



Dilemmalogica

Koepelrapportage van 4 kwalitatieve deelonderzoeken #2

Ministerie van Algemene Zaken
Dienst Publiek en Communicatie
Kasper Heijting

MARE
Sandra van Vemden
Liesbeth Gerritsen

Projectnummer MARE: 2018115

11 februari 2019

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Achtergrond	3
Onderzoeksdoelstellingen	3
Leeswijzer	4
Resultaten deelonderzoeken	5
Casus 'Lerarentekort'	5
Casus 'Brexit'	8
Casus '5G'	10
Casus 'Afrikaanse Varkenspest'	12
Analyse van de resultaten	15
Conclusies en aanbevelingen	19

Disclaimer

Kwalitatief onderzoek is verkennend en inventariserend van aard. Uitkomsten van dergelijk onderzoek moeten dan ook in de eerste plaats worden gezien als indicatief en hypothesevormend en niet als (cijfermatig bewezen) feiten. Omwille van de leesbaarheid wordt in deze rapportage de stellende vorm gebruikt.

Inleiding

Achtergrond

Bij de formatie en installatie van het nieuwe kabinet is er accent komen te liggen op hoe communicatie van het kabinet (meer) kan bijdragen aan de volgende aspecten:

- Eenheid (van regeringsbeleid);
- Contact (met de samenleving c.q. burger);
- Herkenbaar (zijn als overheid);
- Transparant (helder, toegankelijk en begrijpelijk).

In dit kader overweegt de Rijksoverheid om een nieuwe benadering in haar communicatie toe te passen, te weten dilemmalogica. Hiermee worden versterkingen beoogd bij vooral het maken van 'contact' en vergroten van de 'transparantie'. Deze methode biedt inzicht in de overwegingen van de overheid en geeft de zienswijzen van ontvangers van communicatie een nadrukkelijker plaats als (mede)eigenaar van een opgave. Potentieel zorgt dilemmalogica voor meer begrip en draagvlak onder de doelgroep(en) van overheidscommunicatie dan de doelredenering die in de afgelopen jaren vaak ingezet is, doordat de eigen 'doelredenering' van de overheid wordt opgeschort ten gunste van wat in de interactie boven tafel komt.

Dilemmalogica behelst de volgende stappen:

1. Erken de zorgen, aansluiten op wat er leeft (onderstroom);
2. Orden de verschillende perspectieven/zienswijzen (bandbreedte);
3. Bied (handelings)perspectief.

De verwachting is dat door deze aanpak burgers of bedrijven meer bereid zijn de regels na te leven en de overheid eerder als legitiem percipiëren, doordat ze de overwegingen van de overheid kennen. Dilemmalogica zou een positieve impact op de procedurele rechtvaardigheid kunnen hebben (*bron: Tyler & Lind, 1992*).

Om de effectiviteit van dilemmalogica ten opzichte van doelredenering in kaart te brengen, hebben Dienst Publiek en Communicatie (hierna: DPC) en de Rijksvoorlichtingsdienst/ Communicatie Algemeen Regeringsbeleid (hierna: RVD) kwalitatief communicatie-onderzoek geïnitieerd, waarbij het onderzoek is beperkt tot het gebruik van kernboodschappen. In dit kader heeft MARE met DPC een Nadere Overeenkomst voor meerdere opdrachten gesloten en dit kwalitatieve onderzoek uitgevoerd. In samenwerking met verschillende departementen zijn 4 casussen (deelonderzoeken) opgesteld. In elke casus zijn steeds 2 kernboodschappen aan de doelgroep voorgelegd; 1 kernboodschap met dilemmalogica en 1 kernboodschap zonder dilemmalogica.

De volgende casussen zijn behandeld:

1. 'Lerarentekort' in samenwerking met ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap;
2. 'Brexit' in samenwerking met ministerie van Buitenlandse Zaken;
3. '5G' in samenwerking met ministerie van Economische Zaken en Klimaat;
4. 'Afrikaanse varkenspest' in samenwerking met ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Per casus is een deelrapportage opgeleverd. In deze koepelrapportage geven wij de belangrijkste algehele bevindingen, conclusies en aanbevelingen weer. Een nadere uitwerking van de onderzoeksopzet is opgenomen in de bijlagen.

Onderzoeksdoelstellingen

- In hoeverre draagt het format van dilemmalogica bij aan meer begrip en draagvlak dan het format van doelredenering?
 - Primaire stakeholder: DPC.
 - Beantwoording: evaluatie per test en uiteindelijk een overkoepelende analyse.
- Hoe worden de kernboodschappen/communicatiemiddelen binnen de case gepercipieerd en welke verbeter- en aandachtspunten zijn er?
 - Primaire stakeholder: BZ en EZK.
 - Beantwoording: analyse op basis van deze specifieke test.
 - Inzicht in de communicatieve werking van de kernboodschappen.
 - Inzicht in de context waarin de kernboodschappen worden ontvangen en beoordeeld.

Output:

- Inzicht in de communicatieve werking van de kernboodschap, per format.
- Inzicht in de invloed van het format dilemmalogica op het begrip en de mate waarin draagvlak wordt gecreëerd onder de doelgroep ondernemers.
- Concrete aandachts- en verbeterpunten met betrekking tot de kernboodschap, teneinde tot een kernboodschap te komen die optimale aansluiting vindt bij de doelgroep ondernemers.

Leeswijzer

De resultaten, conclusies en aanbevelingen in dit document zijn gebaseerd op de (voortschrijdende) inzichten die zijn opgedaan in de vier verschillende deelonderzoeken. Het rapport is als volgt opgebouwd:

- Om te beginnen worden de resultaten met betrekking tot de principes van dilemmalogica van de vier deelonderzoeken gepresenteerd. Overige resultaten en de onderzoeksverantwoording van de deelonderzoeken zijn te vinden in de deelrapportages.
- Daarna volgt de analyse van deze uitkomsten. Hierbij gaat het om overkoepelende inzichten waarbij wanneer relevant de verschillende casussen ter illustratie worden aangehaald.
- Tot slot wordt er afgesloten met de conclusies en aanbevelingen.

Resultaten deelonderzoeken

Casus 'lerarentekort'

Communicatiedoelstelling kernboodschap:

- Het creëren van begrip onder de doelgroep leraren voor het gezamenlijke commitment van OCW en relevante (regionale) partners. Namelijk dat er sprake is van gedeelde verantwoordelijkheid om gezamenlijk voortgang/resultaat te boeken.
- Focus verleggen van financiën (met name geld voor salaris) naar gedeelde verantwoordelijkheid in een regionale aanpak van het lerarentekort. Waarbij OCW de verbinding tussen partijen legt (goede voorbeelden deelt, coördinatiefunctie) en de randvoorwaarden schept waarbinnen besturen en schoolleiders hun verantwoordelijkheid voor goed onderwijs kunnen waarmaken, inclusief goed werkgeverschap.

