



Communicatie en interactie sensoren

Rapportage van het onderzoek, de analyse en de conclusies

Dit project is uitgevoerd door Muzus (2023/2024)

Inhoudsopgave

1. Inleiding

2. Scope en consortium

- Werkgroep (consortium)
- Burgers
- Gemeenten
- Wetenschappelijk team en experts
- Tastbaar maken van sensoren

3. Muzus

4. Plan van aanpak

- 4.0 Samenvatting
- 4.1 Introductie
- 4.2 Tijdlijn en vervolgstappen
- 4.3 Van experts naar een Loket op Locatie
- 4.4 Betrokkenheid consortium

5. Onderzoeksaanpak

- 5.0 Samenvatting
- 5.1 Introductie
- 5.2 Inhoud van de onderzoeksmethode

6. Resultaten

- 6.0 Samenvatting
- 6.1 Inleiding

- 6.2 Analyse methode – VIP
- 6.3 Contextuele factoren
- 6.4 Driving forces
- 6.5 Framework
- 6.6 Communicatie doelgroepen

7. Conclusies en richtlijnen

- 7.0 Samenvatting
- 7.1 Inleiding
- 7.2 Inclusiviteit van de communicatie en hoe spreek je iedere doelgroep aan?
- 7.3 Algehele richtlijnen

8. Van inzichten naar concepten

- 8.0 Samenvatting
- 8.1 Inleiding
- 8.2 Overzicht van het proces
- 8.3 Drie concepten na aanscherping openbare buitenruimte

9. Bouwstenen en principes van de communicatie

- 9.0 Een disclaimer over de risico's
- 9.1 Inleiding
- 9.2 De bouwstenen van de communicatie

10. Validatie richtlijn

- 10.0 Samenvatting
- 10.1 Wat hebben we gevalideerd?
- 10.3 Methode en doel
- In de openbare ruimte
- 10.4 Resultaten validatie
- 10.5 Conclusies

11. Richtlijn communicatie sensoren

- 11.0 Samenvatting
- 11.1 Waarom leveren we communicatierichtlijn op?
- 11.2 Wat is het doel van de eenduidige communicatierichtlijn?
- 11.3 Waar lopen we tegenaan?
- 11.4 Hieruit bestaat de communicatierichtlijn overheidssensoren

Appendix

A1. Verschillende perspectieven

- Hoe is deze communicatierichtlijn ontstaan?

A1. Verschillende perspectieven

A2. Contextuele factoren

- Doel van communicatie
- Apathie
- Doel van de sensor
- Doelgroep en inclusie
- Praktische uiting van de communicatie
- Transparantie en vertrouwen

A3. Initiële ideeën

- De informatie loop
- Kruip in de huid van
- De mensor
- De “ontwijk” richtlijnen
- Vraag de kijker
- Verklein de sensor

1. Inleiding

Het gebruik van 'smart city' toepassingen door lokale overheden om stedelijke processen te monitoren, analyseren en aan te sturen neemt toe. Deze slimme systemen maken de stad in veel gevallen leefbaarder voor haar bewoners.

Voorbeelden hiervan zijn het monitoren van de drukte in de stad, het opladen van je elektrische auto, het managen van afval in de stad en het handhaven van openbare orde en veiligheid. De werking van deze systemen is voor veel inwoners niet duidelijk, terwijl ze wel in toenemende mate invloed hebben op de inwoners als bijvoorbeeld verkeersdeelnemer of in de openbare ruimte. Naast het rechtmatig inrichten van deze systemen is het voor overheden belangrijk om burgers mee te nemen in de uitleg van deze systemen en ruimte te bieden voor inspraak.

Om deze reden is een duidelijke en landelijk eenduidige communicatierichtlijn belangrijk waarmee kan worden gecommuniceerd over de functie en de impact van sensoren in de

openbare ruimte. De beste vorm voor deze communicatie en bijbehorende vormtaal is binnen dit project onderzocht.

In onze maatschappij van vandaag hebben we met complexe vraagstukken te maken. De komende decennia staan we voor grote uitdagingen, waar wat technisch, economisch of politiek haalbaar is niet altijd overeenkomt met wat maatschappelijk het meest wenselijk is. Het vraagstuk betreffende communicatie en interactie van sensoren in de openbare ruimte is ook zo'n complex vraagstuk. In dit vraagstuk gaat het om een diverse doelgroep met uiteenlopende behoeften en/of zorgen, uiteenlopende belangen en daarnaast een groot aantal belanghebbende partijen. Het is een vraagstuk waarin de acties van de (lokale) overheden grote impact hebben, waarin beperkingen van wet- en regelgeving gelden, maar ook verschillende ethische vragen een rol spelen. Daarom verlangt dit vraagstuk een aanpak, waarin samen wordt gewerkt over disciplines heen. Het consortium 'communicatie & interactie sensoren' bestaat al uit verschillende disciplines, organisaties en experts, waar een cocreërende en iteratieve ontwerpaanpak gewenst is. In dit vraagstuk gaat het niet alleen om de uitkomsten en het ontwikkelen van een oplossing, maar ook om het gezamenlijke proces om daartoe te komen.

Waar in de leefwereld van mensen en de systeemwereld zullen moeten samenkomen. Waarbij de uitkomst, de vorm en invulling van de oplossing, niet op voorhand al vaststaat. Wij gebruiken de ontwerpmethodiek om in co-creatie met inwoners en belanghebbenden tot de communicatierichtlijn te komen. Het divergerende en convergerende karakter van ontwerpdenken en de iteratieve manier van werken, helpt om in co-creatie met inwoners en stakeholders te komen tot goede oplossingen. Vanuit een gedeeld perspectief en in een onderzoekend proces zullen we werken aan de oplossingen.

2. Scope en consortium

Werkgroep (consortium)

Het consortium 'Communicatie en Interactie Sensoren' bestaat uit een multi-disciplinaire groep medewerkers van de deelnemende organisaties. Met uiteenlopende expertisen: toepassing van sensoren in de openbare ruimte, burgerparticipatie, technische kennis van de werking van sensorsystemen en wetenschappelijk onderzoek. De expertisen uit de werkgroep zijn nodig om de verschillende fasen van het project goed uit te kunnen voeren. Belangrijke (ontwerp)keuzes in het proces werden met de werkgroep samen gemaakt: het bepalen van de ontwerprichtingen, welke concepten we gaan testen en hoe we dit doen, de opzet testen (methodiek) en aanscherpingen van het concept op basis van de validatie.

Burgers

Burgers zijn experts van hun eigen ervaringen en hebben waardevolle kennis over hun buurt, context en leefwereld. Wij gaven mensen vanaf het begin een gelijkwaardige plek aan tafel. We gingen de buurten in en

ondersteunen mensen in het verwoorden van hun behoeften en zorgen rondom sensoren in de publieke ruimte, in het meedoen in de discussie hieromtrent en betrokken ze actief bij het ontwikkelen van de oplossing. Burgers konden zo vanuit hun leefwereld vertellen over hun behoeften en wensen, maar ook hun zorgen, angsten en ervaren barrières rondom (de toekomst van) deze sensoren uiten. Het stellen van de juiste vragen en het inzetten van de juiste methodieken was hierbij belangrijk. Bij participatie is er altijd een grote groep die nooit wordt gehoord: zij komen niet naar informatie- of bewonersbijeenkomsten. In de opzet van de onderzoeksfase, hebben we aandacht besteed aan het feit dat iedereen kan meedenken en -doen. Voor de groepen burgers die moeilijk te bereiken zijn, minder zelfredzaam of minder makkelijk hun verhaal kunnen delen, hebben we in het onderzoek passende en visuele materialen ontwikkeld. Onze onderzoeksmethodiek sluit aan bij het denk- en doenvermogen op verschillende niveaus en is erop gericht om laagdrempelig met mensen in gesprek te gaan. Ook mensen die bijvoorbeeld minder (digi)taalvaardig zijn kunnen meedoen.

Gemeenten

Gemeenten gebruiken steeds meer 'smart city' toepassingen om stedelijke processen

te monitoren, te analyseren en aan te sturen. Enerzijds maken inwoners en bedrijven steeds meer gebruik van zelforganiserend vermogen om voorzieningen te organiseren door beschikbare data en innovatieve technologie te gebruiken. Anderzijds kunnen overheden met diezelfde technologie de (slimme) stad aansturen met informatie en hun grip vergroten op maatschappelijke vraagstukken. In veel gevallen wordt de stad hierdoor leefbaarder voor bewoners. Naast het rechtmatig inrichten van deze systemen is het voor overheden belangrijk om burgers mee te nemen in de uitleg van deze systemen en ruimte te bieden voor inspraak. Gemeenten kampen met gemeenschappelijke uitdagingen binnen dit vraagstuk. Wanneer is datagebruik nog veilig en wettelijk en ethisch verantwoord? Wat als burgers niet meekomen in deze verandering? Wat is de rol van de gemeentelijke organisatie in dit vraagstuk? In Nederland wordt met name in grotere steden geëxperimenteerd met 'smart city' toepassingen, maar ook voor kleinere steden kan het een goede werkwijze zijn om optimaal gebruik te maken van data en technische innovatie voor het oplossen van maatschappelijke problematiek. In de analysefase hebben we met verschillende type gemeenten het speelveld verkend aan de hand van hun uitdagingen (en vragen), inzichten en oplossingen. Daarnaast betrokken we

verschillende type gemeenten bij het testen van de concepten in hun publieke ruimte. Ook spelen gemeenten een belangrijke rol in het borgen en overdragen van het uitgewerkte ontwerp. Omdat ze vanaf de start van het project betrokken werden, konden meedenken en -doen, creëerden we tijdens het project al draagvlak onder gemeenten voor de borging van het uitgewerkte ontwerp.

Daarnaast betrokken we in de onderzoeksfase ook graag experts (ntb) op juridisch, ethisch of technisch vlak om het speelveld te analyseren, goed te doorgronden en om de oplossing(en) te evalueren.

Wetenschappelijk team en experts

Wetenschap is een belangrijk onderdeel van het consortium, en wordt ingevuld door de TU Delft. We werken in veel van onze projecten met Evidence Based Practice, waar de wetenschap en praktijk aan elkaar gekoppeld worden in het rationaliseren van het handelen. De inbedding van de wetenschappelijke verkenning, validatie en wetenschappelijke reflectie van het eindproduct past naadloos in dit project. In het consortium zitten mensen met diverse expertises: op het gebied van toepassing van sensoren in de openbare ruimte, burgerparticipatie, technische kennis van de werking van sensorsystemen en wetenschappelijk onderzoek. De expertise werd geborgd in de werkwijze van het project, doordat de werkgroep in iedere fase betrokken werd.

Consortium partners aangesloten bij dit project:





Tastbaar maken van sensoren

Met deze afbeeldingen, iconen uit de samenleving, gingen we in gesprek met burgers over de waarden achter sensoren. Wat vinden zij belangrijk?

3. Muzus

Muzus biedt oprechte interesse in mensen, nieuwe perspectieven, goede ideeën en enthousiasme. We ontwerpen oplossingen waardoor we als samenleving echt verder komen. We pakken sociale vraagstukken en maatschappelijke transities aan vanuit een ontwerp aanpak. En helpen organisaties die het anders of beter willen doen. Veranderen vraagt om écht anders denken en doen. We stellen de behoefte en ervaring van de doelgroep centraal, en ontwerpen in co-creatie met opdrachtgevers en stakeholders.

Op die manier realiseren we grip op de drijfveren, gedrag en context van een doelgroep of klant. En innoveren we samen gericht, met meer impact als gevolg. Te vaak nog wordt een probleem direct vertaald naar een oplossing. En sla je de plank mis. Want deze oplossingen sluiten niet aan bij motivaties, behoefte en gedrag van échte mensen.

We ontwerpen pas als we antwoord hebben op de vraag achter de vraag. Zodat we zeker weten dat we een oplossing ontwerpen die werkt in het echte leven. Een beter Nederland van morgen, dat willen we toch allemaal? Bij Muzus zetten we onze creatieve en analytische denkkraft in om precies dat te bereiken, voor allerlei soorten opdrachtgevers. En ontwerpen wij producten en diensten die aansluiten bij de

leefwereld van mensen. Zonder het perspectief van organisatie en samenleving uit het oog te verliezen.

Muzus is opgericht door de ontwerpers Sanne en Neele Kistemaker en gevestigd in Delft. Al vijftien jaar lang zorgen zij samen met hun groeiende team en de beste opdrachtgevers voor succes in projecten en heel veel enthousiasme en werkplezier binnen het team.

4. Plan van aanpak

4.0 Samenvatting

Het project, gestart in april 2023, heeft de double diamond methode gevolgd. Experts, burgers en kennispartners uit verschillende gemeenten werden geïnterviewd om inzichten te verkrijgen over sensoren en communicatiebehoeften. Dit rapport is de samenvatting van het gehele project. Het bevat het proces hoe we tot een landelijke communicatierichtlijn over overheidssensoren in de openbare buitenruimte zijn gekomen.

4.1 Introductie

Het traject van het overkoepelende project waarbij Muzus is aangesloten, is gestart in april 2023. De oplevering van dit rapport werd gedaan in juni 2023. Tijdens dit traject werd gewerkt aan de hand van de double diamond methode (zie figuur 1), hierbij worden er in verschillende stappen gedivergeerd en geconvergeerd.

Binnen de verkennende en onderzoekende eerste diamond, liepen verschillende

onderzoekstrajecten parallel aan elkaar. Experts vanuit verschillende disciplines werden geïnterviewd om hun expertise en kijk op het thema uit te diepen. In het tweede traject werden burgers vanuit verschillende doelgroepen geïnterviewd om de communicatiebehoeften rondom sensoren te exploreren; een derde traject was gefocust op de wetenschappelijke kennis rondom het thema sensoren, transparantie en vertrouwen.

Deze drie trajecten vormen samen de basis voor de vormgeving van de ontwerprichtlijnen voor de communicatie over sensoren in de openbare buitenruimte.

4.2 Tijdlijn en vervolgstappen

Het eerste deel van dit rapport markeert het deel waarin een verdiepende slag werd geslagen in de bestaande kennis en (communicatie)behoeften. De conclusie van dit rapport bestaat uit bouwstenen die gebruikt worden om de communicatie over sensoren in te richten. Dit op basis van expertise, ervaringen en behoeften vanuit burgers.

Deze bouwstenen hebben tevens gediend als ontwerpinspiratie voor de tweede diamant in de Double Diamond. Vanuit deze bouwstenen werden verschillende

concepten ontwikkeld en getest, wat de focus is van het tweede deel van dit rapport. Concluderend is er een samenvatting over de oplevering: landelijke communicatierichtlijnen over overheidssensoren in de openbare buitenruimte.

4.3 Van experts naar een Loket op Locatie

Om een holistisch beeld te krijgen van het gebruik van sensoren in de buitenruimte, en ervaringen op te doen hoe hierover gecommuniceerd wordt, werden verschillende experts uit verschillende disciplines geïnterviewd. De disciplines en expertisegebieden waaruit inzichten gehaald zijn:

- › Bold City Lab: over de inclusiviteit en disruptiviteit van communiceren;
- › Direct Duidelijk Den Haag: over hoe je in de publiek ruimte moet en kan communiceren;
- › Gemeente Amsterdam: over privacy en het implementeren van AVG in communicatie;
- › Hoge School Rotterdam: over publieke waarden en het implementeren van het Stack Model;
- › Brainport Smart District, Helmond: over het gebruik van data platformen in smart city district.

Inzichten uit deze gesprekken werden mede gebruikt in de vormgeving van de onderzoekinterventie waarmee de (communicatie)behoeften van burgers werden opgehaald. Uit deze gesprekken werden verschillende thema’s gedestilleerd, zoals het motiveren van burgers “iets” met data inzichten te doen. Thema’s zoals deze, werden dan gebruikt om verhalen vorm te geven rondom de inzet van sensoren, die tot de verbeelding

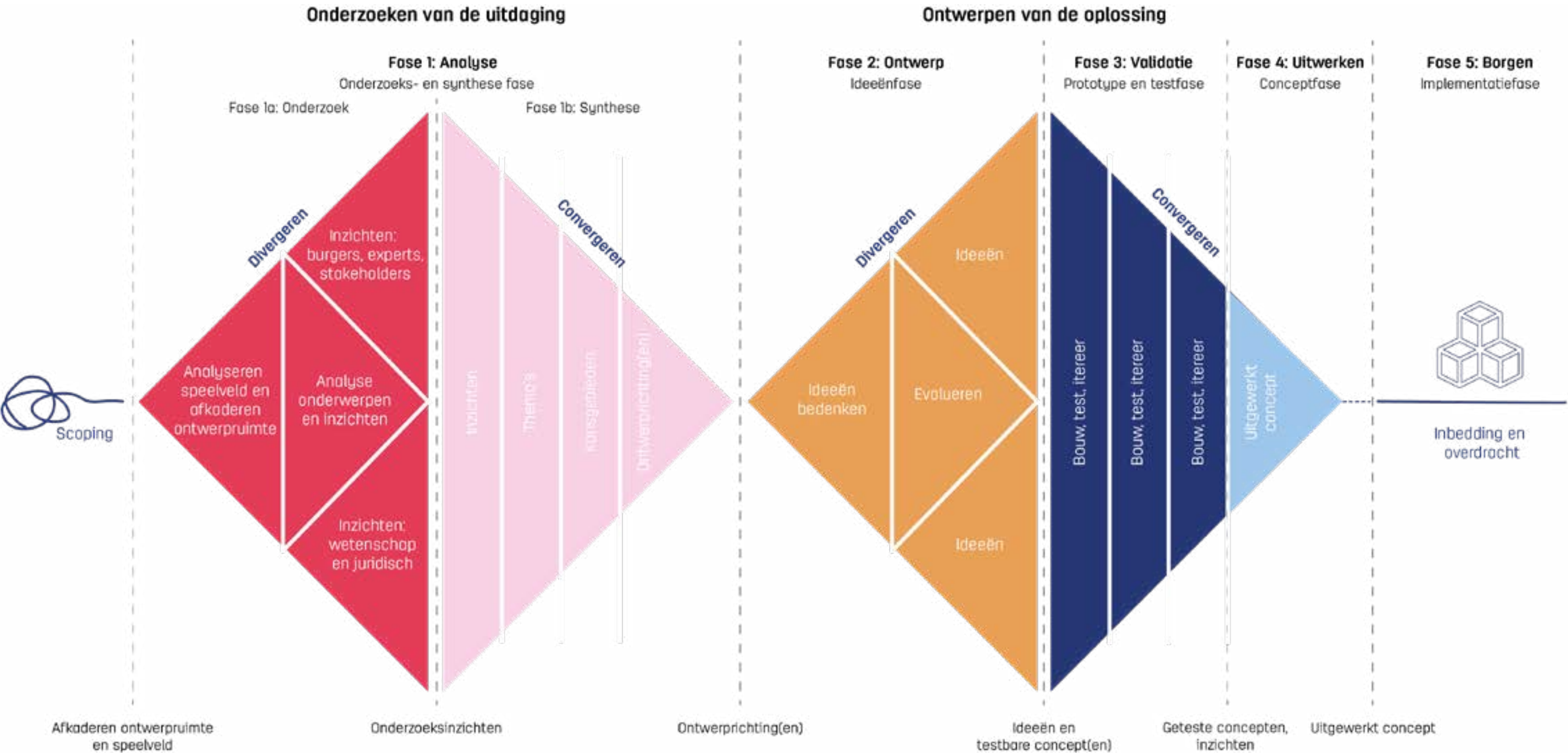
spraken voor burgers om het gesprek te openen.

4.4 Betrokkenheid consortium

Het consortium van dit traject werd daarnaast, als belangrijke kennispartner, ingezet om gemeente en provincie specifieke inzichten naar boven te halen. Vanuit de gemeenten Utrecht, Den Haag, Rotterdam en de provincie Noord-Brabant werden inzichten gehaald.

Naast deze kennisdelingen, kwam het consortium ook tezamen in gemeenschappelijke co-creatie sessies. Iedere co-creatie sessie had haar eigen doelstellingen en focus, waarbij relevante, additionele stakeholders werden uitgenodigd.

- › **Kick-off meeting** (18.04.2023): Introductie van het project, team en doelstellingen, en het vaststellen van scope en tijdlijn;
- › **Verkenning van de gemeenten en provincies** (12.05.2023): Verzamelen van informatie over gemeenten en provincies voor een solide projectbasis;
- › **Kansenworkshop** (05.07.2023): Identificeren van communicatiekansen en het ontwerpen van communicatieconcepten;
- › **Feedback sessie bouwstenen van communicatie** (29.08.2023): Presenteren en verzamelen van feedback op communicatie-elementen voor de communicatierichtlijn.;
- › **Eindpresentatie communicatierichtlijn** (09.11.2023): Presenteren van de communicatierichtlijn, om laatste feedback op te halen en vervolgstappen te bespreken.



Figuur 1: Visualisatie van de aanpak

5. Onderzoeksaanpak

5.0 Samenvatting

In onze aanpak bij Muzus staan de leefwereld en behoeften van burgers centraal. We hanteren het Make en Say principe, samen met Research through Design, om mensen te helpen reflecteren op hun verleden en behoeften voor de toekomst. Ons recente onderzoek richtte zich op het begrijpen van burgerbehoeften met betrekking tot communicatie over sensoren. We gebruikten iconen van stedelijke figuren, zoals politieagenten en boswachters, om gesprekken te vergemakkelijken. Daarnaast integreerden we het waardensysteem van Schwartz om inzicht te krijgen in individuele en publieke waarden, en hoe deze conflicteren. Deze aanpak geeft vorm aan de communicatie rondom sensoren en maakt het onzichtbare karakter tastbaar.

5.1 Introductie

Burgers zijn experts van hun eigen leefwereld en ervaringen. Vanuit Muzus nemen we deze leefwereld en behoeften altijd als

uitgangsbasis voor onze ontwerpen en ons onderzoek. Maar burgers zijn zich niet altijd bewust van deze behoeften. Daarom volgen we bij Muzus Make en Say principes, gecombineerd met Research through Design. We helpen mensen reflecteren op hun verleden en ervaringen, om zo de slag te slaan naar behoeften van de toekomst. Dit is te zien in figuur 2.

Aan de hand van deze methodiek, zijn we met verschillende burgers in gesprek gegaan, om hun behoeften en ervaringen rondom communicatie op te halen.

5.2 Inhoud van de onderzoeksmethode

In explorerende gesprekken, en uit eerdere ervaringen vanuit Muzus omtrent onderzoek naar digitale en abstracte thema's, is gebleken dat mensen het over het algemeen lastig vinden om hun gevoelens en gedachten te verwoorden over ontastbare technologische ontwikkelingen.

Antropomorfiseren van sensoren

Om dit makkelijker te maken voor burgers, werden belangrijke thema's en sensoren vertaald in iconen uit de stad. Hiermee konden burgers het gesprek aangaan. De verschillende personen waren:

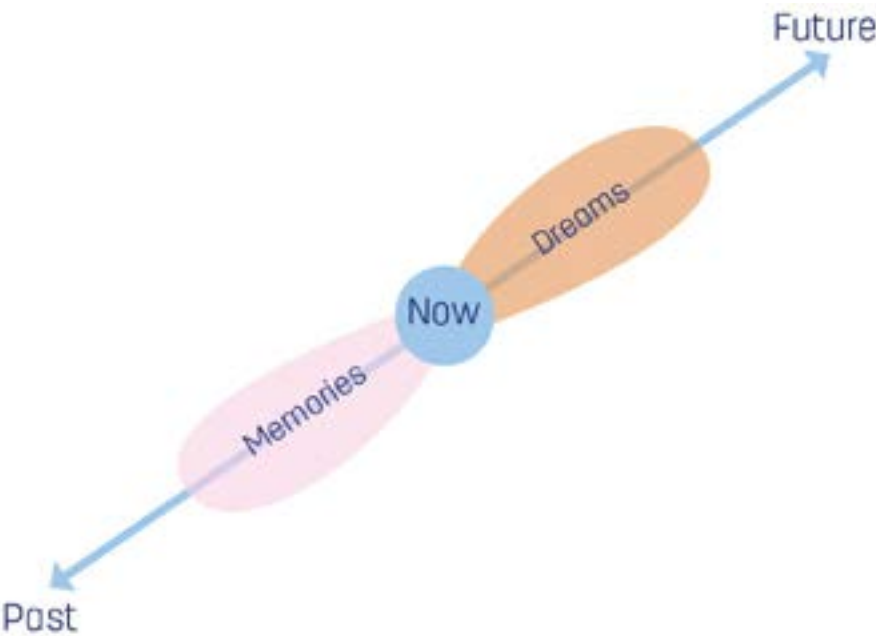
- > Een politieagent
- > Een verkeersregelaar
- > Een boswachter
- > Een handhaver
- > Een "gewone" burger

In ieder gesprek dat gevoerd werd met mensen op straat, werd de vraag gesteld met welke persoon hij of zij in gesprek wilde gaan over sensoren. De keuze die op dat moment werd gemaakt, gaf een goede indicatie hoe de communicatie zou moeten plaatsvinden. "Ik praat liever met de politie, omdat zij dicht bij het nut staan van sensoren", of: "ik wil in gesprek gaan met de burger, omdat zij niet voor de overheid werken, een instantie die ik niet vertrouw."

"Ik praat liever met de politie, omdat zij dicht bij het nut staan van sensoren."

