



POLARISATIE

WIJ-ZIJ NETWERK WEBINAR: HOE OMGAAN MET ONLINE POLARISATIE?



Op 21 februari organiseerde het Wij-Zij Netwerk een webinar over hoe steden en gemeenten beter om kunnen gaan met online polarisatie. Deze webinar is de derde in een reeks. De reeks kwam tot stand in samenwerking met Hannah Arendt Instituut, VVSG, AGII, Kazerne Dossin, OCAD en ABB.

HET PROGRAMMA BESTOND UIT:

- > Inleidend gesprek met Dries Boelens, deskundige burgerparticipatie en conversatie bij de stad Halle
- > Presentatie van Marjan Verplancke, vormingsverantwoordelijke Hannah Arendt Instituut
- > Presentatie van Nathalie van Raemdonck, doctoraatsonderzoeker online polarisatie, verbonden aan VUB en Hannah Arendt Instituut
- > Interview met Suzanne Meynen, Social Media Manager & Content Creator bij Atlas Integratie & Inburgering Antwerpen
- > Introductie op de e-learning Reconnect, door Fri De Keyser, projectmanager Samenleven bij het Agentschap Integratie en Inburgering

In deze samenvatting vindt u de hoofdpunten terug van voorgaande presentaties.

Het Wij-Zij Netwerk bestaat uit 14 actieve partners die zich inzetten om maatschappelijk beter met polarisatie om te gaan. Dit doen we door het verspreiden van kennis, tools - en strategieën voor professionals, beleidsmakers en burgers. Vragen met betrekking tot polarisatie of op zoek naar ondersteuning? Contacteer dylan.meert@kazernedossin.eu voor gepaste hulp. Meer informatie kan je terugvinden op www.wij-zij.be



AGENTSCHAP
INTEGRATIE & INBURGERING



AGENTSCHAP
BINNENLANDS
BESTUUR

MARJAN VERPLANCKE

VORMINGSVERANTWOORDELIJKE HANNAH ARENDT INSTITUUT

> Waarom is beleid belangrijk?

Vaak kom je als lokaal bestuur in aanraking met thema's die heel wat controverserend veroorzaken. Dan kan er online toxische polarisatie ontstaan. Wanneer er dan doordacht beleid is hoe hier op te reageren kan je verdere polarisatie vermijden. Door vooraf opgesteld beleid kan je snel reageren, ben je transparant en werk je principieel.

> Hoe kan je online depolariserend communiceren?

TAAL EN COMMUNICATIESTIJL

- Vermijd absolute taal

Wanneer sterke, generaliserende statements gemaakt worden kunnen mensen de nood voelen om dit aan te vechten. Een zin zoals 'iedereen is blij met het nieuwe speelplein' gebruiken kan aanleiding geven aan de kritische mensen om van zich te laten horen.

- Wees voorzichtig als je een beeld gebruikt bij een online bericht of artikel

Ga na of beelden bewust of onbewust vooroordelen bestendigen of oproepen. Denk na of het beeld polariserend kan zijn.

- Hou je strikt aan de taalwetgeving

Communiqueer je in verschillende talen? Beargumenteer vooral waarom je dat doet en besef dat hier reacties op zullen komen.

INHOUD EN DOEL VAN DE BOODSCHAP

- Gaat het om een **complexe boodschap**, denk dan goed na welk medium je hiervoor gaat gebruiken. Is twitter geschikt of gaan we via social media kanalen verwijzen naar een medium waar meer diepgang mogelijk is, dat is ook een mogelijkheid

- Wees je ervan bewust dat je vanuit **een eigen referentiekader naar de werkelijkheid** kijkt. Het is van groot belang om anderen te betrekken bij de communicatie, zodat de impliciete normen van het projecteren van je eigen referentiekader gebroken kan worden. Door na te denken over frames kan je een meer gedragen boodschap brengen.

- Om **negatieve stereotypen** te ontcrachten is het een slecht idee om dat expliciet te verwoorden. Wanneer je het slechte stereotype 'Nederlanders zijn gierig' wil ontcrachten door het gebruik van de zin 'Ik heb veel gulle vrienden in Nederland', dan wijst onderzoek uit dat wat blijft hangen van die zin is dat het idee leeft dat Nederlanders gierig zijn.

- Gaat het over **ingrijpende veranderingen** in de gemeente, dan is communicatie via sociale media waarschijnlijk niet voldoende. Hou rekening met de hevige reacties en probeer er op te anticiperen.

