

Hoe omgaan disputanten



Als de polarisering in onze maatschappij toeneemt, dan geldt dat online zeker zo. Trollen, hate speech, desinformatie ... lijken een vaste stek verworven te hebben in de publieke digitale ruimte en richten daar heel wat schade aan. Maar wie zijn nu die trollen en 'polarisatie-ondernemers' die er schijnbaar lol aan beleven om de boel op stelten te zetten? En wat kan je daartegen ondernemen?

met trollen, en meelezers?

Het Vlaams Vredesinstituut gaf onderzoekers Bart Vyncke, Baldwin Van Gorp en Michaël Opgenhaffen van het Instituut voor Mediastudies (KU Leuven) de opdracht om op zoek te gaan naar oorzaken van schadelijke polarisering en mogelijke pistes om daar constructief mee om te gaan. Dat deden ze aan de hand van een inhoudsanalyse van 74 online debatten en 40 diepte-interviews met socialemediagebruikers. Ze brachten in kaart welke elementen in berichten de kans op aanvallende of vijandige commentaren verhogen en onderscheidten verschillende types gebruikers aan de hand van de motieven en strategieën waarmee ze op sociale media actief zijn.

Dr. Maarten Van Alstein, senior onderzoeker bij het Vlaams Vredesinstituut, verrichtte al heel wat onderzoek naar vredeseducatie en het omgaan met controversie en polarisatie in de klas. Hij is dan ook de aangewezen persoon om ons meer te vertellen over de resultaten en het belang van het onderzoek.

“Het Vlaams Vredesinstituut werkt rond een aantal aandachtsgebieden zoals *Wapens en wapengeweld*, maar we hebben van bij de start ook veel aandacht besteed aan de cluster *Conflict, vrede en samenleving*. Een van de thema's daar is vredeseducatie, waarbij we verschillende acties ondernemen in het onderwijsveld. Zo'n vijf jaar geleden hoorden we veel leerkrachten en onderwijsprofessionals zeggen dat ze begonnen te worstelen met controverses en controversiële thema's in de klas. Heel gauw dook het woord polarisatie op. In eerste instantie leidde dat tot een publicatie over hoe leerkrachten en scholen kunnen omgaan met controverses en polarisatie¹. Ondertussen zagen we dat het woord polarisatie een hoge vlucht begon te nemen in onze samenleving. Dat leidde tot dit onderzoek naar online polarisering, waarbij onze insteek die van de

conflictransformatie is. Hoe kunnen we in een digitale context met spanningen en tegenstellingen op een geweldloze en constructieve manier omgaan?”

Affectieve polarisatie

Het rapport toont dat we de term polarisering niet zomaar te pas of te onpas mogen gebruiken. Er is een duidelijk verschil met conflicten, en we moeten een onderscheid maken tussen thematische polarisatie, ideologische polarisatie en affectieve polarisatie. Laat ons beginnen bij het begin. Waarin schuilt het verschil?

“Conflict is een botsing die bijvoorbeeld kan leiden tot een felle discussie of een fysieke confrontatie. Bij een conflict zijn mensen het oneens met elkaar en gaan ze de tegenstelling aan. Polarisation kan je het best zien als het bewegen op een spectrum van een bepaald standpunt naar een ander. Bijvoorbeeld van een eerder gematigd naar een meer uitgesproken standpunt. Je verschuift naar de pool van het meer radicale. Je 'polariseert'. Als dat over twee mensen of groepen gaat, bewegen zij zich steeds verder van elkaar. Dat kan gewoon inhoudelijk zijn, thematisch of ideologisch. Je verschilt van mening of wereldbeeld. Dat is geen probleem. Partijpolitiek werkt bijvoorbeeld zo. Om dat proces in goede banen te leiden, hebben we net de democratie uitgevonden. Maar je kan ook uit elkaar groeien op het affectieve. Dan gebeurt er eigenlijk iets emotioneels. Je begint elkaar te wantrouwen en dat wantrouwen wordt steeds groter. Je begint afkeer te voelen en ook die afkeer wordt groter. Zo verglijdt je naar vijandschap. Dan zit je niet meer in een democratisch spel waarbij de andere een ideologische of →

¹ Omgaan met controversie en polarisatie in de klas, Maarten Van Alstein, Pelckmans, 2018.

thematise tegenstrever is, maar een vijand.

