

Impact van online framing van professioneel handelen

Getagd voor het leven

'You're breaking his arm! He can't breathe! Let go of his arm!' roept een toerist terwijl hij getuige is van een aanhouding ergens in Nederland. Terwijl de toerist de gebeurtenis filmt, stroomt binnen een aantal seconden de straat vol met omstanders die geboeid het tafereel gadeslaan: een worsteling tussen twee agenten en twee burgers die zich niet over geven aan de wil van de agenten. De toerist maakt zich oprecht zorgen, voor hem lijkt het een kwestie van hevig politiegeweld gericht naar een onschuldige passant.

Steeds vaker worden professionals, zoals politieagenten, onderwijzers of maatschappelijk werkers, tijdens hun werk met sociale media geconfronteerd. Vaak gebeurt dit wanneer beeldmateriaal van professioneel gedrag op platformen zoals YouTube of Facebook of fora zoals Geenstijl of Dumpert verschijnt. Wanneer dit beeldmateriaal dan ook nog op een bepaalde manier wordt weggezet spreken we van het *framen* van gedrag. Het fragment hierboven is een goed voorbeeld van dergelijk professioneel handelen dat op sociale media verschijnt. Het beeldmateriaal dat bij dit filmpje hoort ging in een aantal dagen de wereld over. Internationaal werd het filmpje weggezet of *geframed* als bewijs dat ook Nederland te maken heeft met sterk geïnstitutionali-

seerd racisme. Immers, de twee arrestanten zijn zwart. Binnen Nederland werd het filmpje in verband gebracht met het overlijden van Mitch Henriquez na gebruik van een nekklem. Want, ook in dit filmpje wordt de beruchte nekklem toegepast om de arrestant onder controle te krijgen. En inderdaad, als je het beeldmateriaal bekijkt, dan zal niemand kunnen ontkennen dat het er hard aan toe gaat.

Toch vertelt een filmpje niet het hele verhaal. Zo beginnen omstanders vaak pas met filmen als er bijvoorbeeld geweld of emoties bij komen kijken. Het verhaal wat daaraan vooraf gaat ontbreekt in veel gevallen dan op film. Mocht dat beeldmateriaal er wel zijn, dan kan het



Jurriaan Jacobs

Beleidsadviseur en promovendus bij Stichting Impact.



Foto: Freek van den Bergh/ANP

Een man filmt de politie tijdens de rellen in de Schilderswijk naar aanleiding van de dood van Mitch Henriquez, juni 2016

Als kijker zie je vaak alleen de paar seconden of minuten van heftige emoties of gedragingen

zomaar zo zijn dat de aanleiding niet op sociale media verschijnt. Als kijker zie je dus vaak alleen de paar seconden of minuten van heftige emoties of gedragingen. In het onderzoek 'Getagd voor het leven', dat wij uitvoerden met subsidie van Stichting Achmea Slachtoffer en Samenleving (SASS), hebben wij gekeken naar wat het met professionals en organisaties doet als ze tijdens hun taakuitoefening worden gefilmd en als dat

beeldmateriaal vervolgens op sociale media verschijnt. Door dit onderzoek bij Jeugdbescherming en de Nationale Politie uit te voeren kwamen wij erachter dat de gevolgen soms verstrekkend kunnen zijn, maar dat er ook veel aan kan worden gedaan.

Het maken en plaatsen van een filmpje door burgers en de bijbehorende effecten op professionals en organisaties kent verschillende fases. Zo kunnen we een preparatie fase onderscheiden: het voorbereiden van professionals en organisaties op het (voorkomen van) filmen en negatief framen. Dan is er een acute fase waarin het filmen daadwerkelijk plaatsvindt. Deze fase wordt soms gevolgd door het ook daadwerkelijk online posten van het beeldmateriaal. Als laatste kan een nasleep ont-

staan waarin het filmpje al dan niet door veel mensen wordt bekeken en professionals en organisaties mogelijk geconfronteerd worden met het negatief framen. Iedere fase kenmerkt zich door verschillende acties die professionals en organisaties kunnen ondernemen en de consequenties die dat kan hebben voor zowel burgers, professionals en organisaties.

Voorkomen van sociale media gaat niet, dus leer er zo goed mogelijk mee om gaan.

