

# Advies over het omgaan met online affectieve polarisering

**Aansluitend bij het onderzoek naar inzichten in online polarisering en hoe ermee om te gaan, stelt het Vlaams Vredesinstituut vast:**

- Online discussiefora en sociale media bieden kansen op een rijker democratisch debat. Ze vergroten de interactiemogelijkheden tussen overheden en burgers, klassieke media en burgers, en burgers onderling. Tegelijk houden ze risico's in. Interacties op sociale media leiden regelmatig tot bitsige conflicten en affectieve polarisering (waarbij mensen of groepen elkaar met afkeer, verbaal geweld, racisme, antisemitisme, seksisme of vijandigheid bejegenen). Deze online polariseringsdynamieken brengen ook risico's mee op intimidatie of geweld in de fysieke wereld.
- In het praktijkveld, onder meer bij preventie-ambtenaren en communicatiemedewerkers van lokale besturen en Vlaamse overheidsorganisaties, bestaan veel vragen en onzekerheden over hoe ze best omgaan met conflicten en affectieve polarisering op sociale media. Daarbij bestaat niet alleen nood aan praktische tips en richtingwijzers om online affectieve polarisering op een niet-escalerende en vreedzame manier te hanteren. Er leeft ook een behoefte aan wetenschappelijke inzichten die de kwaliteit en effectiviteit van interventies op sociale media kunnen vergroten.
- De sociale media worden beheerd door grote internationale bedrijven. Ze functioneren op basis van algoritmes waarop ook onderzoekers niet altijd een goed zicht hebben. Dat maakt het voor overheden niet makkelijk om beleid te voeren ten aanzien van schadelijke affectieve polarisering en haatspraak op deze media. Niettemin bestaan er voor doelgroepen zoals communicatieverantwoordelijken van overheidsorganisaties en moderators van online discussie- en commentaarfora tal van opties om op een constructieve manier om te gaan met affectieve polarisering op sociale media.

**Op basis van het onderzoek over inzichten in online polarisering en hoe ermee om te gaan, adviseert het Vlaams Vredesinstituut:**

- Aan de Vlaamse overheid om, onder meer in het kader van haar Vlaamse actieplan ter preventie van gewelddadige radicalisering, extremisme, terrorisme en polarisering, om:
  - initiatieven te blijven ondersteunen die **vormingen** ontwikkelen en aanbieden aan medewerkers van lokale besturen en overheidsorganisaties om met online affectieve polarisering om te gaan;
  - actief te blijven inzetten op initiatieven in het Vlaams onderwijs die, in lijn met de eindtermen, het **kritisch denken en mediawijsheid** stimuleren.
- Als lokale besturen en overheidsorganisaties actief willen inzetten op sociale media in hun communicatiestrategie, houden ze er best rekening mee dat er regelmatig bitsige conflicten en affectieve polarisering zullen voorkomen op die online fora. Medewerkers die in naam van een overheid actief zijn op

sociale media moeten daar op een professionale manier mee omgaan. Dit heeft enkele implicaties. Belangrijk is bijvoorbeeld dat deze taak niet alleen degelijk en professioneel uitgevoerd wordt, maar ook haalbaar en veilig blijft. Het Vlaams Vredesinstituut adviseert daarom:

