

Mobiliseren is altijd een beetje volk verliezen

Jeroen Van Laer

Elke bewegingsorganisatie die oproept om te gaan betogen, weet dat ze zullen worden geconfronteerd met het gevreesde mobilisatiedeficit: een groot deel van de sympathisanten steunt wel de doelen van de organisatie, maar zal desondanks niet mee op de barricade staan. In deze bijdrage ontrafelen we het mobilisatieproces dat leidt van verontwaardiging naar effectieve deelname en de verschillende drempels die de potentiële betoger onderweg dient te overwinnen. Met als *case* de nationale klimaatbetoging van 8 december 2007, onderzoeken we voor elke drempel welke factoren helpen om het mobilisatiedeficit te verkleinen.

In november van 2011 beloofden de vakbonden een hete winter. 'Als de regering niet méér met ons praat, dan wordt het een warme lente', waarschuwde een vakbondssecretaris toen de winter halfweg was.¹ Straffe taal? Er gaat tegenwoordig geen dag voorbij of er wordt in Brussel wel tegen *iets* betoogd. Vreedzame protestacties, in al hun vormen en kleuren, zijn in ons land een legitieme manier om politieke problemen aan te kaarten, om woede of verontwaardiging te ventileren, om solidariteit en medeleven te uiten. Steeds meer (verschillende) mensen komen vandaag de straat op. Dat heet ook wel de 'normalisatie' van pro-

test: zowel het aantal acties als het aantal thema's waarrond mensen op straat komen gaat omhoog, maar ook de diversiteit aan mensen die de straat op trekken.² Terwijl in het begin van de twintigste eeuw protest vooral een zaak was van de arbeidersklasse, komt vandaag vrijwel iedereen op straat: de verpleegster, naast de student, naast de advocaat, naast de vakbondsmilitant. En toch. Hoewel steeds meer mensen onconventionele politieke actiemiddelen aanwenden om hun ongenoegen te uiten, blijven heel wat mensen gewoon lekker thuis, ook al zijn ze verontwaardigd en weten ze dat er een protestactie doorgaat. Elke bewe-

gingsorganisatie die oproept om de straat op te trekken, weet dat ze zullen worden geconfronteerd met het gevreesde *mobilisatiedeficit*: een groot deel van de sympathisanten steunt wel de doelen van de organisatie, maar zal desondanks niet mee op de barricade staan. De weg van verontwaardiging naar effectieve actie is bezaaid met vele hindernissen. Of nog: tussen attitude en gedrag gaapt een groot gat.

In deze bijdrage ontrafel ik de verschillende stappen in het mobilisatieproces vooraf aan een betoging. Ik baseer me op data verzameld in de aanloop van de nationale klimaatbetoging van zaterdag 8 december 2007. Respondenten werden twee weken voor de betoging en een week na de betoging bevroegd. Elke betoging kent zijn eigen dynamiek en publiek, maar toch kunnen de resultaten van de klimaatbetoging ons aanwijzingen geven over het belang van bepaalde factoren in het mobilisatieproces van andere betogingen.

DE NATIONALE KLIMAATBETOGING VAN 8 DECEMBER 2007

De klimaatbetoging was een initiatief van de Klimaatcoalitie, een netwerk van om en bij de 70 organisaties uit heel België. De voornaamste eis - radicale maatregelen om de klimaatopwarming aan te pakken - was gericht aan nationale en internationale politiek leiders die op dat moment in Bali, Indonesië, verzamelen bleven voor de klimaatconferentie van de Verenigde Naties. Op 8 december vonden in de hele wereld meer dan 80 betogingen plaats. In België vonden zo'n 3.000 demonstranten hun weg naar Brussel ondanks de hevige regen en stakende treinbestuurders. Voor dit onderzoek werden de leden van vier milieuorganisaties gecontacteerd, die actief hadden gemobiliseerd voor de klimaatbetoging: Greenpeace,