Getoetste kernboodschappen:

Tekst met dilemmalogica	Tekst zonder dilemmalogica
<p>We zien dat heel veel leraren zich zorgen maken over de kwaliteit van het onderwijs op hun school, nu het tekort aan leraren op veel plekken groeit. Er zijn vooral zorgen over werkdruk en over de waardering van het vak. Hoe kun je met de middelen die er zijn de beste mensen vinden en behouden? Er is een roep om meer salaris, maar uit de verhalen van leraren spreekt vooral een enorme verantwoordelijkheid voor de toekomst van kinderen.</p> <p>Hoe speelt het ministerie van OCW hierop in? Aan de ene kant zien we dat op een krappe arbeidsmarkt allerlei sectoren (zoals de politie en zorg) het moeilijk hebben om voldoende goede mensen te vinden. Schoolbesturen halen alles uit de kast om leraren aan te trekken, bijvoorbeeld door werving van zij-instromers uit andere vakgebieden en het sneller inzetten van studenten van lerarenopleidingen. Aan de andere kant zien we dat mensen heel gericht voor het leraarschap kiezen vanuit een enorme gedrevenheid om kinderen te begeleiden in hun groei. We zien scholen die liever een leraar aanstellen die al een volledige leraarsopleiding heeft afgerond of meer ervaring voor de klas heeft. Bestuurders, schoolleiders en leraren willen zorgvuldig omgaan met de verantwoordelijkheid die ze dragen voor de ontwikkeling van kinderen.</p> <p>Om scholen optimaal bij te staan in hun verantwoordelijkheid voor kwalitatief goed onderwijs, wil het ministerie van OCW scholen ondersteunen. Om maatwerk per regio te kunnen bieden en regionaal meer samen te werken bij het werven en behouden van goede leraren komen er in alle regio's aanjagers. Zij gaan alle betrokkenen in</p>	<p>Het terugdringen van het lerarentekort vraagt niet alleen om landelijke actie, maar ook om meer maatwerk per regio. De huidige maatregelen hebben effect, maar er is meer nodig.</p> <p>Het lerarentekort is in grote delen van het land inmiddels goed voelbaar. Op een krappe arbeidsmarkt is het moeilijk om voldoende goede mensen te vinden. Vooral in de Randstad hebben veel scholen moeite om voldoende leraren te vinden.</p> <p>Het tekort per regio verschilt, daarom heeft elke regio een eigen aanpak nodig. Hiervoor worden regionale aanjagers aangesteld. Zij gaan scholen stimuleren om meer samen te werken en elkaar niet uit de markt te concurreren. En zij zullen afspraken tussen lerarenopleidingen en scholen stimuleren en helpen goede voorbeelden uit te wisselen. Zo hoeft niet overal het wiel opnieuw uitgevonden te worden. Op landelijk niveau wordt een stuurgroep ingericht om resultaten en goede voorbeelden te delen tussen regio's en om knelpunten op te lossen.</p> <p>Deze regionale inzet komt bovenop het geld dat het Kabinet heeft geïnvesteerd. Het collegegeld voor studenten aan lerarenopleidingen is de eerste twee jaar gehalveerd. 270 miljoen euro is geïnvesteerd in salarissen en 430 miljoen euro in het tegengaan van werkdruk voor leraren op de basisschool. Met het nieuwe cao-akkoord krijgen leraren in het basisonderwijs gemiddeld 8,5 procent meer salaris.</p>

<p>de regio helpen een gezamenlijke aanpak te kiezen, met concrete afspraken. Het komt nu vooral aan op het regionaal uitwerken van actieplannen, zoals dat bijvoorbeeld ook al gebeurt in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag.</p> <p>Op landelijk niveau zorgt OCW ervoor dat de ervaringen en goede voorbeelden worden uitgewisseld. Ondertussen blijven we investeren: 270 miljoen euro in salarissen en 430 miljoen euro in het tegengaan van de werkdruk voor leraren op de basisschool. In het nieuwe cao-akkoord krijgen leraren in het basisonderwijs gemiddeld 8,5 procent meer salaris. Samen blijven we zoeken naar de beste voorwaarden en condities om als leraar je vak waar te kunnen maken.</p>	<p>Daarnaast is er geïnvesteerd in het bevorderen van instroom uit andere sectoren (zijinstroom) en herintreden van leraren. Er zijn subsidies beschikbaar om besturen te helpen om die (aankomende) leraren goed te begeleiden.</p> <p>Door de gezamenlijke inspanningen vanuit de hele sector hoopt OCW het tekort terug te dringen, zodat goed onderwijs ook in tijden van hoogconjunctuur gegarandeerd blijft.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Resultaten:

De reactie van respondenten op de kernboodschap in twee formats is op detailniveau wellicht verschillend, maar op de keper beschouwd kennen ze een sterke overeenkomst; het vertrouwen en de geloofwaardigheid in de geboden oplossing om het lerarentekort op te lossen is in beide formats laag. De nieuws waarde van de regionale aanpak is tevens laag (vooral in dilemmalogicaformat) en ook te weinig concreet ingevuld, waardoor beide versies van de boodschappen nog te veel vragen oproepen.

Wel zien we een duidelijk positieve reactie en waardering van de leraren voor het schetsen van de zorgen rondom de kwaliteit van het onderwijs in de eerste alinea van het dilemmalogicaformat; hierdoor voelen zij zich geraakt en erkend (*“wat goed dat dit nou eindelijk eens benoemd wordt”*). Ook waarderen docenten het centraal stellen van het oplossen van het lerarentekort in het format zonder dilemmalogica, waarbij een daadkrachtige toon wordt aangeslagen.

- Het dilemmalogica-format weet de docent emotioneel te raken doordat de boodschap de zorgen van de leraar duidelijk adresseert en daarmee het probleem onder de doelgroep wordt erkend. Vooral het uitspreken over de zorgen omtrent de waardering spreekt docenten aan.
- De leraar erkent dat het uiteindelijk om de toekomst van de kinderen gaat (het maatschappelijke belang), maar ook meer salaris is belangrijk (persoonlijk belang). Deze belangen zijn niet per se tegenstrijdig.

Verder kunnen we stellen dat er onder de doelgroep geen duidelijke voorkeur leeft. Oorzaak hiervan kan zijn, dat er in het onderzoek een leereffect is opgetreden; de kernboodschappen zijn dermate abstract, dat de respondenten meer kennis nodig hebben om de boodschappen op waarde te kunnen schatten. Waardoor vaak de voorkeur voor het 2^e voorgelegde format werd uitgesproken.

- In de geschetste problematieken in het krachtenveld wordt door docenten geen dilemma ervaren. Zij zien geen tegenstelling in verschillende bestaande problemen. In de ogen van docenten is er sprake van grote problemen (roep om goede mensen, onwenselijke noodoplossingen, kwaliteit onder druk) die allemaal urgent zijn. Dat heeft in hun ogen niets te maken met het feit dat voor veel mensen het vak van leraar een roeping is.
 - NB. Deze bevinding kan zijn ontstaan door de formulering, die door de doelgroep nog wel eens als moeilijk omschreven werd opgevat.
- Voor de doelgroep is onduidelijk wat de regionale aanpak inhoudt en welke stappen hierin worden gezet. De omschrijving is dermate abstract dat de regionale aanpak niet

volledig wordt begrepen en nog teveel vragen oproept. Verder wordt het huidige maatregelenpakket genoemd en is onduidelijk hoe deze zich verhouden tot de (nieuwe) regionale aanpak. Kortom, het is voor leraren onvoldoende duidelijk wat de plannen van OCW concreet behelzen en zij zien derhalve geen geboden perspectief.

Casus 'Brexit'

Communicatiedoelstelling kernboodschap:

- Ondernemers activeren om zich voor te bereiden op de gevolgen van de Brexit.
- Meer specifiek:
 - Urgentie creëren om voorbereidingen voor de Brexit te treffen.
 - Overbrengen dat de overheid kan helpen bij de voorbereidingen.
 - Activeren om de Brexit Impact Scan in te vullen om inzicht te krijgen in welke maatregelen getroffen kunnen worden in aanloop naar de Brexit.