- Om in te zetten op het versterken van de **kennis en expertise** van preventie-ambtenaren en communicatiemedewerkers van overheden, onder meer over hoe affectieve polarisering op sociale media precies werkt en, in het verlengde daarvan, welke handelingsmogelijkheden er zijn om met online affectieve polarisering om te gaan;
  - Om aandacht te besteden aan **duidelijke afsprakenkaders** met betrekking tot de sociale media van de organisatie, zoals een deontologische code en een huishoudelijk reglement;
  - Om aandacht te besteden aan **het welzijn en de veiligheid van medewerkers** die geconfronteerd worden met intimidatie of bedreigingen, zowel online als in de fysieke wereld;
  - Aan de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG) beveelt het Vredesinstituut aan om lokale besturen te ondersteunen bij het ontwikkelen van afsprakenkaders en deontologische codes met betrekking tot de sociale media van lokale besturen
- Om het omgaan met affectieve polarisering op de sociale media van lokale besturen en Vlaamse overheidsorganisaties goed te omkaderen en onderbouwen, adviseert het Vredesinstituut om rekening te houden met volgende aandachtspunten:
    - In lijn met de vredesgerichte benadering van het Vlaams Vredesinstituut vertrekt men bij het omgaan met online polarisering best van **een democratisch en vredesgericht kader** dat zo veel mogelijk ruimte laat aan vrijheid van meningsuiting, meerstemmigheid en meningsverschil, maar tegelijk ook aandacht heeft voor het constructief hanteren van conflicten en het bewaken van grenzen.
    - Op sociale media zijn **verschillende types gebruikers** actief. Deze types gebruikers hebben elk hun eigen motieven en strategieën. Ze reageren ook op uiteenlopende manieren op interventies van moderatoren. Dat maakt het zinvol om een gedifferentieerde aanpak te hanteren wanneer op sociale media affectieve polarisering ontstaat.
    - In het rapport waarop dit advies voortbouwt worden op basis van empirisch onderzoek en literatuurstudie een reeks **dialog- en conflicthanteringstechnieken** toegelicht waarop medewerkers die in naam van overheden actief zijn op sociale media een beroep kunnen doen, zoals het reflecteren over het eigen gedrag, het respectvol en empathisch in interactie treden met socialemediagebruikers, en het actief maar terughoudend modereren.
  - Naast de aandacht voor het omgaan met affectieve polarisering op sociale media adviseert het Vlaams Vredesinstituut aan lokale besturen en Vlaamse overheidsorganisaties om in samenwerking met relevante partners te verkennen hoe ze online discussiefora en sociale media op een pro-actieve en

constructieve manier kunnen inzetten om **met burgers de dialoog** aan te gaan over maatschappelijk relevante en/of controversiële thema's, en dat in 'vredestijd', op ogenblikken dat de spanningen niet hoog oplopen.

# 1 Inleiding

In een vrije, democratische samenleving is het essentieel dat burgers hun mening kunnen uiten en van gedachten kunnen wisselen. Online discussiefora en sociale media kunnen daaraan bijdragen. Ze voorzien in een digitale publieke sfeer waar burgers, ook zij die zich fysiek of sociaal-economisch op een afstand bevinden, met elkaar van gedachten kunnen wisselen. Zo kunnen sociale media bijdragen aan de democratische dialoog. De werkelijkheid blijkt echter weerbarstiger. Onderzoek toont aan dat sociale media politieke polarisering mee vormgeven. Om daar een zicht op te krijgen, is het van belang het fenomeen polarisering goed te omschrijven. Een eerste vorm is ideologische polarisering. Daarbij gaat het over een groeiend contrast tussen meningen over maatschappelijke thema's of tussen levensbeschouwingen. Die komen steeds verder uit elkaar te liggen en kristaliseren zich uiteindelijk uit in twee schijnbaar onverzoenbare kampen. Ideologische polarisering is niet noodzakelijk problematisch. Uiteenlopende visies horen bij een democratische samenleving. Een tweede vorm van polarisering is meer problematisch van aard. Bij affectieve polarisering gaat het over een toenemende afkeer of vijandigheid tussen burgers of groepen burgers. Mensen krijgen dan een persoonlijke hekel aan hen die er een tegengestelde mening op nahouden.

Discussies en meningsverschillen kunnen hoog opslaan. Ook polarisering rond maatschappelijke thema's is van alle tijden. Toch zijn online varianten van affectieve polarisering volgens velen vaak erg toxisch. Naast misinformatie, haatspraak, complotdenken en nepnieuws lijkt ook schadelijke affectieve polarisering vrije baan te krijgen op sociale media.

