

---

## Journalist tussen Boeren en Tuinders

---

# Journalist tussen Boeren en Tuinders

Ir. M. Lof  
Prof.dr. C.M.J. van Woerkum

Wageningen Universiteit en Researchcentrum

Wetenschapswinkel Wageningen UR  
December 2003

Rapport 198

**Colofon**

Journalist tussen Boeren en Tuinders

Ir. M. Lof

Prof. Dr. C.M.J. van Woerkum

Communicatiemanagement Wageningen UR

Wetenschapswinkel Wageningen UR, rapportnummer 198

December 2003

ISBN : 90-6754-720-4

Omslag : Andrew Zeegers, Domino Design, Groningen

Druk : Drukkerij Het Jonk, Wageningen

Prijs : € 6,50

[www.wur.nl/wewi](http://www.wur.nl/wewi)

## AFFINITEIT IN DE AGRARISCHE JOURNALISTIEK

### Rapportnummer 198

Ir. M. Lof en Prof. Dr. C.M.J. van Woerkum, december 2003

Nederlandse Vereniging voor Land- en  
tuinbouwjournalistiek (NVLJ)  
p/a Postbus 165  
2700 AD Zoetermeer  
079-3430300  
[www.nvlj.nl](http://www.nvlj.nl)

De NVLJ is een vereniging van en voor  
journalisten, voorlichters, pr-functionarissen en  
communicatie-medewerkers in de land- en  
tuinbouw. Allen zijn beroepsmatig  
geïnteresseerd in de agrarische sector en in  
het communicatievak. De NVLJ organiseert  
regelmatig bijeenkomsten, cursussen en  
excursies waar de leden elkaar ontmoeten om  
te discussiëren over het vak.

Leerstoelgroep Communicatie  
Management Wageningen UR  
Hollandseweg 1,  
6706 KN Wageningen  
0317-484310  
[www.sls.wau.nl/cis](http://www.sls.wau.nl/cis)



De Leerstoelgroep communicatiemanagement  
bestudeert communicatie in de context van  
steeds veranderende verhoudingen tussen  
organisaties en hun omgeving. Centraal  
aandachtspunt hierbij vormt de betekenis van  
zowel communicatie “van binnen naar buiten”  
als communicatie “van buiten naar binnen”  
voor processen van wederzijdse afstemming  
en beïnvloeding. Specifieke deelterreinen zijn  
o.a. risicocommunicatie, de rol van informatie  
en communicatietechnologie, imagoproblema-  
tiek en instrumentele communicatie.

Wetenschapswinkel Wageningen UR  
Postbus 9101  
6700 HB Wageningen  
0317-484661  
e-mail: [wetenschapswinkel@wur.nl](mailto:wetenschapswinkel@wur.nl)  
[www.wur.nl/wewi](http://www.wur.nl/wewi)  
[www.wetenschapswinkels.nl](http://www.wetenschapswinkels.nl)



Maatschappelijke organisaties zoals vereni-  
gingen en belangengroepen, die niet over  
voldoende financiële middelen beschikken,  
kunnen met onderzoeksvragen terecht bij de  
Wetenschapswinkel Wageningen UR. Deze  
biedt ondersteuning bij de realisatie van  
onderzoeksprojecten. Aanvragen moeten  
aansluiten bij de werkgebieden van  
Wageningen UR: duurzame landbouw, voeding  
en gezondheid, een leefbare groene ruimte en  
maatschappelijke veranderingsprocessen.



### VOORWOORD

Een wetenschappelijk onderzoek laten plegen naar het 'vak' is eigenlijk vragen om moeilijkheden. Journalisten zijn per definitie buitengewoon kritisch, zeker als het om hun eigen vak gaat. Daarom mag je een hoop discussie verwachten over een onderzoek dat een 'vermeend vooroordeel' van journalisten in de land- en tuinbouw belicht. Het gaat dan over de invloed van affiniteit op hun werk. Speelt hun afkomst en betrokkenheid bij de sector een rol in de wijze waarop ze hun vak beoefenen. Lopen ze met oogkleppen op? Geven ze daardoor de kritische signalen uit de maatschappij niet door? Of erger nog, houden ze voor boeren en tuinders onwelgevallige berichtgeving uit de kolommen? Zijn ze wel kritisch genoeg?

Ga er maar aan staan om dat uit te zoeken. Het is kiezen voor een hand in een wespennest. Toch heeft de Nederlandse Vereniging voor Land- en Tuinbouwjournalistiek dat onderzoek laten verrichten. Naar goed journalistiek gebruik wil de NVLJ weten hoe het nu PRECIES zit.

Meningen zijn er vele. Waar het om gaat zijn de feiten. In onderlinge discussies over ons vak worden te pas en te onpas argumenten aangevoerd, die zijn terug te voeren op het vooroordeel affiniteit.

Er is niets uitzonderlijks aan de hand. Het vraagstuk dat in dit onderzoek aan bod komt, is vergelijkbaar met anderen. Iedereen kent bijvoorbeeld de discussie over de parlementaire pers en haar 'te nauwe' betrokkenheid met de politieke wereld.

Onderzoekster ir. Maartje Lof bijgestaan door Professor dr. Cees van Woerkum van de Leerstoel Communicatienmanagement van Wageningen Universiteit en Researchcentrum is in deze materie gedoken. Misschien teleurstellend voor sommigen, maar de uitkomst levert geen bevestiging op van het beschreven vooroordeel, noch een expliciete ontkenning. Dat lag ook niet in de lijn van de verwachtingen. Wel ligt er nu goed feitenmateriaal op tafel, aan de hand waarvan in journalistieke kring de discussie over affiniteit verder gevoerd kan worden met als doel versterking van ons vak. Daar is de NVLJ bij voortdurende mee bezig: het op een hoger plan brengen van het vak van (land- en tuinbouw)journalist.