5.3 De inhoud van de verhalen en het waardensysteem van Schwartz

Het waardensysteem van Schwartz is een universeel gevalideerd waardensysteem, die



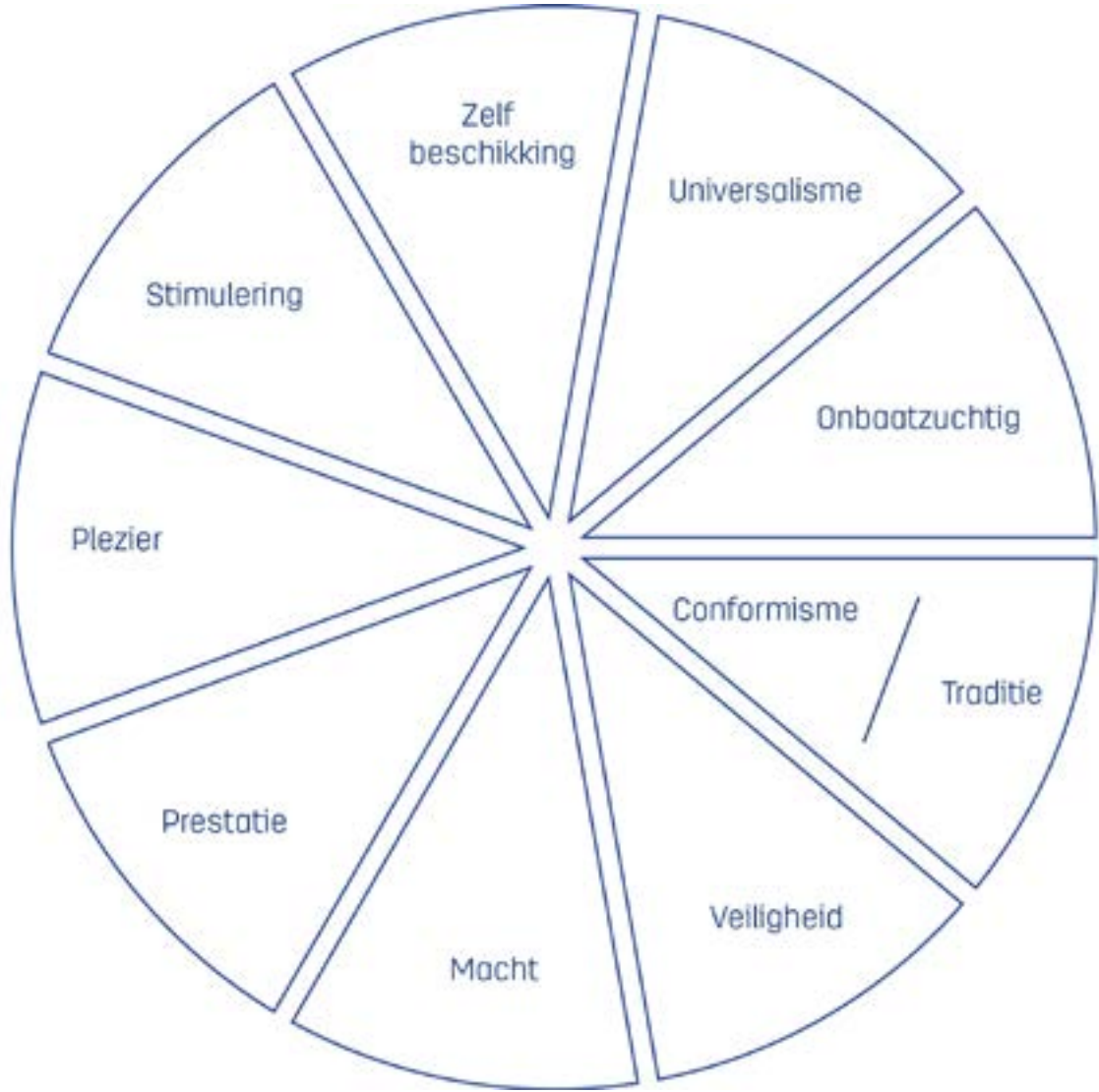
Figuur 2: Dream, Vision, Memory

richting geeft aan hoe mensen zich gedragen en/of wat zij belangrijk vinden. Het bestaat uit tien verschillende waarden, waaronder nog subwaarden en doelen vallen. Deze waarden kunnen zowel op individueel als publiek niveau ervaren worden. Zo kan iemand veiligheid voor zichzelf belangrijk vinden of de veiligheid van een ander/het publiek het belangrijkste vinden.

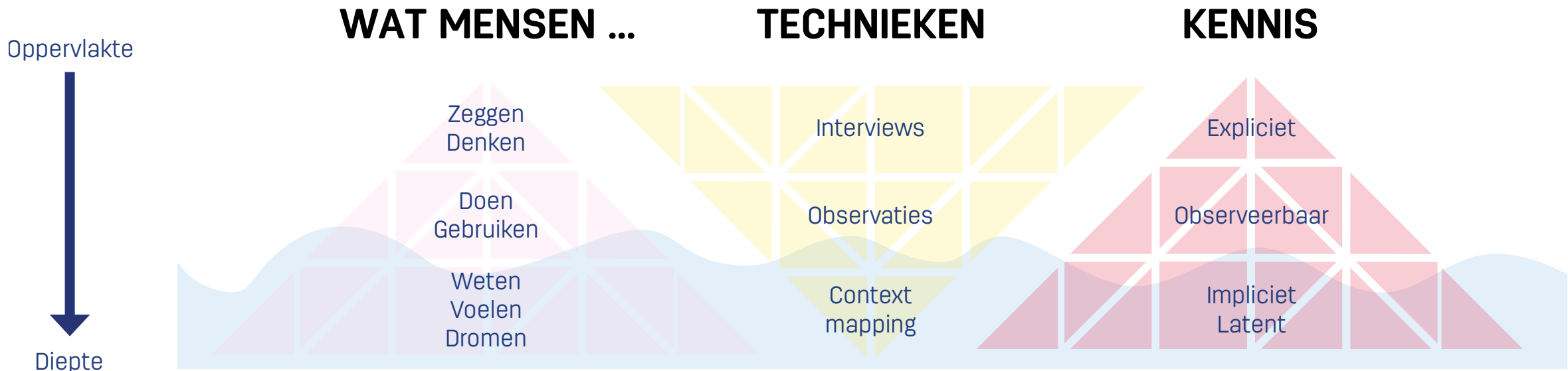
Deze waarden zijn van belang voor de communicatie rondom sensoren omdat ze een beeld geven hoe mensen over sensoren en de systemen daarachter denken, en hoe hierop ingespeeld kan en moet worden. Vindt iemand veiligheid bijvoorbeeld het belangrijkste? Dan zou dit de hoofdboodschap kunnen zijn van de communicatie. Maar het gaat ook over de afzender van de communicatie: wanneer iemand “tegen” macht is, en weinig vertrouwen heeft in de systemen eromheen, moet het duidelijk zijn wat en wie er achter de systemen zit.

Verder maakt het waardensysteem het onzichtbare karakter van sensoren tastbaar. De waarden staan in het waardensysteem geplott in een cirkel, waarbij de theorie stelt dat de waarden die tegenover elkaar zijn geplott, het vaakst in conflict komen. Wanneer iemand bijvoorbeeld universalisme het belangrijkste vindt, vindt deze persoon de waarde macht vaak minder belangrijk.

Ieder waarde-conflict geeft inhoud aan een van de verhalen voor de iconen uit onze Nederlandse samenleving.



Figuur 1: Visualisatie van de aanpak



Figuur 1: Visualisatie van de aanpak



Macht vs. Universalisme
Milieuzones worden ingesteld ten behoeve van natuur en schone lucht. Maar hierdoor mag je als bewoner sommige dingen niet meer: de open haard aan, of met vervuilende auto's naar de stad in.

De Boswachter



Plezier vs. Conformiteit
Bij het uitgaan wil iedereen zoveel mogelijk en onbegrensd plezier hebben. Maar binnen sociale normen is dat niet altijd geaccepteerd. De uitsmijter heeft hier aandacht voor, en weigert soms toegang.

De Uitsmijter



Zelfstandigheid vs. Veiligheid
De politie monitort de crowd om te scouten op te drukke en gevaarlijke plekken. Hierdoor worden mensen soms naar gestuurd andere plekken, zonder daar zelf inspraak in te hebben.

De Politie



Prestatie vs. Onbaatzuchtig
Sommigen hebben in het verkeer voorrang (zoals speciaal vervoer of mensen met een speciale app). Dit levert hinder op voor anderen, omdat zij vaker voor een rood kruispunt moeten wachten voor deze voorgangers.

De Verkeersregelaar



Traditie vs. Stimulatie
Deze persoon is een echte aanjager van smart cities en connected systems. Ze probeert (en het lukt) om in haar conservatieve buurt de mensen ervan te overtuigen om deze systemen te gaan gebruiken.

De Burger

6. Resultaten

6.0 Samenvatting

Deze inzichten werden beschouwd als bouwstenen voor het vormgeven van de toekomstige communicatie over overheidssensoren. Factoren, variërend van veranderlijke trends tot stabiele principes, werden geïdentificeerd en gegroepeerd tot “Driving Forces.” Deze krachten, geplaatst in een framework, onthulden vier communicatiebehoeften en -profielen, die waarschijnlijk verder zullen polariseren. Contextuele factoren, onderverdeeld in zes thema’s, bieden richting voor het begrijpen van huidige en toekomstige ontwikkelingen. De vier communicatiebehoeften zijn onderverdeeld op basis van het vertrouwen naar de overheid en haar systemen, alsmede het gevoel dat sensoren iets bijdragen aan het leefgemak van de inwoner. Ieder profiel kent haar eigen kenmerken. Ook bevat het communicatie-strategieën die specifiek gelden voor dat profiel.

6.1 Inleiding

De Vision in Product (ViP) methode, ontwikkeld door Hekkert en Van Dijk, biedt een human-centered design benadering voor het verkennen van toekomstige mogelijkheden. Tijdens het onderzoekstraject werden inzichten vanuit diverse perspectieven geïntegreerd, waaronder burgers, overheden, wetenschap en verschillende domeinen. Dit hoofdstuk beschrijft het proces, de inzichten, resultaten en de conclusies.

6.2 Analyse methode – ViP

De methode Vision in Product wordt gebruikt om te exploreren wat er nodig en mogelijk is in de toekomst, in plaats van enkel de problemen van nu aan te pakken. Het is een methode om ontwerpers en onderzoekers deze toekomstige visies en wereldbeelden te laten vormen. Om hier concrete handvatten uit te destilleren om mee aan de slag te gaan.

ViP is a human-centred design method that makes you carefully examine and determine what meaning to offer people in a future world.

Tijdens de onderzoeksfase van dit traject zijn er inzichten verzameld vanuit verschillende perspectieven, die samen een holistisch beeld schetsen van de context. De verschillende perspectieven kwamen van burgers, vanuit de gemeenten en provincies, vanuit de wetenschappelijke verkenning en vanuit verschillende disciplines gerelateerd aan het domein. Binnen de ViP methode worden deze inzichten omschreven als factoren die samen fungeren als de bouwstenen die nodig zijn om de toekomst te vormen. Deze factoren zijn omschrijvingen van fenomenen zoals de wereld is, zonder hier een waarde aan te hangen.

Factoren worden gegroepeerd in factoren die in beweging zijn, of van nature kunnen veranderen, zoals trends en developments. Andere factoren hebben een stabielere aard, zoals states en principes. Een trend is bijvoorbeeld een (kleine) ontwikkeling die gaande is. Een development is wat verandert in de maatschappij. Een principle is wat biologisch zo is, waarbij een state iets is dat de komende 20 à 30 jaar niet zal veranderen.

VOORBEELD - TREND

Mensen accepteren het toenemende gebruik van sensoren in de openbare buitenruimte omdat het ze wat brengt

VOORBEELD - ONTWIKKELING

Mensen worden steeds bewuster van het gebruik van sensoren, en de toenemende mate van dit systeem

VOORBEELD - OMSTANDIGHEID

Als maatschappij hebben we de behoefte om extra veiligheid te bieden voor doelgroepen die dat nodig hebben

VOORBEELD - PRINCIPE

Mensen hebben te weinig kennis van sensoren en de systemen die hierachter zitten

Om structuur in deze factoren aan te brengen, werden de factoren samengebracht in thematische clusters. Door de factoren samen te clusteren, ontstonden er Driving Forces, wat richting geeft aan de toekomst. Door deze Driving Forces vervolgens op basis van hun samenhang te plaatsen in een framework, onstonden er vier verschillende segmenten van communicatiebehoeften. Deze komen we nu tegen in de maatschappij, maar zullen in de toekomst waarschijnlijk verder gepolariseerd raken.

Doelgroep en inclusie

Transparantie over sensorgebruik geeft burgers argumenten. In een democratie is informeren over sensoren essentieel, maar sommige mensen vertrouwen op gemeentelijke uitleg. Bewustmaking kan echter ongewenste reacties oproepen.

Apathie

Mensen tonen weinig emotie en meningen over sensoren, wat leidt tot apathie. Acceptatie van sensoren in de publieke ruimte komt voort uit het idee van controle en voordelen, mits duidelijk gecommuniceerd.

In de volgende stukken zullen we de verschillende stappen concreter maken door ze uit te leggen, en de resultaten hiervan te delen.

6.3 Contextuele factoren

De contextuele factoren zijn samengesteld uit de inzichten die we uit de verschillende onderzoeksporen hebben gedestilleerd. Ze geven richting aan wat er speelt op dit moment, en hoe contexten en gebeurtenissen de toekomst zullen vormgeven.

Transparantie en vertrouwen

Burgers willen inzicht in de verzamelde data en acties achter sensoren. Overheidstaak: verklaren sensorkeuzes, vertrouwen winnen met consistent handelen. Transparantie over risico's en mogelijkheid tot data-eigenaarschap zijn cruciaal.

De contextuele factoren zijn onderverdeeld in zes verschillende thema's. Deze onderverdeling is gemaakt op basis van de inhoud van de inzichten. Hier worden alleen de hoofdinzichten van deze thema's gepresenteerd. De volledige lijst van contextuele factoren kan je vinden in bijlage A2.

Doel van de sensor

Sensoren worden geaccepteerd tijdens drukke evenementen voor veiligheid. Toekomstige stedelijke drukte rechtvaardigt sensoren. Veiligheid, vooral voor kwetsbare groepen, rechtvaardigt sensorgebruik. Controle door sensoren leidt tot een verlangen naar escapisme. Efficiëntie en snelheid in de samenleving nemen toe door sensorontwikkelingen. Privacypercepties worden beïnvloed door buitenlandse voorbeelden. Wantrouwen over sensorresultaten ontstaat door gebrek aan begrip en transparantie.

Doel van de communicatie

Burgers tonen weinig motivatie voor sensoren in de publieke ruimte door onwetendheid en andere prioriteiten. Ondanks toenemend bewustzijn blijft kennisachterstand op alle niveaus, van beleid tot burgers, bestaan.

Praktische uiting van de communicatie

Gewenning vermindert aandacht en bewustzijn voor innovaties. Toenemende objecten in de publieke ruimte vergroten de spanning tussen ethiek en esthetiek. Menselijke betrokkenheid en eigen regie bevorderen vertrouwen in sensorgebruik. In een participatiemaatschappij is informatiedeling essentieel. Vertrouwen wordt versterkt door duidelijkheid over sensorbezit en herkenning van de organisatie.

6.4 Driving forces

De volgende stap binnen de Vision in Product methode is het clusteren van contextuele factoren op thematiek en relevantie voor de toekomst. We beschrijven deze toekomstige context aan de hand van 7 driving forces. Dit zijn de 'drijvende krachten' die het gedrag, de behoeften of de belangen van burgers rondom de communicatie over sensoren in de toekomst zullen gaan beïnvloeden.

1. Het openen van het debat, en het teruggeven van de regie aan de burger is de basis van de democratie

2. Mensen moeten op de hoogte worden gesteld (door de overheid) over het gebruik van sensoren

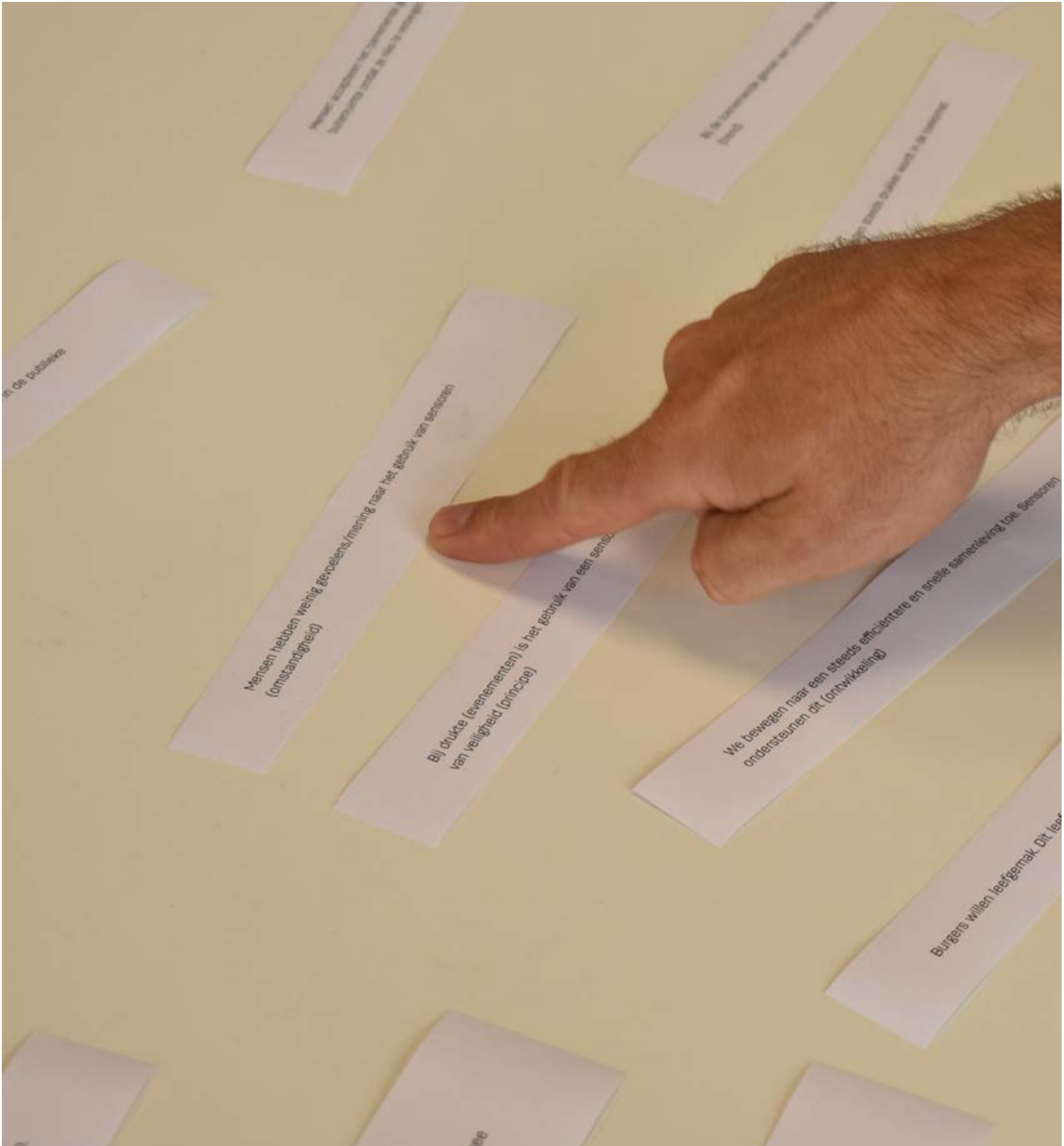
3. Er is een gemis aan interesse over sensoren en haar gebruik

4. Mensen moeten de keuze hebben zich te onttrekken aan sensoren

5. Er is een heersend gevoel van wantrouwen naar sensoren toe en het eigenaarschap hierover

6. Sensoren zijn de beste optie voor de vergroting van het leefgemak

7. Het vertrouwen in systemen kan alleen worden gewaarborgd door een menselijke maat



1. Het openen van het debat, en het teruggeven van de regie aan de burger is de basis van de democratie

Deze drijvende kracht draait om het waarborgen van democratie door burgerparticipatie in besluitvorming. Om ontwikkelingen en beleid beter te laten aansluiten op de leefwereld van burgers, is actieve betrokkenheid en het erkennen van diverse perspectieven cruciaal. De groeiende polarisatie in Nederland benadrukt de noodzaak van publieke debatten voor burgerlijk eigenaarschap. In termen van sensorcommunicatie is tweezijdige communicatie essentieel. Vooraf informeren en inspraak mogelijk maken vergroot het vertrouwen, zij het met het risico van overheids'onkunde'. Tijdens implementatie biedt communicatie transparantie, terwijl achteraf informeren cruciaal blijft voor leren en toekomstige betrokkenheid.

Wat betekent deze driving force?

Een democratie wordt gewaarborgd door de participatie die burgers hebben in besluitvormingen. Overheden, provincies, en gemeenten implementeren ontwikkelingen en beleid met de belofte dat deze iets toevoegen aan het leefgemak van burgers. Maar om zeker te weten dat de ontwikkelingen en beleidsvorming aansluiten bij de leefwereld van de burgers, is het belangrijk dat zij hun stem kunnen laten horen. Maar ook dat deze stemmen gehoord worden.

De polarisatie in Nederland wordt groter, waardoor er vanuit meerdere perspectieven een geluid te horen zal zijn. Het zal niet te verwachten zijn dat deze polarisatie in de toekomst minder wordt, noch dat je door het openen van een publiek debat de problematiek rondom polarisatie zal oplossen. Maar om vertrouwen van burgers te vergroten, en acceptatie van beleid te vergroten, zorgt het openen van een (publiek) debat voor burgerlijk eigenaarschap over ontwikkelingen.

Wat houdt het in qua communicatie over sensoren?

Gekeken naar deze driving force, is het belang van tweezijdige communicatie groot. Burgers moeten op de hoogte worden gesteld van ontwikkelingen op het gebied van sensoren in

hun omgeving. Naast informeren is het gesprek aangaan over deze ontwikkelingen van belang. Het moment van informatieoverdracht is hier bepalend voor.

Communicatie voordat een ontwikkeling geïmplementeerd wordt geeft ruimte voor publieke inspraak en kan het vertrouwen in de overheid en de ontwikkeling vergroten. Maar dit kan ook juist een gevoel van onkunde van de overheid geven, omdat burgers de afwegingen zien achter bepaalde keuzes. Hierdoor hebben ze ook meer om op te schieten.

Communicatie tijdens het gebruik en implementatie van sensoren geeft een gevoel van transparantie voor burgers, omdat ze weten waarom iets gebeurt, en voor hoelang. Communicatie achteraf is in principe te laat, maar nog steeds nodig. Het is belangrijk om burgers mee te nemen in besluitvormingen zodat ze goed geïnformeerd zijn voor toekomstige ontwikkelingen. Hieruit kunnen burgers zien wat de overheid heeft geleerd, en wat ze zullen veranderen in de toekomst.

2. Mensen moeten op de hoogte worden gesteld (door de overheid) over het gebruik van sensoren

Deze drijvende kracht benadrukt de behoefte van mensen om te begrijpen waarom sensoren in de publieke ruimte worden ingezet. Transparantie over het sensorgebruik en eigenaarschap is hierbij cruciaal, en de verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij de overheid en gemeenten als eigenaren van de sensoren. Burgers hebben niet de neiging om zelf informatie op te zoeken; het moet hen proactief worden gepresenteerd, waardoor hun inspanning minimaal en voornamelijk reactief is. Eigenaarschap speelt een grote rol, waarbij mensen willen weten wie achter de sensoren en systemen zit om vertrouwen te vergroten. Communicatie moet laagdrempelig, effectief en direct zijn, met de nadruk op het publieke nut van sensoren en het bijbehorende eigenaarschap. Timing van communicatie kan voorafgaand aan implementatie, tijdens, of reflecterend achteraf plaatsvinden.

Wat betekent deze driving force?

Deze driving force speelt in op de behoefte van mensen om te willen weten en te willen snappen waarom sensoren worden ingezet in de publieke ruimte. Hierbij is transparantie over het nut van een sensor van belang, evenals transparantie over het eigenaarschap van de sensoren en systemen. De verantwoordelijkheid om geïnformeerd te worden ligt in dit geval ook bij de eigenaar van de sensoren: de overheid en gemeenten. Binnen deze driving force hebben burgers niet de behoefte om zelf informatie op te zoeken, maar het moet gepresenteerd worden aan ze. Hierdoor blijft de inspanning voor deze doelgroep laag, en voornamelijk reactief.

Eigenaarschap is binnen deze driving force van groot belang. Mensen hebben de behoefte om te weten wie er achter de sensor en de systemen daarachter zit. Het op de hoogte gesteld worden wat er gaat gebeuren in een bepaald gebied moet ook van de eigenaar komen. Het moet niet als tweedehands informatie bij de burger aankomen. Transparantie hierover vergroot het vertrouwen in de systemen en de inzet. De transparantie en de communicatie kan op verschillende momenten: voorafgaand de implementatie, tijdens, of reflecterend achteraf.

Wat houdt het in voor de communicatie over sensoren?

Voor de communicatie houdt dit in dat mensen op een laagdrempelige, effectieve en duidelijke manier geïnformeerd moeten worden over de sensoren. Het is belangrijk om te beseffen dat mensen niet uit intrinsieke waarde informatie gaan opzoeken, en daarom is het van belang dat mensen op een laagdrempelige en sporadische manier tegen communicatie aanlopen.

De communicatie moet daarom ook direct zijn, omdat mensen niet de tijd willen nemen om echt iets grondig door te nemen. De hoofdboodschap moet bestaan uit het (publieke) nut van een sensor, en het eigenaarschap hiervan.