Het ongrijpbare van sociale media speelt in iedere fase een grote rol. Hoe bereid je je voor op iets waar je door het bereik en de verspreidingsnelheid nauwelijks invloed op hebt? Hoe weet je of iets viral gaat of niet? En wat kan je als professional nog doen wanneer het bij wet iedereen vrij staat in de publieke ruimte te filmen? Toch kunnen professionals en organisaties tot op zekere hoogte voorbereiden. Planvorming, de ontwikkeling van bepaalde protocollen en het beleggen van taken en verantwoordelijkheden bij betrokkenen in de organisatie is daarin belangrijk. Professionals kunnen weerbaar worden via trainingen en door het voeren van het gesprek. Voorkomen van sociale media gaat niet, dus leer er zo goed mogelijk mee om gaan.

Maar wat kunnen professionals en organisaties doen als er dan daadwerkelijk wordt gefilmd? Het kan in ieder geval de werkzaamheden van een professional flink verstoren. Zo blijkt dat medewerkers het filmen als een bedreiging kunnen ervaren, hebben ze het gevoel dat ze minder grip op een situatie hebben en voelen ze zich aangetast in hun professionele integriteit. Hierdoor kan handelingsverlegenheid ontstaan. Filmen mag nou eenmaal en als professional doe je daar weinig aan, behalve dan dat doen waar je in opgeleid bent. Als organisatie kan je weinig meer doen dan vertrouwen hebben in de professionaliteit van de medewerkers. Het filmen als een vorm van transparantie is in die zin dan ook niet slecht: als professional heb je immers goed gehandeld. Daarbij is het maar de vraag of iets online komt en in hoeverre een dergelijk filmpje aandacht genereert.

Mocht een filmpje toch gepost worden, dan kan de impact groot zijn. Als iets eenmaal online staat dan krijg je het ook nauwelijks meer offline. Toch is dat wat organisaties vaak proberen: aangifte doen bij de politie, de persoon die het beeldmateriaal heeft gepost overhalen om het materiaal te verwijderen en via de betreffende platformen en fora het beeldmateriaal offline krijgen.

Vaak blijkt dit een onmogelijke opgave te zijn. De politie geeft weinig prioriteit aan dit soort zaken, rechtszaken slepen vaak lang voort en platformen en fora geven vaak geen gehoor aan verzoeken om beeldmateriaal offline te halen. Bovendien treedt er een olievlekwerking op en is een filmpje vaak veelvuldig op het internet gedeeld. Als professional kan je dan weinig en daar komen dan ook vaak gevoelens van onmacht tot uiting. Vaak zijn er weinig mogelijkheden om te reageren op het online beeldmateriaal. Zeker wanneer bedreigingen worden geuit of als de professional persoonlijk wordt aangevallen is dit niet prettig. Zo kwamen we voorbeelden tegen waarbij mensen moesten onderduiken, last kregen van angsten of zelfs met een burn-out thuis kwamen te zitten.

Repressief optreden moet wanneer grensoverschrijdend gedrag plaats heeft gevonden. Daarin verschilt de digitale werkelijkheid niet van de fysieke. Hiermee steunt de organisatie haar medewerkers en geeft ze erkenning. Daarentegen is communicatie de laatste jaren hard veranderd. Het posten van een filmpje kan dan ook gezien worden als een manier om in contact te treden met de organisatie. Voor organisaties zal het dan ook zoeken worden om digitaal een relatie aan te gaan wanneer op deze manier kritiek wordt geleverd of vragen worden gesteld door burgers. Zo bezien past het filmen en online posten in een toenemende vraag naar transparantie in professioneel gedrag en verantwoording. Het potentieel schokkende aspect van filmen en sociale media kan niet worden ontkend. Goede peer-support en ondersteuning vanuit de organisatie is essentieel. Probeer te leren van situaties zodat ze in de toekomst beter kunnen worden afgehandeld. Evaluatie is dan ook onmisbaar.

Hoewel dit onderzoek veel inzicht heeft gegeven in hoe organisaties en professionals omgaan met het filmen en online posten van beeldmateriaal van professioneel handelen, blijft er een groot vraagteken staan. Zo konden wij er niet achter komen waarom burgers filmen, wat hun behoefte precies is en of hun doelen bereikt waren. Wil je als organisatie en professional een optimale relatie met je cliënten aan kunnen gaan, dan moet je weten waarom ze een filmpje maken en waarom ze dit op internet plaatsen. Als organisatie moet je voor je medewerkers én voor je cliënten zorgen. Voor professionals wordt het dan zaak om mogelijke afkeer voor sociale media om te zetten in een bron van interactie. En ook dan zullen er nog steeds vervelende dingen kunnen gebeuren, dat kan je nu eenmaal nooit voorkomen. Voorbereiding vooraf en ondersteuning achteraf zijn dan de beginselen voor een goede afloop.