met meer dan 50.000 leden één van de grootste milieuorganisaties in België; Velt vzw, een kleine organisatie die zich vooral toelegt op ecologisch leven en tuinieren; Bond Beter Leefmilieu (BBL), een belangrijke Vlaamse koepelorganisatie van milieubewegingen; en ten slotte, Groen!, de Vlaamse ecologische partij. Deze vier organisaties gingen akkoord om in eigen naam hun leden een email te sturen met een persoonlijke link naar een online enquête. Van de 12.000 mensen die zo werden gecontacteerd, vulde bijna 20 percent de enquête in. Voor een online bevraging zonder herinnering is dat meer dan behoorlijk. Aan de tweede bevraging, na de betoging, nam zo'n 72 percent opnieuw deel. In totaal deden 1.542 respondenten mee aan beide bevragingen. Twee mogelijke vertekeningen willen we kort aanstippen: ten eerste, door vanuit de organisatie de mail te sturen zou het kunnen dat leden die zich nauwer verwant voelen met hun organisatie eerder bereid zijn om deel te nemen; en ten tweede, hoewel het gebruik van online *surveys* steeds vaker voorkomt en geaccepteerd wordt, missen we die leden die geen emailadres hebben. Sowieso zitten in onze steekproef niet alle mensen die *potentieel* zouden kunnen deelnemen aan de klimaatbetoging. We bevragen immers enkel de leden van vier specifieke organisaties.

HET MOBILISATIEDEFICIT ONTRAFFEN

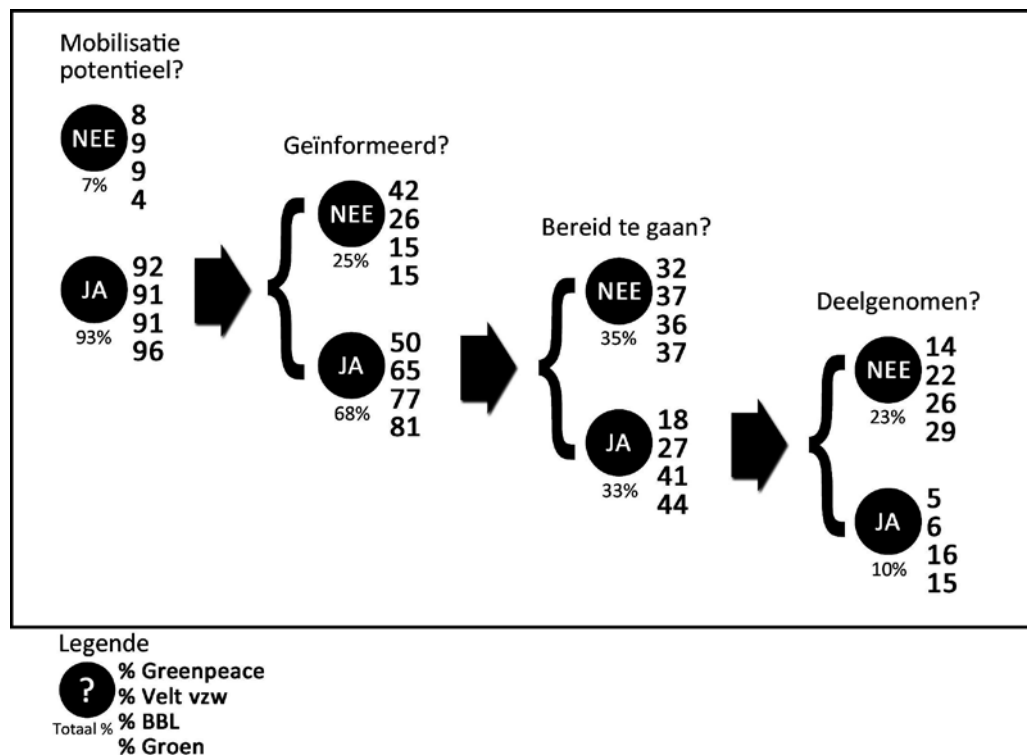
Om de lezer niet veel te bezwaren met de exacte vraagstelling en operationalisering van de verschillende variabelen in deze studie, verwijs ik de geïnteresseerden door naar de website van de onderzoeksgroep Media, Middenveld & Politiek (M2P) aan de Universiteit Antwerpen.³ Ik beperk me hier tot een algemeen overzicht van de afhankelijke