3. Er is een gemis aan interesse over sensoren en haar gebruik

Deze drijvende kracht wordt gekenmerkt door een algemeen gebrek aan interesse en motivatie rondom sensoren in de publieke ruimte. Mensen lijken onverschillig en accepteren het bestaan van data-genererende sensoren, vooral als ze als minder privacygevoelig worden beschouwd, zoals die in afvalbakken. Er heerst een gevoel van machteloosheid over deze sensoren, wat resulteert in apathie. De snelle ontwikkelingen in sensortechnologie worden niet breed begrepen, en er is een gebrek aan kennisverspreiding vergelijkbaar met technologieën zoals AI. In termen van communicatie is het momenteel cruciaal om de informatie minimaal te houden, waarbij het bewustzijn over sensoren eerst moet worden vergroot voordat verdere communicatie plaatsvindt binnen deze doelgroep van apathische individuen.

Wat betekent deze driving force?

Over het algemeen mist er interesse over sensoren en de systemen. Mensen nemen het voor lief dat er data wordt gegeneerd in de openbare buitenruimte. Dit is voornamelijk zo wanneer het gaat om sensoren die minder privacygevoelig zijn, zoals de sensoren in afvalbakken die alleen maar iets “goeds” te bieden hebben.

Naast en door een gemis aan interesse is er een gebrek aan motivatie om zich informatie toe te eigenen over de sensoren en de systemen daarachter. Er heerst dan ook het gevoel dat mensen toch geen regie hebben over deze sensoren, dus waarom zouden ze zich druk maken over sensoren in de publieke ruimte? Het is er nou eenmaal, en daar horen we ons bij neer te leggen.

Deze driving force is het beste te omschrijven als het gevoel van apathie rondom sensoren.

De ontwikkelingen rondom sensoren gaan snel. Zo snel, dat de maatschappij nog niet de kans heeft gehad om kennis hierover breed uit te dragen. Waar technologische kennis aan de ene vanaf jongs af aan wordt vergroot, valt deze tak van technologie daarbuiten. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van AI op telefoons. Kinderen leren hier vanaf jonge leeftijd mee omgaan.

Wat houdt het in voor de communicatie over sensoren?

De communicatie, gebaseerd op deze driving force, moet zo minimaal mogelijk zijn. De meeste, apathische mensen, zullen geen interesse hebben om veel en diepgaande informatie tot zich te nemen. Wanneer je gaat communiceren over sensoren, is het binnen deze doelgroep belangrijk dat er begonnen wordt met het vergroten van bewustzijn over sensoren. Van daaruit is er een mogelijkheid om uit te bouwen in de communicatie.

4. Mensen moeten de keuze hebben zich te onttrekken aan de sensoren

Deze drijvende kracht richt zich op het ideaalbeeld van een utopische, veilige bubbel waarin mensen zelf regie hebben over de inzet van sensoren en de verzamelde data. Het belang van context is hier cruciaal, waarbij acceptatie van sensorgebruik afhankelijk is van de situatie, bijvoorbeeld bij evenementen versus rustige winkeldagen. Regie over sensoren gaat hand in hand met de behoefte aan controle over de verzamelde data. Mensen willen begrijpen wat sensoren precies meten om zelf te beslissen of ze zich aan deze sensoren willen onttrekken. Communicatie moet gericht zijn op het vergroten van kennis en bewustzijn, waarbij informatie per sensor en contextindicaties nodig zijn, zodat individuen geïnformeerde keuzes kunnen maken.

Wat betekent deze driving force?

De utopie, een veilige bubbel waarin mensen zich kunnen onttrekken aan de sensoren is binnen deze driving force een ideaalbeeld. Het is belangrijk dat mensen eigen regie hebben over wanneer ze wel en niet geregistreerd worden. Hierbij is context van groot belang, omdat mensen op het ene moment de inzet van sensoren wel accepteren, en op andere momenten juist weer niet. Denk bijvoorbeeld aan grote evenementen in de stad, waarbij sensoren ingezet mogen worden ten behoeve van veiligheid, tegenover een rustige dag winkelen in diezelfde stad. In het tweede scenario wil iemand juist zijn of haar eigen ding doen.

De regie over de inzet van sensoren gaat gepaard met de behoefte om regie te hebben over de data die wordt opgehaald. Wanneer sensoren worden ingezet, willen mensen weten en snappen wat er precies wordt opgehaald, om op basis hiervan de keuze te maken of ze zichzelf aan de sensoren willen onttrekken. Om deze regie te kunnen faciliteren, is er eerst kennis en bewustzijn nodig van de mensen zelf.

Wat houdt het in voor de communicatie over sensoren?

Om de kennis en het bewustzijn te creëren die nodig is om de regie over sensoren en data te behouden, is het belangrijk dat mensen worden geïnformeerd over de gebruikte sensoren, en wat ze precies ophalen. Binnen deze driving force kan een indicatie per sensor nodig zijn, zodat iedereen per sensor en per context de afweging kan maken zichzelf aan deze sensor te onttrekken.

5. Er is een heersend gevoel van wantrouwen naar sensoren toe en het eigenaarschap hierover

Deze drijvende kracht wordt gekenmerkt door argwaan tegenover het gebruik van sensoren, de systemen erachter en het eigenaarschap. Gebrek aan begrip over het nut van sensoren voor het vergroten van het leefgemak leidt tot een gevoel van verloren regie in de publieke ruimte, wat argwaan en aversie veroorzaakt. Mensen ervaren de controle van de overheid als opdringerig en vergelijken dit met een dictatoriale staat. Het algemene gebrek aan vertrouwen in overheidsinstanties maakt gesprekken met deze instanties vaak ineffectief. Daarom is communicatie met medebewoners essentieel, waarbij verschillende perspectieven worden betrokken om een holistisch beeld van sensoren en hun gebruik te bieden. Het benadrukken van fouten als leermomenten draagt bij aan inzicht en communicatie over hoe problemen worden aangepakt.

Wat betekent deze driving force?

Binnen deze driving force bestaat er voornamelijk argwaan tegenover het gebruik van sensoren, de systemen daarachter (zoals dataverwerking), en het eigenaarschap over dit systeem. Er bestaat geen tot weinig begrip waarom sensoren worden ingezet als de efficiëntste manier om het leefgemak van burgers te vergroten.

Mensen hebben het gevoel de regie over de publieke ruimte te zijn verloren, omdat ze niet meer ontkomen aan de controle van de overheid. Het is er nu eenmaal, vaak verborgen, en dat wekt argwaan op. Daarnaast is er een aversie tegen het controlerende karakter van sensoren. Mensen hebben het gevoel niets meer te kunnen doen zonder bekeken te worden. Hierbij wordt vaak de connectie en vergelijking gemaakt met een dictatoriale staat.

Wat houdt het in voor de communicatie over sensoren?

Omdat er over het algemeen weinig vertrouwen is in de verschillende lagen van de overheid (zoals provincies, en gemeenten) slaat een gesprek met deze instanties niet altijd aan. Door het gemis aan vertrouwen zullen mensen vaak het gevoel hebben dat er onwaarheden worden verteld. Een gesprek met medebewoners over de casuïstiek van

sensoren en de inzet hierbij is van belang.

De communicatie moet verschillende perspectieven en partijen bevatten, om een zo compleet en holistisch mogelijk beeld te krijgen van de sensoren en haar gebruik. Er is vaak veel aandacht voor de momenten en situaties waarbij er dingen fout gaan. Dit zijn belangrijke leerlessen en momenten van communicatie overdracht, om inzichtelijk te maken waarom iets fout is gegaan, en hoe het weer opgepakt kan en zal worden.

6. Sensoren zijn de beste optie voor de vergroting van het leefgemak

Deze driving force draait om het geloof dat sensoren de optimale manier zijn om het welzijn van burgers te vergroten. De inzet van sensoren wordt gezien als de sleutel tot een veiliger, gemakkelijker en efficiënter leven. Binnen dit gedachtegoed is het niet noodzakelijk dat mensen begrijpen hoe de systemen en sensoren precies werken; het vertrouwen ligt in het besef dat deze technologieën voordelen opleveren. Communicatie binnen deze context vereist niet per se diepgaande kennis van de technologie, maar het benadrukken van de positieve impact op het dagelijks leven om het vertrouwen te behouden.

Wat betekent deze driving force?

Het gedachtegoed dat leidend is binnen deze driving force, is het gedachtegoed dat sensoren de beste optie en manier zijn om het leefgemak van burgers te vergoten. Het gebruik van sensoren zal ervoor zorgen dat mensen veiliger, makkelijker en efficiënter kunnen leven.

Wat houdt het in voor de communicatie over sensoren?

Binnen deze driving force hoeven mensen niet eens te weten hoe de systemen en sensoren in elkaar zitten, zolang ze maar weten dat het hen iets brengt. Ze vertrouwen erop dat het goed gaat, en dat de systemen goed worden ingezet.

7. Het vertrouwen in de systemen kan alleen worden gewaarborgd door een menselijke maat

Binnen deze driving force aanvaarden mensen over het algemeen het gebruik van sensoren in de publieke ruimte, op voorwaarde dat de systemen menselijke controle behouden. Elke opgehaalde, geanalyseerde, en verwerkte sensorinformatie moet door menselijke controle worden geverifieerd op mogelijke fouten. Deze controle kan worden uitgevoerd door een transparante overheid, externe partijen of burgers zelf, zoals bij burgergebouwde sensoren. Communicatie moet mogelijkheden voor controle benadrukken, met transparantie op verschillende niveaus, van technische specificaties tot algoritmes. Het moet begrijpelijk zijn zonder te technisch te worden, en de menselijke maat moet worden benadrukt, met gelijkwaardige communicatie van de overheid naar burgers om vertrouwen te behouden.

Wat betekent deze driving force?

Binnen deze driving force accepteren mensen over het algemeen het gebruik van sensoren in de publieke ruimte. Er is een voorwaarde, en dat is dat de systemen worden gecontroleerd met een menselijke maat. Alles wat een sensor ophaalt, analyseert en verwerkt, moet met een menselijk oog worden gecontroleerd op eventuele fouten.

Deze controle kan worden uitgevoerd door een transparante overheid, externe partijen of door burgers zelf. Een goed voorbeeld hiervan is de inzet van meteorologische weersystemen, waarbij de meeste weersverwachtingen gebaseerd worden op een select aantal plekken in Nederland. Om dit te kunnen controleren, zijn burgers haar eigen sensoren gaan bouwen aan de hand van bouwtekeningen en instructies vanuit de gemeente. Door deze toerijking aan kennis, en het erkennen van een mismatch tussen vraag en aanbod, is er controlerende, en menselijke partij ontstaan.

Wat houdt het in voor de communicatie over sensoren?

Voor communicatie binnen deze driving force is het belangrijk dat er mogelijkheden zijn tot controle. Wat hiervoor nodig is, is transparantie over de systemen en sensoren. Deze

transparantie komt voor op verschillende levels, van technische specificaties van een sensor (wat kan deze wel en wat kan deze niet?), tot de algoritmes die data verwerken. Het moet inzichtelijk worden gemaakt voor mensen wat er precies gebeurt, zonder dat het te technisch wordt.

Ook hier, in de communicatie, komt de menselijke maat terug: burgers moeten op een menselijke en gelijkwaardige manier worden aangesproken. De overheid moeten laten zien dat ze op gelijke voet staan met de burgers, en dat ze hierdoor open staan voor externe controle.

6.5 Framework

De zeven beschreven driving forces vormen samen de context en houding van burgers ten opzichte van sensoren en de communicatie hierover. In de volgende stap van het ViP proces breng je de samenhang tussen deze verschillende driving forces in kaart, door deze ten opzichte van elkaar te plaatsen. Dit vormt samen het framework.

Wat kan je met zo’n framework?

Dit framework dient als referentiekader voor de volgende stappen. Het gekozen framework toont vier verschillende houdingen en doelgroepen voor dit thema, wat gebruikt kan worden als houvast voor de communicatie.

De verschillende assen

De driving forces kunnen op verschillende manieren aan de hand van overkoepelde thema’s verdeeld worden, deze verdeling vormt de basis voor de assen van het framework.

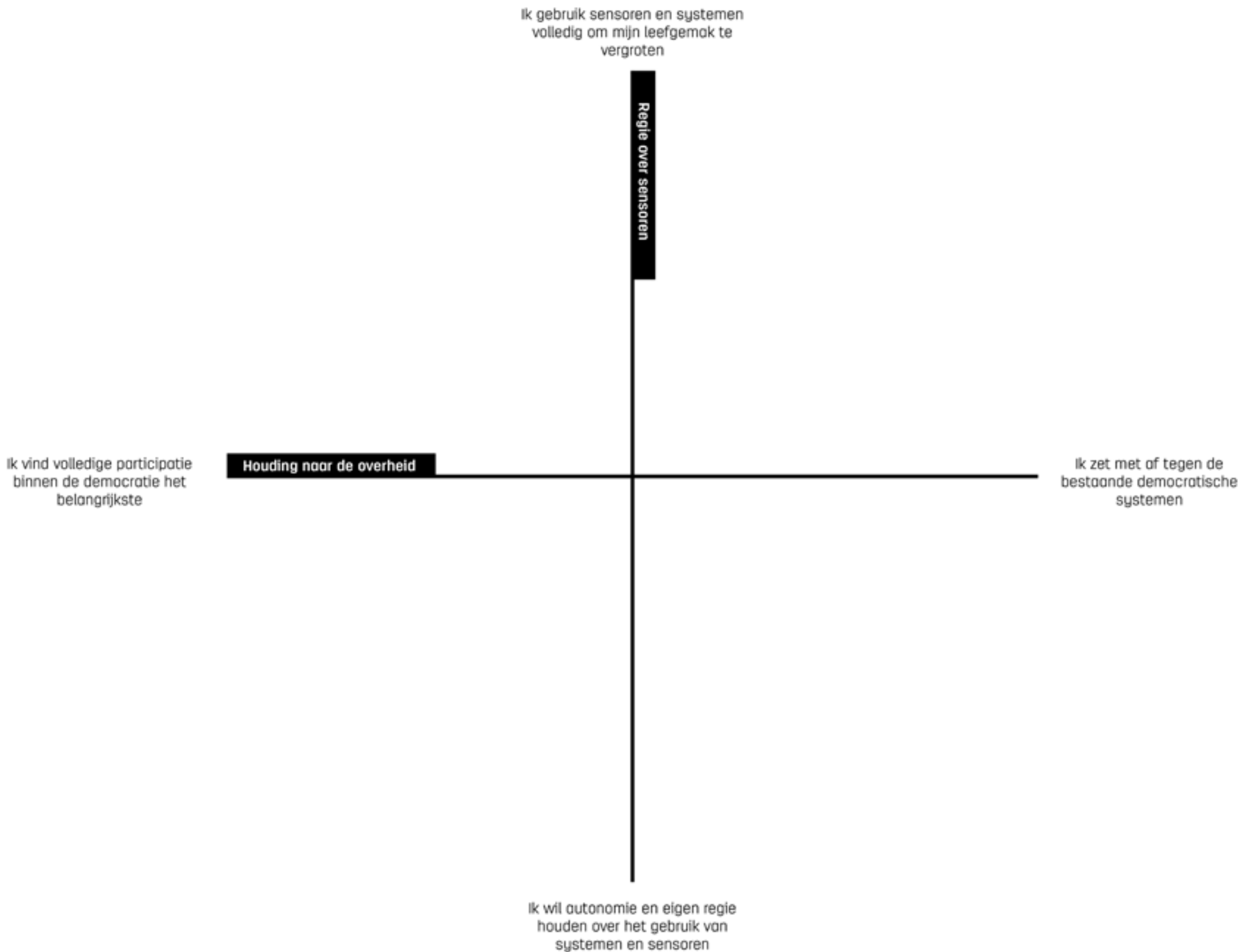
Het framework

Op de horizontale as wordt de houding tegenover het participeren in de democratie en het gevoel van vertrouwen in de overheid geplot. Een van de pijlers van een democratische maatschappij is de mogelijkheid om instemming te hebben in vraagstukken die geïmplementeerd worden

door de overheid. Aan de linkerkant van deze as is een groep die hierin graag participeert, met het gedachtegoed dat er vertrouwen is in de overheid dat er iets met deze participatie gedaan wordt. Vertrouwen in de overheid, provincies en gemeenten is hierbij van belang. Aan de rechterkant van deze as komt het wantrouwen tegenover de overheid en de

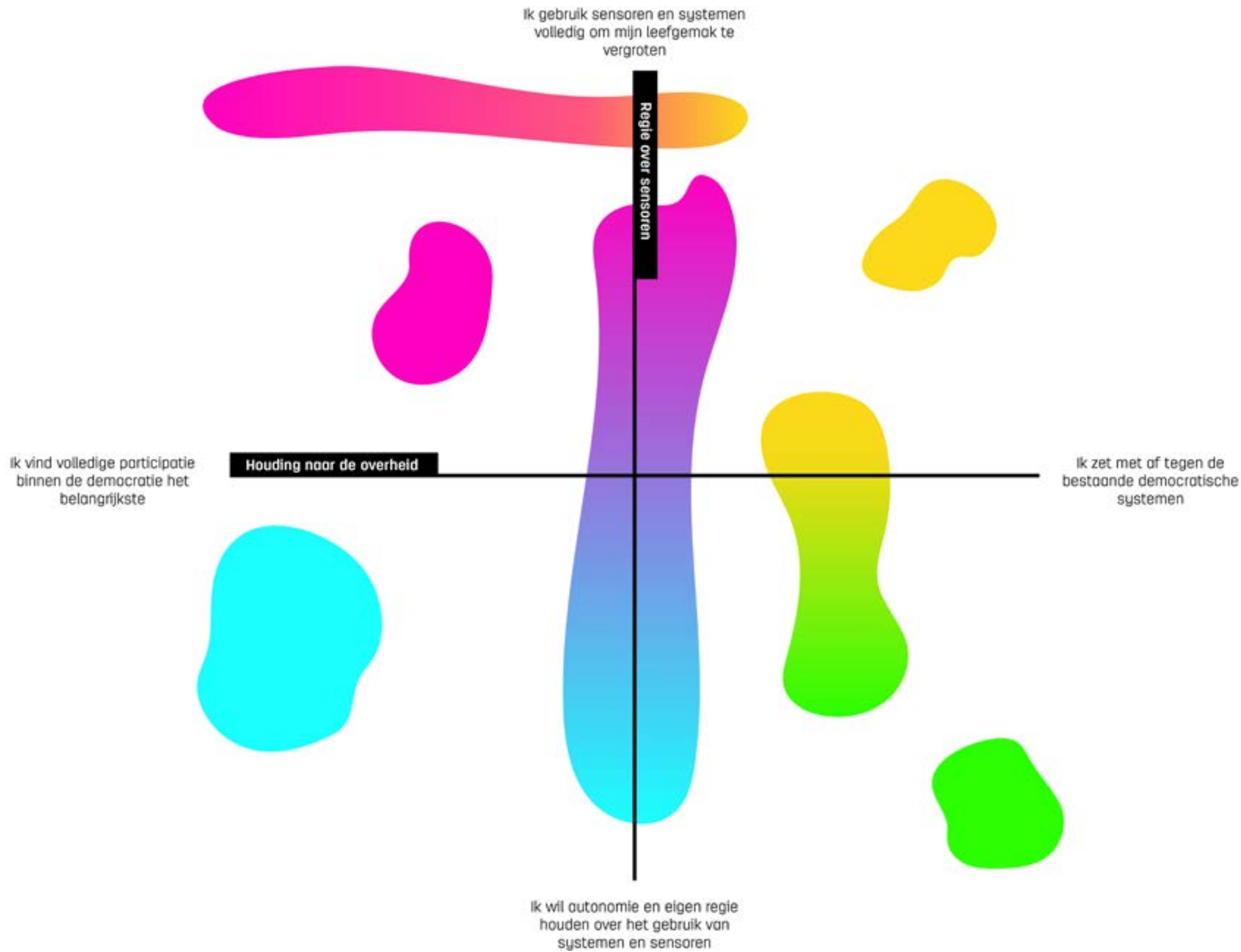
gebruikte systemen naar boven. Burgers die resoneren met deze kant van de as onttrekken zich het liefste aan de participatie van de democratie, omdat ze er geen vertrouwen in hebben dat er iets met deze participatie gedaan wordt.

Op de verticale as wordt de welwillendheid tegenover het gebruik van sensoren in de publieke ruimte geplot. De belofte waarmee sensoren worden geïmplementeerd in de publieke ruimte gaat over het gegeven dat de sensoren het leefgemak van burgers vergroot. Aan het ene uiterste van de as gebruiken burgers de sensoren om hun leefgemak te vergroten. De acceptatie van deze systemen is groot en mensen maken er graag gebruik van. Aan de andere kant is er juist meer behoefte aan autonomie en regie over de systemen. Hier willen mensen zich kunnen onttrekken aan de sensoren en de systemen. De acceptatie is aan deze kant minder, en mensen willen de mogelijkheid hebben niet mee te gaan in de wereld van sensoren.



6.6 Communicatie doelgroepen

Gezamenlijk vormen deze twee assen vier kwadranten. Deze kwadranten omschrijven allemaal een doelgroep, verschillend in houding tegenover sensoren en het participeren in de democratie. Per kwadrant worden houdingen, meningen, en manieren van aanspreken beschreven.



In deze wereld zijn de systemen en sensoren van de overheid, maar is de opgehaalde data van de burger zelf.

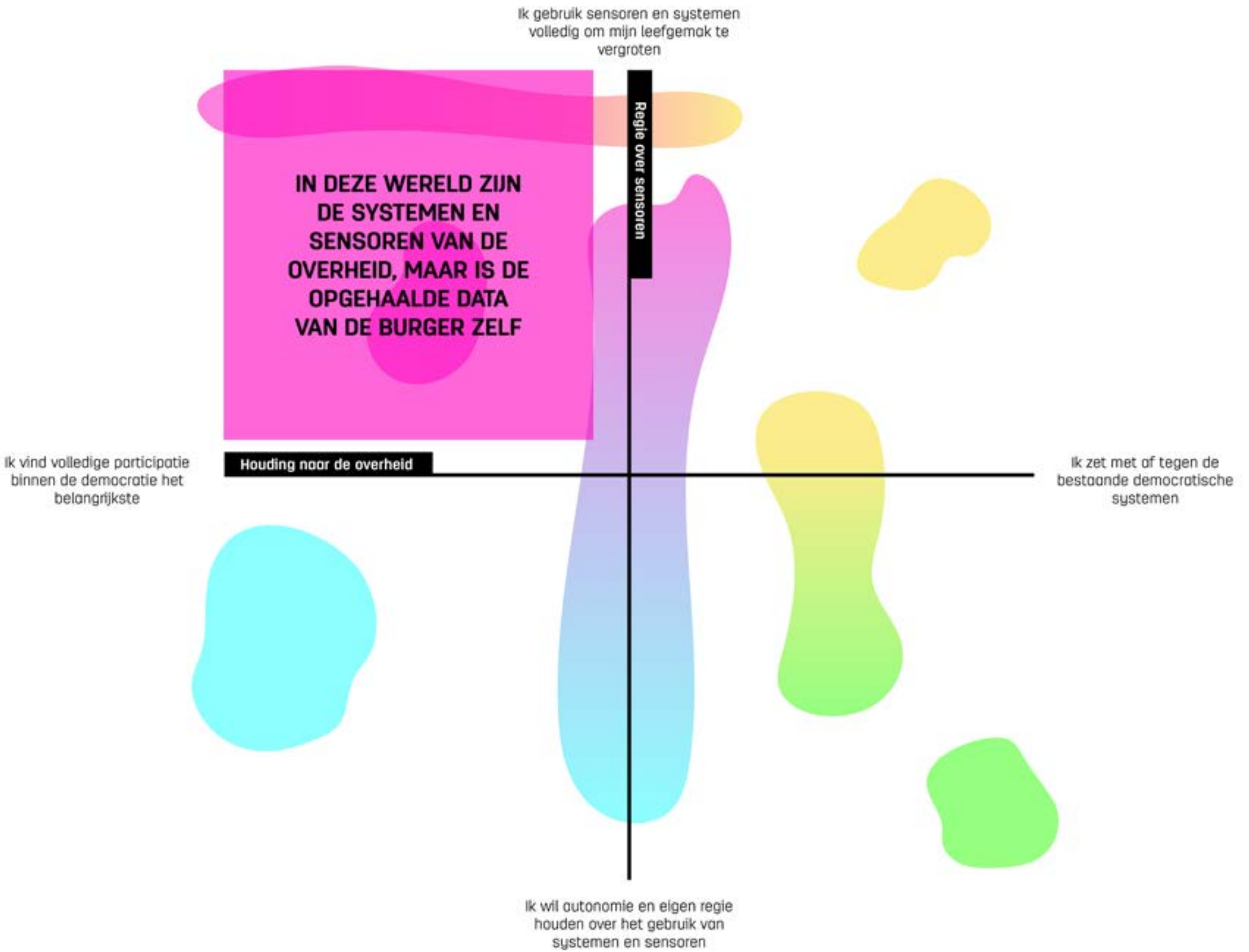
De burgers binnen deze doelgroep willen graag participeren in de democratie, om het beste voor henzelf en het collectief eruit te halen. Daarnaast accepteren en omarmen ze de implementatie van sensoren in de publieke ruimte.

