

Eerder verschenen in de Van Marum Lezingenreeks

- 2001: Nr. 1
'Wetenschap: van saai naar cool'
Lucie Bruens
Nr.2
'Wetenschap is drama'
Lea Wiltmondt, zakelijk directeur van Pandemonia Science Theater
Nr.3
'De rol van de politiek bij wetenschap en techniek communicatie, gaspedaal of rem?'
Maria van der Hoeven, Tweede Kamerlid voor het CDA
Nr.4
'De controversiële boodschap'
Jan Gutteling, universitair hoofddocent aan het Twente Instituut voor Communicatie Research
- 2000: Nr. 1
'Geesteswetenschappen; ballast of reddingsboei van de wetenschaps- en techniekcommunicatie?'
Willem Dijkhuis
Nr. 2
'Is wetenschap mediageniek?'
Hans Laroës, plaatsvervangend hoofdredacteur NOS-journaal
Nr. 3
'Biedt wetenschap voldoende entertainment?'
Robert Marijnissen, cultureel marketeer
Nr. 4
'Wetenschaps- en techniek kennis in de netwerk samenleving'
Paul Rutten, TNO
- 1999: Nr. 1
'Museale succesfactoren voor de toekomst'
drs. Wim G. van der Weiden, directeur Naturalis
Nr. 2
'Wie is er dom?'
Arie van Heeringen, secretaris/directeur Adviesraad voor het Wetenschap en Technologiebeleid (AWT)
Nr. 3
'Science centra in dagrecreatief perspectief'
Ben van Gool, iMPACT Advies in dagrecreatie bv.
Nr. 4
'Het Studium Generale in de 21ste eeuw'
André Klukhuhn
Special
'Lachen om jezelf'
dr. Niels Helsloot



De uitgaven zijn te bestellen bij het secretariaat van Stichting Weten.

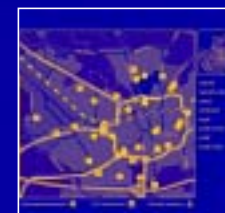
Van Marum

lezingenreeks 2001

De communicatie tussen
de deskundige en de leek
over risico-onderwerpen

De controversiële boodschap

Jan Gutteling



4

Jan Gutteling

Dr. Jan Gutteling is universitair hoofddocent aan het Twente Instituut voor Communicatie Research (TwICoR) en de opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap van de Universiteit Twente. Hij is tevens coördinator van de afstudeerrichting Strategische Communicatie en het bijvak Psychologie. Risicoperceptie en risicocommunicatie bij grootschalige toepassingen van technologie en biotechnologie hebben zijn speciale aandacht.

Sinds 1990 publiceerde Gutteling veertig wetenschappelijke artikelen en boeken, waaronder *Exploring Risk Communication* en *Crisiscommunicatie: Een kwestie van vertrouwen*.



Martinus van Marum (1750 - 1837)

Een elektriserend geleerde



Martinus van Marum was in de tweede helft van de 18e eeuw een internationaal bekend geleerde. Hij verrichtte onderzoek op een groot aantal wetenschappelijke terreinen, zoals de fysica, de botanie, de paleontologie en de chemie en was daarnaast ook arts. Tevens werkte hij aan de ontwikkeling van 'praktisch bruikbare toepassingen van wetenschappelijke inzichten', zoals een draagbaar brandblusapparaat of een luchtverversingssysteem voor gebouwen en schepen.

De rechtvaardiging van wetenschappelijk onderzoek vond hij vooral in het praktisch nut dat het mens en maatschappij oplevert, een inzicht dat niet altijd door zijn wetenschappelijke tijdgenoten werd gedeeld. Als directeur van het naturaliënkabinet van de Hollandsche Maatschappij der Wetenschappen en later als directeur van museum en bibliotheek van de Teylers Stichting zette hij zich in om de deuren naar de wetenschap en techniek voor een breed publiek te openen. Daarnaast gaf hij als lector in de natuurwetenschap en wiskunde talloze openbare lessen voor de burgers van Haarlem. Zijn lessen bestreken een breed terrein. Hij gaf spraakmakende openbare demonstraties van wetenschappelijke instrumenten, waarmee hij belangstelling wilde opwekken voor wetenschap en techniek. Bekend werd Van Marum met zijn statische electriciteit opwekkende 'ongemeen groote elektriseermachine'.

Met zijn wetenschapsideaal en zijn wending naar het brede publiek was Van Marum een vroege vakgenoot van de huidige professionals in de wetenschaps- en techniekcommunicatie.

Bron: Martinus Van Marum 1750 – 1837, Een elektriserend geleerde; A. Wiechmann en L.C. Palm (redactie), Joh. Enschedé en Zonen, Haarlem, 1987.