en onafhankelijke variabelen en bewaar de inkt voor de presentatie van de resultaten en de conclusie. De afhankelijke variabele bestaat uit volgende vragen (in een lijst van 15 verschillende thema's): Hoe belangrijk vindt u klimaatverandering op dit moment? Hebt u gehoord van een betoging tegen klimaatverandering op 8 december 2007? Bent u van plan om naar de klimaatbetoging van 8 december 2007 gaan? Heeft u deelgenomen aan de nationale klimaatbetoging van 8 december 2007?⁴ De eerste drie vragen werden in de enquête vooraf aan de betoging gesteld. De laatste vraag werd in de tweede enquête na de betoging gesteld. De antwoorden op deze vragen zijn grafisch weergegeven in Figuur 1.

In het algemeen vindt 93 percent van de respondenten de opwarming van de aarde een belangrijk probleem. Daarvan is 68 procent op de hoogte van de klimaatbetoging. Van deze 68 procent speelt goed een derde met het idee om effectief deel te nemen, maar uiteindelijk daagt slechts 10 procent van deze groep effectief op. Een verwaarloosbare minderheid van respondenten past niet in dit watersysteem. Bijvoorbeeld, activisten die niet van de betoging hadden gehoord, maar uiteindelijk wel zijn gegaan. Het bijzonder lage aantal van dit soort 'anomalieën' geeft aan dat de vier drempels mooi cumulatief zijn.

Figuur 1 toont ook interessante verschillen tussen de vier organisaties: zo is het percenta-

Figuur 1. Van verontwaardiging naar effectieve deelname.



ge effectieve deelnemers het laagst bij Greenpeace en Velt. Greenpeace-leden staan bekend als zogenaamde 'check book activisten', die misschien minder bereid zijn om in directe actie of straatprotest deel te nemen. De concrete niche waar leden van Velt zich op toe leggen, tuinieren, zou dan weer eens te ver weg kunnen staan van het klimaatprobleem, dat zij moeilijker te overtuigen zijn om te betogen. Of misschien geloven ze dat ze - door reeds de handen uit de mouwen te steken - reeds actief aan een betere leefmilieu werken. De hoogste scores vinden wij bij leden van Groen! (15 procent) en BBL (16 procent). Dit lijkt logisch: voor de groene partij is klimaatverandering een *core issue*. Deelnemen en aanwezig zijn, gaat voor een stuk ook over het bewaken van hun politiek krediet op dat kernthema. BBL-leden zijn in principe vertegenwoordigers van verschillende milieugroepen en -organisaties. Hun sterk engagement in hun eigen groep weerspiegelt zich in een sterk engagement voor de klimaatbetoging.

Interessant is dat het mobilisatiedeficit (nee in Figuur 1) voor elke organisatie op een ander moment toeneemt. Zo ziet Greenpeace haar deficit sterk toenemen na stap 2 omdat veel leden gewoon niet op de hoogte waren van de betoging (42 procent valt uit). Groen!-leden slagen er in de meeste drempels te overwinnen: goed 80 procent is nog mee na stap 2 en 44 procent na stap 3. Velt verliest heel wat potentiële deelnemers in stap 2, maar toch vooral in de laatste stap. Ten slotte, BBL ziet het deficit eerder geleidelijk toenemen. Bij elke horde valt er ongeveer eenzelfde aantal leden af.