In opdracht van het Vlaams Vredesinstituut bestudeerde een onderzoeksteam van het Instituut voor Media Studies van de KULeuven hoe affectieve polarisering op sociale media werkt en hoe ermee kan omgegaan worden. Het onderzoek gebeurde via twee kwalitatieve onderzoeksmethodes: een inhoudsanalyse van online discussies en diepte-interviews met socialemediagebruikers. De inhoudsanalyse had als doel om te identificeren welke elementen in berichten op sociale media ervoor zorgen dat discussies ontsporen en dat de gesprekspartners negatieve gevoelens krijgen voor elkaar en in de aanval gaan. Om die informatie verder uit te diepen, gingen de onderzoekers in gesprek met socialemediagebruikers. Deze diepte-interviews beoogden een beeld te krijgen van wat gebruikers verwachten van online debatten, hoe zij omgaan met affectieve polarisering, hoe hun eigen online gedrag eventueel affectieve polarisering kan voeden en, omgekeerd, hoe affectieve polarisering hun gedrag aanstuurt. Op basis van de bevindingen werden een aantal richtingwijzers geformuleerd om een tegenwicht te kunnen bieden aan online affectieve polarisering.

Om op een doordachte en goed onderbouwde manier om te gaan met online affectieve polarisering, vertrekken medewerkers van lokale besturen en overheden best van een democratisch en vredesgericht kader dat enerzijds zo veel mogelijk ruimte laat aan vrijheid van meningsuiting, meerstemmingheid en meningsverschil, maar anderzijds ook aandacht heeft voor het constructief hanteren van conflicten en het bewaken van grenzen. Het Vlaams Vredesinstituut heeft in 2021 zo'n kader uitgewerkt in het rapport *Polarisatie, conflict en vrede: gewelddoos omgaan met spanningen en tegenstellingen*. Dit advies bouwt ook voort op dit onderzoeksrapport.

## 2 Toelichting bij de resultaten van het onderzoek naar online polarisering

### 2.1 Een typologie van gebruikers in online discussies

In de literatuur werden eerder al verschillende typologieën van socialemediagebruikers uitgewerkt. Deze typologieën bieden echter weinig inzicht in hoe gebruikers deelnemen aan online debatten en hoe ze zelf bijdragen aan affectieve polarisering. Daarom stelden de onderzoekers op basis van hun analyses een nieuwe typologie op. Tijdens de interviews bleek namelijk dat er duidelijke verschillen zijn in de beweegredenen waarom socialemediagebruikers deelnemen aan of zich afzijdig houden van online debatten. Op basis van deze inzichten werden vijf grote groepen onderscheiden binnen de steekproef: de dispuutanten, de hartluchters, de meelezers, de debat-entrepreneurs en de trollen.

*Disputanten* willen een inhoudelijk en constructief debat en zijn voorstander van expliciete online gedragsregels, maar de soms heftige uitwisselingen op sociale media kunnen tot frustraties leiden, waardoor ze soms de pedalen verliezen en affectief polariseren, of soms ook sociale media de rug toekeren. *Hartluchters* gebruiken sociale media vooral om stoom af te blazen en frustraties van zich af te schrijven. Hun acties zijn spontaan en emotioneel, wat de affectieve polarisering kan aanjagen. *Meelezers* zijn dan weer erg terughoudend bij het zelf plaatsen van berichten, vooral omdat ze beducht zijn voor felle reacties. Ze gebruiken sociale media vooral als informatiebron en graadmeter van wat er leeft in de samenleving. *Debat-entrepreneurs* streven specifieke politieke of maatschappelijke doelen na en spelen daarom strategisch in op gepolariseerde debatten. Daartoe trekken ze soms zelf polarisering op gang, maar ze kunnen zich even goed verzoenend opstellen. Alles hangt af van hun doelstellingen. In ieder geval handelen ze uiterst beredeneerd. Onder de debat-entrepreneurs vinden we ook echte *polariseringsondernemers*, die er baat in zien om voortdurend olie op het vuur te gooien en er op uit zijn om affectieve polarisering aan te jagen. *Trollen* zijn actief op sociale media om te shockeren en te provoceren. Machtshebbers en prominente figuren zijn daarbij een geliefkoosde doelwit. Ze vinden dat de vrijheid van meningsuiting absoluut is. Vaak opereren ze volledig anoniem.

