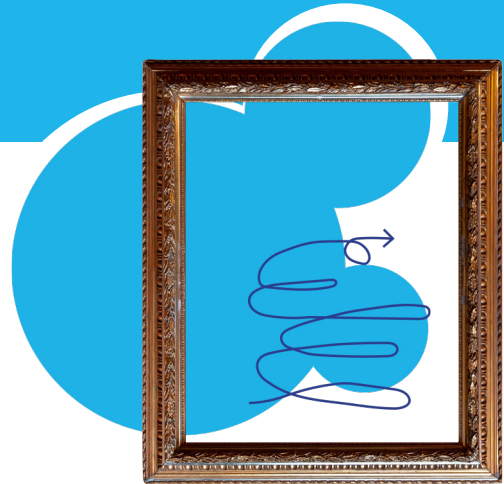


ACTIVITEIT 2B.

“Framing”



DOEL & INLEIDING

Leer hoe u boodschappen over het klimaat, het milieu of sociale rechtvaardigheid zo kunt herformuleren dat ze bij verschillende doelgroepen aanslaan, door te verwijzen naar gemeenschappelijke waarden en concrete oplossingen aan te reiken.

INLEIDING

Framing is belangrijk, en we moeten goed letten op wat bij het publiek aanslaat om een gemeenschappelijke basis te vinden.

De belangrijkste principes van framing zijn:

- Begin met gedeelde waarden (gezondheid, waardigheid, veiligheid):
- Formuleer het probleem heel eenvoudig. Bijvoorbeeld: „Het is oneerlijk als milieuvervuilers de regels overtreden.“
- Laat een concrete oplossing en een duidelijk voordeel zien.
- Vermijd het beeld van de tegenstander over te nemen. In plaats van te zeggen: „Wij zijn niet tegen de auto“, zeg je: „Wij zijn voor schoner en veiliger verkeer.“
- Gebruik herkenbare voorbeelden en creëer een emotionele band: gebruik gegevens uit de leefwereld van de mensen met wie u communiceert.

ACTIVITEIT

1. Gebruik het framinginstrument: Probleem – Oplossing – Voordeel

- **Probleem:** luchtvervuiling
- **Oplossing:** minder verkeer en schone energie
- **Voordeel:** betere gezondheid en veiligere straten
- **“Zodat...”:** onze kinderen gezond kunnen opgroeien

2. Herformuleer het argument zodat het aantrekkelijk is voor:

- Andere activisten
- Groen-georiënteerde lokale kiezers
- Centrumrechtse lokale kiezers