HET MOBILISATIEDEFICIT VERKLAREN

We kunnen de uitval in de verschillende stappen ook echt gaan verklaren. De verklarende

variabelen waar we vanuit de theorie het meest van verwachten kunnen grofweg onderverdeeld worden in twee grote groepen: 'pull-factoren' en 'push-factoren'. Pull-factoren zijn persoonlijke kenmerken zoals lidmaatschap van een organisatie, de mate dat je in een netwerk zit van verschillende bewegingen (formele relaties), maar ook informele, persoonlijke relaties. Het gaat hier over factoren die mensen als het ware op straat kunnen *trekken*. Push-factoren zijn persoonlijke, motivationele kenmerken zoals collectieve identiteit en bepaalde emoties waarmee mensen zichzelf als het ware de barricade op *duwen*. Voor de uitgebreide statistische analyses verwijs ik opnieuw naar de volledige studie, terug te vinden op de website van M2P. Hier beperk ik me tot een schematische weergave van de belangrijkste resultaten. De eerste analyse vergelijkt dus de mensen die klimaat een belangrijk politiek thema vinden met de mensen die dat niet vinden. De tweede analyse vergelijkt *binnen* de groep van mensen die klimaat belangrijk vinden, zij die over de klimaatbetoging hebben gehoord met zij die niet over de betoging hebben gehoord. De derde analyse vergelijkt dan *binnen* de groep die klimaat belangrijk vindt én die over de betoging heeft gehoord, diegenen die bereid zijn te betogen met diegenen die niet bereid zijn. Ten slotte, de vierde analyse vergelijkt *binnen* de groep die klimaat belangrijk vindt én die over de klimaatbetoging heeft gehoord én die bereid is te gaan, diegenen die effectief zijn gegaan met diegenen die uiteindelijk zijn thuis gebleven.

Wat in de analyses eerst en vooral opvalt is dat voor elke drempel richting effectieve deelname verschillende factoren van belang zijn. Of je tot het mobilisatiepotentieel behoort - of je dus met andere woorden klimaatverandering een belangrijk politiek thema vindt - hangt

Tabel 1. Belangrijkste verklarende factoren in mobilisatieproces.

#1 BEHOOR JE TOT BILISATIEPOTENTIEEL?	#2 BEN JE OP DE HOOGTE VAN BETOGING?	#3 BEN JE VAN PLAN TE GAAN BETOGEN?	#4 BEN JE EFFECTIEF GEGAAN?
<u>Een sterke collectieve identiteit</u>	<i>Niet lid zijn van Greenpeace</i>	<i>Veel praten over politiek met andere mensen</i>	<i>Horen over de betoging via informele relaties</i>
<u>Kwaad zijn</u>	<i>Actief lid zijn van een organisatie of vereniging</i>	<i>Horen over de betoging via informele relaties</i>	<u>Het geloof dat je collectief iets kan veranderen</u>
<u>Het geloof dat je persoonlijk iets kan veranderen</u>	<i>Lid zijn van veel verschillende organisaties of verenigingen</i>	<u>Het geloof dat je collectief iets kan veranderen</u>	
	<u>Een sterke collectieve identiteit</u>		
	<u>Het geloof dat je collectief iets kan veranderen</u>		

Noot: *Pull*-factoren staan cursief gedrukt, *push*-factoren zijn onderlijnd. De resultaten die hier zijn weergegeven, zijn gebaseerd op een getrapte, multivariate logistische regressieanalyse. Gedetailleerde informatie over deze analyse is terug te vinden op www.m2p.be.

sterk samen met de mate dat je jezelf identificeert met andere mensen die opkomen voor deze problematiek. Maar ook of de klimaatproblematiek (en wellicht het feit dat er niets aan gedaan wordt) je behoorlijk kwaad maakt en of je gelooft dat je persoonlijk wel iets kan doen tegen de klimaatverandering. Dat zijn alle drie duidelijke *push*-factoren of motivationele kenmerken. Interessant is dat deze zaken geen rol meer spelen bij het nemen van de laatste drempels. Motivationele factoren zorgen blijkbaar wel voor een vruchtbare en zelfs noodzakelijke basis om aan de mobilisatierace te starten.