Elk van deze vijf groepen heeft dus verschillende doelen met hun socialemediagebruik. Dit beïnvloedt de verwachtingen die ze hebben over socialemediaplatformen en over andere gebruikers. De berichten van dispuutanten en hartluchters kunnen soms bijdragen aan affectieve polarisering, maar dat is een onbedoeld gevolg van oprechte frustraties die ze ervaren. Deze groepen kunnen daarom waarschijnlijk overtuigd worden om op een constructieve manier deel te nemen aan online debatten. Dat is echter niet het geval voor trollen en polariseringsentrepreneurs, die affectieve polarisering bewust lijken uit te lokken. Dit alles impliceert dat het zinvol is om een gedifferentieerde aanpak te hanteren bij het omgaan met online affectieve polarisering.

### 2.2 Mechanismen die affectieve polarisering in gang zetten

Om affectieve polarisering te kunnen hanteren, is het belangrijk te weten welke elementen in berichten de kans verhogen dat er aanvallende of vijandige commentaren zullen volgen. Er is een breed scala aan elementen die affectieve polarisering in gang zetten. Vaak komen ze onbewust terecht in berichten op sociale media. Ze kunnen echter ook bewust ingezet worden

om affectieve polarisering te voeden. Op basis van een inhoudsanalyse van discussies op Twitter, Facebook en Instagram onderscheidde het onderzoeksteam drie overkoepelende categorieën: inhoudelijke elementen, vormelijke elementen, en het ingaan tegen wat de meerderheid van de gesprekspartners denkt.

Ten eerste kunnen berichten op sociale media affectieve polarisering versterken door in te gaan tegen de regels van het inhoudelijke debat. Het gaat hier dan onder meer over stellingen die gebaseerd zijn op foutieve gegevens of manke argumenten, maar ook om bedreigingen en gepercipieerde pogingen om de vrijheid van meningsuiting te beperken. Ten tweede zijn er vormelijke elementen die wrevel kunnen veroorzaken. Sommige daarvan zijn het gevolg van de verwachtingen of gevoeligheden van gebruikers. Zo kunnen fouten in spelling bitsige uitvallen in de hand werken, net als bepaalde woorden, hashtags of emoji. Andere elementen komen voort uit beperkingen van online communicatie; zo is het bijvoorbeeld moeilijk om een onderscheid te maken tussen ironie en een gemeende stelling. Ten derde kan een bericht affectieve polarisering uitlokken indien het kritisch is over een mening die gedeeld wordt door een meerderheid van de gesprekspartners. Wie een alternatief of genuanceerd perspectief wil introduceren, besteedt daarom best bijzondere aandacht aan de vorm en inhoud van het bericht om de kans op vijandige reacties te verminderen.

### 2.3 Wat kan men doen om online affectieve polarisering te temperen?

Correcte gegevens zijn belangrijk om een gegronde discussie te kunnen voeren, en stellingen die niet onderbouwd worden met feiten kunnen aanleiding geven tot affectieve polarisering. Dat betekent echter niet dat feiten op zich altijd in staat zijn om affectief gepolariseerde debatten weer inhoudelijk te maken. Dat komt omdat dezelfde gegevens op heel verschillende manieren geïnterpreteerd kunnen worden, afhankelijk van de bril ('frame') waarmee er naar gekeken wordt.

Op basis van de inhoudsanalyse en de diepte-interviews, aangevuld met inzichten uit de wetenschappelijke literatuur, heeft het onderzoeksteam een reeks richtingwijzers uitgewerkt om met affectieve polarisering om te gaan, en dat op maat van de verschillende types socialemediagebruikers.

Ten eerste wijzen de onderzoekers individuele gebruikers, organisaties en publieke figuren op het belang van het reflecteren over hoe het eigen gedrag en de eigen berichten – onbewust en onbedoeld – affectieve polarisering in de hand kunnen werken. Door het eigen gedrag waar nodig bij te sturen, kan de kans verlaagd worden dat berichten wrevel en vijandige reacties uitlokken.