De Van Marum Lezingenreeks

Elk boekje uit de Van Marum Lezingenreeks biedt een inspirerende lezing van een prominente spreker uit de praktijk van de wetenschaps- en techniekcommunicatie. Vakgenoten uit de wetenschaps- en techniekcommunicatie worden aan de hand van een toekomstgericht verhaal mét leerpunten uit de praktijk, uitgenodigd tot reflectie. Dit boekje uit de Van Marum Lezingenreeks biedt een integrale weergave van de lezing door Jan Gutteling van 28 november 2001.

Van Marum Sociëteit

In de geest van Martinus van Marum biedt de Van Marum Sociëteit een ontmoetingsplaats aan iedereen die zich actief inzet op het gebied van wetenschaps- en techniekcommunicatie. Elk kwartaal wordt een inspirerende spreker uitgenodigd voor Van Marum bijeenkomsten in stadskasteel Oudaen te Utrecht. Daarnaast bestaat er de mogelijkheid dat er een Van Marum Special wordt georganiseerd, een lezing met een bijzonder karakter.

De communicatie tussen de deskundige en
de leek over risico-onderwerpen

De controversiële boodschap

Jan Gutteling

Van Marum Lezing 2001 nr. 4

Dames en heren,

Wat is het wetenschappelijke of technische nieuws dat u in de afgelopen tijd opviel? Het verbaast mij niet dat het kloneren van embryo's voor medische doeleinden het eerst bij u opkomt. Gisteren zat ik een lange tijd in de auto en volgde een uitgebreide discussie op de radio over dit onderwerp. Wat mij opviel is dat veel mensen min of meer weten wat met dit actuele onderwerp aan de hand is. Toch blijft dit onderwerp een uitdaging voor de wetenschapscommunicatie. Het gaat over het resultaat van onderzoek en de wijze waarop mensen worden geconfronteerd met de resultaten van onderzoek. Mijn specialisme, risicocommunicatie, gaat over de consequenties van alle wetenschap en technologie. Dat wil zeggen, voor zover mensen er op een bepaald moment mee in aanraking komen, en voor zover de risico's van wetenschap en die technologie - werkelijk of beleefd - mensen bezighouden.

Om het nog ingewikkelder te maken, risico's zijn voor mij zaken die in de beleving van mensen op de een of andere manier een bedreiging zijn voor gezondheid, veiligheid of welbevinden. Met dit in uw achterhoofd moet u mijn verhaal kunnen volgen.

Elk voordeel...

Enschede en Volendam

Het onderzoeksterrein van de risicoperceptie en risicocommunicatie komt in beeld op het moment dat bij grotere groepen in de samenleving onrust ontstaat over de mogelijke gevaren van technologie. In de jaren zeventig is bijvoorbeeld veel over kernenergie te doen geweest. Na de zegeningen van kernenergie ging het al vrij snel over de gevaren van kernreactoren. Wat te doen met straling en afval? Er volgde een vloedgolf aan onderwerpen, technologieën, en toepassingen van technologieën waarbij zich steeds dezelfde vraag voordeed: overschaduwde het nadeel niet het voordeel? Ik noem zomaar een lijstje, dat absoluut niet compleet is: chemie, chemische toepassingen, chloor, chloortreinen, ontploffingen van fabrieken en opslagplaatsen, toxische stoffen in het milieu, vuurwerk.

We hebben een uitgebreide discussie gehad in Nederland over vuilverbranding. Waarbij vragen aan de orde kwamen als: komt bij verbranding dioxine in het milieu, hoort pvc wel in huisvuil? Een ander punt was de vraag of we blij moeten zijn met de herriemaker Schiphol of niet? Voedsel, voedselproductie, en voedselverkoop, tot en met de bse-crisis, mond- en klauwzeer en genetisch gemodificeerde organismen, het zijn de onderwerpen die de discussie over risico's bepalen; en dus ook de communicatie over risico's.

Mijn woon- en werkstad is Enschede. U zult niet vreemd staan te kijken dat ik op mijn lijstje gevaarlijke stoffen tevens vuurwerk heb staan. Maar de brand in Volendam laat zien dat zelfs op het oog onschuldige producten niet vrij zijn van risico. In de genoemde situaties wordt achteraf altijd gesproken over hoe gereageerd had moeten worden. Ook dat is volgens mij risicocommunicatie.

U merkt dat het een complex onderwerp is. Technologieën zijn complex en de wijzen waarop mensen als individuen of als groepen in de samenleving ermee omgaan, zijn complex.

De Verenigde Staten is voor mijn vakgebied de bakermat. De term risicocommunicatie werd er in 1984 voor het eerst in de vakliteratuur aangetroffen.

