

# FRAMING EN REFRAMING IN HET KLIMAATDEBAT

Klimaatonderzoekers zijn graag geziene sprekers. Aan het eind van elke voordracht volgt steevast die vraag: 'is het waar?' Kennelijk overtuigt de wetenschap niet, ondanks alle publicaties en onderzoeksrapporten. In dit artikel verkennen we waarom de wetenschap niet weet te overtuigen. We doen dat aan de hand van vier veelgebruikte frames in het klimaatdebat en het spel van framing en reframing dat zij oproepen. We eindigen met enkele algemene aanbevelingen aan wetenschappers, beleidsmakers en practitioners die met dit spel worden geconfronteerd en geven een mogelijke invulling voor het klimaatdebat.

Taal helpt ons de wereld te begrijpen en daarover te communiceren. Taal is echter niet neutraal. Met onze woordkeuze geven we richting aan onze waarneming en interpretatie daarvan. In discussies over beleidsproblemen biedt het gebruikte idioom inzicht in hoe we de problemen zien, wie we daarvoor verantwoordelijk achten en wat mogelijke oplossingen zijn (Hajer, 1995). In het benoemen van problemen en in de communicatie daarover geven we bewust of onbewust richting. Dit richting geven, wordt framing genoemd (Schön

& Rein, 1994). We zullen dit begrip kort introduceren, om vervolgens uitgebreider in te gaan op vier frames in het klimaatdebat. We laten zien hoe de frames voor- en tegenstanders verleiden tot een spel van framing en reframing, en gaan in op de oorzaken en gevolgen hiervan.

## Een proces tussen zender en ontvanger

Framing refereert aan een communicatieproces. Het brein van de ontvanger van een boodschap bevat een referentiekader waarin de ontvanger die boodschap positioneert. Het brein werkt dan als een filter: het filtert de waarnemingen zodanig dat deze aansluiting vinden bij een bestaande manier om verschijnselen of gebeurtenissen te

**Hans de Bruijn, Ellen van Bueren en Floris Kreiken**

Prof. mr dr J.A. de Bruijn, dr E.M. van Bueren en mr F.H. Kreiken zijn werkzaam bij de Faculteit Techniek, Bestuur en Management van de TU Delft.

begrijpen (Goffman, 1974). Het referentiekader is opgebouwd uit kennis en ervaringen rondom specifieke onderwerpen of gebeurtenissen, maar ook uit dieperliggende waarden, emoties en overtuigingen, ook wel aangeduid als *beliefs* (Schön & Rein, 1994). De zender van een boodschap zal in het formuleren van de boodschap aansluiting zoeken bij dat deel van het referentiekader van de ontvanger dat helpt om de boodschap te begrijpen zoals bedoeld door de zender. In de formulering kan de zender bewust proberen om een bepaald frame te activeren, veelal met behulp van een metafoer (Lakoff, 2004). Bijvoorbeeld, door straling van hoogspanningskabels te bestempelen als 'elektrosmog' stellen milieuorganisaties het probleem voor als een gezondheidsprobleem met slachtoffers en schulden: de eigenaar van de kabels moet zorgen dat omwonenden niet langer worden blootgesteld aan de risico's van straling.

Recentelijke aandacht voor framing in media en politiek is vooral gericht op het bewust vormgeven van een boodschap door de zender, en heeft minder aandacht voor filtering door de ontvanger. Toch zijn beide onlosmakelijk met elkaar verbonden, zoals ook uit de vier te bespreken processen van framing en reframing zal blijken.

### **Kenmerken van het framen van de boodschap**

In politieke en media- en communicatiewetenschappen, waar macht en de macht om percepties te beïnvloeden volop in de aandacht staan, is veel nagedacht over het framen van een boodschap. Een basisvoorwaarde voor een succesvol frame is dat het een inherente logica heeft; het biedt een overtuigende verklaring voor een verschijnsel waar

iedereen het intuïtief mee eens is. Vier kenmerken van framing worden onderscheiden (De Bruijn, 2011). Een eerste kenmerk betreft de selectie van de boodschap. Met een bewuste keuze van woorden, definities en zinsneden probeert de zender de ontvanger ontvankelijk te maken voor zijn of haar beeld van de werkelijkheid en te overtuigen tot bepaalde interpretaties van problemen, oplossingen en aanbevelingen