Om deel te kunnen nemen aan de democratie, en enigszins inspraak te hebben over de implementatie van sensoren, is het belangrijk dat deze doelgroep iets van kennis heeft over de implementaties. Ze vinden het voornamelijk belangrijk dat een sensor hen iets kan brengen, en dat ze weten welke informatie daarvoor nodig is. Ze accepteren de systemen, en vinden het goed dat het eigenaarschap bij de overheden en gemeentes ligt, maar ze willen nog wel inspraak en de mogelijkheid om hun zegje te doen.

Communiqueer het nut van de sensoren! Waarvoor dienen ze, en wat heeft de burger hier zelf aan? Op welke manier kunnen de burgers zelf informatie ophalen om hun leefgemak te vergroten?

Ook hier, in de communicatie, komt de menselijke maat terug: burgers moeten op een

menselijke en gelijkwaardige manier worden aangesproken. De overheid moet laten zien dat ze op gelijke voet staan met de burgers, en dat ze hierdoor open staan voor externe controle.



In deze wereld zetten burgers sensoren in om de overheid te controleren.

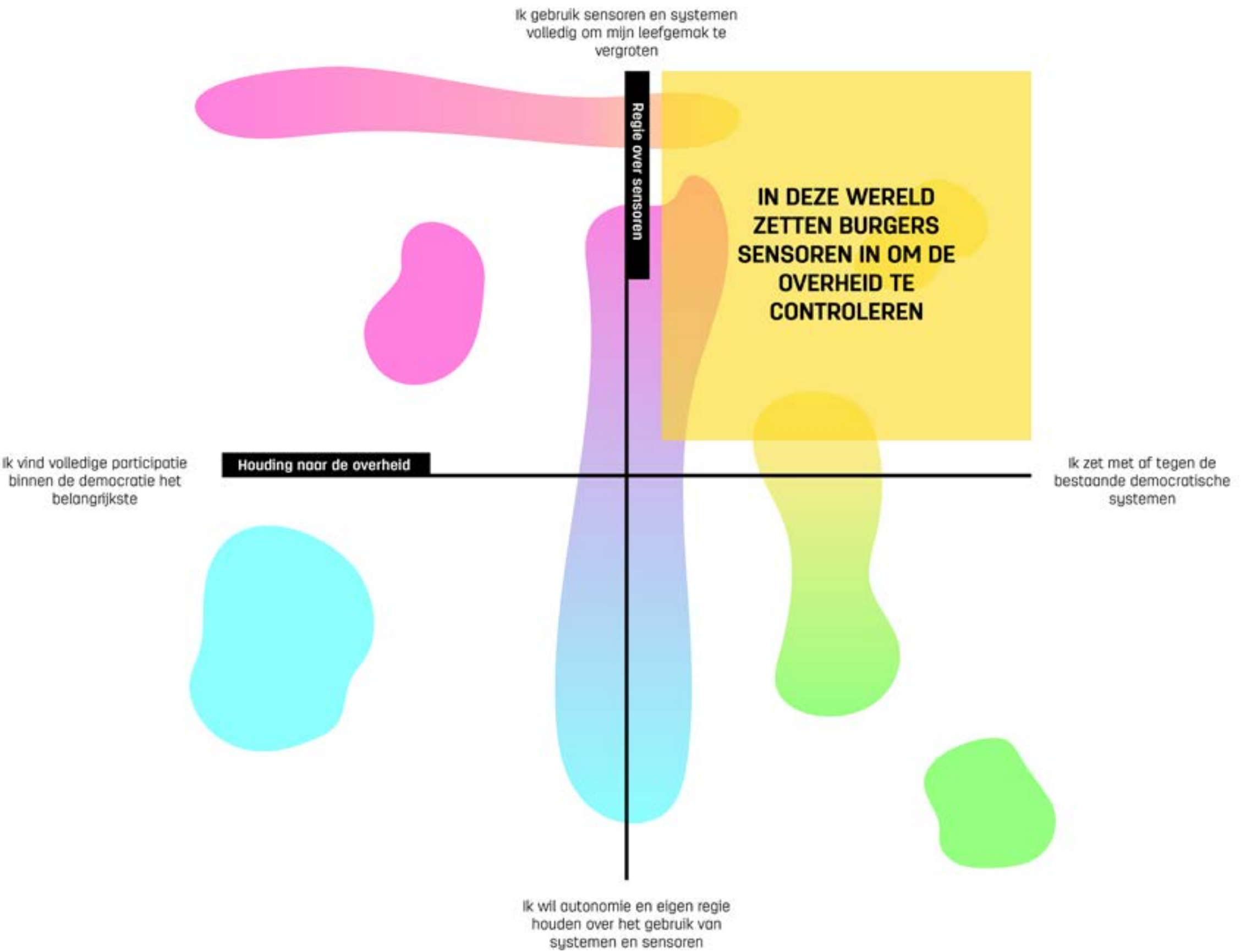
Binnen dit kwadrant accepteren burgers het gebruik van sensoren, mede omdat ze het nut van deze sensoren inzien. Er is echter weinig vertrouwen richting de overheid en het eigenaarschap dat zij hebben over deze sensoren en de systemen daarachter.

Om deze reden willen mensen zelf eigenaarschap ervaren over de sensoren en zetten ze deze ook regelmatig zelf in om de sensoren van de overheid te controleren. Ook zetten ze eigen sensoren in om hun standpunten extra lading te geven. Denk aan het inzetten van sensoren om te laten zien dat er te veel herrie is in de stad.

Voor deze doelgroep is het belangrijk om inzichtelijk te maken wat de sensoren van de overheid kunnen doen, wat hun mogelijkheden en limitaties zijn. Vaak kan het bij deze doelgroep helpen om het menselijke karakter van de systemen uit te leggen, wetende dat er altijd iemand is die de sensoren van de overheid kan controleren.

Laat mensen ervaren wat er achter de systemen en in de sensoren zit. Organiseer een workshop waarbij mensen de sensoren uit elkaar kunnen halen! Zo zien ze zelf wat er

speelt.



In deze wereld verzetten burgers zich tegen de inzet van sensoren en de systemen daarachter.

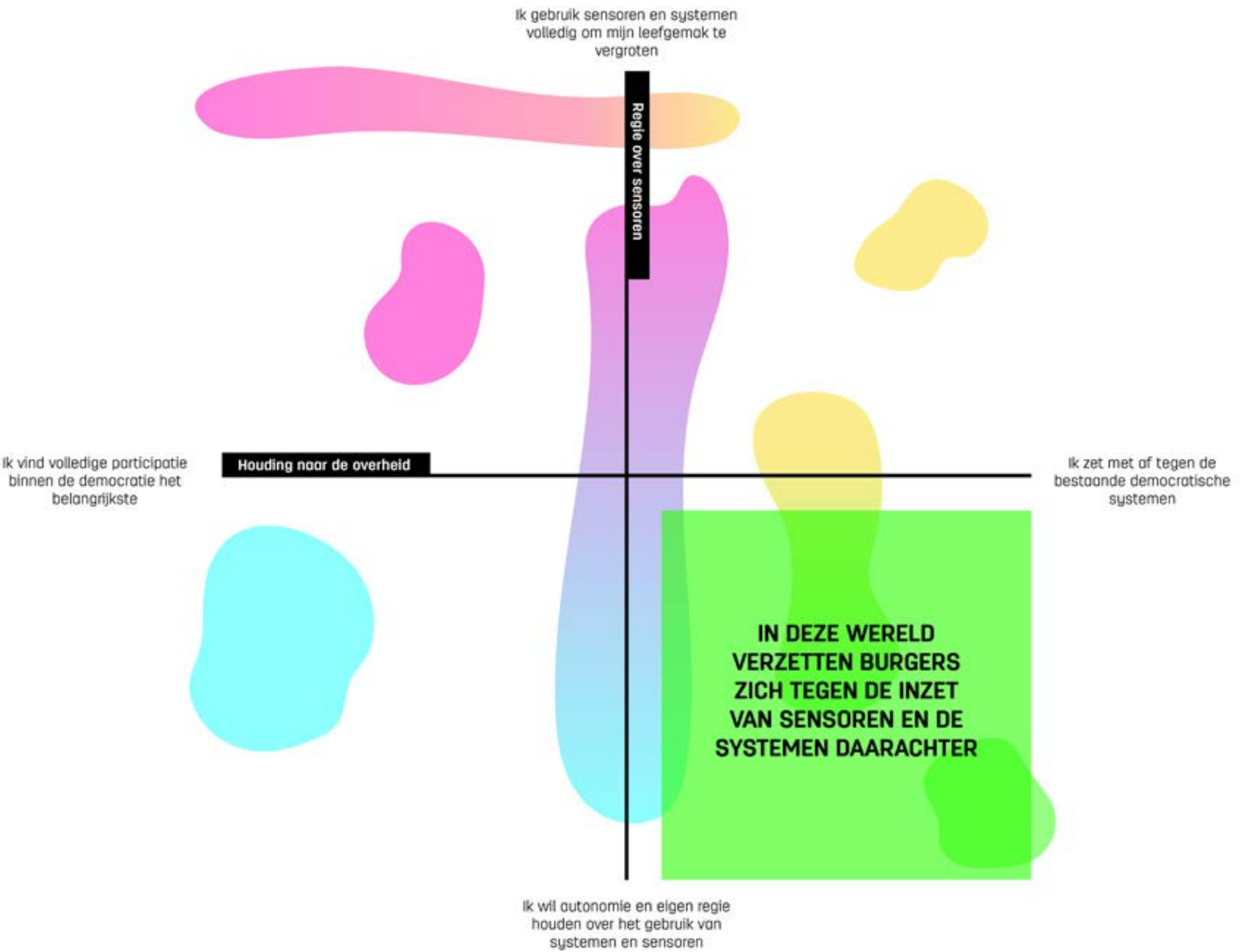
Binnen deze doelgroep is het zowel het vertrouwen in de overheid, als de welwillendheid om sensoren te gebruiken laag. Vooral de combinatie van de twee, sensoren onder de vlag van de overheid gaat niet samen. Volgens deze doelgroep hebben de sensoren van de overheid een controlerende functie, waaraan burgers zich onderhevig moeten maken. Er is binnen dit kwadrant daarom ook actief verzet tegen de sensoren en de systemen daarachter.

Communicatie vanuit gemeentes en overheden is binnen deze doelgroep niet effectief, omdat mensen deze communicatie niet makkelijk zullen geloven. Hoe kan je immers aantonen dat wat gecommuniceerd wordt ook de werkelijkheid is. Deze doelgroep trekt veel in twijfel. Hierom is het belangrijk dat de communicatie veelzijdig is, en ruimte biedt voor meerdere perspectieven. Laat meerdere kanten van het verhaal zien, om een zo holistisch mogelijke kijk op het thema te bieden.

Daarnaast kan het helpen om het gesprek tussen burgers te stimuleren. Laat bijvoorbeeld buurtbewoners met elkaar in gesprek gaan, om

de discussie vrij te openen over de sensoren die in hun wijk geplaatst (gaan) worden.

Stimuleer het gesprek tussen burgers over het onderwerp. Er is weinig vertrouwen in de overheid en haar systemen, dus maak het menselijk.

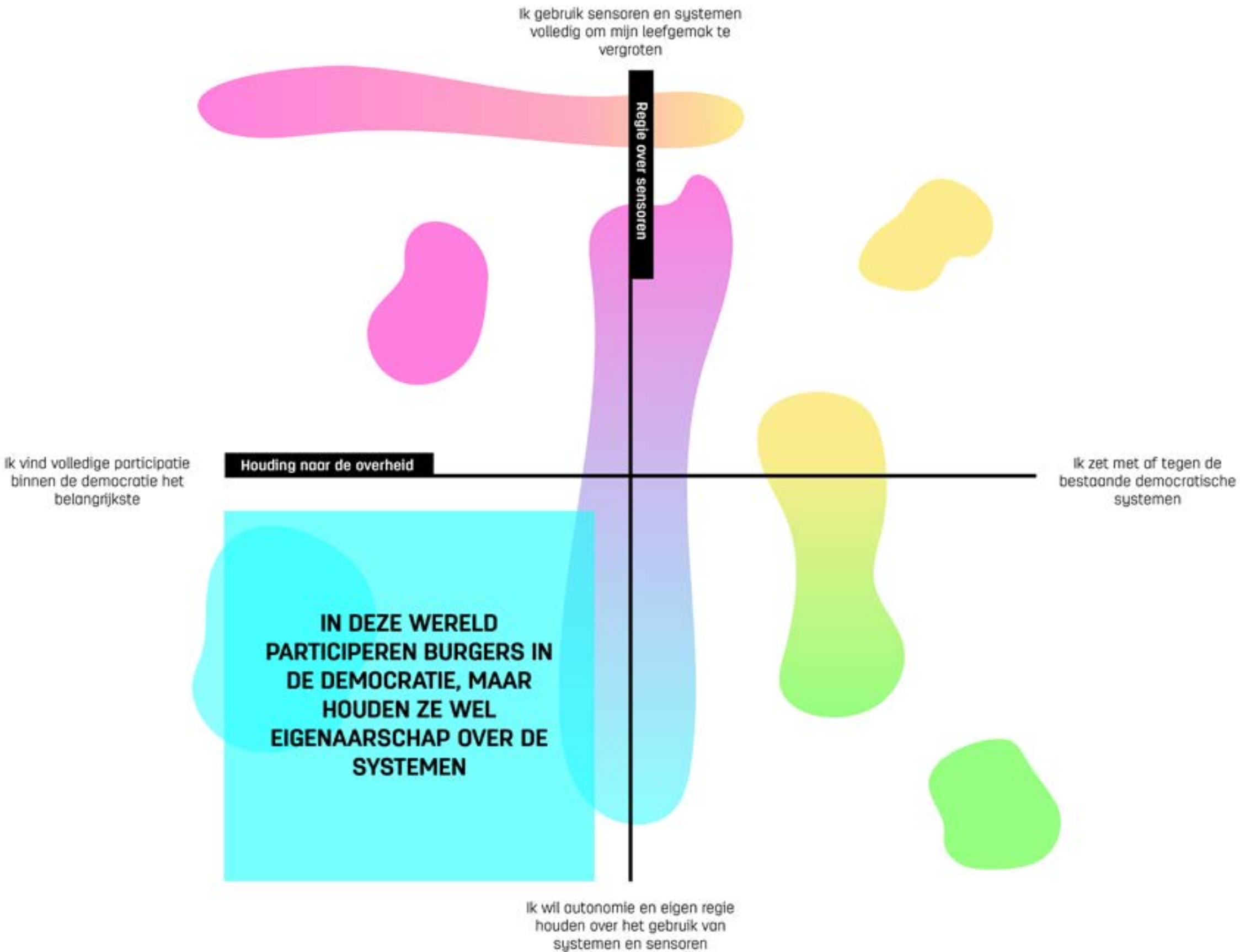


In deze wereld participeren burgers in de democratie, maar houden ze wel eigenaarschap over de systemen.

Binnen deze doelgroep is het participeren in de maatschappij van groot belang. Ze willen graag actief, of zelfs proactief, meedoen in de democratie. Er is hier dan ook vertrouwen in. Omdat deze doelgroep zo in de materie van participeren zit, vinden ze het belangrijk om hun meningen over het gebruik van sensoren te kunnen delen. Zijn sensoren wel altijd de goede manier om het collectieve leefgemak te vergroten?

Graag houdt deze doelgroep controle en regie over wat er in hun omgeving geïmplementeerd wordt. Daarom is het belangrijk om deze doelgroep al vroegtijdig in het proces mee te nemen. Enkel wanneer ze hier instemming over kunnen geven, kunnen zij eigenaarschap ervaren over de systemen.

Neem de burgers mee voordat de implementatie gebeurt. Participatie avonden om mee te denken over de systemen vergroot het eigenaarschap.



7. Conclusies en richtlijnen

7.0 Samenvatting

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de vier doelgroepen met verschillende standpunten ten aanzien van sensorimplementatie in de publieke ruimte:

- › Roze doelgroep: Positief, wil begrip, inspraak, en informatie;
- › Gele doelgroep: Accepteert nut maar wantrouwt overheid, wil zelf controle en begrip;
- › Groene doelgroep: Weinig vertrouwen, ziet sensoren als controlerend, actief tegen;
- › Blauwe doelgroep: Hecht aan participatie en democratie, wil controle en betrokkenheid.

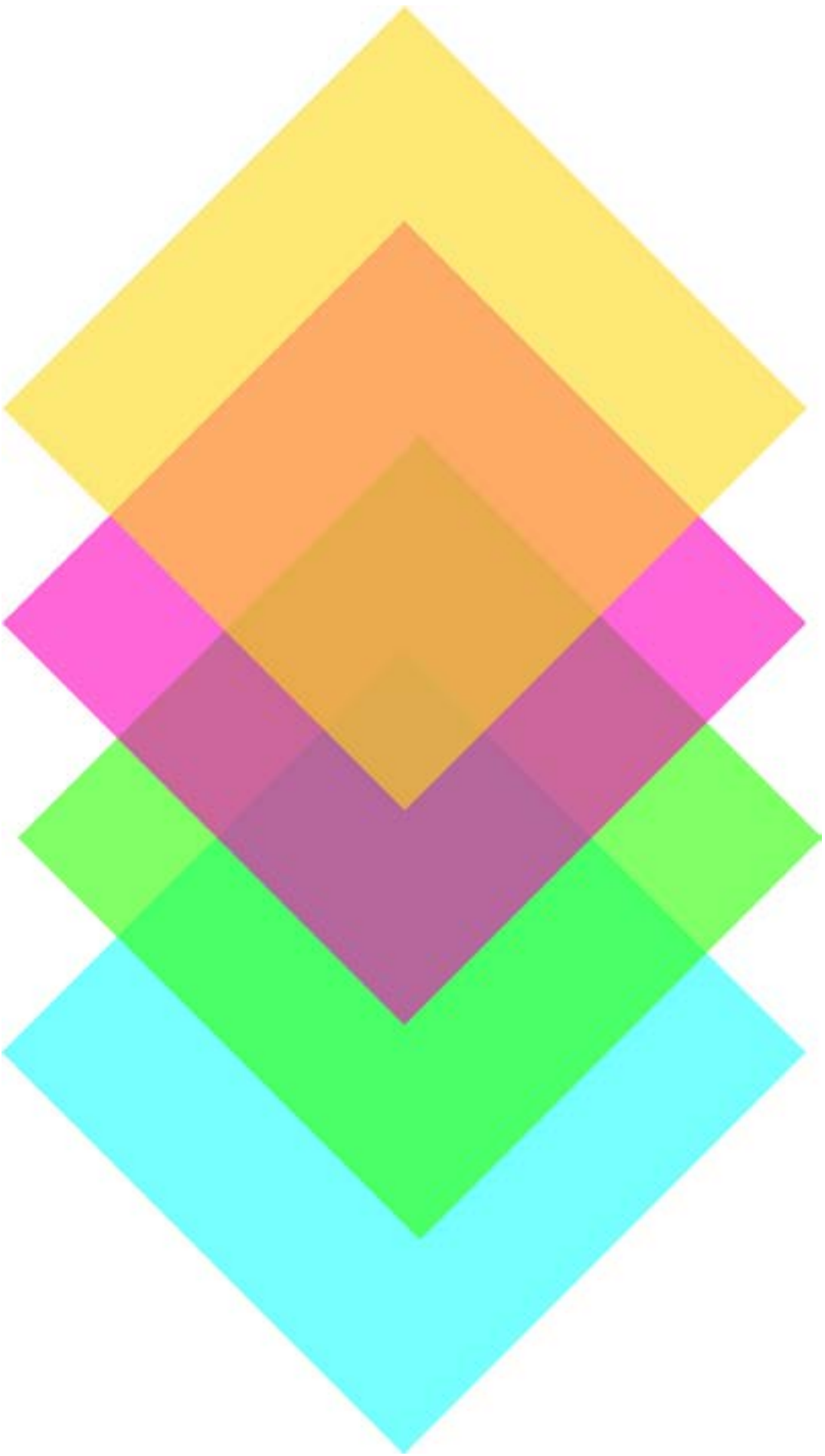
De communicatiebehoeften van deze doelgroepen benadrukken de noodzaak van een gelaagde strategie om alle doelgroepen te bereiken. Een inclusieve communicatie zorgt voor het bereiken van deze doelgroepen.

7.1 Inleiding

Dit hoofdstuk presenteert de belangrijkste inzichten en communicatiebehoeften per doelgroep. De doelgroepen zijn gebaseerd op het assenstelsel dat is ontstaan uit de verschillende onderzoekstrajecten. Ze weerspiegelen de samenleving van nu, maar ook de samenleving van de toekomst. Iedere doelgroep kent haar eigen kenmerken en behoeften, maar er zijn ook overkoepelende behoeften en aandachtspunten. Ook deze laatste worden hier beschreven.

7.2 Inclusiviteit van de communicatie en hoe spreek je iedere doelgroep aan?

Uit het onderzoek naar de behoeften, drempels en drijfveren van burgers rondom sensoren in de openbare buitenruimte en de communicatie daarover zijn vier doelgroepen gedefinieerd. Deze vier doelgroepen hebben allemaal hun eigen houdingen, gedragingen en behoeften rondom deze thematiek. Een inclusieve communicatie richt zich op alle vier de doelgroepen, en zorgt voor het ondervangen van de verschillende uitingen en meningen over de overheidssensoren.



De roze doelgroep

Deze doelgroep wil actief deelnemen aan de democratie en staat positief tegenover sensorimplementatie in de publieke ruimte. Ze hechten belang aan begrip van sensorimplementaties, willen profijt en inspraak, en waarderen het eigenaarschap van overheden. Ze willen geïnformeerd worden over het nut en de voordelen van sensoren voor hun levenskwaliteit.

De blauwe doelgroep

Deze doelgroep hecht aan maatschappelijke participatie en democratie, met vertrouwen in hun eigen rol. Ze delen meningen over sensoren en streven naar controle en vroegtijdige betrokkenheid om eigenaarschap te ervaren, alleen op deze manier kan een waardevolle inzet van sensoren gewaarborgd worden. Participatieavonden zijn essentieel.

De gele doelgroep

Deze groep accepteert het gebruik van sensoren vanwege hun nut, maar vertrouwt de overheid en het eigenaarschap over de sensoren niet. Ze willen zelf controle uitoefenen door bijvoorbeeld sensoren in te zetten voor monitoring en hun standpunten te versterken. Ze willen begrijpen wat de overheidssensoren kunnen en willen menselijke aspecten van de systemen begrijpen, met de mogelijkheid om sensoren te inspecteren.

De groene doelgroep

Deze doelgroep heeft weinig vertrouwen in zowel de overheid als het gebruik van sensoren, vooral als ze van de overheid zijn. Ze zien deze sensoren als controlerend en zijn er actief tegen. Effectieve communicatie vereist diversiteit, openheid voor meerdere perspectieven en het stimuleren van gesprekken tussen burgers om het thema menselijker te maken.

Wanneer het aankomt op communicatie zijn de behoeften divers. Het is belangrijk dat naar al deze behoeften geluisterd wordt. De gelaagdheid van een communicatiestrategie komt hierin naar voren. Aan de hand van verschillende lagen van communicatie kan iedere doelgroep worden aangesproken. In een volgende fase waarin concepten worden ontwikkeld staat de gelaagdheid om alle vier de doelgroepen mee te nemen in de communicatie centraal.

7.3 Algehele richtlijnen

Hoewel de doelgroepen en hun behoeften uit elkaar liggen, zijn er ook al overkoepelende en holistische richtlijnen op te stellen waaraan de communicatie moet voldoen. Deze principes, die in een latere fase verder uitgediept en aangevuld worden, moeten in elke vorm van communicatie naar voren komen. Deze worden op de volgende pagina toegelicht.

Duidelijkheid

Wees kort en bondig in je communicatie.

- › Wanneer je communiceert in de openbare buitenruimte kan je ervan uitgaan dat mensen niet lang de tijd hebben om zich te focussen op wat er gecommuniceerd wordt. Dit komt omdat ze ergens voor een reden zijn, en daardoor ook niet de mentale focus hebben om een boodschap te registreren. Er zit dan ook een groot verschil tussen snel en langzaam verkeer, waarbij snel verkeer de minste tijd heeft om een boodschap tot zich te nemen. Om deze reden is het belangrijk dat de communicatie in eerste instantie zo kort en bondig mogelijk moet zijn. Pas later in de gelaagdheid kan je de informatie uitbreiden, wanneer hier behoefte aan is.

Context

In welke context plaats je je communicatie?

- › Zorg ervoor dat er contextuele aspecten terugkomen in die communicatie om het begrip te vergroten.
- › Wanneer je gaat communiceren over nieuwe ingrepen, of focus wilt leggen op bestaande initiatieven, is het belangrijk dat je duidelijk maakt waar deze ingrepen en initiatieven plaatsvinden. Neem hierin de contextuele aspecten van de omgeving mee. Wanneer je wilt communiceren dat er in een bepaald gebied sensoren ingezet zullen worden, is

het belangrijk dat je ook duidelijk maakt over welk gebied dit gaat. Dit kan door het gebruik van een kaart, of het laten zien van kenmerkende eigenschappen van dat gebied.

Het gebruik van logo's

Schrikt het gebruik van een logo af? Of geeft het juist validatie?

- › Wanneer je communiceert over sensoren vanuit de gemeente of overheid, moet je bewust omgaan met het effect dat jouw logo heeft op de ervaring van de ontvanger. Aan de ene kant vergroot dit het vertrouwen, omdat het van een betrouwbare afzender komt. Aan de andere kant schrikt het juist af, omdat mensen iets verwachten of een negatief bericht verwachten. Wanneer er al weinig vertrouwen is in de overheid, zal een logo van deze overheid ook niet gelijk bevorderend werken. Het is in ieder geval altijd belangrijk om de afzender duidelijk te maken: wie heeft de sensor geplaatst, en wie is er verantwoordelijk voor de data?