Het rapport gaat over die affectieve polarisatie. Het gebruik van dat adjectief is erg belangrijk want polarisatie dreigt een containerbegrip te worden dat eenzijdig negatief bekeken wordt. En dat hoeft het niet noodzakelijk te zijn.”

Polarisering wordt dus problematisch als het affectieve mee in het spel komt?

“Eigenlijk wel. Het is belangrijk om te zien wanneer polarisatie bij het democratisch samenleven hoort en wanneer het problematisch of toxisch wordt. Bij het nemen van belangrijke beslissingen of in verkiezingstijd is het normaal dat meningsverschillen tussen mensen groter worden. Dat hoort erbij. Ook activisten spelen daar sterk op in. Zij polariseren ook vaak, net omdat ze iets in de samenleving willen

veranderen. En dat is ook belangrijk, want onze samenleving heeft die ruimte voor meerstemmigheid, meningsverschillen en soms zelfs conflicten nodig. Die ruimte moeten we ook zo open mogelijk houden. Als je steeds tegen mensen zegt die iets op de agenda willen zetten dat ze moeten depolariseren, neem je heel veel stemmen weg en dat is niet goed.”

5 types gebruikers

Maar wat werkt die affectieve polarisatie online nu juist in de hand? De onderzoekers zagen drie voornamelijk oorzaken. In de eerste plaats is er het ingaan tegen de regels van het inhoudelijk debat. Socialemediagebruikers die weinig onderbouwde stellingen naar voor schuiven, foute redeneringen opbouwen, in overdrijvingen vervallen ... lokken al snel



felle reacties uit. Daarnaast zijn er de berichten die tegen de stroom ingaan. Meningingen die afwijken van de gangbare norm op een bepaald platform vallen zelden in goede aarde. En ten slotte is er het taalgebruik. Spellingsfouten, onduidelijk gebruik van emojis of de beperkingen van sociale media waar alle lichaamstaal wegvalt en bijvoorbeeld het herkennen van ironie niet altijd even eenvoudig is.

Bij online conversatiemanagement ligt nog vaak de nadruk op het aanreiken van handvatten voor het omgaan met negatieve of agressieve berichten. Afhankelijk van het soort berichten waarmee je te maken krijgt, zetten richtlijnen en *flowcharts* je op het juiste spoor van de acties die je kan ondernemen. De onderzoekers gingen een stap verder en probeerden te achterhalen welke types van gebruikers er achter de berichten schuilgaan. Dat is meteen de grote verdienste van het rapport. Vyncke, Van Gorp en Opgenhaffen kwamen tot vijf verschillende types:

— **Disputanten** zien sociale media als discussiefora waar mensen met elkaar in debat kunnen treden. Ze willen dat discussies constructief en inhoudelijk worden gevoerd en zijn daarom ook voorstander van online gedragsregels. Gebruikers die inhoudelijke of gedragsregels aan hun laars lappen, zorgen bij disputanten voor heel wat frustratie.

— Voor **hartluchters** zijn sociale media vooral een uitlaatklep. Zij willen frustraties van zich afschrijven. Hun acties hebben daarom vaak een spontaan en emotioneel karakter. In debat treden boeit hartluchters minder, de vrijheid van meningsuiting des te meer.

— **Meelezers** gebruiken sociale media als informatiebron of entertainment. Ze zijn zelf niet geneigd om berichten te plaatsen omdat ze beducht zijn voor reacties. Naar schatting behoort zowat 90% (!) van de socialemediagebruikers tot deze categorie. Toch wordt de groep van meelezers vaak over het hoofd gezien wanneer we het hebben over online polarisering.

— De **debat-entrepreneurs** spelen strategisch in op gepolariseerde debatten om een bepaald

instrumenteel doel te bereiken, bijvoorbeeld een onderwerp dat ze op de maatschappelijke agenda willen plaatsen. Debat-entrepreneurs trekken soms de polarisering op gang, maar kunnen ook verzoenend optreden. Dat ligt anders bij de subcategorie van de **polarisatie-entrepreneurs** die om politieke of ideologische doelen polarisatie nastreven. — Voor **trollen** is er geen hoger doel dan het choqueren op zich. Ze opereren in de meeste gevallen anoniem en richten hun pijlen graag op machthebbers en prominente figuren.