Overigens geen misverstand: de NVLJ is van oordeel dat dit vak nu op een alleszins aanvaardbaar en kwalitatief goed niveau wordt uitgeoefend. Onze sector kan zich meten met andere disciplines in de journalistiek.

Aan de NVLJ nu als eerste om met de onderzoeksresultaten aan de slag te gaan. Dat is het rapport dubbel en dwars waard. Dat zullen we ook doen.

Het is het laatste onderzoek dat uit de koker van de Wetenschapswinkel in Wageningen komt. Het is spijtig dat deze activiteit ophoudt te bestaan. Het onderzoek voor de NVLJ toont nogmaals aan hoe waardevol de Wetenschapswinkel kan zijn. Zij maakt bijzonder onderzoek mogelijk, dat anders niet van de grond kan komen. Mede gezien onze ervaringen zou het een goede zaak zijn, wanneer de Wetenschapswinkel nieuw leven werd in geblazen.

Leonore Noorduyt heeft het pad geëffend om dit onderzoek op gang te brengen. Samen met bestuurslid Theo Leoné heeft zij dit onderzoek begeleid. Dank daarvoor. Dat is zeker ook op zijn plaats voor Maria Litjens die vanuit de Wetenschapswinkel een uitstekende intake heeft gedaan en Elsje Oosterkamp voor een al even goede begeleiding heeft zorg gedragen.

Hans Siemes,  
voorzitter, Nederlandse Vereniging voor Land- en Tuinbouwjournalistiek

### DANKWOORD

Dit rapport is het resultaat van een onderzoek in opdracht van de Nederlandse Vereniging voor Land- en tuinbouwjournalistiek (NVLJ). De aanleiding was een discussie die al een aantal jaar woedt bij de NVLJ. Deze discussie gaat over onbewust kritiekloze journalistiek. Er gingen stemmen dat de land- en tuinbouwjournalistiek een gebrek aan zelfkritiek zou hebben. De nadruk lag op de kleur van artikelen en het kijken naar welk beeld de lezer voor werd gehouden. In de loop van het onderzoek heb ik meer en meer begrip gekregen voor de zoektocht van de journalist om 'de waarheid' te achterhalen. Ze kwamen op mij over als bedachtzame en verantwoordelijke types die ieder op hun eigen manier het beste met de lezer voor heeft. Dank gaat uit naar de journalisten die hebben meegewerkt aan de interviews alsmede de redacteurs die het mogelijk hebben gemaakt dat ik de vakbladen gedurende het onderzoek in de bus kreeg. Het zorgvuldig meedenken en de opbouwende kritiek van Leonore Noorduyn, Theo Leoné, Cees van Woerkum en Elsje Oosterkamp zijn onmisbaar geweest voor het resultaat.

Maartje Lof, onderzoeker Wageningen UR





## INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD .....	v
DANKWOORD .....	vii
INHOUDSOPGAVE .....	ix
SAMENVATTING .....	xiii
INLEIDING.....	1
<b>HOOFDSTUK 1 ONDERZOEKSOPZET .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Inleiding .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Aanpak .....</b>	<b>3</b>
1.2.1 Doelstelling en relevantie .....	3
1.2.2 Afbakening en onderzoeksvragen .....	4
<b>1.3 Methode .....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Kwalitatief onderzoek .....	4
1.3.2 Literatuuronderzoek .....	5
1.3.3 Vakbladonderzoek .....	5
1.3.4 Interviews .....	7
<b>HOOFDSTUK 2 THEORETISCHE OVERWEGINGEN .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Inleiding .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Constructie van informatie .....</b>	<b>9</b>
2.2.1 Invloeden op journalist .....	9
2.2.2 Referentiegedrag .....	11
2.2.3 Journalisten van een agrarisch vakblad .....	12
2.2.4 Affiniteit met de lezer .....	13
<b>2.3 Opnemen van informatie .....</b>	<b>14</b>
2.3.1 Sociale beoordelingstheorie (Social judgement theory). .....	14
2.3.2 Effect van boodschap .....	15
2.3.3 Reacties op boodschap .....	15
2.3.4 Gedragsverandering .....	16

2.3.5 Lezers van agrarisch vakblad.....	16
<b>HOOFDSTUK 3 RESULTATEN BERICHTGEVING VAKBLADEN.....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Inleiding .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Maatschappelijke onderwerpen .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Vergelijking van berichtgeving.....</b>	<b>20</b>
3.3.1 Inleiding.....	20
3.3.2 Convenant gewasmiddelen.....	21
3.3.3 De Vogelpest.....	24
3.3.4 Midterm review.....	28
3.3.5 Samenvatting.....	29
<b>HOOFDSTUK 4 INTERVIEWS .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Inleiding .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2 Persoonlijke kenmerken van journalist .....</b>	<b>31</b>
4.2.1 Achtergrond.....	31
4.2.2 Affiniteit met de lezers.....	33
4.2.3 Rolopvatting.....	34
<b>4.3 Externe invloeden op journalist.....</b>	<b>39</b>
4.3.1 Bladformule.....	39
4.3.2 Redactie.....	42
4.3.3 Lezers.....	44
4.3.4 Externe media.....	45
<b>4.4 Schrijven voor een agrarisch vakblad.....</b>	<b>46</b>
4.4.1 Agrarisch nieuws eerst.....	46
4.4.2 Plek voor maatschappelijke issues.....	47
4.4.3 Praktische overwegingen.....	48
<b>HOOFDSTUK 5 TYPEN JOURNALISTEN .....</b>	<b>49</b>
<b>5.1 Inleiding .....</b>	<b>49</b>
<b>5.2 4 journalisten.....</b>	<b>49</b>
5.2.1 Het doorgeefluik.....	49
5.2.2 De idealist.....	50
5.2.3 De dienstbare.....	50
5.2.4 De kritisch betrokkene.....	50
<b>5.3 Persoonlijke kenmerken.....</b>	<b>51</b>
5.3.1 Achtergrond.....	51
5.3.2 Rolopvatting.....	51

