

EXPERT AAN HET WOORD

PROFESSOR
DR. C. DE BACKER

Universiteit Antwerpen

BIO

OPLEIDING

Doctor in de Communicatiewetenschappen,
Universiteit Gent

EXPERTISE

Voeding & Communicatie – Hoe media en communicatie ons eetgedrag beïnvloeden en hoe voeding een vorm van communicatie is.

ACTUEEL

Hoofddocent Communicatiewetenschappen, coördinator van 'Food, Media & Society' (FOOMS) en het internationale 'Corona Cooking Survey'-project



Veel consumenten luisteren steeds vaker naar voedingsadviezen van 'lifestyle influencers.' Met mooi verpakte maar niet altijd even wetenschappelijk gefundeerde verhalen scoren zij goed bij het grote publiek. Experts lachen die boodschappen vaak weg of gaan er stevig tegen in. **En net daar zit het probleem: elkaar aanvallen leidt tot meer verwarring en polarisatie.** Het InFLOOD-project* onderzoekt met een interdisciplinair team of communiceren over voeding anders en beter kan door meer samenwerking tussen alle betrokken partijen.

* InFLOOD wordt uitgevoerd in samenwerking met Flanders' FOOD en in samenspraak met een stakeholders-groep die bestaat uit gezondheidsorganisaties, mediaproducten en tal van actoren uit de voedingsindustrie.

In het InFLOOD-project staat de term 'voedingsmedia' centraal. Het is een brede overkoepelende term voor alle boodschappen over voeding die via diverse media worden verspreid en die niet tot traditionele reclamevormen behoren. Voorbeelden zijn kookboeken en -magazines, kookprogramma's en alle berichten over voeding op sociale media. Voedingsmedia zijn helemaal niet nieuw. De Oude Grieken deelden al recepten gekerfd in steen. Nieuw vandaag is wel dat ze wijd worden verspreid via verschillende kanalen om zoveel mogelijk mensen te bereiken, en liefst ook te overtuigen van bepaalde boodschappen, al dan niet gesponsord.

IEDEREEN EET, MAAR NIET IEDEREEN IS VOEDINGSEXPERT

Iedereen eet meerdere keren per dag. Door deze jarenlange ervaring heeft iedereen ook het gevoel expert te zijn op het vlak van voeding. Sociale media hebben ons bovendien allemaal een stem gegeven om

onze mening wijd te delen met anderen. En dat gebeurt vandaag ook massaal.

Binnen die verschillende stemmen zijn er wel degelijk ook die van echte voedingsexperten die we kunnen opdelen in diverse groepen. Er zijn gediplomeerde chef-koks die expert zijn in het samenstellen van lekkere gerechten. Erkende diëtisten en overheidsinstanties inzake voeding en gezondheid zijn expert inzake voedingsadvies. Artsen spelen vooral

De term 'wetenschappelijk bewezen' klinkt serieus en overtuigend, maar het grote publiek laat zich toch eerder verleiden door andere tactieken. Mensen zijn geboren verhalenvertellers. Wie de gave bezit om informatie te verpakken in een mooi verhaal is erg machtig. Die gave om verhalen te vertellen hebben veel *food en lifestyle influencers* en voedselgoeroes gemeenschappelijk. In deze verhalen komen vaak ook gelijkaardige patronen terug.

- **Afgekruid met een vleugje humor.** Humor houdt de boodschap luchtig. Influencers doen aan zelf-relativering en lachen de ongemakjes weg.

OLIE OP HET VUUR: TEGENSTRIJDIGE VOEDINGSADVIEZEN

De reactie van veel voedingsexperten op ongenueerde en ongefundeerde verhalen van communicatie-experten (*lifestyle influencers*) is er vaak een van ongeloof en agressie. Wie de strijd aangaat met succesvolle influencers en voedselgoeroes lijkt het publiek echter nog meer in hun richting te drijven. Hoe meer aanvallen ze te verduren krijgen, hoe meer ze bevestigd worden in hun gelijk dat er een vijandige

MEER VAN ELKAAR LEREN

een expertrol wanneer de voeding problematisch wordt en er vanuit medisch oogpunt nood is aan opvolging. Ten slotte zijn er ook experten rond voedselveiligheid die waken over de kwaliteit van onze voeding. Elk van deze expertgroepen hebben een andere expertise en aanpak wat voeding betreft en zijn het in eerste instantie ook niet altijd met elkaar eens.