De tweede drempel - of je van een klimaatbe-

toging hebt gehoord - hangt vooral sterk samen met formeel lidmaatschap van een organisatie of vereniging. Bovendien stijgt de kans aanzienlijk dat je iets over de klimaatbetoging hebt gehoord, als je van veel verschillende verenigingen lid bent. Lid zijn van veel verschillende organisaties creëert zogenaamde 'zwakke banden' tussen die organisaties en hun leden. Het is dankzij zulke zwakke banden dat informatie snel kan circuleren en niet binnen één bepaald organisatienetwerk blijft hangen.⁵ Dat formeel en actief organisatielidmaatschap reeds bij de tweede drempel zo belangrijk is, is goed nieuws voor organisaties die willen mobiliseren. Gewoon al de mobilisatiecampagne veel sterker richten op de niet-actieve leden,

kan het mobilisatiedeficit aanzienlijk doen krimpen. Het is immers hier, bij drempel twee, dat vooral de niet-actieve leden afvallen (en dan in het bijzonder die van Greenpeace). De niet-actieve leden beter informeren is natuurlijk gemakkelijker geschreven dan gedaan. Er zijn echter ook enkele *push*-factoren van belang bij de tweede drempel en deze geven meteen een hint hoe organisaties de informatiereceptie bij potentiële betogers een *boost* kunnen geven. Een sterke collectieve identiteit verhoogt de kans dat iemand gehoord zal hebben van een betoging, net als het geloof dat je collectief iets kan veranderen aan de klimaatverandering. In

plaats informele *pull*-factoren van belang. Het enige motivationele kenmerk dat nog een rol speelt is het geloof dat je collectief iets kan veranderen. Eén belangrijk nuance moeten we wel maken: door het feit dat we na elke drempel telkens een meer gespecialiseerd (potentieel) betogerspubliek analyseren, lijkt het alsof andere motivationele kenmerken geen rol meer spelen. Het tegendeel is natuurlijk waar. Wat er eigenlijk gebeurt, is dat elke *bijkomende* woede of verontwaardiging of collectieve identiteit geen discriminerende waarde meer heeft tussen diegenen die afvallen en diegenen die niet afvallen. Een nog sterker geloof

Om een issue politiek belangrijk te maken moeten organisaties in eerste instantie focussen op wat mensen persoonlijk kunnen doen. In een latere fase moet de focus liggen op wat de betoging of de groep kan doen om verandering te bekomen.

de weken en maanden vooraf aan de betoging inspelen op deze motivationele kenmerken kan dus helpen om mensen 'gevoeliger' te maken voor informatie rond een aankomende betoging rond een bepaald thema.

Alvorens mensen effectief de straat optrekken om te gaan betogen, moeten ze *bereid* zijn om dat te doen. Bereidheid is een noodzakelijke voorwaarde voor betogingsdeelname: mensen moeten *gemotiveerd* zijn om de deur achter zich dicht te trekken en al dan niet met aangepaste kledij of plakkaat de betoging aan te vatten. Respondenten die veel over politiek praten met andere mensen en die geïnformeerd werden over de betoging via informele relaties (zoals vrienden, familie, collega's of collegeleden van een organisatie) tonen een sterkere bereidheid om effectief te gaan betogen. Om drempel drie te nemen zijn dus in de eerste

dat je collectief iets kan veranderen, is wel van belang. Interessant is dat het geloof in collectieve effectiviteit belangrijk is voor de laatste drie drempels, maar niet voor de eerste. Daar is het geloof in persoonlijke effectiviteit van belang. Het geloof dat je persoonlijk iets kan doen aan de klimaatverandering verklaart of iemand dit een belangrijk politiek thema vindt, maar het helpt niet om mensen effectief de straat op te krijgen. Wat dan essentieel is, is het geloof dat men collectief iets kan veranderen. Het verschil tussen die persoonlijke en collectieve effectiviteit is een belangrijk gegeven in het organiseren van een mobilisatiecampagne: om een *issue* politiek belangrijk te maken moeten organisaties in eerste instantie focussen op wat mensen persoonlijk kunnen doen. In een latere fase moet de focus liggen op wat de betoging of de groep kan doen om verandering te bekomen.