Menselijke communicatie

Spreek personen aan op een menselijke en vriendelijke toon. Maar wees niet te lief.

- › Het menselijke aspect achter de sensoren en hoe deze gebruikt wordt, moet niet onderschat worden. Mensen verwachten en hopen dat er altijd een menselijke

controle op de systemen zit. Laat dit ook merken in de communicatie, dat je op een gelijkwaardige manier burgers aanspreekt. Laat zien dat je op dezelfde voet en lijn staat als de afzender met de ontvanger, anders komt de boodschap niet aan.

- › Naast deze algehele richtlijnen hebben we ook een verschil gezien in het medium van communicatie. Het medium is belangrijk omdat hierin de gelaagdheid voor de doelgroepen ook terug te vinden is. Elke doelgroep heeft een behoefte aan een bepaalde hoeveelheid informatie, en die informatie kan uitgespreid worden over verschillende manieren en uitingen van communicatie. Het is nou eenmaal niet haalbaar om diepgaande informatie over diens rechten te communiceren op een sticker bij een sensor. Hiervoor is een andere manier of platform nodig. Het onderscheid dat we maken voor de uitingen is als volgt:

Lokaal

Wat als er een centraal punt in de stad of omgeving is, waar alle communicatie plaatsvindt?

Fysiek

Wat als alle communicatie door fysieke uitingen plaatsvindt? Denk aan posters, kaarten, graffiti op de vloer, etc.

Digitaal

Wat als alle communicatie door digitale middelen plaatsvindt? Denk aan de TV, de mobiele telefoon, etc.

8. Van inzichten naar concepten

8.0 Samenvatting

Tijdens de ideation met de werkgroep werden concepten voor sensorcommunicatie ontwikkeld, gepresenteerd en gedivergeerd op basis van doelgroepen en communicatie-uitingen. Muzus verfijnde en versterkte deze ideeën, integreerde gedragsprincipes om weerstanden te overwinnen, en creëerde zes initiële concepten. Na validatie in de publieke ruimte werden drie definitieve concepten gevormd, gericht op fysieke, lokale en diepgaande communicatie over sensoren. Hoofdboodschappen werden via fysieke en digitale kanalen getest. Inzichten leidden tot communicatieprincipes en bouwstenen. Deze vormden de basis voor een handboek voor landelijke communicatierichtlijnen overheidssensoren. De validatie met de achterban beoordeelde de haalbaarheid en uitvoerbaarheid van het handboek binnen gemeenten en provincies.

8.1 Inleiding

Het ontwerpproces rond sensorcommunicatie onthult zijn kracht door concepten te ontwikkelen die tastbaar zijn voor mensen. De nadruk lag hierbij op het visueel en tastbaar maken van abstracte concepten. Deze benadering illustreert de effectiviteit van het betrekken en valideren van en met mensen in het creëren van impactvolle sensorcommunicatie.

8.2 Overzicht van het proces

Ideation met de werkgroep

Tijdens een sessie met het consortium, werden de inzichten van het onderzoek gepresenteerd en werden er concepten rondom de communicatie van sensoren bedacht. Aan de hand van de vier gedefinieerde doelgroepen, en de drie verschillende uitingen van communicatie (fysiek, lokaal en digitaal) werd er nagedacht over ideeën om de communicatie vorm te geven.

Het doel van deze concepten was niet om te dienen als eindproduct van dit project, maar als onderzoeksmiddel om tot concrete communicatierichtlijnen te komen.

Aan de hand van verschillende communicatieconcepten gaan we in gesprek met burgers over wat ze aanspreekt en wat niet. Uit deze gesprekken en ervaringen zullen we communicatierichtlijnen destilleren. De concepten zijn dus een middel tot dit eindresultaat te komen, en zijn met deze reden ook verschillend van aard (fysiek, digitaal, analoog, etc.)”

- Fragment uit tussentijdse presentatie over conceptringen

Ideation met Muzus en gedragsprincipes

De ideeën die werden bedacht tijdens de “ideation met de werkgroep”, werden intern bij Muzus verder gedefinieerd, samengevoegd en aangescherpt. Een belangrijke aanvulling en invulling van de concepten bestond uit de incorporatie van gedragsprincipes. Welke gedragsprincipes bij welk concept een rol spelen, werd onderzocht. Daarnaast werd gekeken hoe we deze gedragsprincipes konden gebruiken ter versterking van de concepten.

De concepten werden aangesterkt door in te spelen op welke weerstanden mensen ervaren als het aankomt op gedragsverandering. Wanneer iemand bijvoorbeeld zonder eigen

keuze gemonitord wordt door een sensor, kan dit weerstanden oproepen. Op het moment dat deze persoon de keuzevrijheid ervaart om hier iets mee te doen, kan dat dienen als informatieoverdracht over de data die gebruikt wordt.

Een van deze weerstanden heet reactance. Bij bepaalde concepten werd hierop ingespeeld. Bij reactance helpt het om keuzevrijheid te bieden. Zo geef je autonomie terug aan degene die hiermee in contact komt.

Reactance gaat over behoefte aan autonomie. Als iemand zegt dat we iets ‘moeten’ dan voelen we al meteen dat we dat niet meer willen. Je voelt je gedwongen tot bepaald gedrag en ervaart minder keuzevrijheid. Reactie: het tegenovergestelde doen van wat er wordt gevraagd.

- Gedragsexpert Muzus

**Ideation met de werkgroep**

Hoe zorgen we ervoor dat alle doelgroepen in de communicatie worden meegenomen? Samen gingen we aan de slag in Scheveningen om hier iets voor te bedenken.

Aanscherping van de concepten in de openbare buitenruimte

De ideation binnen Muzus in combinatie met gedragsprincipes resulteerde in zes verschillende concepten (deze worden in de bijlage A3 als initiële concepten verder gedefinieerd). Het doel was om naar drie verschillende concepten toe te werken, deze uit te werken en te valideren in de openbare buitenruimte. Om tot deze drie concepten te komen, werd het gesprek met bewoners geopend over de zes concepten.

Deze gesprekken werden gevoerd op twee verschillende locaties in Nederland, verschillend van de locaties die eerder binnen het onderzoek bezocht zijn. Ook waren hier verschillende doelgroepen te vinden. De gesprekken werden gevoerd in de Afrikaanderbuurt in Rotterdam, en op Stratumseind in Eindhoven.

Drie concepten: fase om het uit te werken

Aan de hand van gesprekken over de concepten en de ideation met mensen in de openbare buitenruimte werden drie uiteindelijke concepten gedefinieerd. Deze concepten zijn in hun volledigheid uitgewerkt in het hoofdstuk over deze concepten. De concepten zijn onderverdeeld in de drie verschillende uitingen van communicatie,

alsmede in verschillende levels van diepgang en gelaagdheid.

Concept 1

Dit concept gaat over wat sensoren zijn, en waar ze precies zitten. Concept 1 is het eerste, en minimaalste informatieoverdracht moment. Het concept is fysiek aanwezig bij de verschillende sensoren, om de overdracht en communicatie zo specifiek te maken.

Concept 2

Dit concept maakt inzichtelijk wat sensoren doen, en wat ze precies kunnen. Concept 2 is lokaal (losgekoppeld van de specifieke sensoren, en gecentreerd op een plek), en schetst een volledig beeld van de sensoren en wat ze kunnen.

Concept 3

Dit concept gaat over de reden waarom sensoren worden ingezet in de publieke ruimte, evenals wat je als burger kan en mag (inclusief de rechten als burger) met de sensoren. Het gaat om diepgaande informatie over de manier van dataverwerking en de systemen die hierachter zitten. Concept 3 bestaat voornamelijk uit een digitaal component, om verschillende doorverwijzingen mogelijk te maken.



Ideation met inwoners
Om te onderzoeken welke (elementen van de) ideeën aansloegen bij burgers, gingen we met hen in gesprek. Zo namen we het burgerperspectief mee.

Validatie van concepten in de publieke ruimte

De drie concepten werden op een gelijkwaardige manier fysiek uitgewerkt, om ze daarna te valideren. Om de diversiteit van contexten en doelgroepen binnen Nederland mee te nemen, werden de concepten op verschillende plekken in Nederland gevalideerd. De locaties voor validatiesessies waren Delft (voornamelijk gericht op inwoners en toeristen), Eindhoven (passanten en winkelend publiek) en Utrecht (studenten en inwoners).

Validatie van de hoofdboodschap (online en fysiek)

Ieder concept, elk op een verschillend niveau van informatieoverdracht, bevat een andere hoofdboodschap. Het was belangrijk om te vangen welke hoofdboodschap het meest

resoneert bij mensen. Bij communicatie moet je ergens beginnen, vanuit waar je kan uitbreiden. Dat wat het meest resoneert, kan het startpunt van de communicatie definiëren.

De hoofdboodschap werd op twee verschillende manieren gepeild bij mensen, zowel fysiek, als via digitale kanalen. De digitale kanalen die gebruikt werden zijn Instagram en LinkedIn. Over het verloop van drie dagen werden er drie stellingen gepresenteerd. Iedere stelling correspondeerde met een van de hoofdboodschappen. De fysieke peiling werd gedaan op een testlocatie bij de Ziggo Dome, waar bezoekers vier verschillende stellingen gepresenteerd kregen. Drie waren gefocust op de hoofdboodschappen, en de ander presenteerde een neon gekleurde sensor. De gekleurde sensor was bedoeld om het gesprek

te openen over de invasiviteit van kleuren en lay-out van sensoren in de openbare ruimte.





Validatie met inwoners

Om te onderzoeken wat voor uiting van de communicatie aansluit bij de behoefte van burgers, hebben we de concepten in de buitenruimte gevalideerd.

**Validatie met inwoners**

Welke hoofdboodschap over sensoren in de openbare buitenruimte sluit aan bij burgers? Met deze vraag gingen we de straat op om het gesprek te openen.

Bouwstenen en principes van communicatie

Alle inzichten die zijn opgehaald uit de onderzoeken zijn samengevat in principes en bouwstenen van communicatie. De negen gedefinieerde principes zijn regels waaraan, bij elke vorm en uiting van communicatie, men zich moet houden. De 9 principes zijn uitgewerkt in Bouwstenen en principes van de communicatie. Welke bouwsteen je wanneer kan en moet gebruiken, hangt onder andere van de context en de doelgroep af. De bouwstenen bevatten zowel concrete handvatten om rekening mee te houden in de communicatie, alsook focusgebieden waar aandacht aan besteed moet worden.

Omzetten van bouwstenen in Landelijke Communicatie Richtlijn

De resultaten van het onderzoek naar de hoofdboodschap, de bouwstenen van communicatie en de principes werden in een laatste stap samengevat in een handboek voor landelijke communicatierichtlijnen overheidssensoren. Dit handboek bevat de handvatten en concrete stappen die gezet moeten worden om landelijk, op een eenduidige manier over overheidssensoren te communiceren. Op verschillende levels wordt uitgelegd waar de communicatie uit moet bestaan.

Validatie met achterban

In een vervolgstap na inzien van het handboek, werden er gesprekken gevoerd met de achterban van de consortium leden. Verschillende perspectieven vanuit de gemeenten en provincies werden geraadpleegd op haalbaarheid en uitvoerbaarheid van de handvatten die in het handboek worden gepresenteerd. Onder de perspectieven vallen onder andere Welstand, Beheer en Communicatie.

Vervolg

Om borging bij de verschillende stakeholders te waarborgen, is het nodig om eigenaarschap over dit handboek te vergroten. De stakeholders moeten meegenomen worden in het veranderende narratief over de toename van sensoren en de rol van burgers hierin. Daarnaast moeten de concrete handvatten met een breed publiek gevalideerd worden, voordat ze definitief worden ingezet.

8.3 Drie concepten na aanscherping openbare buitenruimte

De drie ontworpen concepten zijn onderverdeeld in verschillende levels. De uiting van de communicatie is hier een onderverdeling in. Dit gaat om een communicatievorm fysiek bij een sensor, op een lokale gecentreerde plek (losgekoppeld van specifieke sensoren), of een digitale communicatiestrategie. Iedere communicatie uiting heeft eigen voor- en nadelen, waarvan toegankelijkheid belangrijk is. Tegen fysieke communicatievormen bij sensoren kan men sporadisch aanlopen, waarbij men bewust op zoek moet naar een online omgeving om

informatie te vergaren. Een andere onderverdeling is gemaakt op basis van de 3 – 30 – 300 regel van communicatie. Deze regel stelt dat de hoofdboodschap van je verhaal in 3 seconden duidelijk moet zijn en dat je 3 seconden hebt om de aandacht van iemand te vangen. Daarna moet je in 30 seconden een verdieping van de boodschap kunnen vinden en de ontvanger te interesseren om meer kennis op te halen. Uiteindelijk moet je in 300 seconden diepgaande kennis kunnen vergaren. Hierbij is het de bedoeling dat de belofte is waargemaakt: men moet hebben kunnen lezen waarvoor ze zijn gekomen.

Natuurlijk is het zo dat ieder concept haar eigen “3 seconden” heeft. Ook de diepgaande kennis in het derde concept moet op een manier de interesse wekken van de burger. Daarom is het goed om te benoemen dat deze 3 – 30 – 300 regel hier ook symbolisch gebruikt wordt.



3 seconden – de informatieloop – eerste moment

Het communicatieconcept dat we hier introduceren, richt zich op het optimaliseren van het eerste contact en de herkenning van sensoren. Het doel is om deze informatie helder en begrijpelijk te presenteren, waardoor gebruikers, systemen of toepassingen snel kunnen identificeren waar elke sensor voor staat. Dit communicatieconcept biedt een oplossing om de waarde van sensoren in diverse toepassingsgebieden te communiceren.

De sensorenloop leidt mensen en inwoners langs verschillende sensoren die in de openbare buitenruimte te vinden zijn. Op deze manier kan het gesprek geopend worden over welke sensoren er zijn, waarvoor ze gebruikt worden, en hoe je ze kan herkennen. Het kunnen zelfstandige wandelingen zijn, waar men sporadisch tegenaan loopt. Of het kunnen georganiseerde evenementen zijn, waarbij de eigenaar van de sensoren het voortouw neemt. Op deze manier kunnen vragen gelijk beantwoord worden.

Het laat mensen kennis maken met verschillende sensoren, wat ze doen en waar ze precies zitten. Het is voornamelijk bedoeld om te informeren, en de kennis over sensoren te vergoten.

Op een informele en actieve manier worden mensen gestimuleerd opzoek te gaan naar de sensoren in hun eigen, of andere wijken. Om ze op een andere manier, met een ander perspectief naar een gebied te kijken, en heel bewust om te gaan met het gebied waar sensoren worden ingezet.

Aan de hand van borden en gekleurde voetstappen op de grond worden mensen naar de sensorenloop getrokken.



30 seconde – kruip in de huid van - verdieping

Het communicatieconcept dat we hier introduceren, streeft naar een toegankelijke en tastbare benadering van het vergroten van kennis over sensoren. Het gaat om de eerste verdieping van deze kennis. In plaats van technische complexiteit te benadrukken, legt dit concept de nadruk op begrijpelijkheid en laagdrempeligheid. Het maakt gebruik van intuïtieve communicatiemiddelen om helder en concreet te illustreren wat een sensor kan en doet. Door middel van visuele representaties, eenvoudige voorbeelden en interactieve elementen wordt de functionaliteit van sensoren op een toegankelijke manier gedemonstreerd, waardoor gebruikers, ongeacht hun achtergrond, een tastbaar begrip krijgen van deze technologie. Dit communicatieconcept speelt daarmee een essentiële rol in het vergroten van het bewustzijn over de veelzijdige toepassingen van sensoren in diverse domeinen.

Een interactieve tentoonstelling, waarbij mensen kunnen ervaren wat sensoren kunnen en wat ze doen, stimuleert mensen om op een andere manier naar sensoren te kijken. Het maakt inzichtelijk wat de voordelen en limitaties zijn van verschillende sensoren, door bezoekers deze eigenschappen te laten ervaren. Daarnaast geeft het de autonomie terug aan de bezoeker, door in te spelen op de manieren waarop mensen sensoren zouden kunnen ontwijken. Weet jij nu bijvoorbeeld hoever een camera kan kijken, dan weet je ook hoever je er vandaan moet blijven mocht je je terug willen trekken uit het sensorensysteem.

Het concept van de interactieve tentoonstelling trekt de informatieoverdracht los van de fysieke sensoren. Er wordt een holistische informatieoverdracht gefaciliteerd: er worden verschillende sensoren uitgelicht.

Het doel van de interactieve tentoonstelling is om op een laagdrempelige manier verschillende sensoren toe te lichten, en hierbij aan te geven wat hun mogelijkheden en limitaties zijn. Door in de huid te kruipen van deze sensoren, komt transparantie over sensoren en hun doeleinden echt tot zijn recht. Het neveneffect is om controle en regie over sensoren en hun kunnen terug te geven aan de bezoeker. Nu ze weten wat ze kunnen, hoe gaan mensen met deze kennis om in hun eigen omgeving?



300 seconde – duik in de sensor – diepgaande kennis

Dit communicatieconcept richt zich op het verdiepen van kennis over sensoren en de gegenereerde data. Het stimuleert tweezijdige communicatie tussen eigenaren van de systemen en gebruikers, waarbij interactieve elementen worden ingezet om complexe sensorinformatie toegankelijk te maken. Deze aanpak bevordert een dieper begrip vanuit verschillende perspectieven en betrokkenheid, wat essentieel is voor een effectiever gebruik van sensortechnologieën en de bijbehorende data.

Het derde concept gaat over faciliteren van online doorverbinden naar verschillende perspectieven binnen dit thema. Wanneer men ergens met vragen terechtkomt, is het belangrijk dat zij ook het gehele transparante en holistische plaatje kunnen vinden om antwoorden te vormen. Dit derde concept geeft mensen de mogelijkheid om deze kennis op te doen, en zij worden hierin gefaciliteerd en begeleid om de juiste informatie te vinden.

Daarnaast is er de mogelijkheid om gedachten en ideeën te delen op een daarvoor bestemd forum. Niet iedereen wil gelijk met hun gedachten bij de gemeente aankloppen, met bijvoorbeeld de angst om met een mond vol tanden te staan. Een forum kan inwoners stimuleren hun ideeën, gedachten en twijfels te delen.



9. Bouwstenen en principes van de communicatie

9.0 Een disclaimer over de risico's

Veel mensen zijn zich over het algemeen niet heel bewust van de sensoren in de openbare buitenruimte, en zijn hier ook niet naar op zoek. Het is belangrijk om te weten dat het kan zijn dat je een groep activeert om een mening te geven, die voorheen stil was. Dit is niet erg, zolang je hier bewust mee omgaat.

9.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de principes en bouwstenen van de communicatie over overheidssensoren toegelicht. Alle inzichten uit de onderzoeken zijn samengevat in negen communicatieprincipes. Deze dienen als regels voor alle vormen van communicatie. De verdere communicatie is uitgewerkt in verschillende bouwstenen. Deze bevatten zowel concrete richtlijnen als aandachtspunten voor het gebruik ervan. Dit is afhankelijk van de context en de doelgroep.

1. Zet menselijke communicatie in

Het is belangrijk dat mensen op een vriendelijke toon worden aangesproken, niet belerend, controlerend of afwijzend. Laat zien dat er een mens achter de systemen zit waarover je communiceert. Maar sla niet door in kinderlijke aansprekingen.

2. Gebruik gelijkwaardige communicatie

Als afzender van een boodschap moet je laten zien dat je op dezelfde voet staat als de burger. Zij moeten op een gelijkwaardige manier worden aangesproken. Hiermee laat je ook zien dat je als overheid open staat voor controle en een kritisch gesprek met burgers.

3. Maak de afzender duidelijk

Bij communicatie over sensoren, in welke vorm dan ook, moet de afzender en de eigenaar van de sensor duidelijk zijn. Mensen moeten weten bij wie ze terecht kunnen voor vragen en twijfels.

4. Bied een mogelijkheid tot doorverwijzing

Er moet altijd een mogelijkheid zijn om je verder te verdiepen in een boodschap. Dit zit hem ook vooral in de tweezijdige communicatie. Zorg ervoor dat mensen vragen kunnen stellen, met zowel de gemeentes, gelijkgestemden of andere perspectieven.

5. Communiceer kort, duidelijk en direct

De meeste mensen zullen weinig tijd, energie en zin hebben om zich te verdiepen in de communicatie. Het is daarom belangrijk dat de communicatie, in eerste instantie kort, duidelijk en direct is. Beperk je eerst tot de hoofdboodschap, die in 3 seconde duidelijk moet zijn. Vanuit daar kan je uitbreiden.

6. Integreer contextuele aspecten in je boodschap

Zorg ervoor, dat wanneer je communiceert over een specifieke context, deze context ook terug te zien is in de communicatie. Je kan iconen gebruiken die kenmerkende aspecten uit de context meeneemt, of gebruik een foto.

7. Communiceer wat de burger met een sensor kan

Mensen moeten weten wat ze met een sensor kunnen, op het moment dat zij het nodig hebben. Denk aan camera's waarvan de beelden niet opgevraagd kunnen worden, omdat dat niet het doel van die camera is.

8. Vergroot het eigenaarschap voor burgers

Mensen willen eigenaarschap kunnen ervaren over de systemen en de data die wordt opgehaald. Dit verschilt per context. Geef de mogelijkheid aan mensen om data in te zien, of geef in ieder geval aan wat een burger zelf met de sensoren kan bereiken.

9. Pak tegengeluiden en reacties op

Wanneer vragen, twijfels of bezwaren niet worden meegenomen door degene bij wie de vragen aankomen, schaadt dat het vertrouwen. Gelijk een antwoord is niet nodig, maar laat wel weten dat je ermee bezig bent.



9.2 De bouwstenen van de communicatie

De bouwstenen van communicatie zijn een verdieping en aanvulling op de communicatieprincipes. Ze zijn ingedeeld op basis van belangrijke thema’s die een invloed hebben op hoe gecommuniceerd wordt. Deze thema’s zijn gedestilleerd uit de verschillende onderzoeken.

Moment van communiceren

Wanneer er sensoren worden geïmplementeerd in een bepaald gebied, zijn er verschillende momenten waarop je burgers kan informeren over deze implementatie. De keuze voor dit moment heeft bijvoorbeeld invloed op het level van vertrouwen wat iemand heeft in de overheid. Je kan ervoor kiezen om voor de implementatie van sensoren te communiceren, tijdens de implementatie of nadien. Onder ieder moment vallen andere bouwstenen.

Voor de implementatie van sensoren

Het geven van munitie

Wanneer je vóór de implementatie van sensoren communiceert over sensoren, biedt dit de mogelijkheid aan burgers om deze kennis te gebruiken als argumenten tegen de inzet van deze sensoren. Wees hierop voorbereid door tweezijdige communicatie te faciliteren.

Informeren is een plicht

Een van de peilers van de democratie is dat burgers inspraak kunnen hebben in de ontwikkelingen die in hun buurt gebeuren. De overheid is verplicht deze informatie aan burgers te geven, zodat burgers inspraak hebben.

Tijdens implementatie van sensoren

Gevoel van een controlerende functie

Mensen hebben het gevoel dat sensoren altijd een controlerende functie hebben, wat niet zo is. Geef aan wat het juist wel doet. Tweezijdige communicatie te faciliteren.

Grote evenementen - tijdelijk

Laat weten dat de sensoren bij een evenement ingezet worden van tijdelijke aard zijn. Wanneer het evenement voorbij is, en de plek weer “normaal” is, wordt de inzet van dezelfde sensoren niet meer geaccepteerd.

Escapisme waarborgen - moment

Laat, tijdens de inzet van de sensoren, weten wat je doet en hoe je dat doet, zodat je de regie terug kan geven aan de burger om te kunnen ontsnappen aan de sensor. Sensoren vergroten controle en beperken gevoelsmatig vrijheden. Het behouden van bepaalde vrijheden, zoals 's avonds beschonken over straat lopen, vereist vertrouwen in de overheid.

Verandering valt op

Wanneer nieuwe innovaties geïmplementeerd worden in de samenleving, is het voor een korte tijd interessant en vangt het de aandacht. Dit is een moment om te communiceren. Een idee kan ook zijn om vaak de fysieke manier van communiceren te vervangen, omdat de nieuwigheid steeds weer opvalt.

Na de implementatie van sensoren

Reflecteren op de situatie

Vertrouwen in de overheid kan worden vergroot wanneer er inzichtelijk gemaakt wordt wat er met de sensoren en de data is gebeurd (vooral wanneer het over tijdelijke sensoren gaat). Vooral ook wanneer er iets fout is gegaan met deze sensoren. Een reflectie hierop moet inzichtelijk kunnen zijn.

Ontvanger van de communicatie

Niet alle informatie die je verstrekt over sensoren is even waardevol voor iedere burger. Sommige sensoren en de communicatie hierover zullen bijvoorbeeld duidelijker gericht zijn naar passanten of bewoners van een wijk. Iedere doelgroep heeft zo haar eigen behoeften hierin. Hierin zijn drie typen vastgesteld. De bewoner of regelmatige bezoeker van een wijk, de passant, en de recreant.

Bewoner of regelmatige bezoeker

Verantwoordelijke gemeente

Burgers in een woonwijk gaan ervan uit de gemeente van hun wijk verantwoordelijk is voor het vergroten van het leefgemak in die wijk. De gemeente is dan ook verantwoordelijk om te communiceren wat ze doen en waarom ze iets doen.