<b>5.4 Grafische weergave</b> .....	52
<b>HOOFDSTUK 6 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN</b> .....	53
<b>6.1 Inleiding</b> .....	53
<b>6.2 Conclusies</b> .....	53
<i>6.2.1 Schrijven om het waarom van maatschappelijke standpunten         weer te geven, gebeurt weinig en hier is geen eenduidige         oorzaak voor aan te wijzen.</i> .....	53
<i>6.2.2 Er zijn zowel journalisten met eigen mening, als journalisten als         doorgeefluik.</i> .....	54
<i>6.2.3 De redactie speelt geen bewust sturende rol.</i> .....	54
<i>6.2.4 De bladformule speelt een onderscheidende rol.</i> .....	55
<b>6.3 Aanbevelingen</b> .....	55
<b>LITERATUUROPGAVE</b> .....	57



### **SAMENVATTING**

Journalisten wordt in veel gevallen een cruciale rol toegeschreven bij de beeld- en meningvorming van hun lezers. Ze zijn verantwoordelijk voor het brengen van nieuws en achtergronden uit de samenleving. In de land- en tuinbouwjournalistiek is dat niet anders. Journalisten in deze sector zijn vaak afkomstig uit de land- en tuinbouw en/of ze hebben er vaak een sterke affiniteit mee. In hoeverre speelt dat een rol bij hun journalistieke werk? Hoe stellen zij zich op bij berichtgeving over opvattingen van maatschappelijke organisaties, die zich steeds sterker bemoeien met het reilen en zeilen van de land- en tuinbouw?

De journalisten van een agrarisch vakblad staan in vrij direct contact met hun lezers. De lezers zijn boeren en tuinders\*, bij wie ze regelmatig over de vloer komen. Land- en tuinbouwjournalisten krijgen directe feedback van hun lezers. Journalisten van een agrarisch vakblad hebben relatief meer affiniteit met de lezer dan algemene journalisten, omdat ze dichter bij hun publiek staan.

Affiniteit bestaat uit twee verschijnselen. Ten eerste houdt affiniteit in dat iemand goed kan afstemmen op de andere partij. Dit verwijst naar het inlevingsvermogen van de journalist in zijn lezer. Ten tweede gaat het om betrokkenheid bij de lezer. Dit betekent dat de journalist zich het lot van de lezer aantrekt. Beide zaken bepalen de affiniteit die de journalist met zijn lezers heeft. Voor agrarische journalisten geldt vaak zowel het eerste als het tweede verschijnsel. Betrokkenheid kan ook ontstaan door ervaring.

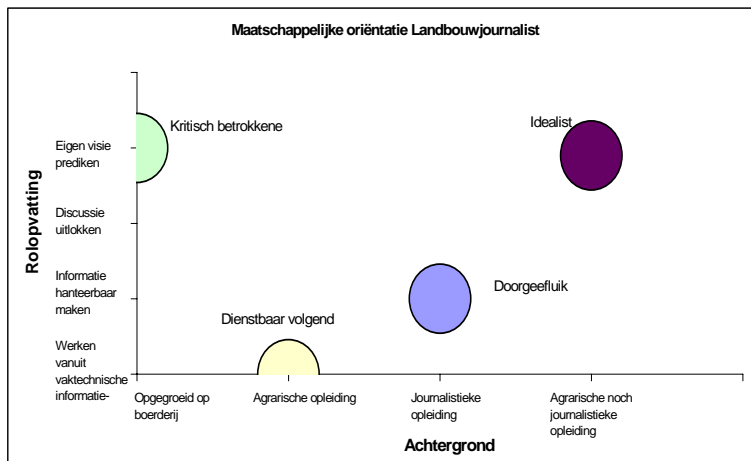
De maatschappij verwacht van de land- en tuinbouwsector dat ze steeds beter aansluit bij de verwachtingen en de eisen uit diezelfde maatschappij. Maatschappelijke organisaties oefenen daartoe druk uit. Zij lobbyen en ze proberen aandacht te krijgen voor hun voorstellen en standpunten. Ten aanzien van de onderwerpen die in de land- en tuinbouw spelen (denk aan milieu, dierenwelzijn, voedselveiligheid), kunnen agrarische vakbladen hun lezers informeren over deze opvattingen. De lezers zouden hun gedrag kunnen aanpassen aan de hand van wat ze lezen. Dat aanpassen gebeurt als er een zekere discrepantie bestaat tussen hun eigen standpunt en het

standpunt dat volgens hen wordt verkondigd in een artikel. Om boeren bewust te maken van maatschappelijke onderwerpen zouden land- en tuinbouwjournalisten de lezer inzicht moeten bieden in deze maatschappelijke geluiden.