Ten tweede reikt het rapport enkele concrete tips aan voor moderatoren en community managers. De aandacht gaat daarbij naar de manieren waarop dialoogtechnieken en het empathisch in interactie treden met socialemediagebruikers de-escalierend kan werken. De onderzoekers beklemtonen ook het belang van actief maar terughoudend ingrijpen in ontspoorde discussies. Bij vijandige en hatelijke uitspraken kan best geïntevenerd worden. Hoewel het blokkeren van gebruikers en het verwijderen van commentaren in bepaalde gevallen een gepast antwoord kan bieden, is het best om daar bedachtzaam mee om te springen. Verschillende respondenten gaven aan gemerkt te hebben dat er soms berichten uit

een discussie verdwijnen, wat sommigen bevestigt in hun wantrouwen, bijvoorbeeld ten opzichte van klassieke media en politiek.

Ten derde reiken de onderzoekers enkele richtingwijzers aan die specifiek geadresseerd zijn aan publieke figuren, (nieuws)organisaties en beleidsmakers. Zo formuleert het onderzoeksteam enkele voorstellen over hoe publieke figuren de affectieve polarisering naar aanleiding van hun eigen berichten en in de bredere maatschappij kunnen doen afnemen. Ze bespreken hoe nieuwsorganisaties (nog meer) kunnen inzetten op actieve moderatie om discussies onder nieuwsberichten op sociale media inhoudelijker en constructiever te maken. Tot slot wordt het belang van vormingen en het creëren van een debatcultuur via opleidingen besproken.

## 2.4 Onderzoeksagenda

Het onderzoeksrapport biedt een eerste inzicht in hoe sociale media bijdragen aan affectieve polarisatie in Vlaanderen, en welke strategieën kunnen helpen om affectieve polarisering te temperen. Uit het onderzoek kwamen enkele pistes voor verder onderzoek voort.

Aangezien dit onderzoek kwalitatieve methodes gebruikte, kan het geen uitspraak doen over de effectiviteit van de voorgestelde strategieën. Om dat uit te klaren zou experimenteel onderzoek nuttig zijn. Dergelijk onderzoek kan inzicht bieden in hoe de strategieën concreet vormgegeven kunnen worden om hun effectiviteit te optimaliseren. Zo is het mogelijk dat bepaalde strategieën meer of minder effectief zijn naargelang ze worden toegepast door individuele gebruikers, moderatoren of organisaties.

Om de strategieën te kunnen toepassen in de praktijk is het zinvol om verschillende types gebruikers te onderscheiden. Met ‘disputanten’ of ‘hartluchters’ is het immers mogelijk in dialoog te treden en zo de affectieve polarisering te temperen, maar waarschijnlijk zullen andere ingrepen aan de orde zijn voor ‘trollen’ en ‘polarisatie-entrepreneurs’. Er is al onderzoek gevoerd over de vraag hoe ‘trollen’ en ‘polariseringsentrepreneurs’ kunnen onderscheiden worden van andere gebruikers, maar dat richt zich voornamelijk op de ontwikkeling van algoritmes om trolling en haatspraak automatisch te detecteren. De vraag is hoe nuttig die algoritmes zullen zijn voor moderatoren en community managers. Daarom zou het waardevol zijn in de toekomst onderzoek te doen om die algoritmes te evalueren en om concrete richtlijnen te formuleren over hoe ‘trollen’ en ‘polariseringsentrepreneurs’ geïdentificeerd kunnen worden.

Tot slot biedt het onderzoek weinig zicht op de groeps- en netwerkdynamieken achter de acties van bepaalde types socialemediagebruikers, zoals trollen en polariseringsondernemers. Die acties worden klaarblijkelijk soms gecoördineerd. Nieuw onderzoek kan hier meer licht op werpen.