- Wees voorzichtig wanneer je **specifieke doelgroepen** aanspreekt. Mensen voelen zich heel specifiek benoemd en dat kan een bepaald wij-zij denken legitimeren.

ONBEWUSTE VOORORDELEN VERMIJDEN

- Verval niet onbewust in stereotypes

Bijvoorbeeld, indien je een buddywerking opstart, probeer dan mensen met een verschillende huidskleur aan te nemen, om zo het onbewust vooroordeel te breken dat mensen met een migratieachtergrond altijd hulpbehoevend zijn.

- Doorbreek bewust stereotypes

Zorg voor voldoende diversiteit doorheen je publicaties en geef nieuwkomers een rol zonder hun status als 'nieuwkomer' te benadrukken. Bijvoorbeeld Fatoumata is dokter in het wijkgezondheidscentrum.

- Toon diversiteit binnen groepen die vaak gestereotypeerd worden

Als je een artikel brengt over Moslima's in de zakenwereld, zorg dan voor vrouwen met en zonder een hoofddoek, met verschillende landen van herkomst, ... Dit gaat generalisering tegen. Heel belangrijk hier is ook het eigen bewustzijn over jouw blinde vlekken.

"Deze presentatie is gebaseerd op de fiches "Hoe pak je online polarisatie aan?" Je kan ze vinden in de e-learning of via de website van het Hannah Arendt Instituut en via de website van het Agentschap Integratie en Inburgering."

NATHALIE VAN RAEMDONCK

DOCTORAATSONDERZOEKER ONLINE POLARISATIE, verbonden aan VUB en Hannah Arendt Instituut

> Wie participeert online?

- 90-9-1 regel gebruikers:

90 procent van de sociale media gebruikers observeert, 9 procent participeert en 1 procent creëert. Die laatsten starten onderwerpen en gaan een grote mate van invloed uitoefenen. Als je dat cijfer in gedachten houdt, dan zie je dat dat wat je online ziet geen representatie is van wat er leeft in de algemene bevolking.

- 90-9-1 regel berichten:

90 procent van de berichten zijn afkomstig van de één procent actieve deelnemers, 10 procent van de berichten zijn afkomstig van de 9 procent vluchtige deelnemers en één procent van de berichten zijn afkomstig van de 90 procent die observeren. Reacties verbergen is daarom een belangrijke ingreep, je geeft meer kansen aan anderen om te participeren en niet alleen te observeren. Daarnaast is het op die manier ook belangrijk om deel te nemen, want je bereikt met je bericht ontzettend veel mensen. Ook al lijkt je met enkele mensen te praten, er kijken veel mensen mee.

> Het internet is plat

- Informatie kan zich van een uithoek snel in een andere uithoek bevinden
- Informatie kan jaren later opnieuw bovenkomen
- Wanneer nieuw publiek zich mengt: wet van de luidste

> **Waarom zou je wel of niet participeren aan een polariserend gesprek?**

Er is geen eenzijdig antwoord of je moet reageren in zo'n online discussie of niet. Wel enkele afwegingen.

- Wanneer je reageert geef je het meer zichtbaarheid, algoritmes gaan discussies met veel reacties automatisch verspreiden naar meer mensen. Dit zou een reden zijn om niet te reageren.
- Reageren doet je ook stelling innemen, je kan in een kamp geduwd worden. Het is daarom belangrijk dat wanneer je stelling inneemt, dat je dat zo depolariserend mogelijk doet.
- Wat wel een voordeel is aan reageren, is dat je signaleert aan anderen wat aanvaardbaar is en wat niet. Je kan de discussie begrenzen, wat een groot effect kan hebben indachtig dat 90 procent observeert. Dus zelfs als je niet slaagt in je opzet in de discussie, blijft signaleren zinvol voor de observeerders.
- Reageren vermindert het bystander effect. Het bystander effect treedt op wanneer veel mensen kijken en niemand ingrijpt. Vanaf één iemand ingrijpt voelen anderen zich gesterkt om ook een reactie te geven.
- Reageren signaleert aan anderen dat ze niet alleen zijn. Vanaf iemand slachtoffer gemaakt wordt in een discussie kan die persoon zich gesterkt voelen door de steun van anderen.

> **In welke rol treed je op?**

Als beheerder van een groep heb je de verantwoordelijkheid om in de discussie de norm te zetten. Een reactie als organisatie heeft meer legitimiteit vs reactie als burger, wat authentieker en meer herkenbaar overkomt.