Getoetste kernboodschappen:

Tekst met dilemmalogica	Tekst zonder dilemmalogica
<p>Veel ondernemers vragen zich af wat de gevolgen zijn van de Brexit. Hoewel de datum van 29 maart 2019 vaststaat, is er nog steeds onzekerheid over wat de precieze gevolgen en de risico's zijn voor uw bedrijf. Hoe bereidt u zich als ondernemer voor als het Verenigd Koninkrijk daadwerkelijk op 29 maart vertrekt uit de Europese Unie?</p> <p>We beseffen dat het heel lastig is om u ergens op voor te bereiden als niet duidelijk is wat er precies gaat veranderen. Dat kan per branche en type dienst verschillen. Wel is duidelijk dat de Brexit zo goed als zeker is, en dat er nieuwe grenzen ontstaan die door hogere invoerkosten, complexere procedures en meer controles vergelijkbaar zijn met landen buiten de Europese Unie. Dat kan gevolgen hebben voor onder meer importvergunningen, facturen, belastingen, arbeidscontracten en licenties. Zelfs als uw bedrijf niet rechtstreeks zaken doet met het Verenigd Koninkrijk, kunt u met de gevolgen te maken krijgen, bijvoorbeeld via uw toeleveranciers. Dat geldt ook voor ons als overheid: ondanks de onzekerheden brengen we daarom nu de gevolgen en risico's zo volledig mogelijk in kaart.</p> <p>Laat u niet verrassen. Branche-organisaties en de overheid doen er alles aan om te zorgen voor een goede voorbereiding. Ga voor actuele informatie naar Brexitloket.nl. Daar vindt u onder meer een Brexit Impact Scan voor praktische tips over wat u nu al kunt doen.</p>	<p>Het Verenigd Koninkrijk verlaat op 29 maart 2019 de Europese Unie. Dat is zo goed als zeker. De gevolgen raken ons allemaal en zoals het er nu naar uitziet is de impact voor u als ondernemer aanzienlijk. Als u zich nu niet voorbereidt, bent u mogelijk te laat.</p> <p>Door de Brexit kan ook uw bedrijf te maken krijgen met hogere invoerkosten, complexere procedures en meer controles aan de grens, vergelijkbaar met landen buiten de Europese Unie. Dit kan gevolgen hebben voor onder meer importvergunningen, facturen, belastingen, arbeidscontracten en licenties. Brexit heeft dus gevolgen voor heel veel ondernemingen, die per branche kunnen verschillen. Zelfs als uw bedrijf niet rechtstreeks zaken doet met het Verenigd Koninkrijk, kunt u hiermee te maken krijgen, bijvoorbeeld via uw toeleveranciers. De Rijksoverheid brengt voor zichzelf ook de gevolgen en risico's zo volledig mogelijk in kaart.</p> <p>Neem een stuk onzekerheid weg. Kijk voor actuele informatie op www.brexitloket.nl en doe de Brexit Impact Scan voor praktische tips. Branche-organisaties en de Rijksoverheid doen er alles aan om te zorgen voor een goede voorbereiding.</p>

Resultaten:

Om de beoogde doelstellingen te behalen (bij ondernemers urgentie creëren om voorbereidingen voor de Brexit te treffen, overbrengen dat de overheid hierbij kan helpen en hen activeren om de Brexit Impact Scan in te vullen) lijkt in deze casus een combinatie van de empathie en het sympathieke/menselijke karakter van de tekst met dilemmalogica en de daadkrachtigheid van de tekst zonder dilemmalogica het meest potentievol.

Het format dilemmalogica komt niet als duidelijke winnaar naar voren. Onze hypothese is dat de toegevoegde waarde van dilemmalogica in deze casus beperkt naar voren komt doordat de twee zienswijzen in de tweede alinea (ordering) niet duidelijk genoeg naast elkaar zijn gezet. Tevens verwachten we dat de relevantie van dilemmalogica nog hoger is wanneer het een onderwerp betreft waarbij de verschillende zienswijzen sterker emotioneel geladen zijn en het (bij een deel van de doelgroep) een grotere uitdaging is om draagkracht te creëren voor bijvoorbeeld een besluit.

- De ordening van relevante zienswijzen komt nu niet sterk genoeg naar voren. Het perspectief 'voorbereiden is urgent, en er is veel (meer dan je denkt) dat je al kan doen' kan in de tweede alinea van de tekst met dilemmalogica krachtiger naar voren komen en daarmee duidelijker naast het perspectief 'er is veel onduidelijk, dus ik wacht maar af' geplaatst worden.
- Wanneer het lukt om bij ondernemers urgentie te creëren, zijn zij het er allemaal mee eens dat geïnformeerd en (waar mogelijk) voorbereid zijn belangrijk is. Het geboden perspectief (alinea 3) wordt daardoor door alle ondernemers positief ontvangen. Dit geldt zowel voor de tekst met als zonder dilemmalogica. We veronderstellen dat wanneer het geboden perspectief bijvoorbeeld op weerstand kan rekenen, de toevoeging van dilemmalogica meer impact zal hebben.
 - De tekst zonder dilemmalogica lijkt er beter in te slagen om de urgentie van voorbereiden op de Brexit over te brengen. De tekst wordt gepercipieerd als stilliger, krachtiger en zet de overheid als daadkrachtige partij neer. De toon slaat echter in de huidige uitvoering in perceptie door naar 'paniekerig', door zinnen als: 'Als u zich nu niet voorbereidt, bent u mogelijk te laat'.
 - Het wordt als positief ervaren dat de overheid handelingsperspectief biedt. Wanneer men voldoende urgentie voelt om zich te informeren over/voor te bereiden op de Brexit, zijn het Brexitloket en de Brexit Impact Scan een relevante oplossing voor de ondernemers. In de huidige tekst komen de benefits van beiden echter onvoldoende triggerend naar voren.
- Het aansluiten bij de belevingswereld van de ondernemer in het dilemmalogicaformat wordt wel zeer positief ontvangen (en voegt in positieve zin iets toe ten opzichte van de tekst zonder dilemmalogica). Zowel in verbale - als non-verbale communicatie maakt de ondernemer kenbaar het zeer te waarderen dat de overheid zich menselijk opstelt (is sympathiek) en het gevoel geeft de ondernemer te begrijpen. Hoewel de basishouding naar de overheid sceptisch is, komt de empathie in de tekst geloofwaardig over en heeft het een positieve impact op de waardering van de boodschap en het beeld van de Rijksoverheid.
 - Het wordt positief gevonden dat de Rijksoverheid kenbaar maakt te begrijpen dat ondernemers zich afvragen wat de gevolgen zijn van de Brexit. Hoewel de tekst nu inspeelt op een gevoel van onzekerheid waarbij het eigenlijk om onduidelijkheid gaat, wordt de empathie en de positie/rol die de overheid inneemt (dichterbij de ondernemer, meer menselijk), gewaardeerd.

Casus '5G'

Communicatiedoelstelling kernboodschap:

- Informeren over de status en voortgang van de uitrol van 5G.
- Zorgen over antennes en straling erkennen.
- Het waarom van (de komst van) 5G en haar consequenties communiceren met het doel meer begrip voor 5G te bewerkstelligen.
- Handelingsperspectief bieden door te communiceren waar men met vragen terecht kan.

Getoetste kernboodschappen:

Tekst met dilemmalogica	Tekst zonder dilemmalogica
<p>Vanaf 2020 komt 5G stap voor stap beschikbaar in Nederland, waardoor het internet sneller en betrouwbaarder wordt. Er zijn ook mensen die zich zorgen maken. Als er meer antennes worden geplaatst, hoe ziet dat er dan uit op straat? Ook vragen mensen aandacht voor de effecten op de gezondheid: zorgen die antennes niet voor teveel straling? Zoals we ook bij eerdere technologische vernieuwingen hebben gezien, blijkt dat het moeilijk is volledige zekerheid te geven. Er kan wel duidelijkheid worden geboden door vroegtijdig te communiceren over de gevolgen en door heldere afspraken over stralingsnormen, regelmatige metingen en snelle maatregelen als dat nodig is. Op dit moment zijn de effecten hiervan voor de gezondheid op korte termijn niet aangetoond. Effecten op lange termijn lijken onwaarschijnlijk, maar zijn niet 100% uit te sluiten.</p> <p>Sneller internet levert thuis voordelen op, denk aan de slimme koelkast. Het is ook handig voor onderweg; zoals bij het bekijken van video's in de trein. Het betekent veel voor uitvindingen die ons leven makkelijker, gezonder en leuker maken. Robots kunnen bijvoorbeeld gevaarlijk werk van mensen overnemen, zoals bij een lek/roestvorming in een fabriek. Ook kunnen boeren drones inzetten om de akker te monitoren en daarmee water en mest besparen. Artsen kunnen op afstand spreekuur houden en zo meer patiënten helpen. Daardoor kunnen patiënten ook makkelijker de hulp krijgen van specialisten die ver weg zitten. Nederland heeft het beste internet van Europa en daar plukken we economisch de vruchten van.</p> <p>Daarom blijven we altijd vernieuwen, maar wel met oog voor veiligheid en gezondheid. Ook daarom zijn internationaal afspraken gemaakt over normen voor straling en worden regelmatig metingen verricht, zodat er niet teveel straling in een gebied kan ontstaan. De Rijksoverheid heeft met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) en telecombedrijven afspraken gemaakt over een</p>	<p>Vanaf 2020 komt 5G stap voor stap beschikbaar in Nederland, waardoor het internet sneller en betrouwbaarder wordt. Dat is fijn voor thuis: denk aan de slimme koelkast. Het is ook handig voor onderweg; zoals bij het bekijken van video's in bijvoorbeeld de trein. Het betekent veel voor uitvindingen die ons leven makkelijker, gezonder en leuker maken. Robots kunnen meer gevaarlijk werk van mensen overnemen, zoals bij een lek/roestvorming in een fabriek. Ook kunnen boeren drones inzetten om de akker te monitoren en daarmee water en mest besparen. Artsen kunnen op afstand spreekuur of consult houden en zo meer patiënten helpen. Daardoor kunnen patiënten ook makkelijker de hulp krijgen van specialisten die ver weg zitten. Nederland heeft het beste internet van Europa en daar plukken we economisch de vruchten van. Daarom blijven we altijd vernieuwen.</p> <p>Onze straten zullen er met de komst van 5G wel iets anders uitzien. Er komen kleinere antennes bij, om ervoor te zorgen dat mobiel internet overal snel en beschikbaar blijft. Net als bij een babyfoon en een wifi-router creëren antennes elektromagnetische velden. Op dit moment zijn de effecten hiervan voor de gezondheid op korte termijn niet aangetoond. Effecten op lange termijn lijken onwaarschijnlijk, maar zijn niet 100% uit te sluiten. De Rijksoverheid volgt de introductie van 5G nauwgezet, draagt bij aan onderzoek over het effect van straling op mensen en dieren en zal hierover zoveel mogelijk communiceren.</p> <p>De Rijksoverheid heeft met de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) en telecombedrijven afspraken gemaakt over een zorgvuldige plaatsing van antennes en duidelijke voorlichting aan iedereen. Meer weten over de komst van 5G? Veel informatie staat al op www.antennebureau.nl, of informeer bij uw gemeente.</p>

zorgvuldige plaatsing van antennes en duidelijke voorlichting aan iedereen. Meer weten over de komst van 5G? Kijk op www.antennebureau.nl . of informeer bij uw gemeente.	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Resultaten:

De tekst met dilemmalogica in de 5G-casus wordt als 'onzeker' gepercipieerd en creëert zorgen bij een deel van de doelgroep, in plaats van het gewenste effect; namelijk meer draagvlak voor de komst van 5G. Na het lezen van de tekst blijft een gevoel van onzekerheid hangen doordat de verschillende zienswijzen niet op een gelijkwaardige manier naast elkaar staan. Het perspectief '5G levert voordelen op' komt onvoldoende naar voren. Hierdoor overheerst de zienswijze 'er zijn zorgen over de negatieve effecten van 5G'.

- De doelgroep heeft beperkte kennis van 5G. De tekst gaat er vanuit dat men weet wat 5G is en sluit daarmee onvoldoende aan bij het kennisniveau van de lezer. De voorbeelden in de tekst die de voordelen van 5G dienen te illustreren, missen bovendien persoonlijke relevantie en zijn in de huidige vorm tevens geen bewijs van de toegevoegde waarde van 5G, omdat deze toepassingen in perceptie ook met 4G mogelijk zijn.

Doordat de verschillende zienswijzen niet gelijkwaardig naar voren komen, wordt het dilemma onvoldoende opgepikt. Om het dilemma te begrijpen (en meer ontvankelijk te zijn voor het geboden perspectief en de afwegingen die daarin zijn gemaakt), is het van groot belang dat de verschillende zienswijzen zo worden gepresenteerd dat deze aansluiten bij het kennisniveau en bestaande frames van de lezer. Zeker wanneer men het dilemma zelf niet ervaart (of maar één van de zienswijzen), is begrip van alle zienswijzen cruciaal om het dilemma te begrijpen.

Om het geboden perspectief vanuit de overheid vervolgens te accepteren, lijkt het een randvoorwaarde dat dit perspectief niet onzeker gebracht wordt. Men wil een 'overheid *in control*': stellig, besluitvaardig en met een plan: wij houden het in de gaten, monitoren, meten en zorgen voor jouw veiligheid.

Evenwel wordt wel gewaardeerd dat er eerlijk wordt gezegd dat het nog niet allemaal duidelijk is, dus ook dat er mogelijk negatieve kanten zijn aan 5G. Dit zorgt ervoor dat men zich serieus genomen voelt, de overheid overkomt als transparante partij die het objectieve verhaal vertelt. Het erkennen van de zorgen maakt de overheid menselijker en toont aan dat de overheid naar de burgers luistert en dat vindt men positief.

Ook in deze casus zit de toegevoegde waarde van dilemmalogica in het meer menselijk en sympathiek overkomen van de overheid (geldt ook voor 'lerarentekort' en 'Brexit'). De teksten met dilemmalogica slagen er echter niet in om hogere acceptatie / meer draagvlak te creëren dan de teksten zonder dilemmalogica. In de Brexit-casus werd met name onvoldoende urgentie gevoeld en in deze 5G-casus loopt het spaak op begrip/kennis van het onderwerp.

Casus 'Afrikaanse Varkenspest'

Communicatiedoelstelling kernboodschap:

- Informeren over de maatregelen in het geval er ergens Afrikaanse Varkenspest (AVP) is vastgesteld.
- Het bewerkstelligen van acceptatie van/berusting in de maatregelen (met name het doden van gezonde dieren).

Getoetste kernboodschappen:

Tekst met dilemmalogica	Tekst zonder dilemmalogica
<p>Afrikaanse varkenspest is vastgesteld bij wilde zwijnen in Nederland. Om verdere verspreiding van de virusziekte te voorkomen treft de minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) een aantal uitzonderlijke maatregelen. Er wordt een besmet gebied aangewezen en de grenzen daarvan worden kenbaar gemaakt op Rijksoverheid.nl. In het besmette gebied wordt de populatie wilde zwijnen zoveel mogelijk afgezonderd en worden alle gehouden varkens, inclusief hobbymatig gehouden varkens, geslacht of preventief geruimd. De minister heeft daarnaast een buffergebied ingesteld rond het gebied waar de besmetting is aangetroffen. Alle wilde zwijnen in dit gebied worden afgeschoten.</p> <p>Het gaat om een zeer besmettelijke virusziekte die voorkomt bij varkens en wilde zwijnen. De dierziekte, die niet besmettelijk is voor mensen, is in 2014 vastgesteld in het oostelijk deel van de EU en is nu ook aangetroffen bij wilde zwijnen in Nederland. Besmette dieren worden erg ziek en veel gaan dood. Er is op dit moment geen effectief vaccin tegen Afrikaanse varkenspest.</p> <p>De minister realiseert zich dat het preventief ruimen in het besmette gebied een ingrijpende maatregel is die veel varkenshouders en gezinnen raakt. Op deze manier wordt echter voorkomen dat het virus naar de gehouden varkens verspreidt, wat grote economische schade zou veroorzaken. De maatregelen en gevolgen van een besmetting in de varkenshouderij zijn veel groter dan een enkele besmetting bij wilde zwijnen. Het is dus van groot belang om de ziekte buiten de gehouden varkens te houden. Door het preventief ruimen van varkenshouderijen in het besmette gebied wordt de kans daarop verkleind.</p>	<p>Afrikaanse varkenspest is vastgesteld bij wilde zwijnen in Nederland. Er zijn varkenshouders en eigenaren van hobbyvarkens, in het gebied rond de plek waar de besmetting is aangetroffen, die zich zorgen maken. Het risico bestaat dat de zeer besmettelijke virusziekte ook overslaat naar hun varkens. Wilde zwijnen en varkens die besmet zijn met Afrikaanse varkenspest worden erg ziek en veel gaan dood. De dierziekte, die niet besmettelijk is voor mensen, is in 2014 vastgesteld in het oostelijk deel van de EU en is nu ook aangetroffen bij wilde zwijnen in Nederland. De minister van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) heeft besloten dat gehouden varkens uit voorzorg geslacht of preventief geruimd worden en wilde zwijnen afgeschoten worden, om de kans op verdere verspreiding zo klein mogelijk te maken.</p> <p>De minister realiseert zich dat de bestrijding van Afrikaanse varkenspest grote offers vraagt van veel gezinnen. Er is veel weerstand tegen het doden van gezonde dieren. Anderzijds, als we geen maatregelen nemen, bedreigt de besmettelijke virusziekte miljoenen gehouden varkens en wilde zwijnen. Het is niet alleen van belang voor het dierenwelzijn, maar ook het behoud van vertrouwen in de export van de Nederlandse varkenssector. Er is op dit moment geen effectief vaccin tegen Afrikaanse varkenspest. Zonder verdere maatregelen verspreidt de dierziekte zich snel en dit zal leiden tot veel meer zieke dieren.</p> <p>Om de grote populaties gehouden varkens en wilde zwijnen te beschermen, heeft de minister een besmet gebied aangewezen. De grenzen van dit gebied worden kenbaar gemaakt op Rijksoverheid.nl. Alle gehouden varkens, inclusief hobbymatig gehouden varkens, in het gebied worden geslacht of preventief geruimd. De minister heeft daarnaast een buffergebied ingesteld rond het gebied waar de besmetting is aangetroffen. Alle wilde zwijnen in dit gebied</p>

	worden afgeschoten. Hierdoor wordt voorkomen dat de virusziekte overslaat naar andere populaties.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------

Resultaten:

De kernboodschap die is geformuleerd in dilemmalogica-format weet de beoogde communicatiedoelstellingen niet beter te behalen dan de kernboodschap geformuleerd zonder dilemmalogica. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het dilemma rond het doden van gezonde dieren niet echt leeft, maar wel dat van de voedselveiligheid en compensatie van varkenshouders.

In het algemeen accepteren deelnemers aan het onderzoek in geval van dierziekten de voorgestelde maatregelen (het doden van gezonde dieren om erger te voorkomen). Beide teksten (zowel met als zonder dilemmalogica) onderstrepen het belang van deze maatregelen en dragen bij aan draagvlak hiervoor. Geen van de twee varianten lijkt voor hogere acceptatie te zorgen (behalve bij een sceptische houding t.o.v. de overheid; zie later deze tekst).

Sterker nog, de dilemmalogica-tekst roept meer vragen (en daarmee een gevoel van onduidelijkheid) op dan de tekst zonder dilemmalogica.

Tevens wordt, wanneer men een sceptische basishouding heeft ten aanzien van de overheid, het erkennen van zorgen als ongeloofwaardig gepercipieerd. Dit resulteert in dat geval in een voorkeur voor de tekst zonder dilemmalogica.

De dilemmalogicatekst wakkert een gevoel van onduidelijkheid en enig ongenoegen aan omdat:

- De doelgroep weinig tot geen kennis van het onderwerp heeft. Aangezien de dilemmalogicatekst te snel start met het benoemen van de zorgen en een inleidend kader om AVP te agenderen (wat, wie en waar) mist, sluit de tekst daarmee onvoldoende aan bij het kennisniveau van de lezer.
- De tekst persoonlijke relevantie mist: het effect van de AVP en de maatregelen voor het eigen leven, met name de gezondheidsaspecten (voedselveiligheid) worden niet beschreven (geldt overigens voor beide varianten van de kernboodschap).
- De benoemde zorgen niet breed worden gedeeld. Hoewel het *kán* worden gewaardeerd dat er (door de overheid) eerlijk wordt gezegd dat er zorgen zijn en dat er weerstand is tegen het doden van gezonde dieren, wordt dit nu vooral ervaren als 'net niet'.
 - De economische zienswijze overheerst en het enerzijds-anderzijds is niet in balans. De zienswijze van burger én de varkenshouders is onvoldoende aanwezig. De zienswijze van het effect van de AVP op de Nederlandse economie krijgt te veel nadruk in vergelijking met en ten koste van de zienswijze van de burger en de varkenshouder.
 - De intentie (empathie, verschillende kanten belichten, zorgen benoemen en rekening houden met alle burgers) wordt weliswaar begrepen, maar in de huidige vorm van de tekst ongeloofwaardig overgebracht, zeker met een sceptische, kritische lezer.
 - Met name in Eindhoven wordt het als ongeloofwaardig gepercipieerd dat de overheid daadwerkelijk geeft om de boeren of mensen die weerstand ervaren tegen het doden van dieren. Deze perceptie wordt gevoed door eerdere voorvallen van grootschalig ruimen van dieren in Brabant, de kwestie Oostvaardersplassen en bijvoorbeeld de gaswinning in Groningen: *“Ze doen alsof ze luisteren, maar ondertussen doen ze gewoon wat ze zelf willen en gaat het allemaal om het geld”*. De empathie in de tekst schiet bij deze lezers in het verkeerde keelgat. Benoemen dat boeren een financiële compensatie krijgen voor de schade door het ruimen, zou wat hen betreft concreet bewijs zijn van

het feit dat de overheid zich *wel* om hen bekommert. Dat hier in de tekst geen duidelijkheid over wordt geschapen heeft dan ook een negatief effect.

- Het is niet zo dat *doordat* de verschillende zienswijzen niet gelijkwaardig naar voren komen, het dilemma onvoldoende wordt ervaren. Het in de tekst omschreven dilemma wordt niet ervaren, omdat duidelijk is dat de beoogde maatregel (het doden van gezonde dieren) bedoeld is om erger te voorkomen (en men het hiermee eens is) en men ook op basis van het verleden weet dat er geen andere uitkomst dan ruimen mogelijk was.
- Het geboden perspectief vanuit de overheid wordt in beide versies dus grotendeels geaccepteerd, al is meer uitleg over het hoe en waarom (is alle gedaan, zijn er geen andere maatregelen mogelijk?) van de besluitvorming wenselijk en, om totale acceptatie te bewerkstelligen, ook noodzakelijk. De ZDL-tekst wordt hierom beter gewaardeerd: zij zet de context korter en duidelijker en daardoor sneller neer, heeft een logische en krachtige opbouw met minder dubbelingen en herhalingen en daardoor een betere structuur.

Analyse van de resultaten

Hoewel de resultaten per casus op detailniveau verschillen, komen er duidelijke overeenkomsten naar voren.

Geen evidente 'winnaar'

In geen van de vier deelprojecten is er vanuit het perspectief van de doelgroep een duidelijke voorkeur voor de kernboodschap met dilemmaloga naar voren gekomen. Dit komt mogelijk doordat dilemmaloga in de casussen niet op optimale wijze is toegepast. De deelonderzoeken geven ons (mede daardoor echter wel) inzicht in waar het 'mis' kan gaan (wat de valkuilen zijn), maar tegelijkertijd ook in de potentie van de verschillende elementen van dilemmaloga.