### 3 Aanbevelingen voor lokale besturen en overheidsorganisaties om met online polarisering om te gaan

Het Vredesinstituut formuleert in deze adviesnota de volgende aanbevelingen ten aanzien van de Vlaamse overheid, lokale besturen en overheidsorganisaties: (1) in het kader van het Vlaamse actieplan ter preventie van gewelddadige radicalisering, extremisme, terrorisme en polarisering te blijven inzetten op trainingen en vormingen over omgaan met online affectieve polarisering; (2) aandacht te besteden aan duidelijke afsprakenkaders en het welzijn en de veiligheid van medewerkers; (3) online interventies te baseren op een democratisch en vredesgericht kader en een gedifferentieerde aanpak; en (4) te verkennen hoe online discussiefora en sociale media op een pro-actieve manier ingezet kunnen worden om met burgers de dialoog aan te gaan.

#### 3.1 Blijven inzetten op het versterken van kennis en expertise

Doordacht en effectief omgaan met online affectieve polarisering vergt van medewerkers van lokale besturen en overheidsorganisaties kennis, expertise en vaardigheden. Bij preventie-ambtenaren en communicatiemedewerkers van lokale besturen en Vlaamse overheidsorganisaties bestaan veel vragen en onzekerheden over hoe ze best omgaan met conflicten en affectieve polarisering op sociale media. Daarbij bestaat niet alleen nood aan praktische tips en richtingwijzers om online affectieve polarisering op een niet-escalerende en vreedzame manier te hanteren. Er leeft ook een behoefte aan wetenschappelijke inzichten die de kwaliteit en effectiviteit van interventies op sociale media kunnen vergroten.

In haar actieplan ter preventie van gewelddadige radicalisering, extremisme, terrorisme en polarisering zet de Vlaamse overheid sterk in op het versterken van kennis en expertise. Het Vlaams Vredesinstituut adviseert de Vlaamse overheid:

- Initiatieven te blijven ondersteunen die vormingen ontwikkelen en aanbieden aan medewerkers van lokale besturen en overheidsorganisaties om met online affectieve polarisering om te gaan;
- Actief te blijven inzetten op initiatieven in het Vlaams onderwijs die, in lijn met de eindtermen, het kritisch denken en mediawijsheid stimuleren.

#### 3.2 Aandacht besteden aan duidelijke afsprakenkaders en het welzijn en de veiligheid van medewerkers

Als lokale besturen en overheidsorganisaties actief willen inzetten op sociale media in hun communicatiestrategie, houden ze er best rekening mee dat er regelmatig bitsige conflicten en affectieve polarisering zullen voorkomen op die online fora. Medewerkers die in naam van een overheid actief zijn op sociale media moeten daar op een professionele manier mee omgaan. Dit heeft enkele implicaties. Belangrijk is bijvoorbeeld dat deze taak niet alleen degelijk en professioneel uitgevoerd wordt, maar ook haalbaar en veilig blijft. Het Vlaams Vredesinstituut adviseert daarom aan lokale besturen en overheidsorganisaties om:

- Door middel van vormingen en trainingen in te zetten op het versterken van de kennis en expertise van medewerkers die in naam van lokale besturen en

overheidsorganisaties op sociale media actief zijn, onder meer over hoe affectieve polariseringdynamieken op sociale media precies werken en, in het verlengde daarvan, welke handelingsmogelijkheden er zijn om met online affectieve polarisering om te gaan;

- Aandacht te besteden aan duidelijke afsprakenkaders met betrekking tot de sociale media van de organisatie, zoals een deontologische code en een huishoudelijk reglement. Die afspraken hebben enerzijds betrekking op de werking binnen de eigen organisatie, bijvoorbeeld inzake de precieze handelingsruimte van medewerkers. Ze verduidelijken bijvoorbeeld dat communicatiemedewerkers geen persoonlijke mening uiten wanneer ze bepaalde technieken inzetten om affectieve polarisering op sociale media te milderen (zoals het tonen van empathie met een gebruiker om een verder gesprek mogelijk te maken). Anderzijds verduidelijken ze op een transparante manier voor socialemediagebruikers wat de randvoorwaarden zijn voor discussies en meningsverschillen op de sociale media van de organisatie, en duiden ze wanneer moderatoren een bericht zullen verwijderen of een gebruiker zullen blokkeren;
- Aandacht te besteden aan het welzijn en de veiligheid van medewerkers die geconfronteerd worden met intimidatie of bedreigingen, zowel online als in de fysieke wereld;

Aan de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VVSG) beveelt het Vredesinstituut aan om lokale besturen te ondersteunen bij het ontwikkelen van zo'n afsprakenkaders en deontologische codes met betrekking tot de sociale media van lokale besturen.