## **Een frame activeert onderliggende waarden**

(Scheufele, 1999). Is de groene hypothese een subsidie of belastingkorting? Dezelfde maatregel kan met een andere benaming heel andere gevoelens oproepen. Dat brengt ons bij het tweede kenmerk: een frame activeert onderliggende waarden. Waarden zijn diepgewortelde overtuigingen, vaak omgeven door emoties, die een rol spelen bij het al dan niet accepteren van een boodschap. Zo wordt het abortusdebat in de Verenigde Staten gevoerd in termen van keuzevrijheid en pro-life, refererend aan dieperliggende waarden van mensen. Om een bepaald beeld te activeren, wordt gebruikgemaakt van bepaalde taalkundige middelen, zoals de metafoer, en dit is het derde kenmerk (ibid.). Een vierde kenmerk betreft het herhalen van de boodschap, opdat de boodschap niet alleen beklijft bij de ontvanger, maar ook diens referentiekader beïnvloedt. Dat maakt het frame nog krachtiger – het sluit immers naadloos aan bij het geactiveerde referentiekader. Dit wordt ook wel de *stickiness*

van een frame genoemd, de plakfactor (Gladwell, 2002). Het hameren op de langstudeerboete heeft ertoe geleid dat veel mensen, beleidsmakers, docenten en studenten, zijn gaan nadenken over de mate waarin studenten recht hebben op onderwijs en wat dat de student en de samenleving mag kosten.

### Impact van frames en framing

Hoe meer frames raken aan onderliggende waarden en emoties van mensen, hoe sterker de impact van het frame. Deze waarden en emoties beïnvloeden hoe mensen zich opstellen bij bepaalde issues. Zo wist Bush na 9/11 met zijn 'War on Terror' het patriottisme en de hang naar heroïsme onder zijn burgers te activeren op een manier die geen tegenspraak dulde. In tijden van oorlog schaart iedereen zich immers achter de leider. Het beeld van de verwoeste Twin Towers en de te betreuren slachtoffers versterkten het frame; Ground Zero zag er inderdaad uit als een oorlogsgebied. Frames die raken aan waarden en emoties zijn ook makkelijker te communiceren. Een half woord is dan genoeg. Zo behoeft het pleidooi voor extra blauw op straat weinig verdere uitleg als wordt geappelleerd aan veiligheid, en wordt de prestatiebeloning voor leraren al snel geaccepteerd als middel voor beter onderwijs. Het ter discussie stellen van deze maatregelen is lastig. Wie dit probeert, raakt al snel aan de waarden en overtuigingen van de voorstanders en verzandt in een verhit en emotioneel debat, een debat tussen voor- en tegenstanders, of, zoals Bush al zei: 'Als je niet voor ons bent, dan ben je tegen ons.'

### Het spel van framing en reframing

Hoe komt het dat sterke frames zo moeilijk te weerleggen zijn? In aanvulling op de al genoemde kenmerken heb-

ben sterke frames nog een eigenschap: ze zijn makkelijk te onthouden, ze resoneren (Lakoff, 2004). In een discussie leidt dit doorgaans tot een opeenvolging van zetten (De Bruijn, 2011). Degene die het frame ter discussie stelt, doet dit al snel in de termen van het gebruikte frame. Deze wordt gedwongen in het frame te stappen. Het frame en het daarin geschetste beeld worden zo herhaald en bevestigd. Degene die de intrinsieke logica van het frame ter discussie wil stellen, heeft heel veel woorden en bewijsmiddelen nodig om uit te leggen wat er niet aan klopt. Denk bijvoorbeeld aan de oude Chinese wijsheid die wel gebruikt wordt in het debat over ontwikkelingshulp: 'Geef mensen een hengel, geen vis.' Dit beeld activeert waarden als eigen verantwoordelijkheid, onafhankelijkheid, ondernemerschap en zelfontplooiing. Wie kan hier op tegen zijn? Als een directeur van een ontwikkelingsorganisatie probeert aan te geven dat de organisatie deze waarden ook voorstaat, zal deze moeten uitleggen dat er al geen vissen maar hengels worden uitgedeeld. Door het beeld te herhalen, blijft het beeld – hoe onterecht ook – beter hangen bij de ontvangers en leidt het onbewust tot een bevestiging ervan. Het weerleggen van een simpel maar krachtig frame vereist bovendien een ingewikkelde argumentatielij, die aangeeft dat de werkelijkheid minder eenvoudig is dan voorgesteld. Met alleen hengels uitdelen ben je er nog niet. Daarna volgt een genuanceerde uitleg over zaken als good governance, lokaal initiatief en controleerbaarheid. Elke stap extra in de redenering betekent een extra kans voor de ander om er een gat in te schieten. Het herhalen van het frame en de gebruikte termen, inclusief het ontkennen ervan, bevestigt het frame.