- Depolariserend reageren
- Zichtbaarheid wegnemen heeft ook een signalerende functie
- De discussie sluiten, soms lijkt een discussie afgerond te zijn maar door het platte internet kunnen daar steeds nieuwe personen bijkomen, waardoor het eindeloos kan blijven leven. Dan is het goed om de discussie af te ronden.
- Regels in herinnering brengen
- Privé-bericht sturen is enorm belangrijk als beheerder, omdat onderzoek aantoont dat als je dit doet dat veel minder mensen opnieuw hetzelfde gedrag gaan tonen, omdat zij op een niet-publieke manier zijn terechtgewezen.
- Profielen blokkeren, in overeenstemming binnen je dienst. Soms zitten er in die 1 procent mensen die het vervelend maken voor iedereen, waardoor mensen nog minder geneigd zijn om te participeren. Dan is het heel belangrijk om het voor iedereen comfortabel te maken.
- Rapporteren

VRAAG EN ANTWOORD

> Zijn er goede sociale media platformen die inzetten op het modereren en registreren van hun pagina's?

Nathalie van Raemdonck, doctoraatsonderzoeker VUB en HAI: "Enerzijds zijn er platformen, zoals tweakers, anderzijds zit je met de moderatoren op een pagina van een groep op Facebook. Sommige platformen staan meer technische handelingen toe om een gezonder gesprek teweeg te brengen - zoals tweakers - maar tegelijkertijd kan dit type architectuur er dan ook weer voor zorgen dat ze misbruikt worden, waardoor je weer een typische echokamer krijgt. Uiteindelijk komt het dus aan op de moderatoren die een hiërarchische verantwoordelijkheid en rol hebben, die dat voor een stuk kunnen rechtzetten. Hier zijn goede en slechte voorbeelden, VRT bijvoorbeeld heeft werkelijk moderatoren aangenomen om de commentsecties van hun facebookposts te modereren en zij treden actief op. Het platform kan een impact hebben, maar wat nog veel belangrijker is de rol van de moderatoren.

> Hoe kan je burgers online blijvend betrekken bij je werking?

Dries Boelens, Deskundige burgerparticipatie en conversatie: "Aan het begin van de coronacrisis merkten we dat het belangrijk was dat we een sterke aanwezigheid online hadden. We hadden automatisch meer bereik, zelfs zonder dat we dat bericht gingen promoten. We proberen steeds de juiste media te gebruiken, we hebben verschillende pagina's voor een sportdienst, bibliotheek, cultuurcentra, ... We hopen dat mensen zo hun weg vinden naar het juiste kanaal.

> Wat doe je als werknemers, als privé-persoon, foutieve informatie plaatsen of reageren op polariserende posts?

Suzanne Meynen, Social Media Manager & Content Creator bij Atlas Integratie & Inburgering Antwerpen: "Even vanuit ervaring, want we hebben al een soortgelijke situatie meegemaakt. We hebben toen die reactie verwijderd, en dat beargumenteerd. Ten eerste om die persoon zelf te beschermen, mensen beseffen niet genoeg hoe openbaar sociale media zijn. Daarnaast hebben we die persoon ook uitgenodigd voor een persoonlijk gesprek en dan modereert ons team diversiteit zo'n gesprek, om tot een oplossing te komen.

> Reageren doet je soms stelling innemen, en soms is het aangeraden om dat als privé-persoon te doen, eerder dan vanuit de gemeente. Maar wat als een medewerker liever niet vanuit zijn of haar privé reageert?

Nathalie van Raemdonck, doctoraatsonderzoeker VUB en HAI : "Je ziet vaak medewerkers van gemeenten een profiel aanmaken als persoon, maar dat geen link heeft met de privé van iemand. Bijvoorbeeld Lies van de Kerckhove die in De Pinte woont die dan het profiel 'Lies van de Pinte' aanmaakt. Zo reageer je wel als persoon, maar niet vanuit je privé. Stelling innemen kan inderdaad risico's inhouden als persoon, je kan op die manier betrokken worden in een discussie. Het is te begrijpen dat dat mensen tegenhoudt in een online discussie, om te participeren.

RECONNECT

Om medewerkers van lokale besturen een houvast te bieden op sociale media, ontwikkelden het Agentschap Integratie en Inburgering en het Hannah Arendt Instituut de e-learning 'Reconnect' over online polarisatie. In de e-learning ontdek je hoe een socialemediabeleid een veilige omgeving creëert, hoe je online communiceert zonder vooroordelen te versterken, hoe je reageert op hevige reacties en hoe je je eigen sociale media kan modereren.

<http://arendt-academy.be/courses/reconnect/>