In het onderzoek komt nadrukkelijk de vraag aan de orde hoe de maatschappelijke oriëntatie in de land- en tuinbouwjournalisten is en hoe deze tot stand komt. Er is geen eerder onderzoek bekend dat inzicht kan geven in wat van belang kan zijn voor de maatschappelijke oriëntatie van de land- en tuinbouwjournalist. Bij het onderwerp 'land- en tuinbouwjournalistieke en maatschappelijke ontwikkelingen' zijn probleem en oplossing niet eenduidig vast te stellen. Daarom is gekozen voor kwalitatief onderzoek, waarbij het meer gaat om het geven van inzicht in een verschijnsel, dan om het vinden van een antwoord voor een probleem, of het aantonen van harde correlaties.

Het onderzoek heeft op drie manieren gestalte gekregen. Op de eerste plaats is er literatuuronderzoek gepleegd. Daarnaast zijn publicaties over drie maatschappelijk relevante onderwerpen (gewasbeschermingsmiddelen, vogelpest, het Europese landbouwbeleid) in drie vakbladen (Boerderij, Oogst, Agrarisch Dagblad) geanalyseerd. Tenslotte zijn journalisten van de drie genoemde bladen geïnterviewd.

Er zijn vier typen journalisten te onderscheiden, die elk hun eigen manier van schrijven hebben. Dit zijn 'het doorgeefluik', 'de dienstbare', 'de kritisch betrokkene' en 'de idealist'. De manier van schrijven is in verband gebracht met hun achtergrond en rolopvatting. De typologieën geven een inzicht in hoe persoonlijke kenmerken invloed hebben op de manier van schrijven. Alle vier typen komen in de agrarische journalistiek voor.



Figuur 3. Maatschappelijke oriëntatie van de 4 typologieën, uitgedrukt in persoonlijke kenmerken

Bovenstaande prototypen zijn aan de hand van de volgende factoren geschetst: de achtergrond van de journalist en de rolopvatting van de journalist (zie figuur 1). De persoonlijke kenmerken van de journalist zijn op een as uitgezet. Hoe dichterbij de oorsprong ligt, hoe meer de journalist op de boer gericht is. Terwijl verder van de oorsprong af, de journalist meer op de maatschappij is gericht. Wanneer een journalist is opgegroeid op een boerderij is hij meer op de boeren gericht, dan iemand die dat niet is en ook geen agrarische, of journalistieke opleiding heeft gehad. Verder is iemand die zijn eigen visie wil prediken vaak meer op de maatschappij gericht dan iemand die werkt vanuit de informatiebehoefte van de lezer.

De overwegingen op basis waarvan een land- en tuinbouwjournalist schrijft zoals hij schrijft, variëren op basis van persoonlijke factoren en externe factoren. De betrokkenheid die een journalist heeft met de doelgroep kan een voordeel zijn bij het schrijven, maar ook een nadeel. Het is een voordeel wanneer gezocht moet worden naar onderwerpen die de lezer aanspreken. Verder weet de journalist wat de lezer aan informatie wil en kan verwerken en beheerst hij/zij het jargon in de sector. Het wordt een

nadeel wanneer een journalist zich te betrokken voelt, waardoor een gepaste afstand tot de lezer niet aan de orde is. Dit kan een gebalanceerde verslaglegging in de weg staan.

De rolopvatting die een journalist heeft, speelt ook een belangrijke rol in het schrijven. Journalisten die alleen informatie willen overbrengen, schrijven anders dan journalisten die een eigen visie willen overbrengen, of journalisten die discussie willen uitlokken. De redactie speelt hier over het algemeen geen sturende rol in. De bladformule heeft wel een belangrijke stempel op hoe er met bepaalde maatschappelijke onderwerpen wordt omgegaan.

Er zijn grofweg drie manieren te onderscheiden waarop maatschappelijke onderwerpen worden behandeld: passief, constaterend en empathisch. Passief schrijven betekent dat er niet vanuit de maatschappelijke kant naar het onderwerp wordt gekeken. Constaterend schrijven wil zeggen dat vanuit de onderhandelingsposities van organisaties de maatschappelijke standpunten beschreven worden. Het is aan de lezer zelf wat hij er van vindt. Empathisch schrijven laat de lezer kennis maken met het waarom van de maatschappelijke standpunten. Dit geeft een basis voor wederzijds begrip en samenwerking.

Het onderzoek laat zien dat empathisch schrijven nog lang niet altijd wordt toegepast in de agrarische journalistiek. Vaker wordt er passief, of constaterend geschreven door journalisten in agrarische vakbladen. Dit is vaak ook afhankelijk van de bladformule van het vakblad.

Het antwoord op de onderzoeksvraag is niet eenduidig. Over het algemeen hebben journalisten in de land- en tuinbouw de intentie om over maatschappelijke onderwerpen te schrijven. Kortom de journalist is maatschappelijk georiënteerd.

De manier waarop zij over deze onderwerpen publiceren is echter verschillend. De rolopvatting van de journalist, zijn achtergrond (affiniteit) en ook het genre van het stuk, de ongeschreven regels op de redactie en de bladformule van het vakblad, spelen hierin een rol.