Het waarom achter de uitspraken

“Vanuit de conflicttransformatie beschikken we al langer over het inzicht dat conflicten, hoe ontwrichtend en pijnlijk ook, normaal en onvermijdelijk zijn in menselijke relaties. Ze zijn dus niet per definitie slecht. Alles hangt af van de manier waarop je ermee omgaat. Daarom moet je gaan kijken wat er achter het conflict zit. Waarom doet iemand iets? Welke relaties, verwachtingen, machtsverhoudingen, identiteitskwesaties ... gaan erachter schuil? Voor dit rapport was ons vocabularium rond polarisatie misschien wat beperkt. We spraken over *pushers*, volgers en het midden. Maar we maakten nog geen onderscheid in de →



verschillende vormen van *pushers*. De onderzoekers zijn op zoek gegaan naar hun motivatie. Is dat iemand die iets wil zeggen? Is die gefrustreerd of wil die keet schoppen louter om keet te schoppen? We beschikken nu over een typologie voor de online sfeer. We hebben taal aangereikt samen met een handige visuele voorstelling (zie p. 55). Ik denk trouwens dat de typologie niet alleen online geldt, maar dat je ze ook op andere contexten kan toepassen. Het is zeer inzichtelijk om affectieve polarisatie aan de hand van die typologie uit te leggen. Het maakt ons vertoog veel rijker, complexer maar tegelijkertijd ook helderder.”

En remediërend. Want de onderzoekers reiken voor elk van de types een bijhorende depolariseringsstrategie aan. Dat veronderstelt wel dat we erin slagen om de verschillende types in de praktijk van elkaar te onderscheiden. Geen eenvoudige opdracht, zeker niet in een online context waar vaak de *knowhow* of tijd ontbreekt om die oefening grondig te doen.

“We geven in het rapport aan dat dat de volgende stap moet zijn. We moeten verder werken op het herkennen. Want het is inderdaad niet altijd even gemakkelijk om de verschillende types te onderscheiden. Vergeet niet dat mensen niet opgesloten zitten in een type. Ze kunnen wisselen. Bij sommige thema's zijn ze een *meelezer*, terwijl ze bij andere thema's misschien een *hartluchter* of een *disputant* zijn. *Trollen* springen misschien snel in het oog, maar ook zij zijn niet altijd even makkelijk te herkennen. Je hebt immers verschillende soorten. Er zijn individuele *trollen*, maar evengoed ook mensen die zich in verband engageren om aanvallen uit te voeren. Wat je altijd kan doen om het onderscheid te maken, is een paar open vragen stellen. We weten dat dat bijvoorbeeld in klasverband of in bemiddelingscontexten goed werkt. Uiteraard zijn dat duidelijke fysieke dialogische ruimtes en is online die uitdaging groter. Maar het loont om het te proberen. Als je nieuwsgierigheid, interesse of een zekere vorm van empathie toont, kan je de dynamiek van de discussie doorbreken. Je kijkt dan naar de behoeften of de belangen achter de uitspraken. Met een vraag zoals:

‘Ik ben het niet helemaal eens met wat je zegt, maar ik vind het wel interessant. Wat bedoel je precies?’, creëer je een niet aanvallende opening. Bij een echte trol heeft dat geen effect. Die wil je gewoon opjagen. Maar als het iemand is die met een frustratie zit, waarvoor je begrip opbrengt, dan kan je nog wel tot een gesprek komen. Ook als je een *debat-entrepreneur*, een activist bijvoorbeeld, erkent in zijn rol als activist kan je nog een bepaalde dialoog aangaan.”

Controverse niet uit de weg gaan

Het gesprek aangaan is cruciaal. Nu worden online herrieschoppers vaak snel geblokkeerd en uit het gesprek geweerd. Maar dat kan een averechts effect hebben. Hartluchters bijvoorbeeld die geblokkeerd worden, zien hun frustratie alleen maar toenemen. Hetzelfde geldt bij de keuze voor een meer actieve moderatie. Het kan *disputanten* en *meelezers* aanzetten om deel te nemen aan online debatten, maar dezelfde aanpak kan *hartluchters* voor het hoofd stoten omdat ze zo het gevoel hebben dat hun vrijheid van meningsuiting wordt beknot. Weten welke strategie je best ontplooit, hangt dus nauw samen met de vraag met wie je te maken hebt.