## Op zoek naar processen van framing en reframing

In de volgende paragrafen wordt dit spel van framing en reframing voor vier frames in het klimaatdebat weergegeven. Wij pretenderen niet dat dit de enige vier zijn, maar het zijn wel vier veelvoorkomende boodschappen in discussies over klimaatverandering. Wij nemen in dit artikel geen positie in ten opzichte van de frames. Het gaat ons er niet om of zij waar of niet waar zijn, maar om de reacties die zij oproepen en het spel van framing en reframing dat zij in werking zetten. Voor de vier frames zullen wij beschrijven de essentie van de boodschap, welke waarden en emoties het frame activeert en welk spel van de framing en reframing het oproept.

### Frame 1: We verliezen de controle

Dit frame vloeit voort uit het systeem-perspectief van waaruit de Club van Rome in 1972 naar de aarde keek: als een systeem van talloze met elkaar samenhangende variabelen dat in een dynamisch evenwicht verkeerd (Meadows, Meadows, Randers, & Behrens, 1972). Structurele overbelasting van het systeem leidt volgens dit perspectief tot een niet te voorspellen en niet te beheersen ketting van reacties van apocalyptische omvang, resulterend in een voor de mens onleefbare aarde. Dit is ook de boodschap die Al Gore (2006) verbeeldt met zijn boek en film *An Inconvenient Truth*, en het wetenschappelijk uitgangspunt van het International Panel on Climate Change (IPCC). Aanhangers van dit frame benadrukken dat we nu actie moeten ondernemen om te voorkomen dat we de controle al te zeer verliezen; dat we die al aan het verliezen zijn, laten de smeltende ijsbergen en talloze andere aanwijzingen zien.

Welke waarden en emoties activeert dit doemscenario? Uit de psychologie is bekend dat de mens bij onafwendbaar gevaar een vecht- of vluchtreactie vertoont, of hij bevriest (o.a. Johnson, 2005). In dit frame wordt de mens

## Niet in control? Dan gaan we ontkennen

de mogelijkheden om te vechten of te vluchten ontnomen. Vluchten kan niet: de crisis is wereldwijd en zal op den duur iedereen raken: klimaatverandering leidt tot droogte, hongersnood, vluchtelingenstromen en oorlogen. Ook vechten levert niets op. Milieuvriendelijk gedrag van een individu is slechts een druppel op een gloeiende plaat. Zelfs onze wereldleiders zijn niet in staat het probleem op te lossen, sterker nog, de problemen worden alleen maar groter.

Als een mens de omstandigheden buiten zichzelf niet kan controleren, is hij geneigd zijn aandacht op het controleren van de innerlijke angst en de beleving daarvan te richten, vergelijkbaar met het bevrozen. Dit maakt de mens gevoelig voor tegengestelde boodschappen, zoals de boodschap dat de menselijke bijdrage aan klimaatverandering beperkt is (Kroonenberg, 2006) of dat de mens weliswaar veroorzaker is, maar ook slim genoeg om de door hem veroorzaakte problemen weer op te lossen, bijvoorbeeld met behulp van schone technologie (Mol, Sonnenfeld, & Spaargaren, 2009). Deze tegengestelde, gereframede boodschappen ko-

men veel meer overeen met het in de mens diepgewortelde beeld dat de wereld veilig, eerlijk en stabiel zou moeten zijn (Feinberg & Willer, 2011) en dat de mens daar de controle over heeft.