*\*In het rapport wordt omwille van de leesbaarheid het woord boer gebruikt. Bedoeld zijn boeren, boerinnen, tuinders en tuindervrouwen, kortom alle ondernemers in de land- en tuinbouw.*







### INLEIDING

Mensen praten en denken over wat zij lezen in de krant en in magazines. Zij vormen hun mening over onderwerpen die spelen in de maatschappij op basis van wat de media hun bieden. Journalisten zouden zich verantwoordelijk moeten voelen voor de effecten die informatieoverdracht teweeg brengt en daarbij respect hebben voor belangrijke waarden in de maatschappij (Gans, 1980). Deze ambitieuze functieomschrijving is het gevolg van de invloed die journalisten hebben op de manier van denken van hun publiek. Een journalist heeft vele mogelijkheden om een kleurtje mee te geven aan zijn boodschap. Bijvoorbeeld door de selectie van het nieuws, het kiezen van een invalshoek en de manier van schrijven. Zo ook in de agrarische journalistiek. Het ligt voor de hand dat de effecten van de agrarische journalistiek van cruciaal belang zijn op de manier waarop boeren voor de land- en tuinbouw denken.

De land- en tuinbouw in Nederland heeft de laatste jaren een andere positie gekregen. Zij was gewend vanuit een geïsoleerde positie haar eigen boontjes te doppen. Deze vanzelfsprekende plaats in de maatschappij is niet meer dezelfde. Maatschappelijke organisaties zijn zich meer gaan bemoeien met de sector. Er wordt vanuit verschillende zijden getornd aan haar dominante positie in de groene ruimte, o.a. vanuit de behoefte aan meer natuur, meer recreatiemogelijkheden, meer industrieterreinen en plaatsen om ruimer te wonen. Ook vraagt de burger om verantwoording over mestoverschotten, het gebruik van chemische middelen en de uitwassen van de bio-industrie en hij stelt eisen aan de voedselveiligheid. Aanvankelijk waren boeren en tuinders niet zo gesteld op deze bemoeienis en in de meeste agrarische vakbladen werden ze er in het begin nauwelijks over lastig gevallen (Vernooij, 2003).

Tegenwoordig wordt geprobeerd maatschappelijke geluiden een plaats te geven in agrarische vakbladen. Maar boeren zijn het lang niet altijd eens met de opvattingen van maatschappelijke organisaties. Journalisten hebben een belangrijke functie in het aan de kaak stellen van discussies op dit vlak. Dit onderzoek gaat dan ook over de manier waarop de land- en tuinbouwjournalisten geluiden uit de maatschappij oppikken en verwerken in agrarische vakbladen.



## HOOFDSTUK 1 ONDERZOEKSOPZET

### 1.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de lijn van het onderzoek uitgelegd. De aanpak met de doelstelling en de probleemstelling komt in paragraaf 1.2 aan de orde. De aanleiding van het onderzoek wordt hier uiteengezet. In paragraaf 1.3 wordt de methode behandeld, die is gebruikt om tot de doelstelling te komen en de probleemstelling te kunnen beantwoorden.

### 1.2 Aanpak

#### *1.2.1 Doelstelling en relevantie*

Journalisten worden in veel gevallen een zeer cruciale rol toegeschreven bij de beeld- en meningvorming van hun lezers. Ze zijn verantwoordelijk voor het brengen van nieuws en achtergronden uit de samenleving. Maatschappelijke organisaties hebben een sterke lobby in de koers die de land- en tuinbouw vaart. Hierbij gaat het vaak om een meer veilige, milieuvriendelijke en diervriendelijke manier van produceren. Het is aan o.a. land- en tuinbouwjournalisten om de boeren met deze maatschappelijke koers bekend te maken. Immers, de land- en tuinbouwsector kan niet om de politieke en maatschappelijke lobby heen. Via politieke regelgeving en consumentenbehoefte is de land- en tuinbouwsector steeds meer gedwongen tegemoet te komen aan de wensen van de maatschappelijke organisaties. Ondanks dat de maatschappelijke ontwikkelingen van belang worden geacht, leeft het idee dat niet iedere journalist zich inzet voor de maatschappelijke koers. De journalisten zouden zich teveel betrokken voelen bij de boeren en tuinders, zodat het een goede en evenwichtige berichtgeving in de weg staat. Dit kan een maatschappelijk verantwoorde land- en tuinbouw ondermijnen. De Nederlandse Vereniging voor Land- en tuinbouwjournalistiek (NVLJ) heeft daarom in samenwerking met de Wetenschapswinkel in Wageningen opdracht gegeven voor dit onderzoek. Het gaat hierbij om hoe de land- en tuinbouwjournalisten zich opstellen tegenover maatschappelijke onderwerpen.

De doelstelling van het onderzoek is dan:

**Hoe is de maatschappelijke oriëntatie in de land- en tuinbouwjournalistiek en hoe komt die tot stand.**

### ***1.2.2 Afbakening en onderzoeksvragen***

Uit literatuur blijkt dat land- en tuinbouwjournalisten invloed hebben op de lezer met wat ze schrijven en de manier waarop ze dat doen. In dit onderzoek wordt stilgestaan bij wat land- en tuinbouwjournalisten doen om maatschappelijke geluiden door te geven aan de lezer. Enerzijds gaat het om de intentie van de journalist, maar ook om andere factoren die invloed hebben op wat de journalist schrijft. De volgende vragen worden gesteld:

**Hoe schrijven land- en tuinbouwjournalisten over maatschappelijke onderwerpen?**

**Welke patronen en verschillen zijn er aan te tonen bij de manier van schrijven over maatschappelijke onderwerpen in de land- en tuinbouw?**

**Welke factoren zijn van invloed op de manier waarop de journalist schrijft over maatschappelijke onderwerpen in de land- en tuinbouw?**