In de beginperiode, eind jaren zestig, begin jaren zeventig, was er aandacht voor kernenergie en milieuverontreinigingen. Hoe krachtig soms de weerstand was, blijkt uit het maatschappelijk verzet tegen de ontwikkeling van een supersonisch vliegtuig. In Amerika is die er nooit gekomen. In Europa kregen we de Concorde, in Rusland de Concorde, de Tupolev Tu-144.

De fluoridering van drinkwater speelde ook in die tijd. Ik kan me nog herinneren hoe ik mij verbaasde over de heftigheid waarmee een leraar vertelde over de fluoridering van drinkwater. Deze techniek zou naar Nederland komen, en hij deed het voorkomen alsof dit het meest ernstige probleem was dat Nederland in het naoorlogse tijdperk

kon treffen. De heftigheid van de reactie was kenmerkend voor veel van de discussies over technologie in die tijd.

Het sociaal-wetenschappelijk onderzoek naar risicoperceptie kwam op gang. Onderzoekers vroegen zich af hoe het komt dat mensen omgaan met risico's op de manier zoals ze dat doen. Men kwam erachter dat de manier waarop het publiek met risico's omging behoorlijk afweek van de wijze waarop technici en experts met risico's omgingen.

Denk aan het voorbeeld van kernenergie. Kernenergie-experts zeggen: de kans op een ongeluk in een centrale is zo klein dat het haast niet in getallen is uit te drukken. Dat is niet de redenering van het publiek. Voor hen zijn kansoverwegingen veel minder relevant. Het publiek is geïnteresseerd in de vraag: we hebben gezien dat er iets mis kan gaan, zoals bij de nucleaire rampen in Harrisburg en Tsjernobyl, waarom kan dat niet nog eens gebeuren?

Inzichten lopen behoorlijk uiteen, dat is wel duidelijk. En dat is één van de problemen bij het onderzoek naar risicocommunicatie. Hoe krijg je andersdenkenden met elkaar in gesprek?

Voor mensen als de Amerikaanse onderzoeker Paul Slovic was het aanleiding om vanuit de psychologie veel werk te verzetten op dit terrein. Hij wilde de risicoperceptie beter in kaart brengen, om te achterhalen welke elementen en belangrijke beoordelingsfactoren of dimensies aan risicocommunicatie ten grondslag liggen. Uit zijn onderzoeken blijkt dat voor de gemiddelde leden van het publiek andere criteria gelden - meer subjectief ingegeven - als het gaat om risico's dan voor de experts, die objectiever zijn. Een vervelende consequentie van Slovic's onderzoek is dat het idee ontstond dat als je maar voldoende weet over risicoperceptie je met slimme communicatiestrategieën angst kunt wegnemen. Zo simpel is het natuurlijk niet.

Koudwatervrees

Er belde niemand

Fred Woudenberg is een van de mensen in Nederland die veel in de praktijk bezig is met risicocommunicatie en risicoperceptie. Hij werkt bij de GGD in Rotterdam als medisch milieukundige. Hij heeft veel te maken met bodemverontreiniging en gevaarlijke stoffen in huizen. Dat komt door het gebied waar hij werkt, de Botlek en de Europoort, met één van de grootste concentraties van chemische bedrijven in de wereld. Volgens hem kun je op grond van een aantal criteria voorspellen of mensen positief of negatief zullen reageren op nieuwe ontwikkelingen. Ik noem ze:

- Hoe ernstig is de mogelijke situatie?
- Kunnen mensen ervoor kiezen om niet aan een risico blootgesteld te worden?
- Is het risico beheersbaar?
- Heeft de activiteit naast risico's ook voordelen?
- Hoe is de aandacht van de media?
- Heeft men vertrouwen in de instanties die op de risico's toezien?
- Is er sprake van openheid in de communicatie over de risico's?

Je veilig voelen is het uitgangspunt. In het geval dat iemand alleen maar getuige of slachtoffer is, schat hij risico's vaak negatiever in. Heeft een burger controle dan wordt een risico positiever ingeschat, aldus Woudenberg.

Dat is maar goed ook, anders zou geen mens meer durven te skiën of te rijden. Dat zijn risicovolle activiteiten waar iemand vaak bewust aan begint. Maar een chauffeur of skiër heeft zelf controle. De burens van een kerncentrale, chemische fabriek of vuurwerkopslagplaats ervaren weinig invloed.

In het Italiaanse plaatsje Seveso, aan de voet van de Alpen ten noorden van Milaan, ontsnapte eind jaren zeventig dioxine uit een chemische fabriek. Het was de aanleiding tot veel commotie, niet alleen ter plaatse, maar in de hele wereld. De post-Seveso-richtlijn werd ontwikkeld in Europa. De richtlijn verplichtte lidstaten er alles aan te doen goede veiligheidsmaatregelen te nemen rondom chemische bedrijven. De richtlijn geeft ook aan dat Europese landen er op moeten toezien dat burgers op een goede manier worden geïnformeerd over de risico's van het wonen in de buurt van een chemische fabriek. Dit was een bijzondere ontwikkeling, want vóór Seveso was nog nooit met zoveel woorden aandacht besteed aan de communicatie met de burger over potentiële risico's. U kunt zich de koudwatervrees voorstellen. 'Als we mensen informeren over de risico's die ze lopen, dan is er binnen de kortste keren paniek in de tent,' was de heersende mening bij overheden en bedrijven.

