* 1. **Framing**

Framing—ook wel framing bias, framing theorie of het framing effect genoemd—is een fundamenteel concept binnen de journalistiek en communicatiewetenschappen dat verwijst naar de manier waarop media bepaalde onderwerpen belichten, contextualiseren en presenteren. ‘Framing’ wordt in het Nederlands vaak vertaald naar beeldvorming, maar is niet volledig synoniem aan het woord ‘framing’. Framing gaat verder dan beeldvorming; het verwijst naar een manier waarop informatie wordt gepresenteerd om een bepaalde interpretatie of reactie op te roepen. Men zou daarmee kunnen zeggen dat iemand een ‘frame’ wordt ‘opgelegd’. Het gaat hierbij dus niet zozeer om wat er wordt gezegd, maar over hoe het wordt gezegd. Het woord framing refereert specifiek naar de bewuste keuzes die worden gemaakt in de manier waarop beeldvorming wordt gecreëerd: het legt de nadruk op actieve sturing. De eerste moderne betekenis van framing is toe te schrijven aan het werk van Erving Goffman. In zijn werk *Frame Analysis* (1974) conceptualiseert hij een ‘frame’ als *a definition of some given situation that is prompted by signs, and that guides and potentiates the response repertoires (including attention) of any and all participants, by implying if not explicating roles and rules for behavior*. Een aantal jaar later definitieert Entman (1993) framing als: *to frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described*. Beide onderzoekers stellen vast dat het bij framing gaat over de actief sturing naar, en het actief beïnvloeden van een bepaalde mening.

De gedachte dat framing niet alleen gaat over *hoe* iets wordt gezegd, maar ook over *wat* er wordt gezegd (bijvoorbeeld welke aspecten worden benadrukt en welke worden weggelaten), werd expliciet uitgewerkt door George Lakoff in zijn werk over framing, met name in zijn boek *Moral Politics: How Liberales and Conservatives Think* (1996). In dit werk legt hij uit dat framing niet alleen draait om de presentatie van informatie, maar ook om de selectie van specifieke thema's en perspectieven die invloed hebben op hoe mensen onderwerpen begrijpen. Lakoff benadrukt dat frames actief bepalen wat in het narratief wordt opgenomen en wat wordt uitgesloten, wat op zijn beurt de interpretatie van de ontvanger sterk beïnvloedt. Lakoff's definitie legde een belangrijke basis in zijn tijd, maar de huidige opvattingen over framing zijn uitgebreider en zelfs multidisciplinair. Tegenwoordig wordt framing algemeen begrepen als een communicatietechniek waarbij zowel *hoe* iets wordt gezegd (bijvoorbeeld taalgebruik en toon) als *wat* wordt gezegd (de selectie en weglating van bepaalde informatie) centraal staan. Daarnaast zijn ook cognitieve en sociale aspecten belangrijk: framing beïnvloedt niet alleen hoe mensen informatie verwerken, maar ook hoe zij deze koppelen aan hun bestaande overtuigingen en identiteit. Voor het journalistieke werkveld is Lakoff echter een van de leidende figuren op het gebied van framingtheorie.

Tegenwoordig heeft framing zich ontwikkeld tot een centraal concept in de journalistiek. Aan de hand van framingtechnieken beïnvloeden journalisten en mediamakers hoe burgers maatschappelijke fenomenen waarnemen en begrijpen, zowel in hun eigen land als op internationale schaal. Ze maken bewust (of onbewust) keuzes in wat zij benadrukken, weglaten of op een bepaalde manier inkaderen, waardoor nieuwsberichten op specifieke interpretaties oproepen bij de consument. Deze keuzes, klein of groot, beïnvloeden niet alleen hoe mensen een gebeurtenis of kwestie begrijpen, maar hebben ook invloed op de bredere maatschappelijke perceptie en daarbij behorende discussies. Framing heeft daarmee de potentie om de manier waarop mensen realiteiten waarnemen significant te beïnvloeden. Door bepaalde problemen of groepen bijvoorbeeld consistent positief of negatief te belichten, kan framing maatschappelijke percepties sturen en versterken. Dit kan uiteindelijk invloed hebben op de publieke opinie, de versterking van polarisatie of zelfs populistische ontwikkelingen voeden.