## **1.3 Methode**

### ***1.3.1 Kwalitatief onderzoek***

Er is geen eerder onderzoek bekend dat inzicht kan geven in wat van belang kan zijn voor de maatschappelijke oriëntatie van de land- en tuinbouwjournalist. Bij het onderwerp 'land- en tuinbouwjournalistiek en maatschappelijke ontwikkelingen' zijn probleem en oplossing niet eenduidig vast te stellen. Daarom is gekozen voor kwalitatief onderzoek, waarbij het meer gaat om het geven van inzicht in een verschijnsel, dan om het vinden van een antwoord voor een probleem, of het aantonen van harde correlaties. Met kwalitatief onderzoek kan flexibel worden ingespeeld op hetgeen in de onderzoekssituatie op het pad komt (Wester en Smaling, 2000). Een opzet die daarbij past is een cyclisch-interactieve, waarbij verzamelen van informatie en het analyseren ervan elkaar

afwisselen. Het is een iteratief proces tussen theorie en praktijk. In dit onderzoek is literatuur gebruikt om het praktijkonderzoek uit te voeren. Het praktijkonderzoek bestaat uit een vakbladonderzoek en interviews met land- en tuinbouwjournalisten. De resultaten zijn weer getoetst aan de literatuur. Vervolgens wordt weer literatuur gebruikt om de resultaten te interpreteren. De fasen van onderzoek lopen dus door elkaar heen.

### ***1.3.2 Literatuuronderzoek***

Er zijn veel onderzoeken gedaan naar journalistiek. In dit onderzoek gaat het om de wijze waarop journalisten met maatschappelijke geluiden omgaan. De literatuur geeft verschillende factoren aan die van invloed zijn op het schrijven van de journalist. De agrarische journalistiek wijkt echter weer af van de algemene journalistiek. Het lezerspubliek is duidelijker gedefinieerd, dat bestaat namelijk uit boeren. Veel agrarisch journalisten hebben zelf een agrarische achtergrond. Bovendien schrijven agrarische journalisten voor een vakblad, wat veelal specialistische kennis vereist. Het doel van een vakblad is vaak ook meer dan alleen nieuws brengen. Vanuit een specifieke invalshoek wordt goede informatie gebracht. Afhankelijk van de bladformule wordt meer het accent gelegd op voor het bedrijf nuttig nieuws, achtergrond of opinie. De lezers zijn vaak heel trouw aan hun blad. Met deze gegevens is opnieuw naar de literatuur gekeken, om tot een theoretisch concept te komen (zie hoofdstuk 3).

### ***1.3.3 Vakbladonderzoek***

Om inzicht te krijgen in wat en hoe er geschreven wordt in agrarische vakbladen is een vakbladonderzoek gedaan. De drie belangrijkste land- en tuinbouwvakbladen, die zich richten op de hele agrarische sector zijn onderzocht. Dit zijn Agrarisch Dagblad, Boerderij, en Oogst. Aan de hand van 3 maatschappelijke thema's zijn de vakbladen gedurende 4 maanden op de voet gevolgd. Er is een tijdsbestek van 4 maanden genomen in verband met de beperkte duur van het onderzoek. De thema's zijn op zorgvuldige wijze uitgezocht op basis van een aantal criteria.

Ten eerste moet het thema een maatschappelijk onderwerp zijn, want daar gaat het onderzoek over. De maatschappij, of de publieke opinie moet met andere woorden reageren op dat onderwerp. De manier waarop

de land- en tuinbouw omgaat met het thema, is van belang voor de maatschappij.

Ten tweede moet het thema in alle 3 vakbladen aan de orde komen, zodat bij alle vakbladen gekeken kan worden hoe er wordt omgegaan met het onderwerp.

Als laatste moet het thema een incident zijn, zodat de vakbladen op hetzelfde tijdstip aandacht schenken aan het onderwerp. Aan de hand van deze criteria zijn de volgende thema's gekozen:

- 1) Het gewasbeschermingsmiddelenconvenant. Dit is een overeenkomst tussen land- en tuinbouworganisatie LTO, milieuorganisatie Stichting Natuur en Milieu en overige organisaties, onder leiding van de ministeries van LNV en VROM. Het convenant beoogt een beperking van het gebruik van schadelijke gewasbeschermingsmiddelen.
- 2) De Vogelpest. De eerste week van maart jl. is de vogelpest uitgebroken in Nederland. Verschillende maatschappelijke onderwerpen zijn hierbij de revue gepasseerd, zoals de schadevergoedingen, het ruimen van hobbydieren en het bestaansrecht van de pluimveehouderij.
- 3) Midterm Review van Fischler. In het licht van de internationale land- en tuinbouwhervormingen, is de Europese commissie, onder leiding van dhr. Fischler, met het plan Midterm Review gekomen. Hierbij komt de herverdeling van de land- en tuinbouwsubsidies aan de boeren in de Europese Unie aan de orde.