Mismatch van belevingswerelden

Wanneer het aansluiten bij de belevingswereld en zienswijze van de doelgroep niet 'spot on' is, lijkt het aansluiten bij wat er leeft eerder een negatieve dan positieve impact te hebben. Hierbij gaat het zowel om de inhoud (rekening houden met bestaande kennis en frames en het adresseren van de juiste zienswijze) als ook de vorm (bijvoorbeeld woordkeuze en toon).

- Hetgeen waar de overheid mee bezig is, blijkt lang niet altijd aan te sluiten bij waar het publiek mee bezig is. Sommige kwesties (bijvoorbeeld '5G' en 'Afrikaanse Varkenspest') bleken tegen de verwachting in (ten tijde van het onderzoek) helemaal niet hoog in het bewustzijn van de doelgroep te zitten. Een boodschap waarbij niet precies passend op de doelgroep wordt aangesloten, valt in dorre grond.
 - In de 5G-casus was de aanname dat mensen zich zorgen zouden maken over belemmeringen in het uitzicht en de straling die 5G-mastjes veroorzaken. Deze zorgen bleken echter (nog) helemaal niet te leven; er was weinig kennis over 5G en de toegevoegde waarde ervan. Men werd door de tekst bewust gemaakt van mogelijke negatieve gevolgen van iets waar men de voordelen nog niet van ervaart, zonder dat daar in perceptie vanuit de overheid een passende oplossing (die deze zorgen weer kon wegnemen) tegenover stond. Hierdoor creëerde de kernboodschap eerder onrust dan het gewenste effect van meer draagvlak.
 - In het deelonderzoek 'Afrikaanse Varkenspest' is uitgegaan van een mogelijk scenario, waarbij er bij een uitbraak van de dierziekte waarschijnlijk behoorlijk wat media-aandacht zal zijn en het onderwerp meer zal leven dan tijdens het onderzoek. Maar ondanks dat, werd in de tekst niet bij hetgeen dat leeft aangesloten. De verwachting was dat de burger zich vooral druk zou maken over het doden van gezonde dieren. Er bleken echter sterkere zorgen te leven op het gebied van de mogelijke persoonlijke impact van de dierziekte; 'loop ik het risico ziek te worden van het eten van besmet vlees?' en 'is er een gebied waar ik dan niet meer naartoe kan?'. Het doden van gezonde dieren werd gezien als 'noodzakelijk om erger te voorkomen'. De manier waarop de zorgen hieromtrent werden gepresenteerd in de tekst percipieerde de doelgroep als ongeloofwaardig; 'alsof er een ander alternatief mogelijk is, terwijl iedereen weet dat het niet zo is'. Het is dus cruciaal om zeer scherp te hebben wat er leeft en speelt, waar bij dient te worden aangesloten en op welke manier.
- Wanneer er voldoende inzicht is in de betreffende zienswijze, dan is het ook van belang dat dit met de juiste woorden en toon wordt geadresseerd. Dit luistert nauw, want met de verkeerde woordkeuze kan de boodschap de verkeerde (of geen) snaar raken.
 - Zo werd bij 'Afrikaanse Varkenspest' de tekst door de woordkeuze soms als 'ongeloofwaardig' gepercipieerd, bij 'Brexit' als 'niet urgent genoeg' terwijl bij '5G' de toon juist werd omschreven als 'onrust-zaaiend'. Indien de zienswijze van de

lezer wel met de juiste woorden en toon wordt omschreven, dan kan dit voor herkenning, erkenning en (in positieve zin) emotionele impact zorgen, zoals gebeurde in de casus 'Lerarentekort'. Kortom, taalgebruik en toon zijn zeer van belang.

Een meer menselijke overheid

Door het toepassen van dilemmalogica lijkt de overheid een andere positie in te nemen ten opzichte van de burger (dan in de huidige communicatie). In vergelijking met het format van doelredenering is het in perceptie minder de overheid zoals men gewend is; een overheid die op afstand c.q. van bovenaf beleid 'er doorheen duwt'. Het erkennen dat er zorgen zijn en dat de overheid zich bewust is van/er rekening gehouden wordt met het perspectief van de burgers, wordt positief ontvangen en zorgt ervoor dat de doelgroep zich serieus genomen voelt. Dat ook de overheid weleens dilemma's ervaart, en hier eerlijk over is, wordt gewaardeerd. Ze voelt hierdoor 'dichterbij' en 'menselijker' en komt over als een transparante partij die het objectieve verhaal vertelt. Dit draagt bij aan een meer positieve houding t.o.v. de overheid.

- Voorwaarde hiervoor is dat men geen negatieve basishouding ten opzichte van de overheid heeft. Indien dat wel het geval is, kan het erkennen van zorgen als ongeloofwaardig worden gepercipieerd. Het benoemen van enkel de zorgen is in dat geval niet genoeg. Er moet dan ook wat 'concreets' tegenover staan om aan te tonen dat de zorgen daadwerkelijk serieus genomen worden ('praatjes vullen geen gaatjes').
 - In de casus 'Afrikaanse Varkenspest' stonden sommige Eindhovenaren wantrouwend tegenover de intenties van de overheid. In perceptie wordt er weinig rekening gehouden met de belangen van burgers buiten de Randstad en al helemaal niet met boeren. Door negatieve berichtgeving over bijvoorbeeld de aardgaswinning in Groningen wordt dit beeld bevestigd. Erkennen dat je je als overheid bewust bent van de zorgen van varkensboeren, maar geen invulling geeft aan wat je concreet doet om 'het leed te verzachten' (bijv. d.m.v. financiële compensatie), schiet bij sommigen in het verkeerde keelgat. Het wordt in dat geval gezien alsof er wordt geprobeerd iets glad te strijken zonder dat er *oprecht* om hun wordt gegeven.
 - Wanneer het lukt om op een oprechte en geloofwaardige manier aan te sluiten bij het perspectief van een meer sceptische burger en daarmee de beoogde emotionele snaar te raken, zou het mogelijk wel de negatieve perceptie kunnen doorbreken.

In potentie meer draagvlak

Wanneer het lukt om de doelgroep in het hart te raken door op een passende manier aan te sluiten bij hun belevingswereld, met rake woorden en toon hun zienswijze te adresseren, dan zorgt het dilemmalogica-format voor een grotere emotionele impact dan de teksten zonder dilemmalogica. Hoewel dit in de deelonderzoeken niet het geval was (omdat het 'mis' ging op andere manieren), is de verwachting dat het raken van de juiste emotionele snaar niet alleen zorgt voor een positiever beeld van de overheid, maar creëert het in potentie tevens een meer ontvankelijke ontvanger van het geboden perspectief vanuit de overheid (bijv. een maatregel).

- Het in een passende toon aansluiten bij de zienswijze van de doelgroep, maakt dat men zich (soms 'eindelijk') gehoord voelt. 'Er is in de besluitvorming rekening gehouden met mij'. Indien er tevens andere zienswijzen zijn (die niet aansluiten bij die van de lezer), wordt het nog steeds als positief ervaren dat de overheid hier niet 'overheen is gestapt' en benoemt dat ze zich hier bewust van is. Om daadwerkelijk te zorgen voor een hogere acceptatie/meer draagvlak voor de boodschap, dient het geboden (handelings)perspectief tevens voldoende rekening te houden met de zienswijze van de

lezer, of heel expliciet gemaakt worden waarom dat niet kan (en waarom deze 'oplossing' voor de burgers van Nederland beter is).

- In de casus 'Lerarentekort' was zowel verbaal als non-verbaal merkbaar wat de emotionele impact was van het schetsen van de zorgen rondom de kwaliteit van het onderwijs. De doelgroep leraren was hierdoor zichtbaar geraakt en voelde zich erkend. Het geboden perspectief creëerde echter niet de gewenste acceptatie. Doordat de waarde van de voorgestelde 'oplossing' moeilijk in te schatten was, riep deze met name veel vragen op en was het draagvlak hiervoor laag.