Zoals eerder aangegeven vergelijken we een steeds meer gespecialiseerde groep van respondenten. In de laatste vergelijking wil dat zeggen dat we betogers en thuisblijvers vergelijken die allemaal behoorlijk actief zijn in één of meerdere verenigingen, graag van gedachten wisselen over politiek met andere mensen, heel waarschijnlijk over de betoging hoorden via informele relaties, kwaad zijn over hoe men de klimaatproblematiek vandaag aanpakt en tegelijk sterk geloven in wat ze persoonlijk kunnen betekenen en wat de betoging kan veranderen. Respondenten met dit profiel kunnen we met grote waarschijnlijkheid effectief verwachten op de klimaatbetoging van 8 december 2007. Sommigen van hen zijn er desondanks niet geraakt. Om de laatste drempel te nemen, moeten alle praktische en psychologische hindernissen overwonnen zijn. *'The more motivated people are, the higher the barriers they can overcome'*, noteren Klandermaans and Oegema.⁶ Wat een persoon op het laatste moment nodig heeft om effectief deel te nemen, zijn twee zaken: een diep geloof dat men collectief iets kan veranderen en stevige informele relaties, een goede vriend als het ware, die je informeert over een nakende betoging. Samengevat is de groep van mensen die uiteindelijk effectief ging betogen een zeer gemotiveerde groep met veel en actieve interpersoonlijke relaties. Wat er bij die laatste drempel met name toe doet zijn informele netwerken die de nodige motivationele energie warm houden, die zorgvuldig werd opgebouwd in de weken en allicht maanden en jaren vooraf aan de eigenlijke betoging.

HET MOBILISATIEDEFICIT IS ONVERMIJDELIJK, MAAR NIET ONOVERKOMELIJK

Wanneer je mobiliseert voor een betoging

verlies je onderweg volk. Het mobilisatiedeficit is haast onvermijdelijk. Het percentage van leden en sympathisanten dat uiteindelijk de mobilisatieoproep beantwoordt, ligt in de meeste gevallen vele malen lager dan het eigenlijke potentieel doet vermoeden. Het mobilisatiedeficit zo klein mogelijk houden, is haast een natuurlijke opgave voor sociale bewegingsorganisaties die oproepen om te betogen: op straat telt immers nog steeds de macht van het getal. In de voorgaande bladzijden werden een aantal dynamieken bloot gelegd van die onvermijdelijke afvalrace. Protest deelname verloopt in verschillende stappen met telkens een nieuwe drempel die moet worden genomen. Motivationale factoren spelen een essentiële rol in de eerste stappen van het mobilisatieproces. Deze factoren creëren een zekere bereidheid om te gaan betogen. Interpersoonlijke relaties zijn cruciaal bij het nemen van de laatste drempels: ze verklaren waarom mensen effectief de straat op trekken. Er is ook een positieve interpretatie mogelijk van de afvalrace die ik hier illustreerde: wat je uiteindelijk op straat ziet verschijnen, is slechts het topje van de ijsberg. De 'stilzwijgende' protesterende massa die thuis zit en één van de drempels niet wist te nemen, is er natuurlijk nog steeds. Het mobilisatiepotentieel blijft in die zin nog steeds potentieel dat misschien bij een volgende betoging wel ruimer kan worden aangeboord. Dat potentieel 'zichtbaar' maken, zou een interessante oefening kunnen zijn wanneer een organisatie of platform van organisaties nog eens oproept om te gaan betogen. Vooraf aan een betoging een petitie organiseren, bijvoorbeeld, is een optie. Ook het tekenen van petitie kent natuurlijk zijn participatiedrempels, maar die liggen vele malen lager dan voor het actiemiddel betogen. Diversifiëren in het actierepertoire kan niet alleen het signaal dat men wenst

uit te sturen versterken, het zou tegelijk het mobilisatiedeficit kunnen verkleinen.