### **Frame 2: We moeten onze kinderen een leefbare wereld nalaten**

Een tweede veelvoorkomend frame in het klimaatdebat betreft onze directe nazaten. We moeten een leefbare wereld achterlaten voor onze kinderen

## **Onze kinderen slachtoffer? Dan zijn wij schurken**

en kleinkinderen. Dit staat letterlijk in Brundtlands wereldwijd gehanteerde definitie van duurzame ontwikkeling (World Commission on Environment and Development [WCED], 1987). Onze (klein)kinderen betalen immers de rekening van onze grenzeloosheid. Op het eerste gezicht is dit een zeer aantrekkelijk en plausibel frame. Het is gebaseerd op liefde en zorg voor onze kinderen. Dat wij de aarde voor onze kinderen goed moeten nalaten, staat buiten kijf. Maar het is ook een frame over schurken en slachtoffers. Als onze kinderen de slachtoffers zijn, dan zijn wij dus de schurken. Moser (2007), in navolging van onder meer O'Keefe (2002), wijst erop dat onderzoek naar schuldgevoel en overtuiging laat zien dat schuldgevoel bijna nooit een reden voor gedragsverandering is, zeker niet als mensen dat schuldgevoel door anderen krijgen aangepraat. Dat roept eerder irritatie op – mensen

voelen zich aangetast in hun integriteit – en van de weeromstuit zullen ze allerlei argumenten verzinnen om hun gedrag te rechtvaardigen. Zo worden kinderen tegenwoordig vaker met de auto naar school gebracht, omdat het met al die auto's bij school voor kinderen niet langer veilig zou zijn om naar school te fietsen (Van der Houwen, Goossen, & Veling, 2002). Bovendien wil de samenleving dat beide ouders werken, en moet vader of moeder daarna met de auto door naar het werk. Met dit soort argumenten bevestigen ouders hun zorgende rol, een rol die een stuk beter bij hen past dan die van vervuiler. Het frame van de zorgende ouders is ook voor toehoorders evident en stukken overtuigender dan de boodschap dat ouders niet goed voor hun kinderen zouden zorgen.

### **Frame 3: We moeten zelf veranderen**

'Een beter milieu begint bij jezelf'. Zo luidden de Postbus 51-spotjes in de hoogtijdagen van de Nationale Milieubeleidsplannen in de jaren negentig van de vorige eeuw. Gedragsverandering is de enige wezenlijke oplossing voor het klimaatprobleem. Dit is de kernboodschap van een derde frame dat we hier bespreken. Ook de leuze 'Think global, act local', waarin lokale gemeenschappen in de jaren negentig werden aangespoord om invulling te geven aan de wereldwijd gemaakte afspraken voor duurzame ontwikkeling weerspiegelt deze boodschap.

Deze oproepen hadden echter weinig effect (Owens, 2000; Kollmus & Agyeman, 2002). Een eerste verklaring hiervoor kan worden gevonden in psychologische theorieën over gedragsverandering, die laten zien dat

gedragsverandering een resultante is van een combinatie van factoren, waaronder intentie, attitude, subjectieve normen, en de mate waarin een persoon invloed heeft of invloed denkt te hebben op zijn eigen gedrag (Fishbein & Ajzen, 1975). Gedragsverandering is daardoor moeilijk te sturen. Een tweede verklaring biedt de culturele cognitietheorie (zie o.a. Douglas & Wildavsky, 1982). Deze theorie veronderstelt een samenhang tussen de waarden die mensen aanhangen, hun ideale beeld van de maatschappij en hun perceptie op de risico's waaraan mensen door die maatschappij worden of zouden mogen worden blootgesteld.

