

Hoogleraar Baldwin Van Gorp: 'De stilzwijgende meerderheid hoor je vandaag niet meer'

'Sociale media zijn gebouwd om te polariseren'

NICO BOGAERTS (SOCIAAL.NET) & JAGO KOSOLOSKY (MO*) · 20 APRIL 2021

'Iedereen doet aan framing: politici, journalisten, wetenschappers, maar ook het middenveld.' Voor hoogleraar Baldwin Van Gorp (KU Leuven) is het belangrijkste om na te denken over welke denkkaders we gebruiken. 'Ik wil weten hoe mensen redeneren, welke denkstappen ze volgen, welke kronkels ze maken.'

Eerder dit voorjaar, een vroege zondagochtend in Mechelen. Het is zonnig maar nog ijsig koud. Vlak naast de Grote Markt ligt boekhandel Salvator. Hoewel die op zondag gesloten is, worden we er met koffie verwelkomd door eigenares en boekenwurm Karla De Ceulener.

'Frames gebruiken we allemaal elke dag. We hebben ze nodig om de werkelijkheid te begrijpen.'

Achteraan in de winkel worden, covidproof, drie stoelen bij elkaar gezet. Omringd door honderden boeken spreken we met **Baldwin Van Gorp**, hoogleraar journalistiek en communicatiemanagement aan het Instituut voor Mediastudies (KU Leuven).

Van Gorp is bekend van zijn onderzoek over framing. Dat begon in 1999 met de komst van een asielzoekerscentrum in zijn geboortedorp Arendonk. Zijn neef was er op dat moment burgemeester: 'Ik heb toen een jaar lang alle acties voor en tegen dat asielcentrum bijgewoond, ook die van het Vlaams Belang. Superfascinerend. Het was de basis voor mijn doctoraat en de start van veel ander onderzoek over framing.'

Maatschappelijke thema's waarover Van Gorp zich sindsdien boog zijn radicalisering, kinderarmoede, mensen met dementie, migratie en zeer recent ook ontwikkelingssamenwerking. Telkens brengt Van Gorp met zijn team de heersende frames in kaart. Ze stellen ook altijd counterframes voor.

Lees verder onder de afbeelding

Frames zijn gedeelde denkkaders die mensen gebruiken om betekenis te geven aan de werkelijkheid. In een **rapport** gebaseerd op onderzoek uitgevoerd door het Instituut voor Mediastudies van de KU Leuven in opdracht van 11.11.11 en de ngo-federatie, staat het zo omschreven: 'De meeste sociale kwesties zijn een complex fenomeen. De complexiteit ervan

maakt het onmogelijk om ze als individu volledig te vatten. Om er toch over te kunnen nadenken, spreken en schrijven zijn mensen daarom genoodzaakt om zich te focussen op deelaspecten, die op zich waarheidsgetrouw zijn, maar nooit de volledige “waarheid” vormen. Dat is in essentie wat een frame is.’

Framing is dus niet per definitie iets slecht?

Van Gorp: In het publieke debat is framing opgepikt als iets dat je moet vermijden. Tegen iemand zeggen dat hij framet, klinkt als een verwijt. Je bent dan als het ware een spindoctor, iemand die de waarheid verbloemt.

Maar in de academische betekenis gaat het dan niet om framing. Frames gebruiken we allemaal elke dag. We hebben ze nodig om de werkelijkheid te begrijpen. Framing betekent dat je vanuit bekende denkkaders een onderwerp benadert. Bij issues waarmee de samenleving worstelt zijn die schema’s of frames belangrijk om aan te geven wat er aan de hand is.

Maar de manier waarop een thema geframed wordt, heeft natuurlijk wel invloed op het denken en doen van mensen. Vandaar dat het belangrijk is dat mensen zich bewust zijn van de gebruikte frames.

We praten dus met elkaar in frames en schema’s?

Van Gorp: Iedereen, politici, journalisten, wetenschappers maar ook het middenveld, doet aan framing. Allemaal kiezen ze een bepaalde invalshoek om een issue te bespreken. En de invalshoek die je kiest, de woorden en beelden die je gebruikt, vertellen hoe je naar iets kijkt.

‘In het migratiedebat is het meest gebruikte frame dat van een ongecontroleerde toestroom van vluchtelingen.’