Gevoeligheid van de wijk

Sensoren, en de controle die erbij komt kijken, liggen gevoeliger wanneer dit gebeurt in de eigen woonwijk. Dit komt omdat mensen het gevoel hebben dat er bij hun thuis meegekeken kan worden.

Gewenning

Wanneer nieuwe innovaties geïmplementeerd worden in de samenleving, is het voor een korte tijd interessant en vangt het de aandacht. Wanneer mensen hieraan gewend raken, vervaagd de aandacht steeds meer. In een wijk waar iemand woont, is dit extra van belang, omdat een verandering snel opvalt.

Gesprek met medebewoners

Soms willen burgers niet het gesprek aangaan met de gemeente of andere overheidsinstanties. Het is daarom belangrijk om ook het gesprek tussen medebewoners te faciliteren.

Passant

Focus

Wanneer iemand de stad in gaat om te winkelen in een drukke winkelstraat. Is dat wat focus vraagt van de passant. Niet het vergaren van informatie over sensoren. Hou de informatie kort en minimaal.

Recreant

Verbergen van activiteiten

Mensen accepteren het gebruik van sensoren wanneer ze weten dat ze niks fout doen. Laat weten dat deze controlerende rol niet bestemd is (in de meeste gevallen) om over mensen te oordelen.

Grote evenementen - veiligheid

Wanneer er een groot evenement is, waarbij er veel mensen zijn, is de inzet van sensoren geaccepteerd. Mensen moeten weten wat er gedaan wordt, en waarom. Vaak is de publieke veiligheid hierin belangrijk.

Escapisme waarborgen - plek

Wanneer iemand ergens komt, zoals een natuurgebied, moeten mensen weten wat een sensor kan (ook als het om het bereik gaat). Op deze manier kunnen ze genieten van de ongereptheid van de natuur.

Boodschap van de communicatie

De boodschap van de communicatie waar je op kan focussen gaat over de gelaagdheid van de informatieoverdracht. Voor de communicatie kan er initieel gefocust worden op het doel van de sensor, wat een sensor wel en niet kan en doet, of op de data, rechten en de systemen achter de sensoren. Belangrijk is dat het een het ander niet uit hoeft te sluiten, je kan ze ook allemaal toepassen in je communicatiestrategie.

Doel van de sensor

Communiceren voor apathie

Over het algemeen hebben mensen weinig meningen over het gebruik van sensoren, en maakt het ze ook niet veel uit. De hoofdboodschap moet bestaan uit onder andere het doel van de sensor.

Waarborging publieke veiligheid

Communiqueer, wanneer dit het geval is, dat sensoren voor publieke veiligheid zorgen, en een extra oog zijn om te letten op gevaarlijke situaties.

Vergroting leefgemak

De belofte van sensoren is vaak dat ze gebruikt worden om het leefgemak van burgers te vergroten. Maak dit duidelijk in de communicatie. En hierbij ook wat voor leefgemak vergroot wordt. Dit is belangrijk voor de doelgroep.

Wat kan een sensor wel en niet?

Wat kan een sensor wel en niet?

Er is een gevoel van wantrouwen naar sensoren toe, omdat men niet weet wat ze kunnen en waarvoor ze gebruikt worden. Het is belangrijk, binnen deze bouwsteen, om te communiceren wat een sensor precies ophaalt aan data.

De risico's van een sensor

Toenemend gebruik van sensoren brengt risico's met zich mee (data-security). Voor burgers moet het duidelijk zijn wat die risico's zijn, en wat eraan gedaan wordt om die risico's te minimaliseren. Zo gaan burgers er vaak vanuit dat alle sensoren met elkaar verbonden zullen zijn.

Data, rechten en systemen achter sensoren

Kennisvergroting

Het kennisniveau over sensoren (in de openbare buitenruimte) van zowel burgers, beleidsmedewerkers en uitvoerders is niet altijd hoog. In ieder geval niet hoog genoeg om adequaat te kunnen handelen wanneer er bijvoorbeeld vragen zijn. Bij burgers leidt dit gemis aan kennis tot eigen opvulling en wantrouwen. Een uiting van de communicatie kan gaan over het vergroten van kennis.

Vergelijking met het buitenland

Wanneer het over sensoren gaat, vergelijken mensen dit snel met doemscenario's uit het buitenland. "We willen hier niet naartoe" is een vaak gehoorde uitspraak. Maak inzichtelijk hoe het hier anders gaat, en wat je probeert om niet richting dat doemscenario te geraken.

Uiting van de communicatie

Over de uiting van de communicatie is al veel gesproken in dit rapport. Er is een driescheiding gemaakt in de manieren waarop de communicatie ingestoken kan worden. Je kan fysiek bij iedere sensor communiceren, waarbij de ontvanger specifieke informatie over die sensor krijgt. Je kan de communicatie lostrekken van fysieke sensoren, en een lokale manier van communiceren aanbieden. Op deze manier bied je een holistischere kijk op sensoren. Daarnaast kan je ook digitaal communiceren over sensoren. Hierbij geldt ook dat de ene uiting de andere niet uitsluit, en kunnen ze prima samenwerken tot een geheel.

Fysieke communicatie bij een sensor

Eigenaarschap

Sensoren mogen geen zwarte dozen zijn. Het moet duidelijk zijn wie het eigenaarschap heeft over de sensor, zodat mensen weten bij wie ze terecht kunnen.

Esthetiek vs. ethiek

Het is goed om verrommeling in de buitenruimte tegen te gaan. Dit betekent dat sensoren en de communicatie verborgen moeten worden in de publieke ruimte, en geïntegreerd kunnen worden in de bestaande infrastructuur. Wanneer dit het geval is moet er wel een opvallende indicatie aanwezig zijn dat er sensoren in de infrastructuur zijn geïntegreerd.

Lokale communicatie over sensoren

Tijdsinvestering

Wat dat lokaal gecommuniceerd wordt, mag niet veel tijd kosten voor de gebruiker om te snappen. Mensen hebben geen tijd om zich lang ergens in te verdiepen. Mensen bedenken zelf een doel als de communicatie over een sensor vaag is.

Digitale communicatie over sensoren

Laten zien van perspectieven

De communicatie moet verschillende perspectieven en partijen bevatten, om een zo compleet en holistisch mogelijk beeld te krijgen van sensoren en het gebruik hiervan.

Vermindering prikkels

Er moet niet te veel overbodige informatie op een site vinden zijn, omdat men snel overprikkeld kan worden door te veel informatie. Hou het simpel en overzichtelijk.

10. Validatie richtlijn

10.0 Samenvatting

De ontwikkeling van een communicatierichtlijn voor overheidssensoren omvatte validatie via panelgesprekken, observaties in de openbare ruimte en online onderzoek. Resultaten benadrukten de behoefte aan duidelijke iconen, begrijpelijke informatie over sensoren en een sterke link tussen fysieke borden, stickers en online registers. Communicatie over privacy is essentieel. Een heldere, gebruiksvriendelijke landingspagina voor het online register werd aanbevolen. Belangrijkste lessen omvatten het stimuleren van nieuwsgierigheid met lokale borden, het prioriteren van relevante informatie en duidelijkheid verschaffen over privacygevoelige sensoren. Het is belangrijk om de balans te vinden tussen genoeg informatie en het voorkomen van verrommeling in de openbare ruimte.

10.1 Wat hebben we gevalideerd?

Met de ontwikkeling van de communicatierichtlijn voor overheidssensoren hebben we een belangrijke stap gezet in het streven naar transparante en begrijpelijke communicatie met burgers. Deze richtlijn, bestaande uit verschillende elementen zoals lokale borden, sensorenstickers en een opzet voor het sensorenregister, is gebaseerd op de behoeften en ervaringen van de burgers zelf. Voorgaande bouzwstenen voor communicatie hebben middels een ontwerpend proces geleid tot deze richtlijn.

Om de effectiviteit en relevantie van deze richtlijn te verzekeren, hebben we de eerste versies ervan onderworpen aan een grondige validatie. Dit omvatte diverse methoden, waaronder panelgesprekken, contextuele observaties in de openbare ruimte en online onderzoek. Door deze diverse benaderingen te combineren, hebben we een compleet beeld kunnen vormen van de reacties en behoeften van burgers ten aanzien van de communicatie over sensoren.

Dit hoofdstuk biedt een diepgaande blik op de methoden die zijn toegepast tijdens de validatiefase, en presenteert de resultaten en inzichten die zijn voortgekomen uit deze

evaluatie. Door deze aanpak hebben we niet alleen de richtlijn kunnen verfijnen, maar hebben we ook waardevolle lessen geleerd over effectieve communicatie met het publiek over overheidsinitiatieven op het gebied van sensoren.

10.3 Methode en doel

10.3.0 Samenvatting

De communicatierichtlijn voor overheidssensoren bestaat uit diverse elementen zoals een lokaal bord, sensorenstickers en een opzet voor het sensorenregister. Validatie vond plaats door middel van panelgesprekken, discussies in de openbare ruimte en online onderzoek. De validatie had als reden om de relevantie en effectiviteit van de richtlijn te waarborgen. Panelgesprekken analyseerden elementen en faciliteerden A/B-tests, terwijl contextuele observaties en online feedback het begrip en de bruikbaarheid van de richtlijn toetsten.

10.3.1 Inleiding

De communicatierichtlijn voor overheidssensoren is klaar. De richtlijn bestaat uit een aantal elementen: een lokaal bord, stickers bij sensoren, inbreng voor het sensorenregister en aanvullende concepten. Dit is gedaan op basis van behoeften en ervaringen van burgers. We hebben de eerste versies van de richtlijn getest en gevalideerd aan de hand van gesprekken met burgers. Zo weten we zeker of de richtlijn echt aansluit bij wat burgers willen. In dit hoofdstuk staan de validatie en de resultaten centraal.

10.3.2 De methode

Zoals je in de inleiding hebt gelezen, bestaat de richtlijn uit een aantal elementen. Je kunt ze als geheel zien, maar ook los van elkaar. De validatie is gedaan op basis van verschillende methoden. Panelgesprekken, in de context en online. In deze paragraaf lichten we de methoden kort toe.

Panelgesprekken

We gingen in gesprek met een groep mensen, aan de hand van een interactieve presentatie over de richtlijn. De elementen van de richtlijn hebben we losgetrokken. We bekeken de relatie tussen de verschillende elementen. Het voordeel hiervan was dat we voort konden bouwen op de kennis die loskwam

tijdens de gesprekken. We spraken het lerend vermogen aan. Een ander voordeel van de panelgesprekken was dat we waardevolle A/B testen konden uitvoeren. We legden verschillende varianten naast elkaar. Samen bekeken we welke variant het duidelijkst was.

In de context

Naast de panelgesprekken zijn we ook in de openbare ruimte met mensen in gesprek gegaan over de richtlijn. Hierbij hebben we de verschillende elementen opgehangen in de openbare ruimte. Trekt dit eigenlijk de aandacht? En wat zijn de reacties van voorbijgangers?

Online

Het expert panel van ‘Gebruiker Centraal’ kon online, in Miro, door het sensorenregister heenlopen. Hoe ervaren zij de doorverwijzing? Wat wilden zij graag lezen? En hoe kom je daar? Aan de hand van gerichtere opdrachten, en het vrij interpreteren van de website konden we de belangrijkste elementen hieruit halen. We legden online materiaal en fysieke communicatie naast elkaar leggen. Zo konden we de link dus deze twee goed onderzoeken.

Door in verschillende contexten de richtlijn te valideren kregen we een compleet beeld

van de houdingen tegenover en reacties op de communicatie. Op verschillende niveaus hebben we inzichten opgehaald. Van eerste reacties en interpretaties, tot diepgang in de manier van doorverwijzen.



In de openbare ruimte

Trekt de communicatie eigenlijk de aandacht? Hebben burgers contextuele elementen nodig om de boodschap te begrijpen? En wat zijn de reacties van voorbijgangers?

10.4 Resultaten validatie

10.4.0 Samenvatting

De validatie onthulde de behoefte aan duidelijke iconen en kleuren. Burgers toonden meer interesse in sensoren met directe impact op hun leven, zoals veiligheid en verkeer. Een overzichtelijk lokaal bord stimuleerde nieuwsgierigheid, maar de link tussen bord, sticker en website moet expliciet zijn. Alleen zo wordt een doorverwijzing gewaarborgd. Een zoekfunctie en actiegerichte doorverwijzing zijn essentieel voor het online sensorenregister. Onderscheid en begrijpelijke informatie over privacy vergroten het vertrouwen. Sensoren die persoonsgegevens verwerken

10.4.1 Inleiding

De ontwikkeling van een communicatierichtlijn voor overheidsensoren omvatte het vaststellen van zes sensordoelen op basis van burgerbelangen, volledigheid en duidelijkheid. Elk doel kreeg een eigen icoon om begrip en gemak voor burgers te vergroten. Feedback benadrukte de behoefte aan duidelijke iconen en een sterke link tussen fysieke borden, stickers en online registers, met bijzondere aandacht voor privacycommunicatie. Er was overlap tussen sensordoelen, waardoor verwarring ontstond, en prioriteit werd gegeven aan sensoren met directe impact op het dagelijks leven. Kortom, heldere communicatie, gebruiksgemak en privacytransparantie zijn essentieel voor effectieve sensorcommunicatie.

10.4.2 Sensordoelen en de impact van iconen

Voor de validatie hebben we zes sensordoelen bepaald. Dit is gedaan op basis van wat burgers belangrijk vinden, volledigheid en duidelijkheid. Ieder sensordoeel heeft een eigen icoon. Dit geeft duidelijkheid voor de burger en vergroot het leefgemak. In dit hoofdstuk geven we de algemene indruk van sensordoelen. Maar ook wat men vindt van de iconen.

Overlap en onderscheiding van sensordoelen

Er bleek overlap tussen verschillende sensordoelen. Hierdoor ontstond verwarring. Luchtkwaliteit kan bijvoorbeeld zowel onder milieu als onder gezondheid vallen, vanuit burgerperspectief. En gaat gezondheid nu eigenlijk over iemands persoonlijke gezondheid? Gezondheid werd gekoppeld aan gebruik van persoonlijke sensoren, zoals fitbits. Als je verschillende kleuren en iconen gebruikt voor sensordoelen, kun je ze gemakkelijk van elkaar onderscheiden. Dit werkt vooral goed als je ze naast elkaar ziet.

De impact van sensordoelen

Mensen willen graag meer weten over sensoren die direct betrekking hebben op henzelf. Ze vinden het belangrijker om te leren over sensoren die te maken hebben met veiligheid en verkeer dan over andere sensoren, omdat deze een directe impact hebben op hun leven. De doelen moeten op eenzelfde lijn liggen. Mensen kijken anders naar iets groots als milieu en veiligheid, dan naar iets kleins en tastbaars als afval. Mensen vinden afval te specifiek als categorie. Dit roept verwarring op.



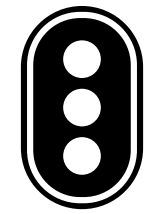
Milieusensor
Mensen associëren de wereldbol met natuur en milieu. Vooral samen met de groene kleur.



Veiligheidssensor
Het slotje als icoon schept verwarring. Het icoon is passief en wordt geassocieerd met andere dingen. De kleur rood wordt gebruikt om mensen te waarschuwen. Mensen krijgen bij dit icoon een gevoel van onveiligheid of gevaar.



Gezondheidssensor
Mensen weten niet precies wat er onder gezondheid valt. Gaat het over hun eigen gezondheid? Of gezondheid in het algemeen? Het icoon wordt geassocieerd met een AED, wat wel linkt aan gezondheid. Het plusje bij het icoon geeft een indicatie dat er iets goed is, of juist verbeterd moet worden. In vergelijking met de andere iconen geeft dit een waarde aan het doel.

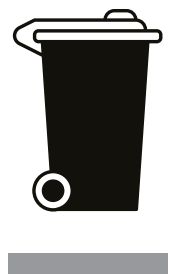


Verkeerssensor
Verkeer gaat verder dan alleen stoplichten en kruispunten. De



combinatie met dit icoon (een stoplicht) geeft een specificatie die niet voor elke situatie klopt.

Netwerk sensor
Het icoon wordt geassocieerd met WIFI. Dit is een onderdeel van het netwerk. Over het algemeen hadden mensen over dit sensordoel de meeste vragen. Het is vaag en abstract. Mensen weten niet goed welke sensoren onder dit icoon vallen.



Afval sensor
Bij het zien van het icoon legt iedereen de link naar afval. Alleen herkent niet iedereen deze versie van de afvalcontainer. Er worden landelijk verschillende soorten afvalcontainers gebruikt. Mensen begrijpen niet altijd het doel en de reden achter het gebruik van sensoren voor afval. Dit riep vragen op.

10.4.3 Sensortypen en herkenbaarheid

Voor de validatie hebben we een categorisering van sensortypen opgesteld. Dit is gedaan op basis van bestaande categorieën en wat mensen (her)kennen. Ieder sensortype heeft een eigen icoon. Deze sensortypen zijn

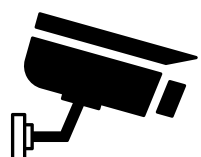
gevalideerd op duidelijkheid en volledigheid. In dit hoofdstuk geven we de algemene indruk van sensortypen en de associatie met de sensortypen in detail.

Algemene indruk sensortypen

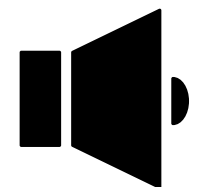
Mensen willen graag weten wat er gebruikt wordt als het direct invloed heeft op hun leven. Veel soorten sensoren vinden ze daarom niet interessant.



Beweging
Volgens burgers valt dit icoon uit de toon, in vergelijking met andere iconen. Er is minder met lijnen gewerkt, en meer met transparant ingekleurde vlakken. Het icoon wordt geassocieerd met eenrichtingsverkeer. In de gamewereld wordt dit icoon gekoppeld aan beweging of acceleratie.



Camera's
Dit icoon wordt het makkelijkst herkend. Iedereen weet wat een camera is en de functie hiervan.



Geluid
Dit icoon wordt geassocieerd met geluidsmetingen.



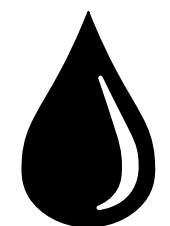
Hoeveelheid Dit icoon wordt geassocieerd met gewicht. De beschrijving (hoeveelheid sensoren), werd daarentegen geïnterpreteerd als het aantal sensoren dat ergens wordt gebruikt. Door dit verschil ontstaat er verwarring bij de werkelijke interpretatie



Lucht
Dit icoon wordt moeilijk herkend. Maar een klein deel van de mensen associeerde dit icoon met luchtsensoren.



Radiogolven
Dit icoon wordt niet goed herkend. In de context van sensoren konden mensen geen link leggen tussen dit icoon en het sensortypen. De meeste mensen zagen het als een half afgemaakte regenboog. Ze hadden geen idee wat dit icoon betekent.



Water
Duidelijk icoon. Hier was geen twijfel over.



Weer
Dit icoon wordt geassocieerd met temperatuurmeting. Maar niet met een weersensor. Om dit duidelijk te maken adviseren we om een wolken en/of zon toe te voegen.

10.4.4 Lokaal bord en de kracht van communicatie

Als je communiceert over sensoren door middel van een lokaal bord is de leesvolgorde belangrijk. Voorbijgangers moeten veel informatie in korte tijd verwerken. Kunnen ze direct lezen wat het doel van het bord is? In dit hoofdstuk geven we hier een toelichting op.

De titel

Je begint bij de titel van het bord. Daaruit moet direct blijken wat het doel is. De titel moet kort maar volledig uitgeschreven zijn. Een afkapping met enkel een sensoricoon als vervanging van het woord sensor is onduidelijk.

De doelen

Onder de titel lezen mensen de verschillende doelen van de sensor. Zo weten zij direct waarvoor de sensor ingezet wordt. Mensen vinden sensoren die een directe invloed hebben op hun leven heel belangrijk. Zoals camera’s. Communiceer de doelen in volgorde van belangrijke naar minder belangrijk sensoren.

“Wat ik niet zie, en wat mij niet ziet, hoef ik niet te weten.”

Persoonsgegevens

Als laatste is het heel belangrijk dat je direct ziet welke sensoren persoonsgegevens verwerken. Deze cruciale informatie ontbreekt bij het geteste ontwerp.

Duidelijk overzicht

Tijdens de validatie zijn verschillende varianten van het lokale bord bekeken. Een bord met sensortypen werd vergeleken met een bord zonder sensortypen. Het grootste deel van de mensen zijn enthousiaster over het bord met sensortypen. Dit bord geeft een duidelijk en helder overzicht. Dit bord moedigt ook aan om de sensoren in de omgeving te vinden. Ook stimuleert het mensen om na te denken over waar deze sensoren zich bevinden.

Keep it simple

De tekst met uitleg over de sensoren vinden mensen niet nodig. De tekst “het vergroten van jouw leefgemak” zegt weinig over de inzet van sensoren. Mensen hebben geen idee hoe deze sensoren iets toevoegen aan hun leefgemak. Vooral als de sensor geen directe invloed heeft op hun leven.

Kleur creëert onderscheid

Tijdens de validatie is een bord met kleur vergeleken met een bord met grijs tinten. Vaak associeerden mensen de kleuren met andere

doelen. Zo werd rood gezien als waarschuwing voor gevaar. Alhoewel de kleur associatie niet altijd klopte, bleek de inzet van kleur wel belangrijk. Het gebruik van losse kleuren per doel creëert onderscheid tussen de doelen.



10.4.5 Borden en stickers – Houd het simpel

Duidelijkheid en onderscheid

Voor sommige mensen is alleen een lokaal bord genoeg. Dit geeft namelijk een volledig overzicht van wat er gedaan wordt. Deze acceptatie geldt alleen voor mensen die het gebruik van sensoren door de overheid vertrouwen. Sommige mensen zijn wat sceptisch en argwanend over de sensoren. Zij willen graag meet uitleg. We onderscheiden twee soorten sensoren. Sensoren die direct invloed hebben op iemands dagelijkse leven of sensoren die niet direct invloed hebben op iemands leven. Mensen zijn vooral geïnteresseerd in sensoren die direct invloed hebben op hun leven. Ze willen graag meer informatie over deze sensoren.

"Wat ik niet zie, ziet mij niet. Dus dan hoef ik het ook niet te weten."

Beeld en tekst in lijn met elkaar

De stickers geven in woorden weer wat de sensor doet (middel) en waarom deze wordt gebruikt (doel), met behulp van een icoon en korte uitleg. De beschrijving van het middel en het doel zijn niet altijd hetzelfde. Dit zorgt voor verwarring.

"Ik vind dit geen goede combinatie. Als er water staat, moet er ook een icoon met water bij. Zo is het te generiek."

Houd de omschrijving kort en duidelijk
Over het algemeen riep de omschrijvende tekst van het middel meer vragen op dan dat het duidelijkheid gaf. De omschrijving van het middel moet zo kort mogelijk om het behapbaar te houden. Om de kans op associaties over de werking te verkleinen moet het ook de complexiteit van het systeem omschrijven. Met dit kleine middel is dat vrijwel onmogelijk. Als mensen in de werking geïnteresseerd zijn, moeten ze dat online kunnen vinden.

Het is belangrijk om te communiceren wat relevant is voor de burger. Watersensoren hebben minder impact op privacy dan opvallende camera's. Mensen willen graag weten welke sensoren hun privacy beïnvloeden. Daarom is het essentieel om hierover duidelijk te communiceren.

Duidelijke link tussen sensor en communicatie
Er moet een duidelijke link zijn tussen de sensor en de communicatie, als je uitleg geeft

over de sensor. Mensen moeten zich niet afvragen waar die camera hangt die beelden opneemt. Dit wekt argwaan op en is niet transparant genoeg. Mensen willen weten over welke sensor je communiceert. Dit kan je doen door de communicatie zo dicht mogelijk bij de sensor te hangen.

"Ik ben niet tegen [het gebruik van camera's, maar ik wil wel weten waar ze zitten nu."

**Hier wordt
waterkwaliteit
gemeten**



voor het milieu



**Hier worden
beelden
opgenomen**



voor veiligheid



**Hier wordt
fijnstof
gemeten**



voor gezondheid



10.4.6 De landingspagina van het online sensorregister

Het online sensorenregister is gemaakt om bezoekers snel en efficiënt toegang te geven tot informatie over specifieke sensoren. Men komt op de landingspagina terecht van het sensorregister. Maar hoe zorg je voor een gebruiksvriendelijke landingspagina?

De zoekfunctie

Mensen komen met een doel terecht op het sensorenregister. Ze willen informatie over een sensor. Van doorklikken en scrollen op een kaartje word je niet gelukkig. Een zoekbalk is de perfecte oplossing. Zo kom je direct op de kaart met specifieke sensor terecht. Een bezoeker moet kunnen zoeken op gebied, locatie (bijvoorbeeld straatnaam) of sensornaam.