In deze bijdrage analyseerde ik natuurlijk slechts één enkele betoging en dan nog specifiek een betoging tegen klimaatverandering. Pretenderen algemene conclusies te kunnen trekken voor alle mogelijke mobilisaties in België en de rest van de wereld zou ietwat misplaatst zijn. Zo verloopt het mobilisatieproces voor een klassieke vakbondsbetoging allicht voor een groot stuk anders dan voor een klimaatbetoging. Vakbonden in België zijn nog steeds de reuzen van het middenveld. Ze kunnen in korte tijd veel volk in één beweging op straat krijgen. 'En bloc recruitment', heet dat mooi in de literatuur.⁷ Je kan verwachten dat het belang van 'de organisatie' veel groter zal zijn in de verschillende stappen op weg naar effectieve deelname. Met de introductie van

nieuwe, sociale media wijzen sommigen op het stijgend aantal grote, spontane betogingen. In dit soort acties zijn organisaties dan weer vaak compleet afwezig, wat zou betekenen dat het belang van informele netwerken nog toeneemt en wellicht ook het belang van een stevige *fond* van verontwaardiging. Daarnaast bleken er grote verschillen tussen de vier verschillende organisaties in deze studie. Het mobilisatiedeficit voor de klimaatbetoging van 8 december 2007 was bijvoorbeeld veel groter voor Greenpeace dan voor Groen!. Eigenlijk beschreef ik hier niet één algemene mobilisatierace, maar vier kleintjes. Zelfs rond één enkel thema kan het mobilisatiedeficit sterk verschillen. Elke organisatie zal dus moeten nagaan in welke stap de meeste van haar leden en sympathisanten uitvallen om dan die individuele factoren trachten te beïnvloeden die de kans verhogen dat de volgende drempel wel genomen wordt.

Jeroen Van Laer

Docent aan de Universiteit Antwerpen, in de master Politieke Communicatie⁸

Noten

1/ 'Vakbonden beloven hete winter', *Metro*, 16 november 2011, p.1; 'Vakbonden waarschuwen in Hasselt voor meer acties', *Het Belang van Limburg*, 23 december 2011, p.5.

2/ Van Aelst Peter and Walgrave Stefaan. 2001. 'Who Is that (Wo) man in the Street? From the Normalisation of Protest to the Normalisation of the Protester'. *European Journal of Political Research*. 39 (4): pp.461-486.

3/ Een gedetailleerde beschrijving is terug te vinden

op <http://www.m2p.be/index.php?page=publications&id=194>.
4/ Het onderscheid in vier verschillende drempels is theoretisch gebaseerd op het werk van Bert Klandermans en Dirk Oegema en meer specifiek op hun artikel uit 1987: Klandermans Bert and Oegema Dirk. 1987. 'Potentials, Networks, Motivations, and Barriers: Steps Towards Participation in Social Movements'. *American Sociological Review*. 52 (4): pp.519-531.
5/ Zie Walgrave Stefaan and Klandermans Bert. 2010. 'Open and Closed Mobilization Patterns.

The Role of Channels and Ties' in Walgrave Stefaan and Rucht Dieter (eds.), *The World Says No to War*. Minneapolis: University of Minnesota Press, pp.169-192.

6/ Zie p.520 in Klandermans Bert and Oegema Dirk (1987).

7/ Oberschall Anthony. 1973. *Social Conflicts and Social Movements*. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall; McAdam, Doug. 1988. *Freedom Summer*. Chicago, University of Chicago Press.

8/ Jeroen Van Laer schreef een doctoraat over betogingsparticipatie.