Niet alle stukken zijn even interessant voor het onderzoek. Om de juiste artikelen te kunnen selecteren zijn er verschillende criteria gehanteerd. Op basis van literatuur van T. Rennen (2000) is aan de volgende criteria aandacht geschonken:

- a) Mate van aandacht voor onderwerp. De geselecteerde onderwerpen komen dankzij de selectiecriteria in alle vakbladen voor, maar het ene blad schenkt er meer aandacht aan dan het andere. Dit zegt iets over de maatschappelijke rol die de journalisten of het vakblad vertolken.
- b) Genre. Het genre betekent de vorm waarin het bericht wordt gegoten. Dit kan variëren van een column tot een achtergrondstuk, een analyse, of een nieuwsstukje. Ook kan het een fotobijschrift, of een advertentie zijn. Een nieuwsstuk is vaak een heel feitelijk artikel over een gebeurtenis. In een achtergrondstuk komt meer analyse en oordeel kijken en in een column schrijft de journalist zijn eigen



- mening. Het zijn met name de stukken waar analyse, mening en oordeel in staan, die van belang zijn voor dit onderzoek.
- c) Positionering. De plaats die een artikel krijgt, speelt een grote rol bij de nadruk die op het stuk wordt gelegd. Zo is de voorpagina bij een dagblad, of het grote achtergrondverhaal bij een weekblad een heel prominent plek voor een stuk. Een maatschappelijk onderwerp dat op die plek wordt behandeld, is dus van belang. Verder zijn de maat van het stuk en de grootte van de kop een graadmeter voor het belang wat aan het artikel wordt gehecht.
  - d) Bronnen. Welke bronnen zijn gebruikt bij het maken van een artikel en op welke manier zijn die bronnen afgeschilderd. Dit is van belang voor de beeldvorming van de lezer. Door bijvoorbeeld naast de boerenorganisaties ook milieuorganisaties aan het woord te laten, kan een evenwichtig beeld worden geschetst.
  - e) *Tone of voice*. Hiermee wordt bedoeld de kleur die aan een artikel wordt gegeven door de manier van schrijven. Zo kan een stuk heel verdedigend zijn naar maatschappelijke organisaties, of juist stereotyperend over boeren.

Het doel van het vakbladonderzoek is om inzicht te krijgen in de rol die maatschappelijke onderwerpen in het agrarisch nieuws worden toegedicht. Bovendien zijn de geselecteerde artikelen gebruikt om aan de journalist heel gerichte vragen te kunnen stellen over de manier waarop maatschappelijke onderwerpen aan bod komen.

### **1.3.4 Interviews**

Van de geselecteerde stukken is de betreffende journalist benaderd voor een interview. De vragen van de interviews zijn zowel gebaseerd op de onderzoeksvragen, als de artikelen die de journalist geschreven heeft aangaande de 3 thema's.

Er zijn in totaal 9 journalisten geïnterviewd. Aangezien er 3 maatschappelijke thema's zijn onderzocht, zijn van elk van de 3 vakbladen 3 journalisten geïnterviewd. In verband met ziekte is degene die over het gewasbeschermingsmiddelenconvenant schrijft bij het Agrarisch Dagblad niet ondervraagd. Om het aantal respondenten van elk vakblad evenredig te houden, is in die plaats een tweede journalist geïnterviewd over de vogelpest.

Tabel 1. Overzicht van respondenten

	Agrarisch Dagblad	Boerderij	Oogst
Vogelpest	2	1	1
Middelenconvenant	0	1	1
Midterm Review	1	1	1

Interviews voor kwalitatief onderzoek hebben enkele kenmerken. De vragen zijn niet dichitoom, dat betekent dat de houding van de onderzoeker open en bescheiden is en de vragen zo open mogelijk zijn. Het onderzoek gaat over de aard van een sociaal verschijnsel. De vragen moeten dieper graven en niet afgedaan kunnen worden met een ja of nee. Ook moeten de vragen niet suggestief zijn. De respondent mag geen antwoorden in de mond gelegd krijgen. Het gaat om het eigen verhaal van de respondent.

De interviews zijn opgenomen op de bandrecorder en vervolgens letterlijk uitgeschreven, zodat deze zorgvuldig konden worden geanalyseerd. De data werden gecategoriseerd naar de onderzoeksvragen en zo kwamen overzichtelijke schema's tot stand. De bevindingen werden bestudeerd aan de hand van belangrijke thema's uit de literatuur.

## HOOFDSTUK 2 THEORETISCHE OVERWEGINGEN

### 2.1 Inleiding

Met een jaaroplage van ongeveer 16,5 miljoen, komt de lezers van Agrarisch Dagblad, Oogst en Boerderij veel informatie tegemoet. Een boer leest over allerlei onderwerpen en standpunten en vormt zijn eigen mening aan de hand van de geboden informatie. De boer vormt zijn mening o.a. op basis van wat hij leest en daarom is het van belang te weten hoe er in de agrarische vakbladen wordt geschreven en waarom er zo wordt geschreven. Met welk doel voor ogen begint een journalist bijvoorbeeld te schrijven? De factoren die de keuzes van een journalist beïnvloeden, komen in dit hoofdstuk aan de orde. Die keuzes leiden naar het product dat de lezer onder ogen komt. Maar net zo belangrijk is het om te weten hoe een lezer met de geboden informatie omgaat. Niet alles wat een boer leest, neemt hij voor zoete koek aan. De vraag is welke standpunten hij overneemt en welke niet. In dit hoofdstuk komen theorieën aan de orde, die aangeven in welke gevallen een lezer te overtuigen is. Op die manier kan een journalist rekening houden met wat hij schrijft. In paragraaf 1.2 worden de factoren uitgelicht die van invloed zijn op de journalist en de manier waarop hij schrijft. In paragraaf 1.3 wordt een theorie besproken die het gedragsveranderingsproces van een lezer behandelt.