Van Gorp: In veel van die frames zitten culturele elementen vervat: heersende waarden en normen, bekende stereotypen, archetypes en metaforen. Mensen herkennen die en gaan onbewust redeneren: ‘Als dit het probleem is, dan is dat de oplossing en dan zijn zij de oorzaak’.

Frames zijn dus nooit helemaal waar of onwaar, maar bepalen samen het kader van hoe een maatschappij denkt over een bepaald thema?

Van Gorp: Het is belangrijk dat we beseffen dat keuzes van woord en beeld de mening van mensen sturen. Maar weet dat er ook altijd alternatieven zijn. Het is niet zo dat je één frame hebt, en dat het dat is. Voor elk frame zijn er counterframes.

Als het over migratie gaat, duikt in de media toch vooral een problematisering van het thema op. Het meest gebruikte frame is dat van een ongecontroleerde toestroom van migranten en vluchtelingen. Een ander frame dat je vaak ziet is dat van ‘de vijandige indringer’, die zorgt voor overlast en de straten onveilig maakt. De counterframes die migratie deproblematiseren zien we nauwelijks, ook niet in zogenaamde kwaliteitsmedia. Terwijl je van hen kan verwachten dat ze verschillende brillen tonen.

Je vindt het een opdracht voor journalisten om een thema in zijn volle breedte aandacht te geven, om rond migratie of ontwikkelingssamenwerking ook te zorgen voor positieve beeldvorming?

Van Gorp: Journalisten zeggen mij vaak dat ze enkel de feiten brengen, en niet bezig zijn met framing. Dat is natuurlijk onzin. Iedereen gebruikt frames, bewust of onbewust.

Media die migratie, ontwikkelingssamenwerking of armoede louter benaderen vanuit problematiserende frames, laten vooral een potentieel aan verrassende inhoud onderbenut. Het gebruik van alternatieve frames levert vaak boeiende perspectieven op die minder voor de hand liggen.

Het is dus belangrijk dat je nadenkt over de frames die je hanteert en kijkt naar alternatieven.

Je benoemt in al je onderzoek frames en counterframes, maar doet geen uitspraak over hun waarde. Maar wat met een frame dat mensenrechten schaadt of anderen hun vrijheid ontzegt?

Van Gorp: Ik probeer om in mijn analyse niet normatief te zijn. Ik breng het scala aan frames en mogelijke alternatieven in kaart, daarvoor praat ik met alle experts, van links en rechts. Maar ik ga niet zeggen wat juist of fout is. Of welk frame je wel of niet mag gebruiken.

Ik merk dat ons onderzoek op die manier meer wordt opgepikt. Niet alleen door de verschillende opdrachtgevers, ook door de buitenwereld. En dat is wat ik wil: dat mensen nadenken en beseffen dat er altijd andere invalshoeken zijn om naar een onderwerp te kijken.

Lees verder onder de afbeelding

Toch valt op dat in veel dominante frames “het gezond verstand” van de witte Vlaming de bovenhand haalt: ‘Sociaal werk is voor geitewollensokken. Ontwikkelingssamenwerking is een druppel op een gloeiende plaat. Vluchtelingen zijn indringers. Kinderen in armoede zijn het slachtoffer van slechte ouders.’

Van Gorp: Het klopt dat het vaak de korte slogans en eenvoudige beelden zijn die blijven plakken. Frames werken beter dan counterframes, zeker als het frame problematiseert en het counterframe deproblematiseert. Complexere frames die beter in staat zijn om uit te leggen wat er echt aan de hand is, vallen moeilijker. Daar worstelen we mee.

‘Het zijn vaak de korte slogans die blijven plakken.’

Het valt ook op dat mensen steeds meer de neiging hebben om vooral vanuit zichzelf te redeneren. Het zich kunnen verplaatsen in de medemens wordt moeilijker. Als we tijdens onderzoek complexe thema's aanreiken, sta ik ervan te kijken hoe snel mensen het over zichzelf hebben. Ze maken een vertaalslag naar de eigen leefsituatie en dat bepaalt sterk het uiteindelijke oordeel.

Is dat ook wat er gebeurt op sociale media? Daar verloopt quasi elk actueel debat erg gepolariseerd.

Van Gorp: Sociale media draaien om *likes* en *shares*, het “leuk” vinden of delen van inhoud, om korte, ongenueanceerde en boude uitspraken. Sociale media zijn gebouwd om te polariseren. En dan krijg je uitwassen.