Directe links

Als een bezoeker op een sensor klikt ziet hij direct informatie over de specifieke sensor. Zoals: wat een sensor doet, wat een burger met de opgehaalde data kan, contactgegevens van de verantwoordelijke van deze sensor en een privacyverklaring. Het is prettig als de bezoeker, door middel van een direct link, meteen bij de juiste informatie komt. Link bijvoorbeeld direct door naar de pagina over privacyverklaring. Zo hoeft de bezoeker niet

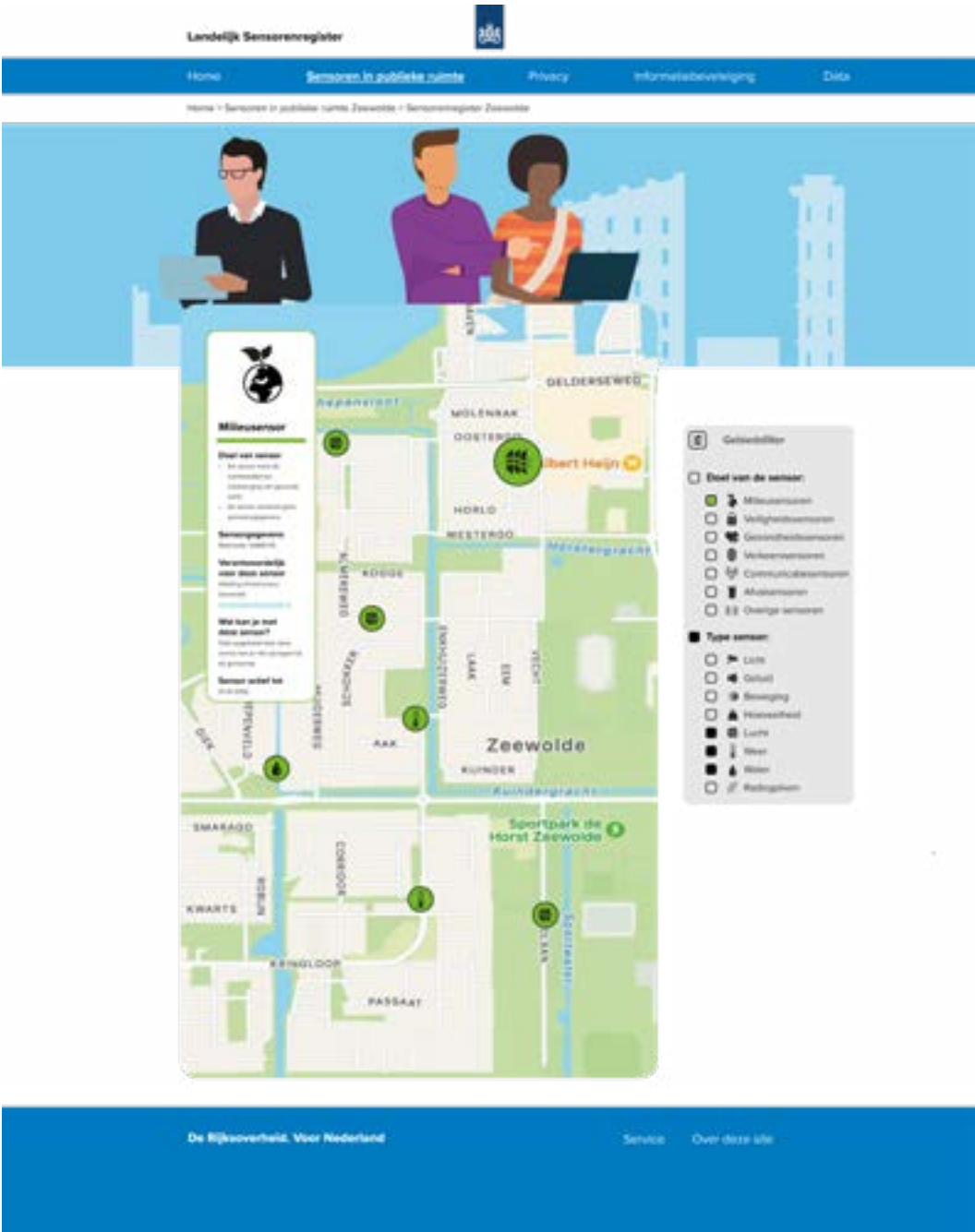
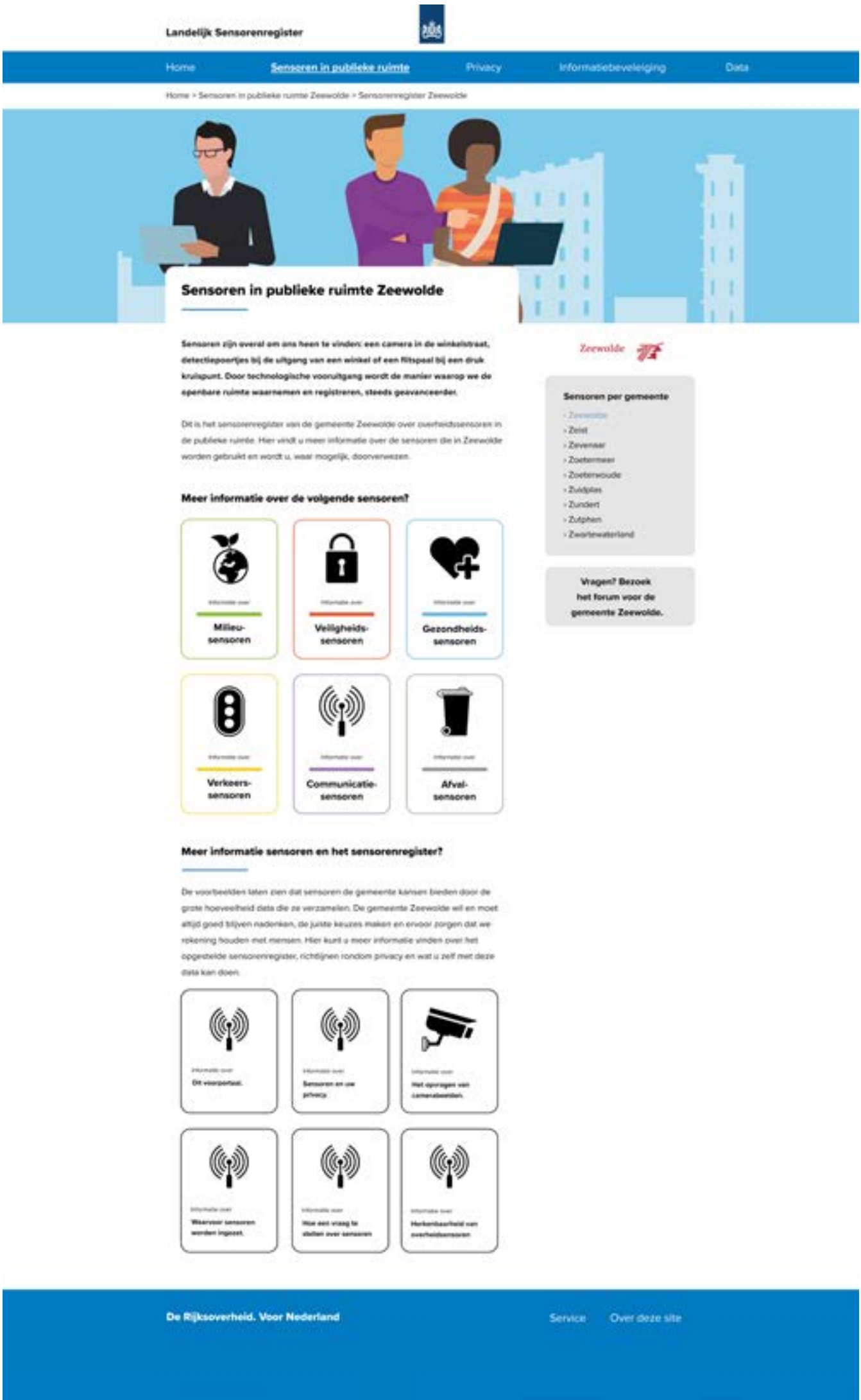
apart op zoek naar deze informatie.

Prioriteer de informatie

Het is belangrijk om de volgorde van informatie aan te passen op basis van wat de bezoeker interesseert. De informatie die relevant is voor de burger moet als eerste worden gedeeld. Pas daarna kunnen andere details zoals technische en juridische informatie en sensornamen worden gecommuniceerd.

Eigenaarschap van het register

Bezoekers komen in de openbare ruimte informatie tegen gecommuniceerd uit naam van de gemeente of provincie. De informatie die online te vinden is moet ook vanuit die afzender komen. Waarom krijgen worden bezoekers vanuit gemeentelijk niveau doorverwezen naar landelijk niveau? Burgers snappen het beter wanneer dit in lijn is met elkaar.



10.4.7 Algehele feedback

Naast de specifieke inzichten op de verschillende elementen is er ook naar het geheel gekeken. Wat waren de belangrijkste punten die naar voren kwamen? We zetten de belangrijkste punten nog onder elkaar.

Het lokale bord prikkelt en motiveert

Mensen worden nieuwsgierig en willen meer weten over sensoren wanneer ze een bord in hun buurt zien, met een overzicht van de sensoren. Ze willen weten waar deze sensoren precies hangen in dat gebied. Ze kijken eerst rond om de sensoren te vinden. Daarna gaan ze naar het online sensorregister.

Duidelijke link tussen bord, sticker en website

Het is belangrijk dat alle communicatie-uitingen met elkaar verbonden zijn, zodat mensen begrijpen dat het om dezelfde informatie gaat. Dit is vooral cruciaal als mensen gemotiveerd zijn door het lokale bord en op zoek gaan naar sensoren in de omgeving. Het is daarom handig als bekende elementen van het bord ook op de stickers te vinden zijn, zodat mensen op het sensorenregister makkelijker kunnen navigeren en vinden wat ze zoeken.

Communiceer helder over privacy

Privacy is één van de belangrijkste

elementen met betrekking tot sensoren. Burgers willen weten wat een sensor doet met zijn of haar persoonsgegevens. Het is belangrijk om duidelijk aan te geven of een sensor persoonsgegevens verwerkt in de communicatie-uiting. Wees hier transparant over. In de richtlijn wordt dit meegenomen door een zin hoog in de leesvolgorde van de stickers en borden op te nemen. Burgers lezen dit als een van de eerste dingen.

Het stellen van de vraag "Meer weten over privacy?" kan argwaan wekken bij veel mensen, omdat ze dan denken dat er iets verborgen wordt gehouden. Burgers weten niets totdat ze zelf gaan zoeken, wat het gevoel van een verborgen agenda kan geven. Als een sensor geen persoonlijke privacygegevens verwerkt, is het niet nodig om hierover te communiceren. Als je dit wel aangeeft dan roept dit juist vragen op.

10.5 Conclusies

De complete omschrijving van de communicatiemiddelen is te vinden in de communicatierichtlijn Overheidssensoren. Dit is een apart bestand, en te downloaden via: <https://toolkittaal.gebruikercentraal.nl/voorbeelden/>

De inzichten die in dit hoofdstukken hebben we meegenomen in een iteratief proces. De communicatie middelen die hier gepresenteerd werden, hebben we herontworpen. Een laatste versie is ook weer gevalideerd tijdens een panelgesprek. Hier een overzicht welke elementen we hebben meegenomen.

Aanpassen van de iconen

Op basis van de feedback hebben we iconen aangepast zodat ze door een bredere doelgroep gesnapt worden.

Leesvolgorde op basis van impact

Binnen alle middelen moet er gecommuniceerd worden op basis van wat er impact heeft op de burger. Deze elementen moeten als eerste worden gecommuniceerd.

Transparantie over privacy

Binnen alle middelen moet er transparant gecommuniceerd worden over het verwerken

van privacygegevens. Op het sensorenregister moet hier speciale aandacht voor zijn.

Reduceren van doelen

Om informatie behapbaar te houden moet het aantal doelen gereduceerd worden. Burgers zagen overlap tussen doelen, waardoor verwarring ontstond.

Kleurgebruik in openbare ruimte

In tegenstelling tot verkeersborden kunnen burgers deze communicatie naast zich neer leggen. Het heeft in die zin minder prioriteit. De kleuren moeten hierom minder opvallen. Wel is het belangrijk kleuren te gebruiken om een onderscheid te maken tussen de sensordoelen.

11. Richtlijn communicatie sensoren

11.0 Samenvatting

De communicatierichtlijn voor overheidssensoren komt voort uit de groeiende digitalisering van de samenleving en de inzet van sensoren in de publieke ruimte. Terwijl de overheid streeft naar efficiëntie, ervaren burgers verschillende houdingen, variërend van vertrouwen tot argwaan. Momenteel ontbreekt een consistente communicatie, wat leidt tot verwarring en wantrouwen bij het publiek. De eenduidige communicatierichtlijn beoogt deze verrommeling tegen te gaan, uniformiteit te bevorderen en transparantie te vergroten. De richtlijn, gericht op diverse doelgroepen, omvat noodzakelijke en aanvullende communicatieniveaus, met creatieve concepten voor effectieve informatieoverdracht over sensoren in de openbare ruimte.

11.1 Waarom leveren we communicatierichtlijn op?

De samenleving wordt steeds digitaler, er is op technisch gebied steeds meer mogelijk. De overheid zet sensoren in de openbare buitenruimte in met de belofte om het leefgemak van burgers te vergroten. Sensoren hebben namelijk de premisse om systemen en processen uit het dagelijks leven efficiënter en sneller te maken. Dit alles wordt gedaan vanuit de systeemwereld gezien van de kant van de overheid, provincies en gemeenten.

De leefwereld waarin burgers regelmatig interacteren met deze sensoren brengt andere ervaringen met zich mee. Binnen het onderzoek naar de leefwereld en ervaringen van burgers zijn er vier houdingen naar voren gekomen. Deze houdingen bepalen hoe mensen reageren op de sensoren om hun heen. Aan de ene kant heb je burgers die het allemaal wel accepteren omdat ze vertrouwen in de intenties en systemen van de overheid. Maar je hebt ook burgers die, ondanks deze acceptatie, nog steeds regie willen houden over het gebruik hiervan. Aan de andere kant van het spectrum zien we burgers die wel geloven dat sensoren ingezet worden voor hun eigen leefgemak, maar vertrouwen niet zo in de intenties van de overheid; zij willen graag andere sensoren

en perspectieven inzetten ter validatie van de resultaten en inzet. Als laatste zijn er burgers die geen vertrouwen hebben in de systemen en intenties van de overheid, en ook niet vertrouwen op de belofte dat sensoren er zijn om hun leefgemak te vergroten.

Deze verschillende houdingen leiden ertoe dat iedereen andere meningen, aannames en gedragingen vertoont tegenover sensoren in de openbare buitenruimte. Deze verschillen worden ook vergroot door het feit dat er op dit moment van schrijven geen eenduidige manier van communiceren is over deze sensoren en hun intenties. Iedere gemeente en provincie kan deze communicatie op hun eigen manier insteken, waardoor er een discrepantie van transparantie en informatie ontstaat. Dit roept vragen, twijfels en argwaan op bij burgers. De overheid heeft als intentie om transparant te zijn over het gebruik van deze sensoren, en dat begint met eenduidige communicatie.

11.2 Wat is het doel van de eenduidige communicatierichtlijn?

Het doel van deze richtlijn is het tegengaan van verrommeling en het bevorderen van uniformiteit in Nederland op het gebied van communicatie over sensoren in de openbare ruimte. Op dit moment wordt op iedere locatie anders gecommuniceerd over deze

sensoren. Daarnaast wordt er aandacht besteed aan de informatieplicht en zorgplicht voor het faciliteren van wederhoor. Hierbij ligt er een nadruk op de samenhang tussen de invasiviteit van sensoren en de vereiste informatieverschaffing. Deze richtlijn beoogt niet alleen te voldoen aan wettelijke vereisten, maar ook om een helder kader te bieden dat de transparantie vergroot en de betrokkenheid van het publiek aanmoedigt.

Binnen de interactie met sensoren hebben we te maken met verschillende doelgroepen, waaronder passanten, recreanten en inwoners. Iedereen vervult per context een andere rol. Hierbij is het belangrijk dat iedereen ongeacht de context dezelfde boodschap krijgt doormiddel de uniforme richtlijn.

11.3 Waar lopen we tegenaan?

Er worden veel sensoren ingezet, op verschillende plekken en met verschillende doeleinden. Deze contextuele factoren moeten worden meegenomen in de afweging hoe je het beste kan communiceren over sensoren. Zo hebben bezoekers van een evenement niet de behoefte en/of de mentale capaciteit om zich te focussen op alle individuele sensoren, waardoor de stickers per sensor niet zullen opvallen. Bewoners hebben (over het algemeen) meer connectie met de buurt

waarin zij wonen, en hierdoor ook een sterker gevoel wanneer er iets verandert in hun wijk.

Het is belangrijk om deze behoeftes en nuances in doelgroepen mee te nemen, om zo iedere doelgroep effectief aan te spreken. De landelijke communicatierichtlijn over de overheidssensoren geeft richtlijnen en manieren hoe je deze verschillen mee kan nemen in de communicatie.

11.4 Hieruit bestaat de communicatierichtlijn overheidssensoren

De communicatierichtlijn bestaat uit verschillende elementen. Naast een introductie en uitleg over de inhoud bestaat het uit twee delen. In het hoofdstuk “Noodzakelijk” wordt omschreven hoe je de communicatie moet insteken om burgers te informeren over sensoren en ze de mogelijkheid te bieden om vragen te stellen (tweezijdige communicatie). Dit bestaat uit verschillende levels van communicatie. Van stickers en borden tot een online begeleiding naar het landelijke SensRnet. Tussen ieder level van communicatie moet een heldere doorverwijzing plaats kunnen vinden. Een heldere doorverwijzing wordt gewaarborgd door elementen (zoals kleuren en iconen) door de levels mee te nemen.

In het hoofdstuk “aanvullend” worden er inspirerende concepten gepresenteerd. Deze concepten bevatten ideeën om meer interactie in de kennisoverdracht te faciliteren. Uit deze concepten haal je inspiratie om op een creatieve manier te informeren, te leren en te communiceren over de sensoren in de openbare buitenruimte. Deze concepten behoeven meer aandacht, investering en tijd. Het is hierom belangrijk dat iedere gemeente of provincie zelf kan bepalen in hoeverre ze de aanvullende concepten toe willen en kunnen passen.

Appendix

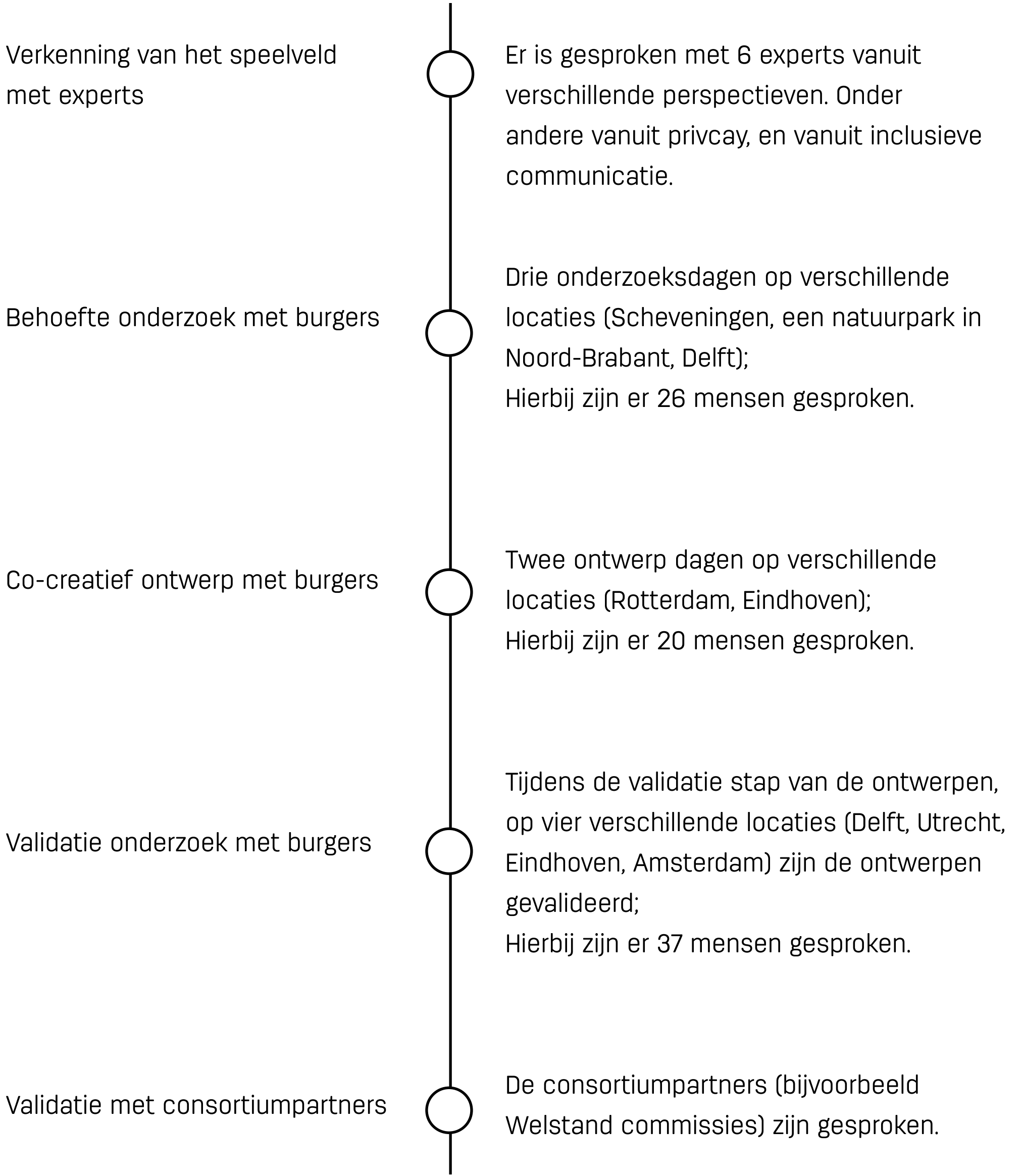
- In de appendix vind je de volgende elementen:
- › A1 Een overzicht van de verschillende perspectieven (wie hebben we gesproken?
 - › A2 Een overizcht van alle contextuele factoren;
 - › A3 Een overzicht van de intitiële ideeën.

A1. Verschillende perspectieven

Hoe is deze communicatierichtlijn ontstaan?

De communicatierichtlijn is op een co-creatieve en iteratieve manier tot stand gekomen. Tijdens meerdere onderzoeks- en ontwerpfases zijn verschillende perspectieven en stakeholders geraadpleegd.

Aan de hand van onderzoeksmethodes zoals Contextmapping en Research through Design zijn de behoeften, wensen en barrières rondom de communicatie van sensoren opgehaald. Zo is de communicatierichtlijn vormgegeven. De basis van deze communicatierichtlijn is dan ook de ervaring en behoeften van burgers, aangescherpt aan de hand van haalbaarheid vanuit het consortium-perspectief.



A1. Verschillende perspectieven

Hoe is deze communicatierichtlijn gevalideerd?

Validatie is gebeurd op drie manieren: contextueel, via panelgesprekken en online. Panelgesprekken betrokken meerdere deelnemers in interactieve sessies, waarbij elk element van de richtlijn werd behandeld en onderlinge relaties werden verkend. Contextuele gesprekken plaatsten de elementen in de openbare ruimte om reacties te peilen en discussies te stimuleren. Online, via MIRO, beoordeelde het Expert Panel van Gebruiker Centraal het sensorenregister kritisch, waarbij de doorverwijzing, gewenste informatie en gebruikerservaring werden geëvalueerd. Deze methoden boden inzicht en verbeterkansen voor zowel online als fysieke communicatie.

Panelgesprek en straatinterviews Amsterdam

- > Tijdens het onderzoek in Amsterdam zijn geïnteresseerde deelnemers op het panelgesprek afgekomen.
- > In totaal hebben we hier ongeveer 30 mensen gesproken.

Panelgesprek en straatinterviews Mierlo en Geldrop

- > In Mierlo en Geldrop zijn er panelgesprekken gevoerd in bibliotheken. In samenwerking met taal- en computer cursussen.
- > Er zijn ongeveer 40 mensen gesproken.

Validatie Gebruiker Centraal

- > Er hebben ongeveer 10 Gebruiker Centraal vrijwilligers kritisch gereflecteerd op de richtlijn.

Panelgesprek taalschool ROC Mondriaan

- > Tijdens twee expertinterviews hebben we specifiek ingezoomd op begrijpelijkheid van iconen en teksten.

Expertinterview Direct Duidelijk coach en adviseur Wayfinding

- > Bij het ROC Mondriaan zijn we aangesloten bij een Taalschool.
- > Er zijn 11 mensen gesproken.

A2. Contextuele factoren

Doel van communicatie

Burgers tonen weinig motivatie voor sensoren in de publieke ruimte door onwetendheid en andere prioriteiten. Ondanks toenemend bewustzijn blijft kennisachterstand op alle niveaus, van beleid tot burgers, bestaan.

Mensen missen in zekere zin een motivatie om zich bezig te houden met sensoren (principe)

- › Op dit moment is er een gemis aan motivatie vanuit burgers om zich bezig te houden, en te interesseren in wat sensoren doen. Het is niet enkel een gemis aan kennis, maar mensen houden zich liever met andere dingen bezig. Wanneer iemand bijvoorbeeld gaat winkelen in een drukke winkelstraat, is dat hetgeen wat focus vraagt, niet het vergaren van kennis over sensoren.
- › “Data sets an sich zijn niet genoeg, want mensen zijn niet gemotiveerd om dat snel op te zoeken. Er is meer voor nodig, motivatie, ervan weten, hoe je erop kan komen. Dat is nu niet ideaal.” – Gemeente Utrecht
- › “Increasing public involvement will also require first to build a kind of knowledge or kind of expertise with the public to be able to be involved.” – Bold City

Er komen steeds meer sensoren in de openbare buitenruimte (ontwikkeling)

- › Vaak wordt er gedacht dat sensoren processen in de publieke ruimte efficiënter maken. Om deze reden, met de belofte het leefgemak van burgers te vergroten, komen er steeds meer sensoren bij in de openbare buitenruimte.