Woudenberg deelde in 1998 bij 1,2 miljoen huishoudens in het Europoortgebied een

brochure rond. Hij informeerde de bewoners over de risico's van de aanwezigheid van 45 bedrijven in het Europoortgebied. De folder besprak de ontploffingsrisico's, de uitstoot van gevaarlijke stoffen en andere kansen op ongelukken. Ook toen reageerden bestuurders van het havenbedrijf terughoudend: 'Dat wordt paniek,' voorspelden ze. Bedrijven stelden alvast hulplijnen in en zetten mensen stand-by om telefoontjes van verontruste burgers aan te nemen.

U voelt het al aankomen, er belde niemand. Het evaluatieonderzoek van die campagne liet zien dat mensen baat hadden bij de informatie uit de folder. Zodra ze wisten wat te verwachten, waren ze gerustgesteld. De evaluatie toonde ook aan dat van een paniecreactie bij het publiek geen sprake was. Sindsdien kunnen we de koudwatervreesargumenten van bestuurders behoorlijk pareren.

De post-Seveso-richtlijn moest ook in ons land worden geïmplementeerd. Zo ontstond de belangstelling voor onderzoek naar risicoperceptie. Eind jaren zeventig, begin jaren tachtig zijn op verschillende plekken in ons land interessante onderzoeken uitgevoerd. Bijvoorbeeld door Charles Vlek in Groningen, Kees Midden in Leiden en Eindhoven, en een groep in Twente, waar ik ook bij was.

De toenmalige minister van Binnenlandse Zaken Ien Dales, liet begin jaren negentig een campagne ontwikkelen met de titel 'Als de sirene gaat'. Daarin is de post-Seveso-richtlijn voor ons land opgenomen. In Nederland gaat het om ongeveer negentig bedrijven die hieronder vallen, waarvan ongeveer de helft zich bevindt in het Rijnmondgebied. Iedere burger in Nederland zou één keer in de vijf jaar op een actieve manier op de mogelijke risico's van grote bedrijven moeten worden gewezen. Het is één van de actiepunten uit de campagne. De overheid geeft hier vooralsnog geen prioriteit aan. Misschien kunt u zich herinneren wanneer u hiermee voor het laatst zelf geconfronteerd werd? Dat zal u niet meevallen, vrees ik.

Als de sirene gaat

De risicokaart

De informatiecampagne van het ministerie van Binnenlandse Zaken bevatte een folder met algemene informatie en een vouwkaart die u in de meterkast kon ophangen. Het basisscenario was: ga direct naar binnen, sluit deuren en ramen, zet de radio aan en stem af op de regionale omroep. De overheid kan inbreken in de uitzending en iedereen op de hoogte stellen. Dat een rampscenario een constante bijstelling behoeft, blijkt na de vuurwerkcramp in Enschede. Binnenblijven en deuren en ramen sluiten was daar niet de juiste strategie.

Bijstelling gebeurt volgens mij nauwelijks. Ik spreek wel eens brandweercommandanten en bestuurders en hoor steeds dezelfde argumenten om dat niet te doen:

- we moeten mensen niet in paniek brengen
- we hebben er geen tijd voor
- het kost geld

Nooit zullen we weten of het iets had uitgemaakt als in Enschede eerder communicatie had plaatsgevonden over de vuurwerkopslag in de stad. Mogelijkerwijs had het er toe geleid dat bewoners eerder in verzet waren gekomen, of tijdens het voorval niet met z'n allen voor de deur waren blijven staan. Sinds Enschede en Volendam is er natuurlijk wel veel gebeurd. Ambtenaren en politiek verantwoordelijken hebben zich gerealiseerd dat er iets moet gebeuren aan de communicatie met het publiek over risico's. Hoewel het initiatief daartoe al langer bestaat, heeft de ramp in Enschede acties in een stroomversnelling gebracht.

Van belang zijn allereerst:

- een goede inventarisatie van alle risico-objecten
- het informeren van rampenbestrijdingsorganisaties
- het maken van risicokaarten
- het informeren van burgers

De provincie Friesland is al ver met het maken van risicokaarten. De provincie plaatste een digitale risicokaart die voor iedereen te raadplegen is op de internetsite van de provincie, www.friesland.nl. Door in te zoomen op een stad of dorp worden alle risico-volle bedrijven en kwetsbare gebouwen zichtbaar. De risicokaart van Enschede is hiermee vergeleken maar een sober overzicht (www.enschede.nl/risicovanbedrijven/). Standaard zijn de vierkante blokjes die LPG-stations aangeven en de plaatsen waar vuurwerk ligt. Driehoekjes hebben betrekking op overige bedrijven.

