

In gesprek met onderzoeker ... Baldwin Van Gorp

In gesprek met onderzoeker ... Baldwin Van Gorp

Baldwin van Gorp is onderzoeker bij het Instituut voor Mediastudies van de KU Leuven. Hij doceert er ook de vakken communicatiemanagement en journalistiek en is betrokken bij de masteropleiding journalistiek. In 2011 publiceerde hij in opdracht van de Koning Boudewijnstichting een rapport over anders communiceren over dementie. Sindsdien zijn talrijke initiatieven zoals *Music for life* (december 2012) en de campagne *Vergeet dementie, onthou mens* op zijn werk geïnspireerd. Voldoende reden om hem in Leuven op te zoeken en ook zijn wat ouder en recenter werk in beeld te brengen.



Onderzoek naar framing van o.a. allochtonen, asielcentrum en armoede

Baldwin van Gorp studeerde eind vorige eeuw communicatiewetenschappen aan de Universiteit Antwerpen. Daarna startte hij als assistent met in de eerste paar jaar voornamelijk focus op het mee uitwerken van een volwaardige opleiding communicatiewetenschappen binnen de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen en het opstarten van promotieonderzoek. Hij maakte er kennis met het werk van Robert Entman rondom 'framing' in nieuwsmedia en werd er meteen door gefascineerd. Frames kunnen opgevat worden als verdichtingen of samenvattingen van de werkelijkheid die meteen een bepaalde duiding aan die werkelijkheid geven. Journalisten die over een bepaald onderwerp schrijven, geven niet alleen informatie, maar doen dat onvermijdelijk ook met een bepaalde kleuring.

Omdat in zijn thuisdorp Arendonk in die periode een asielcentrum gepland werd in een voormalige kazerne, richtte Van Gorp zich op onderzoek naar hoe nieuwsmedia daarover berichtten en hoe 'framing' daarbij een rol speelde. Daarbij werd niet alleen het concept framing geconcretiseerd, maar ook de manier waarop deze onderzocht kunnen worden. In diezelfde periode schreef hij ook over beeldvorming van armoede: welke onderliggende toonzetting geven journalisten in hun berichten mee over armoede.

Na zijn Antwerpse periode en zijn promotie in 2004 werkte Baldwin van Gorp een aantal jaar voor de Radboud Universiteit in Nijmegen rondom communicatiemanagement. Framing bleef prominent op zijn agenda staan, en dat leidde onder meer tot een publicatie in het gerenommeerde vaktijdschrift *Journal of Communication* in 2007.

Frames en counterframes over dementie

De activiteiten van de Koning Boudewijnstichting over dementie zijn ons natuurlijk erg bekend. Maar de stichting is op veel meer thema's actief. Zo liep er eind vorig decennium een activiteit rondom duurzame landbouw. Dat werk kwam via het in Washington gevestigde Frameworks Institute op het thema framing in nieuwsmedia en het belang daarvan in publieke debatten. Dat zorgde voor zo veel inspiratie dat ook de mensen die binnen de Koning Boudewijnstichting rond dementie werkten (en nog werken), ook wel eens wilden verkennen wat de relevantie van framing voor dementie is. En zo werd een opdracht verstrekt aan Baldwin van Gorp, ondertussen terug in Vlaanderen werkzaam bij KU Leuven, om hierover een onderzoek uit te voeren. Die opdracht leidde in 2011 tot het rapport: *Framing en Reframing: anders communiceren over dementie*.

Van Gorp en zijn collega Tom Vercruyse onderzochten mediaberichten over dementie, films zoals *De zaak Alzheimer* of *Iris*, en literatuur zoals *Hersenschimmen* of *Vlinderpark Alzheimer*. Daaruit bleek dat er een beperkt aantal frames gebruikt worden die samen zorgen voor een erg negatieve maatschappelijke beeldvorming rondom dementie. De media zaten gevangen in een frame, in een kader, van negatieve berichtgeving over dementie. Zo ontstaat stigma, zo ontstaat wat [Steven Sabat](#) omschrijft als 'excess disability'.

Belangrijker dan deze vaststelling was het ontwikkelen van counterframes, van alternatieve beelden die een andere toonzetting geven aan communicatie rondom dementie. Zo kan bijvoorbeeld de angst voor de dood en de overdreven focus op het levenseinde vervangen of aangevuld worden met een Carpe Diem of pluk-de-dag perspectief: er is zelfs na diagnose van dementie nog zo veel leven en genieten mogelijk, het is lang niet altijd en alleen kommer en kwel!