Veel mensen beseffen ook niet hoe het werkt. Onlangs had ik in een interview iets gezegd over Donald Trump. Ik kreeg toen een e-mail van een man die me zonder enige aanspreking uitschold. In twee zinnen stonden er meer dan twintig scheldwoorden.

Ik mailde de man terug en wat bleek? Hij had het interview helemaal niet gelezen. Zijn reactie was gebaseerd op de titel van het stuk. Een titel die zoals zo vaak gebeurt op sociale media anders was dan in de papieren krant. Maar dat weet die man niet. Hij kon het hele stuk ook niet lezen omdat hij botste op een betaalmuur. Die man denkt dat hij de actualiteit volgt, maar eigenlijk zit hij in een bubbel commentaar te geven op *clickbait* die hij niet kan lezen.

Lees verder onder de afbeelding

Vind je het boeiend om met zo iemand te corresponderen?

Van Gorp: We kunnen daar nu lacherig over doen, maar ik heb natuurlijk gemakkelijk praten. Ik ben een vastbenoemde ambtenaar met een hoog inkomen wiens huis bijna is afbetaald. Ik ben mondig en word als professor ook snel gehoord.

Niet iedereen zit in die luxepositie. Als mensen iets willen zeggen maar niemand luistert, dan worden ze boos. Schelden en roepen is een vorm van communicatie die we daarom moeten tolereren.

‘Ik wil weten hoe mensen redeneren, welke denkstappen ze volgen, welke kronkels ze maken.’

Ik probeer me in elke discussie te verplaatsen in de andere. Ik wil weten hoe mensen redeneren, welke denkstappen ze volgen, welke kronkels ze maken. Ik wil begrijpen waarom mensen in een debat bij een bepaalde conclusie uitkomen. Baseren ze zich op feiten of fakenews?

Ik toon ook altijd begrip voor iemand. Empathie is belangrijk. Zeggen dat je iemands standpunt begrijpt, kan deuren openen voor een echt gesprek. Op die manier vermijd je gesprekken waarin je naast elkaar praat.

En je steekt altijd iets op. De man die me had uitgescholden, zorgde ook voor een paar interessante inzichten. Journalisten zijn niet meer neutraal poneerde hij. Hij vond dat ze het verlies van Trump brachten als goed nieuws. En misschien is daar wel iets voor te zeggen. De grens tussen berichtgeving, analyse en opinie vervaagt. Daar zijn voldoende voorbeelden van.

Jullie gebruiken ook de term affectieve polarisatie, een vorm van polarisering waarbij partijen elkaar gaan haten en vervensen, louter omdat ze een andere mening of politieke voorkeur hebben.

Van Gorp: In het onderzoek over framing en migratie zijn we affectieve polarisatie nagegaan aan de hand van twee parameters: hoe voel je je ten opzichte van je vijand, en hoe voel je je ten opzichte van je eigen groep?

‘De emotionaliteit bij links over het thema migratie is groot.’

Wat bleek? De affectieve polarisatie bij mensen die we als “links” kunnen omschrijven is groter dan bij “rechtse” mensen. Dat hadden wij nooit verwacht. Linkse mensen hebben vaak warme gevoelens voor de eigen groep, maar voelen meer weerstand tegen de andere groep. Bij rechtse mensen voelden we minder warmte voor de eigen groep maar ook minder weerstand tegen de andere.

De emotionaliteit bij links over het thema migratie is bijvoorbeeld groot. Ze zullen niet zo snel schelden of echt grof zijn maar ze zijn feller, emotioneler en negatiever over iemand met een andere mening. De groep die openstaat voor migratie is gemiddeld hoger opgeleid, vrouwelijker en jonger. Misschien heeft het daarmee te maken?

Lees verder onder de afbeelding

We focussen nu hard op de extremen, de uiterste standpunten terwijl de meeste mensen ergens tussenin hangen. Die zijn niet zomaar pro of contra. Moeten we die stilzwijgende meerderheid niet meer opzoeken en bespelen?

Van Gorp: Het lijkt of iedereen rond elk issue in één van beide loopgraven steekt, terwijl volgens ons onderzoek 80 procent van de mensen deel uitmaakt van wat wij ‘het beweegbare midden’ noemen. Zij hebben een minder uitgesproken mening, ze balanceren tussen de pro’s en contra’s, tussen zwart en wit.