De risicokaart is een goede ontwikkeling. Bedrijven en overheden zullen eraan moeten

wennen dat ze deze kaarten moeten maken en van informatie blijven voorzien. Het valt te verwachten dat in de komende jaren een behoorlijke inhaalslag moet worden gemaakt op dit gebied. Het voorbeeld van Friesland verdient navolging.

Volgens mij mankeert er nog meer aan het proces waarin de communicatie over risico's met de burger verkeert. Zo is de communicatierichting nogal eenzijdig van boven naar beneden georiënteerd. Experts vertellen burgers wat zij van risico's moeten vinden. Terwijl nog lang niet duidelijk is hoe factoren die een bepaalde risicoperceptie veroorzaken met elkaar samenhangen. Waarschijnlijk zien we nog veel dingen over het hoofd. De zender heeft in dit soort communicatieprocessen vaak de neiging om op een rationele manier met problemen om te gaan. Ze vertellen graag de feiten en de statistieken. Voor de gemiddelde burger zijn die moeilijk te begrijpen. Het 'U moet het maar van ons aannemen' gehalte is hoog. Vaak is het ook zo dat met risico-communicatie beïnvloeding wordt nagestreefd.

Deze aanpak werkt niet meer. Burgers accepteren tegenwoordig eenvoudige handreikingen van de overheid niet meer. Mensen ontwikkelen hun eigen visie, al dan niet gevoed met kennis van zaken. Wat burgers niet willen horen is een overheid die vertelt dat zij hun leven op een bepaalde manier moeten inrichten. En zeker niet een overheid die bij belangrijke onderwerpen als welzijn, gezondheid en veiligheid verwacht dat mensen voetstoots aannemen wat zij zegt. Uiteindelijk leidt dit er alleen maar toe dat standpunten verharder. Ook gaan mensen meer over het proces praten dan over de risico's zelf.

Zo konden we in het publieke debat over Eten & Genen zien dat het merendeel van de discussie ging over de spelregels van het debat, niet meer over de inhoud. Er wordt dan wel gesproken over het conflictperspectief. Daarmee wordt de mogelijkheid bedoeld dat de aandacht wordt afgeleid van het werkelijke probleem. Een slimme strategie, zult u denken, maar deze aanpak leidt uiteindelijk alleen maar tot een algehele vertrouwensbreuk, bij betrokkenen en bij burgers.

Er is toch al minder vertrouwen in de overheid, bedrijven en wetenschappers dan we in de jaren vijftig en zestig bij de burger vermoedden. De neiging om de overheid te geloven was toen groter.

De expert en de leek

Agenda's uit de mouw

Wantrouwen wordt gevoed door allerlei determinanten. Misschien vertegenwoordigt de boodschapper wel een belang dat niet de onze is, vraagt de burger zich af. Onzekerheid hierover leidt tot een verharding van de standpunten, zoals ik eerder zei. Partijen drijven uit elkaar en het wordt steeds moeilijker met elkaar consensus te bereiken.

Het meest kenmerkende probleem dat zich in dit proces voordoet, is het communicatieprobleem tussen de expert en de leek. Met de leek bedoel ik alle mensen die niet op grond van hun opleiding of werkervaring in staat zijn om met ingewikkelde risicoaspecten om te gaan. Alle problemen met het proces van de risicocommunicatie komen voor in de interacties tussen experts en leken.

Experts kijken vaak naar een risicovolle situatie met een **macroperspectief**:

- Eén op de zoveel mensen heeft kans op dat en dat soort problemen
- Kans op een ongeluk kunnen we aanduiden als zoveel tot de min zoveelste

U kent de kreten wel. Objectieve feiten en objectieve gegevens op grond van wetenschappelijke studies worden gebruikt in de communicatie naar een publiek dat daar niet mee gewoon is. De leek gaat het niet om alle burgers in Nederland, het gaat hem of haar voornamelijk om de persoonlijke consequenties. Dit noemen we het **microperspectief**:

- Welk risico loop ik, mijn kinderen, mijn familie?
- Wanneer gaat de fabriek ontploffen?

De stijl van experts in het communicatieproces is niet afgestemd op wat de burger zoekt. Een vertrouwensrelatie is er ook al niet. Volgens experts is het publiek:

- wantrouwend
- irrationeel

Volgens het publiek is de informatie van experts:

- ingewikkeld
- saai

Deskundigen moeten daar aan werken. Het vertrouwen moet terug. Laat zien dat je geen verborgen agenda's in je mouw hebt zitten, en dat jouw standpunt niet wordt ingegeven door iemand die verder in het proces niet zichtbaar is. De subjectieve perspectieven spelen daarbij een rol, naast de objectieve gegevens.