Een overheid 'in control'

Zeker wanneer de kwestie vragen of onzekerheid oproept, is de doelgroep op zoek naar een overheid die stellig en besluitvaardig is. Een overheid met een plan en waar je op kan vertrouwen. De situatie is onder controle en er wordt in het belang van de burgers gehandeld: 'wij houden het in de gaten, monitoren, meten en zorgen voor jouw veiligheid'. Kortom; men wil 'rustig kunnen slapen', wetende dat de overheid 'in control' is.

- Hierbij lijkt de burger behoefte te hebben aan een middenweg tussen 'daadkracht' (te kort door de bocht) en 'overmatig problematiseren' (niet krachtig genoeg). Dit pleit ervoor om in een boodschap het element van overwegingen/afwegingen (procedurele rechtvaardigheid) sterker naar voren te brengen.
 - In de 'Brexit'-casus kwam de overheid in de dilemmalogica-tekst in perceptie te onzeker over. Omdat er veel onduidelijkheid heerst rondom Brexit, hadden de ondernemers juist behoefte aan een overheid die op een stellige, krachtige manier (handelings)perspectief biedt. De onduidelijkheid (en daarmee gepaard gaande onzekerheid) vergroten, had een averechts effect op het behalen van de beoogde doelstelling (ondernemers stimuleren om de Brexit Impact Scan te doen), omdat daar weinig van verwacht wordt als de overheid 'het ook allemaal niet weet'.
- Belangrijk is ook dat duidelijk wordt gemaakt dat de overheid daadwerkelijk controle over de situatie kan uitoefenen. Wanneer dit in perceptie onduidelijk is, kan een gevoel van onrust worden gecreëerd, wat uiteraard niet het gewenste effect is.
 - Ook bij '5G' en 'Afrikaanse Varkenspest' werd het perspectief vanuit de overheid niet krachtig genoeg neergezet. De doelgroep had het idee dat de overheid de situatie niet goed onder controle had en zette er ook vraagtekens bij of de overheid dat überhaupt wel zou kunnen, omdat het in perceptie buiten de invloedssfeer (bijv. boeren in Oost-Europa) ligt.

Behoeft aan structuur

Wanneer een tekst in perceptie niet logisch is opgebouwd, maakt dit het lastiger voor de doelgroep om de beoogde boodschap eruit te halen. De informatieverwerking verloopt minder optimaal bij een tekst die 'van de hak op de tak' springt dan wanneer deze 'logisch' gestructureerd is.

- De elementen 'erkennen', 'ordenen' en 'het bieden van perspectief' hoeven niet per se altijd in die volgorde te worden gepresenteerd. Sterker nog, dit kan soms de informatieverwerking in de weg staan. Als bijvoorbeeld direct begonnen wordt met de 'zorgen', zonder dat eerst een duidelijk kader geschetst wordt waar de boodschap over gaat, kan dit ervoor zorgen dat de rest van de tekst door een onzekere bril wordt gelezen.
 - In de '5G'-casus begon de dilemmalogicatekst met het benoemen van de zorgen, terwijl de tekst zonder dilemmalogica eerst wat meer invulling gaf aan wat 5G is en wat de toegevoegde waarde ervan is. De doelgroep had een sterke voorkeur

voor de eerste alinea van de tekst zonder dilemmalogica, omdat hier eerst het onderwerp werd geïntroduceerd en informatie gegeven werd die men nodig had om de boodschap te kunnen begrijpen (extra belangrijk of zelfs noodzakelijk wanneer het kennisniveau van een onderwerp laag is).

- Ook kan de opbouw van een boodschap het gemakkelijker maken voor de doelgroep om de aandacht erbij te houden.
 - In verschillende deelonderzoeken ging de voorkeur uit naar de opbouw van de tekst zonder dilemmalogica omdat deze in perceptie 'korter', 'krachtiger' en 'minder wollig' was. Doordat de structuur van deze teksten beter aansloot bij de manier waarop men gewend is een boodschap te verwerken, werden deze teksten als 'logischer' en 'gemakkelijker te lezen' ervaren.

Timing is belangrijk

Het moment waarop de boodschap wordt verspreid heeft grote invloed op hoe deze dient te worden ingestoken.

- Wanneer een maatregel al bepaald is en enkel dient te worden gecommuniceerd, dan is van belang dat de communicatie niet de indruk wekt dat er een dialoog mogelijk is. Een uitnodiging om de discussie aan te gaan is wellicht relevanter in de beginfase van een kwestie dan wanneer de oplossing al bekend is.
 - Na het lezen van de kernboodschap in de casus 'Lerarentekort' ontstond geregeld een gesprek over beleid, terwijl dat niet op voorhand het gewenste effect was. De leraren die deelnamen aan het onderzoek waren niet positief over het geboden perspectief en interpreteerden de tekst als een uitnodiging om het gesprek aan te gaan over mogelijke andere maatregelen. Door zelf na te gaan denken over alternatieven, raakte acceptatie van het geboden perspectief een stap verder weg.
- Het kennisniveau van de doelgroep over een onderwerp kan per moment zeer verschillen. Wanneer een onderwerp leeft en bijvoorbeeld veel media-aandacht krijgt, dan kan het kennisniveau snel groeien. Hier bewust van zijn is van belang bij het opstellen van een boodschap. Wanneer deze te ver afstaat van het kennisniveau van de doelgroep, wordt de boodschap als 'belerend' of 'kinderachtig' gepercipieerd (als het kennisniveau veel hoger is) of begrijpt men de boodschap niet (als men te weinig kennis heeft).
 - Op het moment van testen was het kennisniveau van de doelgroep over 5G nog zeer laag. Omdat bij het opstellen van de tekst verwacht was dat er meer bestaande kennis zou zijn, werden delen van de kernboodschap niet geïnterpreteerd zoals bedoeld.

Conclusies en aanbevelingen

Dilemmalogica heeft potentie

Op basis van dit onderzoek kan niet worden geconcludeerd dat het format van dilemmalogica zorgt voor meer draagvlak dan het format van doelredenering. De inzichten in de communicatieve werking van dilemmalogica roepen echter de verwachting op dat dilemmalogica (wanneer optimaal ingezet) wel de potentie heeft om meer draagvlak/acceptatie te creëren dan doelredenering. Tevens laat dit onderzoek zien dat de inzet van dilemmalogica een positieve impact heeft op het beeld dat men van de overheid heeft.

We raden aan verder te gaan met het experimenteren met - en onderzoeken van de werking van dilemmalogica. We veronderstellen dat, wanneer dilemmalogica optimaal wordt ingezet, in een onderzoek met de opzet zoals in deze vier deelonderzoeken kan worden aangetoond dat het format daadwerkelijk voor meer acceptatie/draagvlak zorgt dan doelredenering. Hiervoor dient meer inzicht gekregen te worden in:

- Welke kwesties lenen zich wel/niet goed voor dilemmalogica?
- Wat is de impact van dilemmalogica wanneer men echte sterke emoties (bijvoorbeeld boosheid of angst) met betrekking tot een kwestie ervaart?
- Voor welke doelgroepen werkt dilemmalogica het beste? Voor een breed publiek, of juist diegenen met zorgen over een onderwerp?
- Op welk moment in het proces voegt dilemmalogica het meeste waarde toe?
- Wat zijn do's en don'ts ten opzichte van de volgorde waarin de zienswijzen worden gepresenteerd/geordend. Verschilt dit per kwestie/doelgroep/moment?
- Wat is de invloed van de vorm op de werking; is het effect van de boodschap op papier bijvoorbeeld anders dan wanneer iemand deze mondeling brengt? Zijn er in dat geval andere zaken om rekening mee te houden?