Mensen worden steeds bewuster van het gebruik van sensoren, en de toenemende mate van dit systeem (ontwikkeling)

- › Je kunt er niet meer omheen, dat sensoren gebruikt worden in de publieke ruimte. Hierdoor ontstaat, langzaam maar zeker, meer bewustzijn over een deel van de toepassingen van sensoren.
- › “De focus moet liggen op de data die relevant is voor de leefwereld van de bewoner. Wat impact heeft op de leefwereld van de burger, dat kan je ontsluiten voor deze burgers.” – Brainport Smart District

Mensen hebben nog te weinig kennis van sensoren en de systemen die hierachter zitten (principe)

- › Ondanks het langzaam vergroten van het bewustzijn van sensoren in de openbare buitenruimte, blijft het kennisniveau over deze systemen achter. In alle facetten, vanuit het beleid, de uitvoer en burgers zelf, mist er nog gebrek aan kennis om hiermee echt aan de slag te gaan. Overal bevinden zich kennis

experts, maar bij een groot deel moet de kennis nog landen.

- › “Burgers vullen automatisch het nut en de noodzaak van een sensor in. Maar zij kunnen er ook compleet naast zitten.” – Technische Universiteit Delft
- › “Het heeft in zekere zin ook te maken met digitale onvaardigheid. We zijn nog niet vaardig genoeg om hiermee aan de slag te gaan. Het zit nog niet helemaal in het denkproces van mensen.” – Gemeente Utrecht

Apathie

Mensen tonen weinig emotie en meningen over sensoren, wat leidt tot apathie. Acceptatie van sensoren in de publieke ruimte komt voort uit het idee van controle en voordelen, mits duidelijk gecommuniceerd.

Mensen hebben weinig gevoelens/mening naar het gebruik van sensoren (omstandigheid)

- › Naast een gebrek aan motivatie en kennis, geven sensoren geen emotionele reactie. Mensen hebben weinig gevoelens en meningen op het gebied van het gebruik van sensoren. In zekere zin bestaat er veel apathie rondom het gebruik van sensoren.
- › “I don't really mind that there are sensors with whom I share data.” – Man, 25 years

- › “Ik hoef geen info. Ik neem aan dat het voor de veiligheid is?” - Vrouw 40+ years

Mensen accepteren het toenemende gebruik van sensoren in de openbare buitenruimte omdat ze niks te verbergen hebben (trend)

- › Het idee heerst dat sensoren voornamelijk een controlerende functie hebben. Dit resulteert in een houding dat mensen het gebruik accepteren van sensoren wanneer ze niks fout doen, of niks te verbergen hebben.
- › "Ik heb zelf niks te verbergen, dus dan vind ik het ook niet erg om bekeken te worden." - Man, eind 30 jaar

Mensen accepteren het toenemende gebruik van sensoren in de openbare buitenruimte omdat het ze wat brengt (trend)

- › Sensoren worden in de buitenruimte voornamelijk gebruikt met de belofte dat het wordt ingezet voor de vergroting van het leefgemak van burgers. Wanneer dit het geval is, wordt het gebruik hiervan ook daadwerkelijk geaccepteerd. Het nut moet in dit geval wel duidelijk zijn. Wordt een sensor ingezet voor het vergroten van de veiligheid van de burgers? Dan moet dit ook gecommuniceerd worden.

- › "Ik heb er geen probleem mee. Het is publieke ruimte en het is om alles in de gaten te houden en tegen overlast." - Man en vrouw 40+

Doel van de sensor

Sensoren worden geaccepteerd tijdens drukke evenementen voor veiligheid. Toekomstige stedelijke drukte rechtvaardigt sensoren. Veiligheid, vooral voor kwetsbare groepen, rechtvaardigt sensorgebruik. Controle door sensoren leidt tot een verlangen naar escapisme. Efficiëntie en snelheid in de samenleving nemen toe door sensorontwikkelingen. Privacypercepties worden beïnvloed door buitenlandse voorbeelden. Wantrouwen ontstaat over sensorresultaten door gebrek aan begrip en transparantie.

De verwachting is dat het in binnensteden steeds drukker wordt in de toekomst (ontwikkeling)

- › De stad wordt steeds drukker, zoals koopzondagen, dat managen doen we aan de hand van sensoren. – Gemeente Utrecht

Bij drukte (evenementen) is het gebruik van een sensor noodzakelijk, ten behoeve van veiligheid (principe)

- › De acceptatie van sensoren kan verschillend zijn bij verschillende contexten en momenten. Zo wordt het gebruik van sensoren geaccepteerd tijdens drukke evenementen, omdat deze noodzakelijk zijn om de veiligheid van bewoners te waarborgen.
- › "Politieagenten moeten bij gevaarlijk situaties wel mensen kunnen wegsturen. Die optie moet er wel zijn. Bij evenementen vind ik dat zelf ook fijn dat ze dat doen." – Man, 40 jaar
- › "Als er een event is wil ik dat het goed is geregeld. Maar als ik alleen ben, wil ik zelf besluiten waar ik heen ga." – Vrouw, 45 jaar

Om veiligheid te waarborgen voor de community is de inzet van sensoren gerechtvaardigd (principe)

- › Net als het vergoten van leefgemak, is de inzet van sensoren om de publieke veiligheid te waarborgen een valide reden om sensoren in te zetten.
- › "Niet alleen het nut moet gecommuniceerd worden, maar het moet vooral ook anderen motiveren om de veiligheid te waarborgen. Hoe meer mensen meedoen en het accepteren, hoe veiliger de samenleving wordt." - Man, eind 30 jaar

Als maatschappij hebben we de behoefte om extra veiligheid te bieden voor doelgroepen die dat nodig hebben (state)

- › Het waarborgen van de publieke veiligheid is voor veel mensen belangrijk, waardoor het gebruik van sensoren geaccepteerd wordt. Dit geldt nog meer wanneer het gaat om de veiligheid voor bepaalde doelgroepen waar de veiligheid van extra belang is.
- › "When they [the sensors] are used for security reasons, then it is all fine. For example, when women walk alone." – Man, 25

Bij de toenemende gevoel van controle, ontstaat er een behoefte naar escapisme (trend)

- › Het gebruik van sensoren roept een gevoel van controle (door o.a. de overheid) op bij burgers. Mensen vinden het belangrijk om aan deze controle te kunnen ontsnappen. Zo zie je in toenemende mate mensen die zich actief afzetten tegen de systemen, en 'off the grid' willen. Even kortstondig ontsnappen aan sensoren is ook een manier van escapisme.
- › "Een park is een plek om te ontsnappen aan de stad. Als we overal camera's hangen is dat belemmerend. Jongeren komen daar ook om gek te doen, dat is ook belangrijk." – Man, 50 jaar

We bewegen naar een steeds efficiëntere en snelle samenleving toe. Sensoren ondersteunen dit (ontwikkeling)

- › Technisch gezien bewegen we toe naar een steeds efficiëntere en snellere samenleving. Door constante monitoring van processen en systemen, zoals het inzetten van sensoren in afvalbakken, voorkomen we problemen. Technische ontwikkelingen brengen ons hierin steeds verder.
- › "Data manifest opgesteld over wat data en de inzet hiervan levert ten aanzien van de leefwereld van de mensen in de wijk. Het moet ten goede komen aan de inwoners en de leef kwaliteit in de wijk." – Brainport Smart District

We kijken naar andere landen als voorbeeld, hoe we wel en niet met privacy willen omgaan - gluren bij de burens (trend)

- › Door ervaringen in het buitenland, wat mensen ofwel zelf hebben ervaren, of in het nieuws hebben gezien, wordt het gevoel over privacy vormgegeven. We kijken vaak naar het buitenland, hoe het daar gaat, en spiegelen dat aan onze eigen maatschappij.
- › "Wat je in China hebt, dat niet. Ze mogen zien dat ik in de stad ben, maar waar ik loop dat is privé. Ze hoeven niet alles te weten." – Man, 35 jaar

- › "Ik hoorde dat in Italië criminelen zelf camera's hadden opgehangen en dat de bewoners en de politie dachten dat het van de politie zelf was. Dat is wel eng." - Man en vrouw 45+

In de maatschappij heerst een gevoel van wantrouwen op het gebied van de resultaten van sensoren. Werkt het wel? (principe)

- › Omdat veel mensen niet weten of niet snappen waarvoor sensoren gebruikt worden, ontstaat er een gevoel van wantrouwen. Wat halen ze op? Welke data wordt er opgeslagen en wat gebeurt er daarna mee?
- › "Grootste misverstand dat alle cameras OLV cameras zijn. De meeste cameras worden niet ingezet voor handhaving." – Expert privacy
- › "Waar gebruiken ze het voor? Ik vind het niet fijn om gezien te worden." - Man, 35 jaar

Doelgroep en inclusie

Transparantie over sensorgebruik geeft burgers argumenten. In een democratie is informeren over sensoren essentieel, maar sommigen vertrouwen op gemeentelijke uitleg. Bewustmaking kan echter ongewenste reacties oproepen.

Communiceren over data geeft klagers munitie om mee te schieten (ontwikkeling)

- › Wanneer je transparant over iets bent, geeft dat vrijheid, kennis en macht aan mensen om te gebruiken als argumenten tegen of voor iets.
- › “Wanneer er transparantie is bij de besluitvorming, is er meer om op te schieten door burgers”. – Wetenschap
- › “Communiceren over data, geeft bewoners ook de mogelijkheid om bewijslast op te halen over wat ze vervelend vinden. Denk aan de brommer, waar anderen zich onwijs aan ergeren.” - Gemeente Utrecht

Informeren over sensoren is een plicht. In een democratie moeten mensen op de hoogte worden gebracht over de werking van iets (state)

- › Burgers moeten het recht hebben om te kunnen snappen waarom sensoren ingezet worden in de openbare ruimte. Een van de pijlers van de democratie is dat mensen inspraak kunnen hebben in ontwikkelingen in hun omgevingen. Maar om dat te kunnen doen, moeten ze eerst geïnformeerd worden over deze ontwikkelingen.
- › “Not everybody has to be included (to understand everything), but those who can and those who want should be, and should be given the opportunity.” – Bold City

- › “These are populations (e.g. undocumented migrants, low ses) that traditionally have been pushed out of decision making in cities and, generally, from development of technologies and participation.” – Bold City

Mensen willen niet zelf informatie opzoeken over sensoren, dat moet de gemeente doen (state)

- › Het is de taak van de gemeente om de redenen uit te leggen waarom ze sensoren inzetten in de wijken. Een aanname daarbij is wel dat mensen er vanuit gaan dat hetgeen de gemeente doet, ook het goede is voor de wijk. Hiervoor is vertrouwen tussen de partijen noodzakelijk.
- › “Door de gemeente wordt bepaald wat interessant is en wat niet.” – Brainport Smart District
- › “Bij communiceren, dat de gemeente kan kiezen wat bij de politieke kleur past van zo’n gemeente.” – Expert privacy

Maak geen slapende honden wakker. Informeer alleen mensen die actief op zoek gaan naar informatie (state)

- › Veel mensen zijn zich niet bewust van sensoren in de openbare buitenruimte, en zijn ook niet naar dit bewustzijn op zoek. De kans is aanwezig dat je door

het communiceren over sensoren, en het bewustzijn hiervan vergroot, ongewenste interactie gaat opwekken vanuit burgers.

- › “Mensen die overlast hebben ervaren, zijn op zich blij met de sensoren. Maar veel mensen zijn zich er gewoon niet bewust van.” – Gemeente Den Haag
- › “De communicatie is voor de minderheid” – Technische Universiteit Delft

Mensen moeten op de hoogte worden gebracht over wat sensoren precies vastleggen en bij wie dat terechtkomt. Vrijheden die mensen zich permitteren en die in de dagelijkse praktijk gedoogd worden moeten kunnen blijven plaatsvinden (state)

- › Wanneer mensen niks verkeerd doen volgens de sociale normen en waarden, vinden is het geaccepteerd dat er meegekeken wordt met wat zij doen. Ze doen immers niks verkeerd. Maar wanneer de grenzen worden opgezocht wat sociaal geaccepteerd is, maar gedoogd wordt, wordt die controle als minder, en vervelend opgevat.
- › “Als ik niks verkeerd doe, dan mag je best meekijken met wat ik doe. De politie is minder fijn als ik dronken ben, ze zijn meer oplettend.” - Vrouw, 23 jaar

Praktische uiting van de communicatie

Gewenning vermindert aandacht en bewustzijn voor innovaties. Toenemende objecten in de openbare ruimte vergroten de spanning tussen ethiek en esthetiek. Menselijke betrokkenheid en eigen regie bevorderen vertrouwen in sensorgebruik. In een participatiemaatschappij is informatiedeling essentieel. Vertrouwen wordt versterkt door duidelijkheid over sensorbezit en herkenning van de organisatie.

- Gewenning zit herkenning en bewustzijn in de weg (principe)
- › Wanneer nieuwe innovaties geïmplementeerd worden in de samenleving, is het voor een korte tijd interessant en heeft het de aandacht. Wanneer mensen hieraan gewend raken, vervaagt die aandacht steeds meer. Wanneer het niet meer onder de aandacht is, vergroot het het bewustzijn ook niet.
 - › “Stickers don’t work. How many people scan those stickers and go the registry? And if they do, than what? Does it give them a pause to think about what is happening here?” – Bold City
 - › “Borden negeer je makkelijker. Je negeert ook de melding dat een trein druk is. De volgende kan ook druk zijn.” – Man, 35 jaar

- De fysieke buitenruimte is aan het verrommelen (ontwikkeling)
- › Er komen steeds meer objecten bij in de openbare buitenruimte. Een aantal gemeentes probeert dit tegen te gaan met beleid, of andere creatieve oplossingen. De spanning tussen ethiek en esthetiek wordt hierdoor vergroot. Wanneer je sensoren “verstop” in de omgeving, ten behoeve van de verrommeling van de ruimte, zullen mensen niet meer zien waar de sensoren zitten, en hier dus ook geen bewustzijn over creëren.
 - › “De midden boulevard is rommelig, een doel is om de verrommeling tegen te gaan, waardoor sensoren beter zijn geïntegreerd in de ruimte. Maar hierdoor zijn ze ook niet meer zichtbaar, mensen weten niet meer dat ze er zijn.” – Gemeente Den Haag

- Een menselijke maat, tegenover technologie, vergroot het vertrouwen in sensoren en het gebruik hiervan (principe)
- › Sensoren en de systemen, in handen van de overheid, hebben een onzichtbaar karakter voor mensen. Dit onzichtbare karakter vermindert het vertrouwen in deze sensoren en systemen. Een menselijke factor kan het vertrouwen juist weer vergroten, zoals het koppelen van een politieagent aan het nut

- van sensoren.
- › “Een politieagent (en vooral het uniform) straalt autoriteit uit, dat verbind ik ook met veiligheid en het nut van sensoren.” - Man, +-40 jaar
 - › “Ik zou wel een verhaal willen horen van een normaal persoon, al die andere zijn aan het werk voor de overheid.” - Man 35+ jaar

- Gevoel van participatie wordt vergroot naarmate mensen eigen regie hebben over sensoren en data (principe)
- › Wanneer mensen regie hebben over hun eigen handelen in relatie met het gebruik van sensoren, komt dit ten goede aan het gebruik hiervan. Wanneer mensen regie hierover hebben, en dus eigenaarschap, accepteren ze het gebruik van sensoren. Dit betekent wel dat het gebruik van sensoren, en de acceptatie hiervan, per context en moment kan verschillen.
 - › “Als de Tomtom zegt links dan ga ik rechts, want als hij iedereen naar links stuur is het rechts rustig.” – Man, 35 jaar
 - › “Als er een event is wil ik dat het goed is geregeld. Maar als ik alleen ben, wil ik zelf besluiten waar ik heen ga.” – Vrouw, 35 jaar.

In een participatiemaatschappij moeten burgers mee worden genomen in het proces

over sensoren (principe)

- › In een democratische participatiemaatschappij moeten burgers op de hoogte worden gehouden over ontwikkelingen die geïmplementeerd gaan worden. Dit kan op verschillende momenten gedaan worden: voorafgaand aan de implementatie, tijdens de implementatie of na de implementatie.
- › "Idealistisch, op dit moment, wanneer je een project start, dan moet je communiceren dat er middelen ingezet gaan worden. In de initiële fase, moeten medewerkers al bewust bezig zijn met de zachte kanten van de inzet van sensoren en technologie." – Gemeente Utrecht
- › "Communication about sensors: before is best, during is really good, after is necessary." – Bold City

Herkenning van de organisatie of instantie vergroot het vertrouwen (principe)

- › Wanneer sensoren worden opgehangen, is het van belang dat duidelijk is dat mensen weten van wie de sensor is. Dat het geen zwarte doos is die ergens hangt. Het eigenaarschap van een sensor moet duidelijk zijn, zodat mensen ook weten waar ze terecht kunnen met hun vragen.

- › "Het is belangrijk dat de anonimiteit eraf is, mensen moeten weten dat het van de gemeente is." – Expert privacy

Transparantie en vertrouwen

Burgers willen inzicht in de verzamelde data en acties achter sensoren. Overheidstaak: verklaren sensorkeuzes, vertrouwen winnen met consistent handelen. Transparantie over risico's en mogelijkheid tot data-eigenaarschap zijn cruciaal.

- Iedereen wil en moet kunnen inzien welke informatie wordt verzameld en wat daarmee gedaan wordt (principe)
- › Wanneer er sensoren worden ingezet, vinden mensen het belangrijk dat ze kunnen inzien wat voor soort data er wordt opgehaald. Zijn het alleen tellingen? Is er gezichtsherkenning mogelijk? Dit inzicht bepaalt mede de acceptatie van de inzet van deze sensoren. Ook dit is contextafhankelijk. Wanneer sensoren in woonwijken geplaatst worden, wordt alles gevoeliger ervaren door de buurtbewoners.
 - › "Ze hoeven niet te weten waar ik heen ga. Tellen mogen ze, maar zonder kenteken." – Man, 25 jaar
 - › "Op een druk verkeerspunt werden auto's ook bekeken tbv doorstroom. Maar daar kwamen heel veel vragen over, of mensen herkenbaar

zijn op het beeld. Maar de beelden zijn zo pixellig, dat je helemaal niks kon zien." – Gemeente Utrecht

- › "ANPR camera voor de deur, toen steeg de aversie. Amsterdammers reageren emotioneel op de cameras, vooral oudere bewoners." - Expert privacy

Het is de taak van de overheid om het vertrouwen van burgers niet te schaden. De overheid moet uitleggen waarom ze voor een sensor gekozen hebben (state)

- › Vertrouwen in de overheid vanuit burgers zit hem in de lange adem. Als overheid moet je vaak en regelmatig het goede doen, en het goede voorbeeld geven om het vertrouwen van burgers (terug) te winnen. Wanneer er belangrijke dingen niet worden opgepakt door de overheid, neemt het vertrouwen af. Dit stimuleert eigen regie en eigen onderzoek vanuit burgers om de overheid te controleren.
- › "Je geeft een dichte envelop, dat krijg je op de deurmat. Sommige zien het logo van de gemeente en laten het gelijk liggen." – Direct Duidelijk Den Haag
- › "Ik geloof niet meer in de overheid, zeker na Corona. De lucht bij Tata in IJmuiden dat weten ze al lang en niemand doet iets." – Man, 35 jaar
- › "Officiële metingen vanuit het RIVM, komt vaak vanuit ongeveer drie meetpunten in

NL. Met formules wordt dat vaak vertaald naar de stad. Dit is/voelt scheef, en daarom meten mensen extra dingen.” – Gemeente Utrecht

Achter elke sensor moet een persoon zitten. Geef duidelijk aan welke persoon er verantwoordelijk is (state)

- › Het vertrouwen in automatische systemen achter sensoren is nog laag. Over het algemeen weten mensen ook niet hoe de processen achter sensoren (bijvoorbeeld de analyse van beelden) in elkaar steekt. Om deze reden willen mensen dat er achter de sensoren nog echte mensen aanwezig zijn om de systemen te controleren.
- › "Sensoren, als het effectief is, is het oké. Sensoren kun je niet zien. Als er politie is, gaan mensen zich anders gedragen. En als ze moeten ingrijpen duur het langer, ze moeten ergens vandaan komen." – Man, 35 jaar
- › "Achter een sensor zit nog altijd een persoon die keuzes maakt." – Man, 35+ jaar
- › "Het liefste wil ik overal politieagenten op straat in plaats van camera's. Zij hebben een menselijk 6e zintuig om veiligheid te waarborgen." - Man, eind 30 jaar

De overheid moeten inzichtelijk maken wat de risico's van sensoren zijn (state)

- › Toenemend gebruik van data en sensoren

kan de nodige risico's met zich meebrengen. De overheid moet hier transparant over zijn, en moet kunnen aangeven wat die risico's zijn, en hoe ze hiermee omgaan.

- › "Met toenemende data en automatisering komt er ook steeds meer een risico, waaronder data veiligheid, en het hacken hiervan." – Brainport Smart District
- › "Maar dat al die leenscooters vooral apparaten zijn om data over mobiliteit te genereren die vervolgens weer verkocht worden aan derden en dat dat het verdienmodel is dus." – De Waag

Iedereen moet zijn eigen data kunnen verwijderen (state)

- › Eigenaarschap over de data die is opgehaald in de openbare ruimte is belangrijk. Mensen willen de data inzien, om te weten wat er is opgehaald, maar ook om de regie te krijgen over welke data ze wel en niet willen delen. Hierdoor creëer je meer bewustzijn onder burgers over de sensoren en opgehaalde data. Het brengt echter wel problemen met zich mee, omdat het eigenaarschap over de data niet gelijk betekent dat men verantwoordelijk wil zijn voor het onderhoud en opslag van data.
- › "Veel data; wat wordt er van je opgeslagen? Dat zou je zelf moeten kunnen inzien." – Man, 35 jaar

- › "Het zou het wel fijn zijn als je je eigen data kan verwijderen, maar ik het geen idee of dat mogelijk is." - Vrouw 60+
- › "Burgers hebben eigen regie en eigenaarschap over data. Dat betekent dat het van hen is, maar daar is veel discussie over. Waar slaan we data op, en wie is daar dan verantwoordelijk voor." – Brainport Smart District

A3. Initiële ideeën

De zes initiële concepten verschillen in doel en gelaagdheid van communicatie. Het ene concept communiceert meer of andere informatie dan het andere concept, of heeft een andere focus. Hier worden de zes concepten toegelicht.

De informatie loop

Doel: het laat mensen kennis maken met verschillende sensoren, wat ze doen en waar ze precies zitten. Het is voornamelijk bedoeld om te informeren op een laagdrempelige manier, doormiddel van een wandeling. Wat communiceert het: de wandelingen kunnen worden aangepast aan de plekken waar het is (denk aan de wildlife wandeling, of urban mobility thema's). Er zitten verschillende momenten van informatieoverdracht in, van de herkenning op de grond, de eerst uitleg, en de eventuele diepgaandere informatie online.

Kruip in de huid van

Doel: het laat mensen de voordelen en limitaties zien van wat een sensor precies kan. Ziet het enkel een blur, stipjes, of kan het juist verder kijken dan een mens? Wat communiceert het: hier kan een spelvorm aan verbonden zijn, om de interactie nog laagdrempeliger te maken. Het maakt transparantie tastbaar, om even de lens van een sensor op te zetten. Bij elke sensor wordt duidelijk wat het doet, wat het kan, en waarom het iets doet.

De mensor

Doel: het antropomorfiseren van de sensoren opent het gesprek over de sensoren op een laagdrempelige manier. De campagne achteraf geeft de nodige diepgang over de sensoren, op een leuke manier. Wat communiceert het: de mensor laat zien/horen wat een sensor waarneemt, en welke afwegingen de systemen daarachter maken (transparantie). Hierover kan het gesprek worden gestart. Later, door reacties te vangen van deelnemers, kan een visueel ingestoken informatiecampagne gestart worden, die laagdrempelig informatie voorziet over sensoren.

De “ontwijk” richtlijnen

Doel: speel in op de reactance van mensen, en het teruggeven van autonomie en keuzevrijheid. Op een ludieke manier worden mensen aangesproken, en wordt inzichtelijk wat het nut van sensoren is. Wat communiceert het: mensen krijgen de autonomie terug over het vrijgeven van hun data. Deze keuze momenten zijn gelijk een moment om mensen te informeren over het nut (volle vuilnisbakken), de limitaties (dit is wat de sensor ziet) en de voordelen van sensoren.

Vraag de kijker

Doel: het laat mensen het nut van de sensoren ervaren, en het wekt begrip op voor de inzet van deze sensoren. Wat communiceert het: voor je de slag maakt naar sensoren, laat je mensen nadenken over wat ze in een bepaalde ruimte willen verbeteren, zoals veiligheid of netheid (vergroten van participatie en eigenaarschap). Hierna wordt inzichtelijk gemaakt wat het meest efficiënt is om dit te bereiken - ofwel door sensoren ofwel door mensen.

Verklein de sensor

Doel: het laat mensen verschillende sensoren in en uit elkaar zetten. In de vorm van een workshop in de publieke ruimte. Hierbij krijgen ze ondersteuning en uitleg in wat de onderdelen zijn, en wat ze doen. Wat communiceert het: aan de ene kant maak je de technologie van de ontastbare systemen klein en begrijpbaar, en laat je zien wat sensoren allemaal wel en niet kunnen. Je geeft het eigenaarschap weer terug aan de burger, door ze hands-on met de sensoren aan de slag te laten gaan. Je kan er bijvoorbeeld ook transparantie rapporten bij leveren.