De deskundige moet weer de onafhankelijke persoon worden die hij was. Meer interactie dan eenzijdige informatiestromen is geboden. Ik vind ook dat meer nadruk op participatieprocessen moet komen te liggen. Alle partijen in de samenleving die zich verantwoordelijk voelen voor een probleem moeten daar naar handelen. Dat kunnen omwonenden zijn van een chemische fabriek, de aandeelhouders, maar ook maatschappelijke organisaties of de media. Omwonenden hebben het recht serieus behandeld te worden.

Ideaal zou zijn als al deze partijen invloed krijgen op het proces van de risicocommunicatie, en daarmee op het hele traject van acceptatie van de risico's. Bedrijven kunnen volgens mij niet langer onder hun verantwoordelijkheid uit. Straks staan ze met naam en toenaam op de risicokaarten. Als ze dan niet aan de regels voldoen, zullen mensen zeggen: 'Ik wil van jou weten wat jij hier doet!'

Bedrijven moeten hier wel gehoor aan geven. Ze maken zich toch al zorgen over hun reputatie, sinds de milieuproblemen van de jaren zeventig en tachtig. *Goodwill* is datgene waarmee zij hun producten verkopen, hun personeel aantrekken, en waarmee ze waardering en legitimiteit in de samenleving krijgen. Steeds meer bedrijven laten zich er veel aan gelegen liggen om een goede reputatie op te bouwen. En dat betekent volgens mij, gegeven de omstandigheid dat alles 'op straat ligt', dat bedrijven worden gedwongen veiliger en schoner te werken en zich meer aan de regels te houden. Iedereen kan immers zien wat het bedrijf doet en wat daar gebeurt. De voorzitter van de Sociaal Economische Raad, Herman Wijffels, heeft dat wel het reputatiemechanisme genoemd. De kracht ervan is dat het niet een verplichting is van de overheid, waarbij een ambtenaar één of twee keer per jaar langs komt om te kijken of een bedrijf zijn zaken voor elkaar heeft, maar een zelfregulatie. Het reputatiemechanisme heeft zo waarschijnlijk een grotere invloed op het veiliger en schoner maken van ons land dan alle handhaving die gemeenten en overheden kunnen bedenken.

Dank u wel.

Discussie

Vraag

MARCO VAN KERKHOVEN, WETENSCHAPSJOURNALIST (DAGVOORZITTER VAN MARUM)

Risico's zijn soms helemaal niet te voorspellen, dat realiseren we ons na de aanslagen in de Verenigde Staten.

Zou het goed zijn als bestuurders en wetenschappers eens zeiden: wij weten het ook niet?

Antwoord

Dat zouden ze af en toe moeten zeggen, als daar aanleiding toe is, maar niet te vaak. Het is goed om in sommige situaties klip en klaar te maken dat je het ook niet weet. Dat zal zich vooral voordoen bij calamiteiten. Nu kun je bijna altijd eerst lezen in de krant dat er geen gevaar is voor de volksgezondheid. Dat kunnen de verantwoordelijke bestuurders natuurlijk helemaal niet weten. Dan moet je dat ook niet roepen, vind ik. Want als later blijkt dat er van alles aan de hand is, dan heb je jezelf een slechte dienst bewezen. Tegelijkertijd zijn de mensen verkeerd voorgelicht. Een antwoord van de strekking: 'we weten het nog niet maar we doen er alles aan om dat aspect boven tafel te krijgen,' zou meer op zijn plaats zijn. Later kan dan een duidelijk antwoord volgen.

Er zijn samenlevingen in de wereld waar dingen gebeuren waar we niets van afweten. Ik maak me daar wel zorgen over. We praten op dit moment veel over de situatie in Afghanistan. Daar weten we eigenlijk weinig van. We hoeven alleen maar naar CNN te kijken en dan weet je net zo veel als de rest van de wereld. Dat is wel een andere situatie dan het soort communicatieprocessen waar we het hier over hebben.

Vraag

LENNEKE WILSON, WETEN.NL

Een voorwaarde voor goede risicocommunicatie is interactie, deelname en invloed. Uit uw verhaal maak ik op dat het inzichtelijk maken van risico's ook van belang is. Het voorbeeld van de risicokaarten van Friesland heeft vooral betrekking op inzichtelijkheid, maar er is weinig participatie.

Kunt u een voorbeeld noemen waarin alle vier de voorwaarden terugkomen?