Voor meer draagvlak is begrijpen waar het écht om gaat noodzakelijk

Om de potentie van dilemmalogica te benutten, is aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep cruciaal. Wanneer niet de juiste zienswijze wordt geadresseerd, of dit met de verkeerde woorden of toon wordt gedaan, wordt de plank misgeslagen en kan de getoonde empathie negatief en als ongeloofwaardig worden ontvangen. Tevens dient er rekening te worden gehouden met het bestaande kennisniveau en de frames waarin de communicatie landt, om ervoor te zorgen dat de beoogde boodschap wordt overgebracht.

Om te voorkomen dat de boodschap in dorre grond valt of er onnodige zorgen of tegenstellingen worden gecreëerd, dient er begrip en kennis te zijn van de belevingswereld (en betreffende zienswijze) van de doelgroep. Dit gaat verder dan ervan bewust zijn dat er mensen zijn die zich ergens zorgen over maken. Waar gaan de zorgen nou écht over (en zijn die er überhaupt eigenlijk wel)? Vaak blijkt het eigenlijk te gaan om een gebrek aan bevestiging en erkenning, regie op eigen leven of bijvoorbeeld het gevoel van veiligheid en zekerheid*. Hoe komt dit vervolgens tot uiting? Welke kennis en frames heeft men? Welke woorden gebruikt de doelgroep om de kwestie te omschrijven en welke emoties gaan daarmee gepaard? Kwalitatief onderzoek is een zeer geschikte methode om dergelijke inzichten boven tafel te krijgen. Wij raden aan om bij het opstellen van een boodschap altijd eerst in de doelgroep te duiken (deze idealiter zelf aan het woord te zien) om de zienswijzen écht te begrijpen en een mismatch in belevingswerelden (en daarmee mogelijk gepaarde negatieve impact) te voorkomen.

*Zie poster 'Zo kan het ook' van Dienst Publiek en Communicatie.

Dilemmalogica kan een positieve impact hebben op het beeld van de overheid

Dilemmalogica neemt de burger niet alleen mee in de inhoud van een kwestie, maar in zekere zin ook in het proces. Het geeft enig inzicht in de stappen die worden gemaakt, hoe je als overheid in het onderwerp staat en welke afwegingen er gemaakt zijn. Dat er in besluitvorming stil wordt gestaan bij wat er leeft en speelt, dat er verschillende zienswijzen op de kwestie zijn en dat expliciet erkend wordt dat sommige burgers wellicht ergens anders over denken (en zorgen over hebben), heeft een positieve impact op het beeld van de overheid. Het maakt de overheid transparanter, sympathieker en meer menselijk. Bovendien draagt het in potentie (niet expliciet uit dit onderzoek naar voren gekomen) bij aan de perceptie van procedurele rechtvaardigheid en het creëren van acceptatie/draagvlak.

Wees niet bang om zorgen (wanneer deze daadwerkelijk spelen) te erkennen. Wees transparant over dat er verschillende zienswijzen zijn en benoem expliciet dat je je als overheid hier bewust van bent. Laat vervolgens ook in het bieden van perspectief merken dat er niet gemakkelijk over de andere zienswijzen is heengestapt (alleen erkennen is soms niet voldoende). Wanneer de empathie in perceptie alleen maar 'voor de vorm' is, kan het vanwege de negatieve impact (bevestiging van negatief beeld) beter niet worden gebruikt. Toon zowel qua inhoud als vorm (toon en woordkeuze) dat de burger serieus genomen wordt en dat in hun belang wordt gehandeld.

Er is behoefte aan een overheid 'in control'

De positie die je als overheid inneemt ten opzichte van de burger verschuift. Door het 'erkennen' en 'ordenen' van de zienswijzen wordt het geboden perspectief minder ervaren als de overheid die van (ver) bovenaf beslissingen er doorheen drukt, zonder rekening te houden met de burgers. In perceptie kom de overheid meer 'naast' de mensen te staan, wat positief wordt gewaardeerd. De verwachte rol blijft wel dat je als overheid vervolgens een oplossing aandraagt in het belang van de burgers. De overheid dient de situatie onder controle te hebben, zodat men 'rustig kan slapen'. Wanneer dit niet het geval is, kan het gebruik van dilemmalogica juist een gevoel van onrust oproepen.

Maak duidelijk dat je de situatie onder controle hebt; dat er een plan is. Ga in toon op zoek naar de balans tussen 'daadkrachtig' en 'overmatig problematiserend'. Wees ook helder wanneer er geen ruimte voor dialoog is, om een discussie over beleid te voorkomen op de momenten dat dit niet (meer) wenselijk is.

Zorg voor een heldere structuur in de boodschap

Om de informatieverwerking zo optimaal mogelijk te laten verlopen dient een boodschap 'logisch' te zijn opgebouwd.

De elementen 'erkennen', 'ordenen' en 'het bieden van perspectief' hoeven niet per definitie in deze volgorde te worden gepresenteerd. Bouw een boodschap volgens een voor de doelgroep logische structuur op, waarbij eerst een kader wordt geschetst met betrekking tot het onderwerp.

Dilemma hoeft geen tegenstelling te zijn

Tot slot; er hoeft voor de toepassing van dilemmalogica niet altijd sprake te zijn van tegenstrijdige belangen. Ook hoeft de doelgroep niet per definitie zelf een dilemma te ervaren. Wel dienen er verschillende zienswijzen op een bepaalde kwestie te zijn. Dilemmalogica gaat om aansluiten bij deze verschillende zienswijzen, deze ordenen en vervolgens met betrekking tot de kwestie (handelings)perspectief bieden.

Wanneer er geen tegenstelling is, dient deze ook niet te worden gecreëerd. Er moet daarom voorzichtig worden omgegaan met termen als 'enerzijds' en 'anderzijds'. Ook kan het beschrijven van een zienswijze (bijvoorbeeld angst of zorgen die eigenlijk helemaal niet sterk leven) een tegenstelling suggereren, zonder dat die daadwerkelijk bestaat. Inzicht hebben in (en aansluiten bij) de belevingswereld van de doelgroep en welke zienswijzen er zijn is daarom cruciaal.

Handvatten bij het opstellen van een boodschap met dilemmalogica:

Begrijp wat er echt leeft en speelt bij het publiek om de boodschap te laten aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep

Welke zorgen zijn er?
Waar gaat het nou écht om?
Wat is de bestaande kennis? Welke frames zijn er?
Welke woorden worden gebruikt? En welke emoties leven er?



Bepaal hoe er vanuit de overheid wordt omgegaan met de kwestie.
Wat is jouw rol? Welk perspectief biedt de overheid de doelgroep?

De methodiek van de message box* kan helpen de boodschap te formuleren vanuit de kwestie zoals de doelgroep deze ervaart en verwoordt, alsook om te checken of de 'oplossing' hierop aansluit.



Stel een helder gestructureerde boodschap op middels de principes van dilemmalogica en check:

Sluit de boodschap aan bij het kennisniveau?

Is er een duidelijk kader geschetst m.b.t. het onderwerp? Sluit de informatie aan bij de bestaande kennis, meningen en frames?

Komt de relevantie/urgentie van de kwestie over?

Wordt de persoonlijke- en/of maatschappelijke relevantie duidelijk gemaakt middels sprekende voorbeelden die aansluiten bij de belevingswereld van de doelgroep?

Is op een passende manier bij de juiste zienswijzen aangesloten?

Raakt de communicatie een (emotionele) snaar? Wordt de kern van het probleem geadresseerd (het 'hier gaat het eigenlijk om'), met de passende toon en woordkeuze?

Worden de verschillende zienswijzen op gelijkwaardige wijze gepresenteerd?

Wordt er niet te 'gemakkelijk' aan een zienswijze 'voorbij gegaan'? Is de empathie vanuit de overheid oprecht?

Komt de overheid 'in control' over?

Wordt het beeld geschetst dat men er vertrouwen in kan hebben dat de overheid de situatie onder controle heeft en in het belang van het publiek handelt?

*www.communicatierijk.nl/vakkennis/ffactor-c/message-box