De stemmen van de bovengenoemde voedingsexperten worden in de praktijk echter vaak overstemd door een toenemende groep van zelfverklaarde experten. *Food en lifestyle influencers* hebben zelf leren koken en uit eigen ervaring en opzoekingswerk lijken ze heel goed te weten wat wel of niet gezond is. Met de voedselveiligheid durven ze al eens een loopje te nemen. Ook zij kunnen beschouwd worden als experten, zij het doorgaans niet in het domein dat ze claimen, maar wel op het vlak van communicatie. En daar kunnen ook chef-koks, diëtisten, artsen en voedselveiligheidsexperten nog iets van leren.

SPROOKJES OVER VOEDING

Artsen, diëtisten en overheidsinstanties hebben iets gemeenschappelijk: een passie om boodschappen overtuigend te maken met cijfers en statistieken.

- **Er is een vijand.** Een welbepaalde voedingsgroep wordt afgeschilderd als de grote boosdoener die je kan herkennen en maar beter kunt mijden.
- **Zonder vijand weeg je minder.** Door bepaalde voedingsgroepen te mijden gaat men meestal gewicht verliezen. *Food en lifestyle influencers* zijn erg in trek bij (jonge) vrouwen die door de belofte van snel gewichtsverlies makkelijk te verleiden zijn.
- **Je hele leven wordt minder zwaar.** Succesvolle verhalenvertellers mijden negatieve termen zoals 'dieet' – ze noemen zich liever *lifestyle*-, voedings- of levenscoaches – en spreken over positieve transformaties. Dankzij hun advies raak je verlost van heel wat ballast en lacht het leven je weldra toe.
- **Mooie, positieve en persoonlijke verhalen.** Door hun eigen verhaal en transformatie centraal te stellen geven influencers hun boodschap een gezicht en een leven. Daarin kan het publiek zich veel makkelijker inleven dan in abstracte cijfers en tabellen. Met wat geluk wordt de boodschapper op termijn zelfs als 'een vriend(in)' gezien. En vrienden zijn er om advies te geven en elkaar te steunen.

groep is die het niet begrijpt. Volgelingen, vaak al kwetsbaar van bij de start, gevoelig voor charmeverhalen en op zoek naar een beter leven, gaan hierin mee en gaan zich nog sterker achter de influencer/goeroe scharen. Met andere woorden, hoe meer experten influencers en voedselgoeroes aanvallen en tegenspreken, hoe meer olie ze op het vuur gooien. Dat kan en moet anders als we de wildgroei aan tegenstrijdigheden willen aanpakken.

SAMEN TAFELN MAAKT GELUKKIGER

Beter en anders communiceren over voeding kan enkel als alle stemmen van voedingsadvies samen aan tafel gaan en niet elk apart hun boodschappen uitwerken. Velen willen nog te vaak zelf diverse expertfuncties combineren, en dat loopt vaak mis, of zeker niet optimaal. Het zou mooi zijn mocht de samenwerking van diverse experten resulteren in een degelijk maar ook verleidelijk en appetijtelijk buffet van voedingsadviezen van hoe het beter en anders kan. Een diëtist adviseert wat er op tafel komt, een chef-kok waakt over de smaak, een veiligheidsadviseur over de kwaliteit en een influencer, als communicatie-expert, zorgt voor de gezelligheid. Als er ook een medisch probleem aan te pas komt, schuift er ook een arts mee aan tafel. Samen zullen deze verschillende expertgroepen op basis van de InFLOOD-resultaten hopelijk snel voor verandering kunnen zorgen.

 **MEER INFO**
[WWW.UANTWERPEN.BE/EN/PROJECTS/
INFLOOD/](http://WWW.UANTWERPEN.BE/EN/PROJECTS/INFLOOD/)