Zou deze maatschappij meer individualistisch of meer groepsgeoriënteerd moeten zijn, en zou de maatschappij op een meer hiërarchische of op een meer egalitaire basis moeten zijn gestoeld? Dat maatschappijbeeld verklaart bijvoorbeeld waarom mensen instrumenten als marktwerking of regelgeving prefereren, maar ook de mate waarin zij ontvankelijk zijn voor boodschappen die al dan niet bij hun maatschappijbeeld en onderliggende waarden aansluiten. Kahan (2010) laat zien dat de oproep tot gedragsverandering bij mensen met een hiërarchisch en/of individualistisch wereldbeeld niet aankomt, ook al is de oproep op onweerlegbare feiten gebaseerd. Zo'n wereldbeeld ondersteunt bijvoorbeeld ondernemerschap. Dit rijmt niet met het idee dat ondernemers als vervuilers worden aangewezen. Het wordt als onterechte straf gezien als ondernemers milieubelasting moeten betalen. Feiten die iemands waarden niet ondersteunen ketsen af (Lakoff, 2004, p. 17). Sterker nog, Douglas en Wildavsky (1982) beargumenteerden dat mensen juist die

feiten bij elkaar zoeken die hun wereldbeeld ondersteunen en dus versterken. Een oproep tot gedragsverandering is dan bij voorbaat preken voor eigen parochie. Mensen met een egalitair en/of

## We ontkennen feiten die strijdig zijn met onze waarden

communitair wereldbeeld zijn ontvankelijk voor deze boodschap, maar deden waarschijnlijk ook al het nodige om het klimaat te ontzien. Mensen met een individualistisch en/of hiërarchisch wereldbeeld zullen een dergelijke oproep vinden indruisen tegen de autonomie van het individu. Ook de boodschapper doet ertoe. Kahan (2010) laat zien dat mensen boodschappen alleen geloofwaardig achten als deze verkondigd worden door iemand met wie zij zich kunnen identificeren, iemand met vergelijkbare waarden. Hoe meer een boodschap een aanval is op dat waardepatroon, of verkondigd wordt door iemand met een ander waardepatroon, des te sterker de prikkel om die boodschap te ontkennen, een fenomeen dat we ook zagen optreden in het tweede frame, als mensen schuldgevoel wordt aangepraat.

Verkondigers van dit frame zijn zich bewust van hun beperkte invloed op mensen die overtuigd moeten worden van iets wat niet bij hun wereldbeeld past. Daarom proberen ze de boodschap zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de referentiekaders van de ontvangers. Zo wordt de prijsopdrijvende werking van een groene stad op de woning- en

vastgoedmarkt benadrukt (Van Hal, 2009), wordt de cleantech industrie als een nieuw exportproduct van de B.V. Nederland gehypet (zie bijv. [www.cleantechholland.nl](http://www.cleantechholland.nl)), en wordt eigen

## Verwevenheid wetenschap en politiek activisme

opwekking van duurzame energie gepresenteerd als cruciale factor voor de leveringszekerheid (Hajer, 2011). Daarmee stappen ze in het frame van de ander, inclusief de daarbijbehorende waarden, in de hoop een luisterend oor te vinden voor hun boodschap. Zo wordt in recente klimaatdiscussies gesuggereerd om aan 'doelgroepenbeleid' te doen en aan te sluiten bij waarden van specifieke groepen, zoals religieuze waarden (Nisbet, 2009; Hoffman, 2011) en Amerikaanse idealen (Montenegro, 2009). Maar dit actief koppelen van de boodschap aan andere waarden kan risicovol zijn. Het bevestigt ook die andere waarden, die wellicht niet geheel overeenkomen met klimaatdoelen. Zo passen verre vliegvakanties en zonnepanelen beide bij personen met individualistische waarden.

### Frame 4: We kunnen wetenschappers vertrouwen

Een vierde, en in dit artikel laatste, herkenbaar frame gaat over het vertrouwen in de wetenschap (Nisbet, 2009). Dit frame is herkenbaar in het klimaatdebat, maar ook in vele andere complexe onderwerpen waarin technologie en wetenschap een belangrijke rol spelen (Dijstelbloem & Hagendijk,