Om het concept van framing te concretiseren en tastbaarder te maken, zullen hieronder verschillende bestaande klassieke en bekende framingmodellen worden uitgelegd. Framingmodellen bieden een theoretisch kader voor het begrijpen van de mechanismen achter framing en de impact ervan op publiek en maatschappij. Er bestaan talloze framingmodellen die door verschillende onderzoekers zijn ontwikkeld, afhankelijk van de theoretische benadering, doel van het onderzoek en discipline. Enkele van de meest invloedrijke modellen op het gebied van journalistiek en communicatiewetenschappen zijn:

|  |  |
| --- | --- |
| **Episodic versus Thematic Framing (*Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, Iyengar, 1991)** | Iyengar maakte onderscheid tussen twee vormen van framing: episodisch en thematisch. Episodische framing richt zich op individuele casussen of gebeurtenissen, zoals het verhaal van een specifieke persoon. Het benadrukt vaak de persoonlijke verantwoordelijkheid van betrokkenen. Thematic framing focust op bredere, systemische kwesties en legt de nadruk op bredere oorzaken en structurele invloeden. Het biedt een groter maatschappelijk perspectief. Episodische framing zet mensen vaak aan tot individuele schuldtoeschrijving, terwijl thematische framing de nadruk legt op maatschappelijke of politieke verantwoordelijkheid. |
| **Gain versus Loss Framing (winst/verliesmodel) *(Prospect Theory*, Kahneman & Tversky, 1979)** | Deze benadering benadrukt de manier waarop informatie kan worden gepresenteerd in termen van mogelijke **winst of verlies**. Een voorbeeld hiervan is berichtgeving over klimaatverandering: framing in termen van verlies benadrukt de schade van activiteiten, terwijl framing in termen van winst focust op de voordelen van groene investeringen voor de toekomst, onze kinderen en het milieu. |
| **Conflict Framing versus Consensus Framing** | Dit model richt zich op hoe nieuws kan worden gepresenteerd als een conflict (bijvoorbeeld politieke strijd, sociale verdeeldheid) of als een consensus (bijvoorbeeld samenwerking of een gemeenschappelijk doel). Conflict framing kan leiden tot polarisatie, terwijl consensus framing bijdraagt aan een gevoel van collectieve eenheid. |
| **Issue Framing (onder andere Entman)** | Issue framing beschrijft hoe bepaalde aspecten van een onderwerp worden belicht om een specifieke interpretatie te sturen. Zo kan immigratie bijvoorbeeld worden geframed als een veiligheidsprobleem, een economische kwestie of een humanitaire uitdaging, afhankelijk van de invalshoek van de journalist. |
| **Goffman’s Framing Theory (1974)** | Goffman stelde dat frames de structuren zijn die mensen helpen gebeurtenissen en informatie te begrijpen. Hij benadrukte dat frames worden gebruikt om de betekenis van sociale interacties en gebeurtenissen te geven en dat individuen verschillende "kaders" gebruiken om de wereld te begrijpen. |
| **Metafoorframing (Lakoff, 2004)** | **Verder uitwerken!** |
| **Visual Framing** | Naast tekstuele framing hebben visuele frames, zoals foto’s en grafieken, een grote invloed op de manier waarop we informatie interpreteren. Visual framing kijkt naar hoe beelden zelf een verhaal kunnen vertellen, hoe ze emoties oproepen en hoe ze een visueel frame creëren dat het begrip van een gebeurtenis beïnvloedt. |

De kracht van framing in de media blijkt niet alleen uit de theoretische modellen, maar ook uit de praktijk, waar framing invloed heeft op de manier waarop maatschappelijke fenomenen worden gepresenteerd en vervolgens worden geïnterpreteerd door het publiek. De presentatie van maatschappelijke onderwerpen die met media te maken hebben, zoals mediagebruik onder jongeren, data- en privacyschending en andere maatschappelijke onderwerpen en kwesties, zijn in de loop der jaren op uiteenlopende manieren geframed in de media, afhankelijk van verschillende factoren. Dat kunnen bijvoorbeeld zijn: politieke en ideologische voorkeur van de media-organisatie, commerciële belangen van de organisatie, het format en genre, historische context en de specifieke normen die op het moment van behandelen de overhand hadden in de maatschappij.