“Je moet goed nadenken over het beleid dat je wil voeren. Als je als organisatie jouw online platform wil modereren, kan je veel dialogische conflicthanteringstechnieken toepassen. Nu wordt vaak een werkwijze gevolgd waarbij de grenzen worden aangegeven en er gezegd wordt wat er gebeurt als iemand die grenzen overschrijdt. Een eerste keer worden onruststokers herinnerd aan de regels. Dan volgt er misschien een privébericht. In laatste instantie worden ze geblokkeerd of verwijderd. Zo kan je een meer faciliterende rol opnemen waarbij je niet noodzakelijk de controverse uit de weg gaat en probeert het gesprek aan te gaan. Het belangrijkste is hoe je met die controverse omgaat. Hoe je voorkomt dat ze ontspooit. Maar veel hangt af van je eigen positie en rol. Een lokaal bestuur bijvoorbeeld handelt vanuit een bepaalde onpartijdigheid waarbij ze haar inwoners zo goed mogelijk wil informeren. Sociaal-culturele organisaties kunnen een agenda hebben waarbij ze zelf ook polariseren. Je krijgt dan andere reacties.”

Taken voor sociaal-culturele organisaties

We moeten met z'n allen als gebruikers meer bewust stilstaan bij hoe onze eigen berichten al dan niet onbedoeld kunnen bijdragen aan polarisatie. Maar publieke figuren, beleidsmakers en organisaties krijgen van de onderzoekers nog enkele aparte oriëntatierichtlijnen mee. Zij kunnen affectieve

polarisatie immers op een meer structurele manier aanpakken. Zij moeten niet alleen het goede voorbeeld geven, maar ook een debatcultuur faciliteren door middel van opleidingen en moderatie. Er lijkt dus ook een taak weggelegd voor sociaal-culturele organisaties.

“Dat denk ik wel. Organisaties kunnen in de eerste plaats vormingen aanbieden die inzetten op het leren begrijpen van het digitale ecosysteem. We weten allemaal wat er gebeurt als we in een vereniging of op ons werk aan dezelfde tafel gaan zitten en een discussie voeren. Online gelden er andere regels. Dat moeten we allemaal goed begrijpen. Daarnaast moeten we blijven inzetten op het leren discussiëren, leren dialogeren. Uiteraard hangt veel af van welke rol je wil innemen. Je kan leren debatten te modereren of faciliteren. Maar als je zelf betrokken bent in de discussie, is het ook als organisatie goed om weten hoe je affectieve polarisatie kan vermijden. En ja, iedereen die zich online engageert, zou het goede voorbeeld moeten geven. Maar voor mij betekent dat niet dat je altijd verbindend moet spreken. Er mag ruimte zijn voor inhoudelijke of filosofische meningsverschillen. De verbinding zit in het gegeven dat alle partijen het eens zijn dat meningsverschillen bij onze democratische rechtsstaat horen.”

En blijft natuurlijk het gegeven dat het aangaan van het gesprek of het inzetten van conflict-hanteringstechnieken in een online context niet altijd voor de hand liggend is. Sociaal-cultureel werkers zijn nog steeds meer vertrouwd met een live setting.

“De dialogische ruimte is anders. Als je in groep samen zit, zie je elkaar. Je weet wie bepaalde dingen zegt. Online is dat veel onduidelijker. Je ziet niemand. Veel mensen zijn anoniem. Ze voelen zich minder geremd om er allerlei dingen uit te gooien. Dat is een groot verschil. Bovendien is het niet altijd duidelijk hoe die sociale platformen juist werken. We weten allemaal van het bestaan van algoritmes, maar niet hoe die precies werken. Waarom verschijnen bepaalde berichten in feeds en andere niet? Daarop heb je weinig grip. En er is het gegeven van de lichaamstaal. →

Als je als facilitator offline met een conflictsituatie wordt geconfronteerd, kan je via lichaamstaal makkelijker contacten leggen. Door een aantal vragen te stellen. Een open houding aan te nemen. Goed te kijken. Goed te luisteren. Dat maakt dat het gesprek anders vorm krijgt. Je kan online ook geen intonatie aan je woorden verlenen. Wat bijvoorbeeld iets als ironie heel moeilijk maakt. Vaak lossen we dat op door een emoji te gebruiken. Maar ook emojis zijn niet altijd makkelijk te interpreteren.”