2011). Bijzonder aan het klimaatdebat is de eensgezindheid van wetenschappers en de pogingen die zij doen om tot consensus te komen en dit uit te dragen, zoals in het IPCC gebeurt. Al deze wetenschappers vertellen ons: er is een probleem en we moeten nu handelen om te redden wat er te redden valt. Wie dat niet gelooft, doet aan fact free politics. Klimaatsceptici wijzen op een verweving van wetenschap met politiek en politiek activisme, dat hun wantrouwen in de wetenschap aanwakkert. De discussie tussen beide groepen lijkt op een dialoog tussen doven. Climategate illustreert dit grote wantrouwen over en weer. Climategate gaat over een in 2009 uitgelekte mailwisseling tussen klimaatonderzoekers. In deze mails bediscussieren zij of en hoe zij gegevens zullen weergeven. Klimaatsceptici lezen hierin het bewijs dat we allemaal worden gemanipuleerd door onderzoekers en instituten die hun bestaan danken aan het klimaatprobleem. De betreffende klimaatonderzoekers wezen er op dat zinsneden uit hun context zijn gehaald. Ze waren onderdeel van een discussie over wetenschappelijke data en wetenschappelijke onzekerheden. Een onderzoekscommissie van de Britse overheid pleitte de wetenschappers grotendeels vrij van fraude, maar gaf wel aan dat zij opener in hun communicatie moeten zijn (Secretary of State for Energy and Climate Change, 2010). Desondanks behouden klimaatsceptici een gevoel van onbehagen rondom klimaatonderzoek, en zien dat keer op keer bevestigd door wetenschappers die hun data manipuleren (zie bijvoorbeeld Walsh, 2011, in *Time Science & Space*; Bell, 2011, in *Forbes*). De klimaatonderzoekers geven aan slachtoffer te zijn van een lastercampagne en wijzen daarbij op de timing van het uitlekken van de e-mails vlak voor de VN-klimaatop in

Kopenhagen. Voor- en tegenstanders in het klimaatdebat schuiven elkaar zo de schurkenrol in de schoenen. Het weerleggen van de schurkenrol leidt over en weer tot een bevestiging ervan, vergelijkbaar met wijlen president Nixon van de Verenigde Staten die in antwoord op de Watergate-beschuldigingen zei: 'I'm not a crook' en zo onbedoeld het beeld bevestigde.

Dit frame leidt al snel tot een spel van framing en reframing dat draait rondom het vertrouwen in de wetenschap, en daarbij inzoomt op onderwerpen als wetenschappelijke onzekerheden, aannames, de mate van wetenschappelijke consensus en de weergave van feiten die door leken niet te controleren zijn. In discussies met elkaar bevestigen beide kampen keer op keer het beeld dat de ander van hen heeft. De media met hun principe van hoor en wederhoor versterken dit proces. Voor elk onderwerp komt een voor- en tegenstander aan het woord, in een een-op-een verhouding, ook al gaat het in werkelijkheid om één op duizenden (Wildavsky, 1987). Een wetenschappelijk genuanceerd verhaal legt het dan al snel af tegen een eenvoudig frame dat feiten op een logische manier interpreteert.

### **Conclusie en aanbevelingen**

In dit artikel hebben we vier frames beschreven die veel voorkomen in het klimaatdebat en het spel van framing en reframing dat zij oproepen. De kracht van deze frames is dat zij bepaalde waarden en emoties activeren, die zorgen voor gepassioneerde debatten en onwrikbare standpunten. De gene met het krachtigste frame – het eenvoudigste frame met een intrinsieke logica – lijkt al snel aan de winnen-de hand. Tegenstanders van dit frame voelen zich min of meer gedwongen om het frame te bestrijden, te refra-

men opdat het in hun ogen meer recht doet aan de werkelijkheid en aan de onderliggende waarden van waaruit zij handelen. Maar reframen is lastig. Vaak bestrijden mensen een frame juist met de woorden en beelden uit dat frame. Zo bevestigen zij dat frame in plaats van het te ontcrachten. In het klimaatdebat zien wij dat klimaatsceptici het een stuk makkelijker hebben dan mensen die overtuigd zijn van het bestaan van klimaatverandering. De sceptici hoeven de gelovigen slechts om bewijs te vragen, bewijs dat vooralsnog met veel wetenschappelijke mitsen en maren omgeven is. Bovendien hebben de sceptici het voordeel dat zij de optimistische boodschap verkondigen en dat zij relatief makkelijk een podium krijgen voor deze boodschap. Beide partijen overtuigen elkaar echter niet en versterken de beelden die zij van elkaar hebben.