Dit werk rondom anders communiceren over dementie is sindsdien inspiratie geweest voor verschillende gerichte acties zoals *Music for life* eind 2012 en de nog lopende campagne [Vergeet dementie, onthou mens](#). Onderdeel daarvan is bijvoorbeeld het maken en beschikbaar stellen van professionele foto's van personen met dementie die

In gesprek met onderzoeker ... Baldwin Van Gorp

nog duidelijk genieten van het dagelijkse activiteiten. In de Vlaamse media wordt sindsdien op een genuanceerdere manier en minder negatief over dementie gecommuniceerd. Daarmee zijn we er echter niet, er blijven nog voldoende uitdagingen op dit terrein. Zo is via Music for life en de campagne sterk gewerkt richting Vlaamse burgers, maar blijft het nodig om journalisten steeds opnieuw bewust te maken van de frames die zij in hun berichtgeving gebruiken en hun mogelijke bijdrage aan het destigmatiseren van dementie. Boeiende vraag is ook of het concept framing kan toegepast worden op het communicatiegedrag van hulpverleners. Een huisarts die de diagnose dementie meedeelt, welke toonzetting geeft die daarbij mee? Een sociaal werker bij de mutualiteit die op huisbezoek komt om gezinszorg en mogelijke uitkeringen te bekijken, op welke manier praat die over dementie?

Maatschappelijke beeldvorming ouderdom

Ondertussen gaat Baldwin Van Gorp verder met onderzoek rondom frames en counterframes in relatie tot maatschappelijke thema's. Op vraag van opnieuw de Koning Boudewijnstichting keek hij zo naar communicatie over het ouder worden, over kinderarmoede en over arbeidsongeschiktheid en invaliditeit. Voor ouderdom komen dan frames in beeld zoals het afnemend nut van ouderen. Ze worden ook benaderd als onschuldige slachtoffers die gekenmerkt worden door verstrooidheid, achter blijven bij ontwikkelingen (technologie) en fysiek zwakker. Aansluitend wordt ouderdom dikwijls gekaderd als een ongeneeslijke ziekte, terwijl het net zo goed positiever kan omschreven worden als een natuurlijk proces. Angst voor aftakeling en verlies van autonomie hoeft niet te domineren op tijd voor persoonlijke ontwikkeling, vrijwilligerswerk of de (klein)kinderen! Benieuwd of op deze thema's zijn onderzoek ook aanleiding en inspiratie is tot gewijzigde communicatie in de Vlaamse media en/of campagnes tot bijstelling van de maatschappelijke beeldvorming.

Referenties:

- Van de Velde, M., Van Gorp, B., & Blow, H. (2004). De beeldvorming van armoede in televisiereportages: Bij wie wordt de schuld gelegd? In J. Vranken, K. De Boyser & D. Dierckx (Red.), *Armoede en sociale uitsluiting: Jaarboek 2004* (pp. 187-205). Leuven: Acco
- Van Gorp, B. (2002). Werken aan de werkelijkheid: een casestudie over de inplanting van een asielcentrum. *Tijdschrift voor Sociologie*, 23(3-4), 325-341.
- Van Gorp, B. (2012). Zeg het met beelden : genuanceerd communiceren over dementie. *Denkbeeld: tijdschrift voor psychogeriatric*, 24(5), 2-5.
- Van Gorp, B. (2013). *Van 'over en oud' tot 'het zilveren goud' : beeldvorming en communicatie over het ouder worden*. Brussel: Koning Boudewijnstichting
- Van Gorp, B., & Gourdin, G. (2014). *Framing en Deframing: op weg naar de destigmatisering van arbeidsongeschiktheid en invaliditeit*. Brussel: Koning Boudewijnstichting
- Van Gorp, B., & Vercruyssen, T. (2011). *Framing en Reframing: anders communiceren over dementie*. Brussel: Koning Boudewijnstichting
- Van Gorp, B., & Vercruyssen, T. (2012). Frames And Counter-Frames Giving Meaning To Dementia: A Framing Analysis Of Media Content. *Social Science & Medicine*, 74(8), 1274-1281.
- van Gorp, B., Vercruyssen, T., & van den Bulck, J. (2012). Toward a more nuanced perception of Alzheimer's disease: designing and testing a campaign advertisement. *American Journal of Alzheimer's Disease and other Dementias*, 27(6), 388-396.

Deze teksten kunnen gratis digitaal opgevraagd worden via doc@dementie.be.

Opgetekend door Jan Steyaert, januari 2015
jan.steyaert@dementie.be