Antwoord

Ik ben het met uw analyse eens. Het is wel zo dat er al meer inzichtelijk wordt gemaakt dan vroeger gebeurde. Een voorbeeld van waar u naar vraagt, speelt zich af in de chemische industrie. Daar ben ik absoluut geen fan van, laat dat nogmaals duidelijk zijn, maar ik zie daar goede dingen gebeuren. Jarenlang stond de bedrijfstak in een slecht daglicht. Het waren gevaarlijke en vervuilende bedrijven en ze deden bij wijze van spreken alles wat Onze Lieve Heer verboden heeft. Maar ook voor hen bleek dat een doodlopend pad. Op een gegeven moment wilde niemand er meer werken en kregen ze moeite hun producten te verkopen. Ook stonden er constant pressiegroepen aan de poort te rammelen.

Dit was een onwerkbaar situatie. In Canada is toen een verandering ingezet. Die is later overgewaaid naar de Verenigde Staten, en waait nu over naar Europa. Het is een ontwikkeling waarbij veel geïnvesteerd wordt in burgerpanels. Belanghebbenden of mensen die in de buurt wonen, zitten regelmatig met een bedrijf om de tafel. Zo ontstaat een interactie. Het bedrijf luistert serieus en zal er meer aan doen om zaken op orde te hebben. Deze klankbordgroepen of panels hebben natuurlijk ook een functie als een intermediaire zender.

Vraag

ELLEN WAGENINGEN

Ik ben een van de leken waar u over sprak, ook op het gebied van wetenschapscommunicatie.

Is er een organisatie die bedrijven begeleidt in de communicatie met het publiek?

Antwoord

Nee, niet dat ik weet.

Reactie

Zou zo'n initiatief nuttig zijn?

Antwoord

Dat lijkt mij heel nuttig. De chemische industrie heeft een overkoepelende organisatie, de Vereniging van Nederlandse Chemische Industrie, die hen helpt om te gaan met communicatieprocessen. Het zou een kans voor hen kunnen zijn. Een belangrijke rol voor gemeentelijke of regionale overheden is de burgers te steunen die in zo'n panel plaatsnemen. Want zij lopen wel het risico door het bedrijf te worden 'ingepakt'. Mensen moeten ook leren om in dit soort klankbordgroepen en andere vertegenwoordigende organisaties hun rol te spelen.

Vraag

ROBERT VAN DER VEEN, WETENSCHAPSJOURNALIST

De communicatiedirecteur van Shell Duitsland vertelde mij dat je mensen niet moet vermoeien met feiten. Ook al wordt 95 procent van het broeikaseffect veroorzaakt door gassen uit vulkanen, zoals sommigen beweren, en niet door de industrie, zegt hij: 'het publiek is niet gevoelig voor feiten, bovendien is Shell geen onderwijsinstelling.'

Moet je vooroordelen bestrijden met feiten?

Antwoord

Ik betwijfel of mensen niet geïnteresseerd zijn in feiten. Ik ken mensen die voetbaluitslagen van twintig jaar geleden kunnen opnoemen. De mens is prima in staat om feiten op een goede manier te verwerken. Wel belangrijk is om ons te realiseren dat voetbaluitslagen een 'formaat' hebben dat je kunt verwerken en onthouden. Ik bedoel daarmee, als het je interesseert gaat onthouden makkelijker. Veel zaken waar wij over spraken zijn technisch en gaan over abstracties zoals risico's. Die zijn niet zo interessant voor het dagelijks leven. Misschien dat mensen met een gedegen middelbare schoolopleiding en een aantal jaren HBO of universiteit er meer mee kunnen. Maar dat is hooguit twintig procent van de bevolking. Sombere geluiden zeggen dat je ten minste vijftien procent van de bevolking toch nooit bereikt, met welke communicatie dan ook.

Tussen deze twee groepen zit de grootste groep, waarvan ik vind dat ze het verdienen om bereikt te worden. Met zaken die hen interesseren. Dat hoeven niet altijd feiten te zijn, maar dat mag best.

Daarbij zijn er mensen die in staat zijn een stapje verder te gaan, die zijn meer geïnteresseerd in zaken die hen niet persoonlijk raken. In het algemeen vraag ik me af of deskundigen wel genoeg de moeite nemen om na te gaan wat mensen willen horen.

Vraag

HARRY GEURTS, VOORLICHTER VAN HET KNMI

Wij hebben wel eens de situatie dat we pas een paar dagen van tevoren weten dat er een orkaan richting Nederland komt.

In welk stadium moeten wij gaan waarschuwen?