Hoe kunnen twee elkaar bestrijdende partijen nu voorkomen dat zij in een spel van framing en pogingen tot reframing verzanden? Wij doen twee suggesties en lichten deze toe vanuit het perspectief van klimaatwetenschappers, die duidelijk worstelen met de frames van klimaatsceptici. Een eerste suggestie is dat partijen zich bewust dienen te zijn van de frames in het debat en de onderliggende waarden en emoties en daarbij aansluiting zoeken. Klimaatsceptici lijken zich hier rekenschap van te geven, en appelleren bijvoorbeeld sterk aan economische waarden en het gebrek aan vertrouwen in de wetenschap. Klimaatwetenschappers zouden kunnen benadrukken dat er heel veel mitigerende en adaptieve maatregelen te nemen zijn die ons wel controle geven over het klimaatprobleem en zo de aandacht afleiden van wetenschappelijke onzekerheden in klimaatmodellen.



Sommige van de maatregelen kunnen op korte termijn al een groot positief effect hebben (Victor, 2011) of kunnen zelfs in kosten en baten worden uitgedrukt. Ook kan worden benadrukt dat ieder in zijn eigen invloedssfeer maatregelen kan nemen. Het gevoel van onmacht – wat doet mijn spaarlamp ertoe – wordt dan verkleind. Een koppeling kan worden gemaakt met de opkomst van decentrale initiatieven, die bij elkaar wel degelijk een verschil maken. Zo produceerden in het zonovergoten pinksterweekend van dit jaar alle Duitse zonnepanelen bij elkaar evenveel energie als twintig kerncentrales (*Groene Courant*, 26 mei 2012). Daarnaast is het van belang om aandacht te besteden aan wie de boodschap vertelt. De ontvangers moeten zich immers in enige mate verbonden voelen met de boodschapper. Het kan belangrijk zijn om aansluiting te zoeken bij het waardepatroon van de sceptici: zelf energie opwekken kan worden geframed als een uiting van een individualistisch waardepatroon.

Het risico van deze strategie is dat het frame van de ander domineert. In het klimaatdebat loopt de klimaatwetenschapper die aansluiting zoekt bij andere frames het risico ook waarden te bevestigen die op een ander vlak bijdragen aan milieuvervuilend gedrag. Een tweede suggestie zou daarom zijn om een nieuw, sterk frame te ontwikkelen dat naast dat van de ander kan worden gezet, dat een positieve boodschap uitdraagt en dat appelleert aan waarden en emoties die algemeen worden gedeeld. In de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw was duurzame ontwikkeling zo'n begrip dat op een positieve, verbindende manier mensen een handelingsperspectief gaf om in het hier en nu een bescheiden bijdrage te leveren

aan het toekomstige leefklimaat op aarde. Het lukte met het frame duurzame ontwikkeling echter niet om voldoende sense of urgency te creëren. Dat er behoefte is aan een nieuw, alternatief frame blijkt onder andere uit publicaties van Phillip Blond (2010) over de 'big society', van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR, 2012) over vertrouwen in burgers en van het Planbureau voor de Leefomgeving over de energieke samenleving (Hajer, 2011). Waarden als identiteit, zelfredzaamheid, zelfontplooiing en autonomie staan hierin centraal en bieden aanknopingspunten voor een verbindend frame.