### 3.3 Online interventies baseren op een democratisch en vredesgericht kader en een gedifferentieerde aanpak

Om het omgaan met affectieve polarisering op de sociale media van lokale besturen en Vlaamse overheidsorganisaties goed te omkaderen en te onderbouwen, adviseert het Vredesinstituut om rekening te houden met volgende aandachtspunten:

- In lijn met de vredesgerichte benadering van het Vlaams Vredesinstituut vertrekt men bij het omgaan met online affectieve polarisering best van een democratisch en vredesgericht kader dat zo veel mogelijk ruimte laat aan vrijheid van meningsuiting, meerstemmigheid en meningsverschil, maar tegelijk ook aandacht heeft voor het constructief hanteren van conflicten en het bewaken van grenzen. Die grenzen worden niet alleen bepaald door de strafwet, maar hebben ook betrekking op toenemende vijandigheid en haatspraak, zoals verbaal geweld, racisme, antisemitisme en seksisme. Om die laatste vormen van schadelijke affectieve polarisering aan te pakken en te de-escaleren kunnen dialoog- en conflicthanteringstechnieken ingezet worden. Belangrijk daarbij is ook het doortastend handhaven van de regels die gelden voor alle gebruikers op de sociale media van lokale besturen en overheden. Het Vlaams Vredesinstituut heeft zo'n kader uitgewerkt in het rapport *Polarisatie, conflict en vrede: geweldloos omgaan met spanningen en tegenstellingen* (2021).
- Op sociale media zijn verschillende types gebruikers actief. Deze types gebruikers hebben elk hun eigen motieven en strategieën. Ze reageren ook op uiteenlopende manieren op interventies van moderatoren. Dat maakt het zinvol om een gedifferentieerde aanpak te hanteren wanneer op sociale media affectieve polarisering ontstaat. Zo'n gedifferentieerde aanpak vergroot de handelingsmogelijkheden van

preventie-ambtenaren en communicatiemedewerkers om online affectieve polarisering te de-escaleren en een open dialoog te faciliteren. Bij affectief polariserende gebruikers die sociale media gebruiken om hun onbehagen of frustratie te uiten ('hartluchters') of het publieke debat over een bepaalde kwestie te stimuleren ('debat-entrepreneurs'), kunnen dialoogtechnieken openingen creëren voor een constructieve discussie. Bij 'polariseringsondernemers' en 'trollen' is het veel minder zinvol om de discussie te blijven aangaan. Belangrijk is ook dat medewerkers van overheden die in naam van een overheid actief zijn op sociale media zich steeds bewust zijn van de grote groep 'meelezers'. Interventies gericht op affectief polariserende gebruikers hebben ook effecten op deze passieve groep.

- In het rapport over omgaan met online affectieve polarisering worden op basis van empirisch onderzoek en literatuurstudie een reeks dialoog- en conflicthanteringstechnieken toegelicht waarop medewerkers die in naam van overheden actief zijn op sociale media een beroep kunnen doen, zoals het reflecteren over het eigen gedrag, het respectvol en empathisch in interactie treden met socialemediagebruikers, en het actief maar terughoudend modereren (zie ook hierboven 2.3).

### **3.4 Online discussiefora en sociale media op een pro-actieve manier inzetten voor dialoog met burgers**

Naast de aandacht voor het omgaan met affectieve polarisering op sociale media adviseert het Vlaams Vredesinstituut aan lokale besturen en Vlaamse overheidsorganisaties om in samenwerking met relevante partners te verkennen hoe ze online discussiefora en sociale media op een pro-actieve en constructieve manier kunnen inzetten om met burgers de dialoog aan te gaan over maatschappelijk relevante en/of controversiële thema's, en dat in 'vredestijd', op ogenblikken dat de spanningen niet hoog oplopen.