

Communiceren met het stille midden

Opinievorming bij nieuwe technologieën

ONDERZOEKSVRAAG

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?

WAT IS ‘HET STILLE MIDDEN’?

Het stille midden kiest binnen een gepolariseerd onderwerp géén kant en bevindt zich dus tussen twee polen. Mensen die een genuanceerde of géén mening hebben vallen hierbinnen, wat veel diversiteit betekent op basis van achtergrondkenmerken, houding en gedrag (Brandsma, 2016).

WAT IS ‘POLARISATIE’?

Bij polarisatie lijken mensen het vaker met elkaar oneens en groeit deze verharding uit tot onbereidheid tot compromis, versterkte vijandigheid of radicalisering (Dekker, 2022).

Polarisatie en communicatie bij nieuwe technologie

SCHEEFSGROEI AAN GEPOLARISEERDE VERHALEN

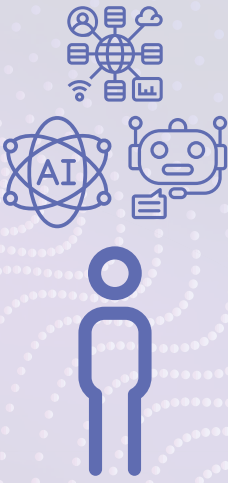
Opinie en verwachting rondom technologie worden beïnvloed door de media. Onder invloed van *negativity bias* ontstaat er daarom **gebrek aan een genuanceerd narratief**: het is enkel positief óf negatief.

BEOORDELEN VAN TECHNOLOGIE

Mensen beoordelen informatie over technologie op basis van **eigen ervaringen** en die van **(gepercipieerde) experts**, indien deze aansluiten bij **bestaande denkbeelden**.

VERHOOGD POLARISATIERISICO

Op basis van het gebruiksmatige en gevoelsmatige perspectief lijken AI, autonome systemen en big data een **verhoogd polarisatierisico** met zich mee te brengen.



ONZEKERHEID BIJ POLARISATIE

Complexe, moeilijk te begrijpen vraagstukken zorgen voor **gevoelens van onzekerheid, angst en machteloosheid**, waardoor eerder polarisatie optreedt. De ontwikkeling van AI roept soortgelijke gevoelens op.

GEBUIKSMATIG VS. GEVOELSMATIG PERSPECTIEF

Technologie kan beoordeeld worden op het gebruik, **zoals nut en gemak**, en op basis van gevoel, zoals **ervaren veiligheid of baanzekerheid**. Beide perspectieven brengen andere gevoelens teweeg en vragen om een andere communicatiebenadering.

Aanbevelingen voor communicatie met het stille midden



DIVERSITEIT

- **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.

MAATSCHAPPELIJKE CONTEXT

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



NUANCE

- Communiceer **zowel over de positieve, negatieve als onbekende aspecten** 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.

BETROUWBAARHEID VAN DE BRON

- **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.