**Framing van mediagebruik onder jongeren**  
Het mediagebruik van jongeren is een veelbesproken onderwerp in de media, en het wordt vaak geframed in termen van **zorg** en **verontrusting**. Mediaframes rond jongeren en hun omgang met nieuwe media, zoals sociale media en smartphones, hebben vaak de nadruk gelegd op de **negatieve gevolgen** van overmatig schermgebruik. Jongeren worden vaak geframed als ‘**verslaafd’** aan technologie, met berichten over de **gevaren** van socialemediaplatformen zoals Instagram, TikTok, en Facebook, zoals mis- en desinformatie. Het frame van jongeren als **afhankelijke** gebruikers van technologie heeft bijgedragen aan **zorgen** over de impact op hun mentale gezondheid, gedrag en concentratievermogen.

Aan de andere kant zijn er ook **positieve** framingmogelijkheden geweest, bijvoorbeeld door te wijzen op de **creatieve en educatieve voordelen** van technologie, het gebruik van sociale media voor **activisme** of de mogelijkheid voor jongeren **om hun stem te laten horen** in maatschappelijke debatten. Dit zorgt voor een breder beeld van het gebruik van nieuwe media, waarin jongeren worden gepresenteerd als **zelfbewuste** en **geïnformeerde** consumenten van digitale content. Toch overheersen vaak de negatieve frames in de media.

**Privacy en data**

Privacy en dataverzameling worden in de media vaak geframed in de context van **persoonlijke vrijheid, ethische verantwoordelijkheid** van bedrijven en de **macht** van technologiebedrijven. Er wordt veel aandacht besteed aan de vraag hoe bedrijven **veilig** omgaan met gebruikersdata en hoe dit de privacy van individuen kan **schenden**. De framing kan zowel waarschuwend als kritiek hebben op de praktijken van bedrijven, maar ook de voordelen van data-analyse voor de samenleving benadrukken. Veel media benadrukken de **gevaren** die de **massale** verzameling van persoonlijke gegevens met zich meebrengt voor de privacy van burgers. In dit frame wordt privacy gepresenteerd als een fundamenteel recht dat wordt **geschonden** door technologiebedrijven. Privacy- en dataverzamelingskwesties worden ook geframed als een **(vals)** **ethisch dilemma** voor bedrijven. In dit frame worden bedrijven zoals Facebook, Google en Amazon gepresenteerd als entiteiten die macht hebben over het privéleven van gebruikers, en de vraag wordt gesteld of ze verantwoordelijk zijn voor het beschermen van die gegevens of dat ze worden uitgebuit voor commerciële doeleinden.

Aan de andere kant wordt de verzameling van gegevens en de analyse van big data soms gepresenteerd als **noodzakelijk** voor **technologische vooruitgang, innovatie en de verbetering van maatschappelijke processen.** In dit frame wordt privacy vaak afgewogen tegen de voordelen die de data-analyse kan opleveren, zoals het verbeteren van de gezondheidszorg of het **optimaliseren** van producten en diensten.

**Ook in wetenschappelijke literatuur wordt nieuwsmijding negatief beschreven**

**🡪 Daar ook nog een alinea over schrijven?**

**Operationalisering**

Om de framing van nieuwsmijding te onderzoeken en te analyseren, is het noodzakelijk om een duidelijk analysemodel te ontwikkelen. Het doel is om inzicht te krijgen in hoe nieuwsmedia dit verschijnsel framen (en welke implicaties dit heeft voor hun berichtgeving en de perceptie van het publiek).

Bijvoorbeeld:

* Rijtje met **klassieke framingtheorieën** toepassen op de inhoud van media en kijken welke uitingen binnen welk klassieke model valt
* **Taalgebruik en retorica**: positief/negatief/neutraal geladen woorden en termen en emotionerende taal (bijvoorbeeld gevaar, bedreiging, etc) 🡪 of brengt het gevoelens van angst op? Dan zou het bijvoorbeeld in de klassieke framingtheorie van *Issue Framing* kunnen passen.
* **Media vergelijken**: de ene positiever dan de andere
* **Context**: positieve/negatieve/neutrale framing van een geheel (zin of alinea) of onderwerp, bijvoorbeeld politiek (ingewikkelder in betrouwbaarheid, dus minder aantrekkelijk, denk ik)