijk te verbinden. We zijn van data, feiten en cijfers, maar geven die altijd een gezicht. Waarbij iedere stem telt. Voorkeuren en meningen halen we op, onderzoeken we, analyseren we en duiden we. Met prikkelende aanpakken en innovatieve methoden. Daarbij zijn we altijd gericht op duurzaamheid: de harmonieuze verbinding tussen sociale, ecologische en economische doelstellingen. Zo dragen we bij aan de kwaliteit van samenleven, nu en in de toekomst.

Met een multidisciplinair en creatief team van bijna 30 adviseurs en onderzoekers werken we vooral voor lokale en regionale overheden in Nederland (met een sterke kennispositie in Noord-Brabant), maar ook voor corporaties, banken, zorg- en welzijnsinstellingen, fondsen en maatschappelijke organisaties. We werken daarbij intensief samen met universiteiten en andere kennisinstellingen en zijn officieel partner van Tilburg University. Met onze kennis en inzichten adviseren we beleidsmakers en bestuurders. Zodat ze afgewogen keuzes kunnen maken. Zodat ze bestuurlijk kunnen vernieuwen. En zodat ze een positieve impuls kunnen geven aan de samenleving van morgen.

Stationsstraat 20c
5038 ED Tilburg
+31 (0)13 535 15 35
info@hetpon-telos.nl
hetpon-telos.nl