Door de coronacrisis zijn we nog meer gaan leven en werken in de digitale ruimte. Als we online sneller in affectieve polarisatie vervallen, moeten we ons dan zorgen maken over de toekomst?

“Ik heb geen glazen bol. We weten uit onderzoek dat algemeen gesproken de sfeer de afgelopen vijf jaar online giftiger is geworden. Maar we mogen niet vergeten dat het digitale ook heel veel kansen biedt. Ook voor sociaal-culturele organisaties. Ze kunnen hun bereik vergroten. Zichzelf heel zichtbaar maken. Online kunnen we met mensen in gesprek komen met wie we anders niet in dialoog treden. Die gedachte vind je ook terug in ons advies bij de het onderzoek. We moeten onderzoeken hoe we al die online fora kunnen inzetten voor een goed gesprek, want daarvoor bieden ze heel wat kansen.”



Maarten Van Alstein

onderzoeker bij het Vlaams Vredesinstituut

Meer weten?

Je kan het onderzoeksrapport *Online polarisering. Slim omgaan met hartluchters, meelezers en meer* downloaden op de website van het Vlaams Vredesinstituut: vlaamsvredesinstituut.eu. Daar kan je ook het webinar herbekijken dat het Vredesinstituut in april 2022 organiseerde naar aanleiding van het verschijnen van het rapport.

Vijf types socialemediagebruikers en de bijhorende depolariseringsstrategie

Debat-entrepreneur

Kenmerken

- Speelt strategisch in op gepolariseerde debatten
- Streeft een hoger doel na
- Handelt uiterst beredeneerd

Depolariseringsstrategie

- Schat in wat de bedoeling of het 'hogere doel' is
- Expliciteer het vermeende doel, zodat ook andere gebruikers weet hebben van het strategisch gemanooeuvreer
- Start een inhoudelijke dialoog op en evalueer wat er gebeurt
- Blokkeer indien nodig



Disputant

Kenmerken

- Wil een inhoudelijk en constructief debat
- Voorstander van expliciete online gedragsregels
- Socialemediagebruik kan leiden tot frustraties
- Kan pedalen verliezen en keert sociale media soms de rug toe

Depolariseringsstrategie

- Zorg voor strikte online gedragsregels en duidelijke afspraken voor iedereen
- Start een inhoudelijke dialoog op
- Onderbouw standpunten met argumenten



Hartluchter

Kenmerken

- Gebruikt sociale media om stoom af te blazen
- Frustraties van zich afschrijven zorgt voor opluchting
- Acties zijn spontaan en emotioneel
- Interpreteert vrijheid van meningsuiting ruim

Depolariseringsstrategie

- Geef blijk van empathie en begrip
- Stel verduidelijkende vragen
- Reageer niet op eventuele taalfouten
- Start een inhoudelijke dialoog op
- Vermijd om te blokkeren



Trol

Kenmerken

- Verkiest online volledig anoniem te blijven
- De vrijheid van meningsuiting is absoluut
- Het choqueren van anderen is een doel op zich
- Machtshabbers en prominente figuren zijn vaak het geliefkoosde doelwit

Depolariseringsstrategie

- Wijs de gebruikers op de huisregels ("trollen zijn niet welkom")
- Negeer provocaties, start een inhoudelijk gesprek op en evalueer wat er gebeurt
- Indien er opnieuw een giftige reactie komt, spreek dan de gebruiker aan op de aangestlagen toon, en evalueer opnieuw wat er gebeurt
- Blokkeer indien er opnieuw een giftige reactie volgt



Meelezer

Kenmerken

- Gebruikt sociale media als graadmeter van wat er leeft
- Gebruikt sociale media als informatiebron
- Is erg terughoudend bij het zelf plaatsen van berichten, want is beducht voor reacties

Depolariseringsstrategie

- Creëer een veilige omgeving met duidelijke gedragsregels
- Besef dat velen van hen meegelezen wanneer je een inhoudelijke dialoog met polariserende gebruikers opstart