‘De stilzwijgende meerderheid is vertrokken op sociale media.’

Ik denk dat we die middengroep niet moeten bespelen. We moeten die niet overtuigen om kamp te kiezen. Dat zou verkeerd zijn. Wel moeten we die groep stimuleren om terug in het debat te treden, ook al twijfelen ze of weten ze het niet goed.

Het debat wordt nu overheerst door de tegenpolen. De stilzwijgende meerderheid hoor je vandaag niet meer. Die zie je niet op televisie. Die zijn vertrokken op sociale media. Vaak uit schrik om de wind van voor te krijgen. Of omdat niemand reageert. En dat is jammer. Bij deze dus de oproep aan iedereen: durf je terug te mengen in het debat!

Kan je met counterframes ooit iemands mening veranderen? Kan een campagne van 11.11.11. het beeld over ontwikkelingssamenwerking bijstellen? Kunnen we via communicatie het dominante frame over sociaal werk veranderen?

Van Gorp: Mensen doen veranderen van attitude of denkkader is erg moeilijk. Dat lukt ook niet met af en toe een campagne op te zetten. En als er al iets beweegt in de publieke opinie dan is dat vaak gebaseerd op toeval.

Wat wel kan helpen is het doorbreken van die affectieve polarisering, zeker op individueel niveau.

Luisterbereidheid is dan een belangrijke voorwaarde. Ook al ben ik het niet eens, toch probeer ik me in te leven in je standpunt en te luisteren naar jouw argumenten. Zo’n open houding kan op lange termijn mensen wel doen switchen van positie. Of hen alleszins de relativiteit van hun grote gelijk doen inzien. Maar daar gaat heel veel tijd overheen.

Lees verder onder de afbeelding

Als het zo complex is en traag gaat, hebben die counterframes dan wel zin?

Van Gorp: Counterframes kunnen organisaties helpen om hun eigen communicatie onder de loep te nemen. Zo had de stichting Alzheimer Nederland lang geleden een echt stigmatiserende campagne. En ik toonde hen dat ook bij mijn presentatie. Dat was voor hen niet leuk, maar ze hebben er wel rekening mee gehouden. Hun campagnes en beeldvorming werden anders.

‘Deproblematiseren betekent dat een issue minder urgent wordt, en minder urgentie betekent minder fondsenwerving en minder subsidies.’

Als buitenstaander heb ik natuurlijk een voordeel. Ik kan de dingen benoemen en organisaties een spiegel voorhouden. Al is dat niet altijd vanzelfsprekend. Counterframes die deproblematiseren gaan immers vaak in tegen de eigen winkel.

Deproblematiseren betekent dat een issue minder urgent wordt, en minder urgentie betekent minder fundraising en minder subsidies. Het beeld van het uitgemergelde en huilende Afrikaanse kindje willen we niet meer. En terecht. Maar het bracht wel geld op.

Misschien is dat wel de clue van mijn onderzoek. Bij het formuleren van counterframes vertrek ik vaak vanuit de zwakkere partij, de mensen die we niet horen. Als je met hen praat dan valt het op hoe vaak ze stigmatisering en destigmatisering bovenaan hun prioriteitenlijstje zetten. Stigma en zelfstigma zijn onderschatte fenomenen, zeker bij al die complexe fenomenen die we onderzoeken: migratie, ontwikkelingssamenwerking, kinderarmoede en psychische kwetsbaarheid...

Maar de paradox is dat veel belangenorganisaties net baat hebben bij die stigmatisering. Het is een bron van geld en aandacht. Het is een ware paradox.

Dit interview werd afgenomen door Nico Bogaerts (hoofdredacteur Sociaal.net) & Jago Kosolosky (hoofdredacteur MO). [Het interview kan u ook lezen bij Sociaal.net](#). Op 18 mei organiseert het Hannah Arendt Instituut in samenwerking met 11.11.11 een [gratis webinar](#) met onder andere Baldwin Van Gorp over frames en counterframes.*

Zonder jouw steun bestaat MO* niet.

Steun ons en word proMO* voor maar €4/maand of doe een vrije gift.

3100 proMO*'s steunen ons vandaag al.

Word proMO*

of

Doe een gift