Antwoord

De mensen voor wie een boodschap van belang is, moeten worden voorbereid op het moment dat echt iets kan gaan gebeuren. Dat veronderstelt wel dat zij op dat moment weten wat hen te wachten staat. Als voorbereiding moet mensen duidelijk worden gemaakt dat ze op een zeker moment een boodschap kunnen verwachten dat een orkaan in aantocht is. Dat is de pro-actieve communicatie over risico's. Het is verstandig om over dit soort zaken te praten op het moment dat er nog niets aan de hand is, en niet te wachten tot de rapen gaar zijn. Dan ben je te laat. Je moet over risico's praten op het moment dat er geen aanleiding is te veronderstellen dat mensen zich al zorgen gaan maken. Op dat moment kun je ze in alle rust met de feiten confronteren.

Reactie

Er is een initiatief van alle Europese meteorologische diensten om op Internet een Europese kaart met alle waarschuwingen van de verschillende instituten weer te geven.

Vraag

EMMY JACOBS, STICHTING SKEPSIS.

Hoe is het mogelijk dat een heleboel mensen zonder veel aansporing achter alle mogelijke pressiegroeperingen aanlopen, terwijl voor de redelijke boodschap zo weinig gehoor is?

Antwoord

Ik weet niet precies wat de strategieën van pressiegroepen zijn. Ik heb wel mijn vermoedens. Ze passen slimme communicatiestrategieën toe. Gemeenschappelijk hebben deze clubs ook dat ze de publieke opinie mee hebben. Greenpeace is zo'n organisatie die in belangrijke mate kan doen wat ze doet, omdat ze gegarandeerd de media halen. De Brent Sparaffaire kwam zonder een controle van de feiten in het Journaal. Dat effect geeft deze clubs macht. Maar het maakt ze ook kwetsbaar, zo bleek in dit geval achteraf.

Waarom spreekt dit mensen nou aan? Volgens mij onder meer door het hoge Robin Hoodgehalte van de acties. Het zijn de kwajongens die de grote bedrijven of die onaantastbare overheid aanpakken. Dat vinden wij wel leuk. Er vloeit geen bloed, en het levert spectaculaire beelden op.

Wij hebben in Nederland toch wel iets tegen grote bedrijven. We vinden ze eng en vooral uit op winst ten koste van alles. Neem het debat Eten & Genen. Mijn onderzoeksgroep analyseerde de argumenten die de organisaties gebruikten die uit het debat wegliepen. Volgens ons hadden ze best een inhoudelijk debat kunnen voeren, maar ze kiezen liever voor het dramatische opzeggen van het vertrouwen in de Commissie Terlouw. Ik denk dat ze daarmee wel een gedeelte van het publiek aanspreken.

Reactie

Ik heb zelf met een andere stichting aan het debat meegedaan. Daar bleek uit dat de mensen die geïnteresseerd zijn veel genuanceerder zijn dan de protesterende groeperingen ons willen laten geloven.

Antwoord

Dat is ook zo. Nu klap ik misschien uit de school, maar er wordt wel beweerd dat de organisaties waar we het over hebben publiekelijk vaak een ander standpunt innemen

dan de medewerkers in een persoonlijk gesprek zouden doen. Dat zullen ze niet snel toegeven, want dat past niet in het beeld. Zij weten maar al te goed dat je veel kunt bereiken via de media. De gemiddelde burger is een relatief passieve informatieverwerker. Dus je moet nieuws spectaculair brengen. De activiteiten van persiegroepen wordt doorgaans niet door wetenschapsjournalisten gevolgd. De gemiddelde nieuwswriter zoekt wel het conflict. Maar op het moment dat iedereen het met elkaar eens is, verlaat hij de zaal, want dan is het niet meer interessant.

Vraag

ANJA FORT VAN MEIJEN, WETENSCHAPSJOURNALIST

Bij de perceptie van risico's zie ik bij het publiek twee problemen: het risico wordt overschat of onderschat. U haalde vooral voorbeelden aan waarbij het publiek het risico overschat. Daarbij is de nieuwe strategie participatie en inzicht geven.

Wat ziet u als ideale vorm van risicocommunicatie als het publiek problemen onderschat?

Antwoord

Er zijn vele voorbeelden van een onderschatting van risico's. Ik noemde er eerder al één, roken, maar rijden is een goede tweede. De campagnes hiertegen zijn net zo min erg effectief. Stoppen met roken is al zo'n jaar of veertig een thema in veel activiteiten. De communicatie speelt daar wel een rol in maar is niet het zaligmakende aspect. Dagelijks zie ik spotjes voorbijkomen op de televisie die zich met verkeersveiligheid bezighouden. Bij mijzelf heb ik nog nooit kunnen waarnemen dat ze mij tot diep nadenken aansporen. Slechts bij één reclamespot was dat zo. Een kind loopt argeloos achter zijn vlieger aan en daarmee onder een auto. Ik had toen een kind in die leeftijdscategorie. Dan heb je plotseling een andere perceptie van het probleem. Dan denk je eerder, daar moet ik meer aandacht aan schenken.