## Literatuur

- Bell, L. (2011, 29 november). Climategate II: More Smoking Guns From The Global Warming Establishment. *Forbes*. Geraadpleegd via <http://www.forbes.com/sites/larrybell/2011/11/29/climategate-ii-more-smoking-guns-from-the-global-warming-establishment/>. Blond, Ph. (2010). *Red Tory: How Left and Right have Broken Britain and How we can Fix It*. London: Bloomsbury House.
- Bruijn, J.A. de (2011). *Framing. Over de macht van taal in de politiek*. Amsterdam/Antwerpen: Atlas.
- Dijstelbloem, H., & Hagendijk, R. (red.) (2011). *Onzekerheid troef. Het betwiste gezag van de wetenschap*. Amsterdam: Van Genep.
- Douglas, M., & Wildavsky, A.B. (1982). *Risk and Culture: An essay on the selection of technical and environmental dangers*. Berkeley: University of California.
- Feinberg, M., & Willer, R. (2011). Apocalypse Soon? Dire Messages Reduce Belief in Global Warming by Contradicting Just-World Beliefs. *Psychological Science*, 22(1), 34-38.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gladwell, M. (2002). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Boston: Little Brown and Company.
- Groene Courant (2012, 26 mei). Recordproductie zonne-energie in Duitsland, equivalent van 20 kerncentrales. Verkregen via <http://groenecourant.nl/recordopbrengst-zonne-energie-in-duitsland-equivalent-van-20-kerncentrales/>.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Gore, A. (2006). *An inconvenient truth. The planetary emergency of global warming and what we can do about it*. New York, Rodale.
- Hajer, M. (1995). *The politics of environmental discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Hajer, M. (2011). *De energieke samenleving. Op zoek naar een sturingsfilosofie voor een schone economie*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.
- Hoffman, A.J. (2011). Talking Past Each Other? Cultural Framing of Skeptical and Convinced Logics in the Climate Change Debate. *Organization & Environment*, 24(1), 3-33.
- Johnson, B.B. (2005). Testing and expanding a model of cognitive processing of risk information. *Risk Analysis*, 25(3), 631-650.
- Kahan, D. (2010). Fixing the communications failure. *Nature*, 463, 296-297.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research* (8)3, 239-260.
- Kroonenberg, S. (2006). *De menselijke maat: de aarde over tienduizend jaar*. Amsterdam/Antwerpen: Atlas.
- Lakoff, G. (2004). *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction, Vt.: Chelsea Green.
- Meadows, D.H., Meadows, D.L., Randers, J., & Behrens, W. (1972). *The Limits to Growth*. New York: Universe Books.
- Mol, A.P.J., Sonnenfeld, D.A., & Spaargaren, G., (Eds.) (2009). *The Ecological Modernisation Reader: Environmental Reform in Theory and Practice*. London and New York, Routledge.
- Montenegro, M. (2009, May 21). Six experts discuss the merits of framing climate change, the language that troubles them, and the inherent bias of any chosen word. *Seedmagazine.com*. Geraadpleegd via [http://seedmagazine.com/content/article/is\\_there\\_a\\_better\\_word\\_for\\_doom/](http://seedmagazine.com/content/article/is_there_a_better_word_for_doom/).
- Moser, S.C. (2007). More bad news: the risk of neglecting emotional responses to climate change information. In S.C. Moser & L. Dilling (Eds.), *Creating a climate for change: communicating climate change and facilitating social change* (pp. 64-80). New York: Cambridge University Press.
- Nisbet, M.C. (2009). Communicating climate change: why frames matter for public engagement. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 51(2), 12-23.
- O'Keefe, D.J. (2002). Guilt as a mechanism of persuasion. In J.P. Dillar & M. Pfau (Eds.), *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice* (pp. 329-344). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Owens S. (2000). 'Engaging the public': information and deliberation in environmental policy. *Environment and Planning A*, 32(7), 1141-1148.
- Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Schön, D.A., & Rein, M. (1994). *Frame reflection. Toward the resolution of intractable policy controversies*. New York: Basic Books.
- Secretary of State for Energy and Climate Change, (2010). *Government Response to the House of Commons Science and Technology 8th Report of Session 2009-10: The disclosure of climate data from the Climatic Research Unit at the University of East Anglia*. The Stationery Office. Geraadpleegd via: <http://www.official-documents.gov.uk/document/cm79/7934/7934.pdf>.
- Van der Houwen, K., Goossen, J., & Veling, I. (2002). *Reisgedrag kinderen basisschool; eindrapport*. TT 02-95. Veenendaal: Traffic Test.
- Van Hal, A. (2009). *The merger of interests. On sustainability and benefits in the construction sector*. Breukelen: Nyenrode Business University.
- Victor, D.G. (2011). *Global Warming Gridlock: Creating More Effective Strategies for Protecting the Planet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Walsh, B. (2011, 23 november). Climategate 2: A Weak Sequel. *Time Science & Space*. Geraadpleegd via <http://science.time.com/2011/11/23/climategate-2-a-weak-sequel/>.
- WCED, (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Wildavsky, A.B. (1987) *Speaking Truth to Power: The Art and Craft of Policy Analysis*. New Brunswick, USA: Transaction Publishers.
- WRR, (2012). *Vertrouwen in burgers*. Amsterdam: Amsterdam University Press.