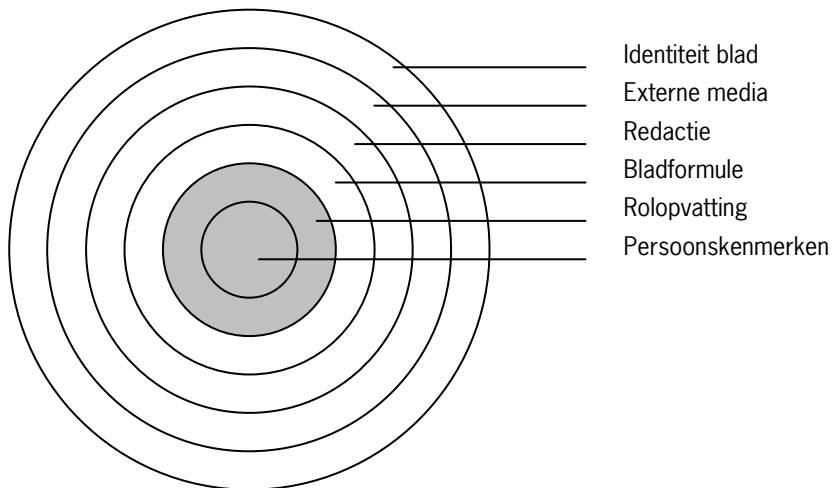
### 2.2 Constructie van informatie

#### *2.2.1 Invloeden op journalist*

Waarom schrijft de journalist zoals hij schrijft? Het overbrengen van een boodschap wordt weloverwogen gedaan, maar de keuzemomenten zijn moeilijk te traceren. Toch zijn die relevant voor het overbrengen van een boodschap. Daarom is er onderzoek gedaan naar de factoren die van invloed zijn op de manier van schrijven van een journalist.

In figuur 1 is een samenvatting gemaakt van de factoren die van invloed zijn op de manier van schrijven van een journalist. Ze zijn in een

schillenmodel gezet, waarbij elke schil een factor uitbeeldt. Hierbij is onderscheid te maken tussen persoonlijke kenmerken van de journalist en externe factoren. De gearceerde, binnenste kern representeert de persoonlijke aard en de overige schillen zijn de werkomgeving, externe factoren als politiek en als laatste de identiteit van het medium. Het model zegt overigens niets over de sterkte van de invloed van elke factor. Deze figuur is gebaseerd op het schillenmodel van Shoemaker & Reese (1991). Welke factoren de meeste invloed hebben hangt af van de journalist zelf. Elke factor wordt hieronder uitgewerkt.



Figuur 1. Factoren van invloed op mediainhoud

De persoonskenmerken refereren aan de ideeën, wensen en het karakter van de journalist. Die neemt hij altijd met zich mee en die zullen een stempel drukken op zijn manier van schrijven. Er moet gedacht worden aan de achtergrond van de journalist; uit welk nest komt hij, welke politieke voorkeuren heeft hij en wat is zijn religieuze, dan wel morele overtuiging.

De rolopvatting is de rol die een journalist zou moeten vervullen. Dit kan variëren van de rol als doorgeefluik van informatie, zonder analyse, opinie, of beoordeling, tot het bewust overbrengen van een visie aan de lezers. Hier gaat het dus over de beroepsethiek van de journalist. In de agrarische wereld valt hieronder ook de rol die de journalist zichzelf toe-

bedeelt in het al dan niet aansturen op een maatschappelijk verantwoorde land- en tuinbouw. Hierbij kan bijvoorbeeld gekeken worden naar de bereidheid om de eigen visie te verweven in de artikelen.

De bladformule is ook van groot belang voor het schrijven van een journalist. De redactie bewaakt collectief de afgesproken formule. In een veelvoud van overlegvormen worden op basis van statuur, formule, opgedane ervaringen en hiërarchie dagelijks keuzes gemaakt. De bladformule bestaat uit geschreven regels over vaak niet inhoudelijke zaken, zoals het aantal woorden voor een artikel op bladzijde x, maar ook uit meer bepalende zaken als het scheiden van mening en feit en het toepassen van het hoor-wederhoor principe.

De redactie is de werkomgeving van de journalist. Een journalist wordt gecorrigeerd door zijn collegae op de redactie. Hier worden de ongeschreven regels weerspiegeld. De do's en don'ts van een journalist zijn vaak geboren in de redactiecultuur en daarom is de redactie ook van belang bij de manier van schrijven van een journalist.

Met externe media wordt bedoeld de politieke media en nieuwsbronnen. Die zijn leidend voor wat de journalist schrijft doordat ze afhankelijk van elkaar zijn. Met wat de bron bereid is te vertellen, moet de journalist het doen. Net zo goed als dat wat de politiek naar buiten brengt, voor de journalist een bron van nieuws is. Soms zijn er ook andere belangen in het spel, bijvoorbeeld een geldschieter, stelt eisen aan de manier waarop deze in het nieuws komt.

Tenslotte de identiteit van het medium. De mensen die het blad lezen, doen dat met een bepaalde reden. De lezers hechten een waarde aan het blad. Dat wat de lezer waardeert aan een blad, moet worden gekoesterd, anders zullen de lezers het abonnement opzeggen. Het imago dat het blad heeft, kan dus ook gevolgen hebben voor de manier waarop een journalist schrijft.

De manier van schrijven van een journalist wordt dus bewust en onbewust bepaald door verschillende factoren in zijn omgeving.

### ***2.2.2 Referentiegedrag***

In zijn omgeving heeft de journalist verschillende groepen die hem bij het schrijven van een artikel als referentie dienen. Bij het schrijven houdt de journalist bepaalde referentiegroepen in gedachte. Op de eerste plaats is dat de eindredactie. Die bepaalt het beleid en werpt een kritische blik op een geschreven artikel, voordat het geplaatst wordt. Daarnaast spelen de

discussies met collegae die op de redactie gevoerd worden een rol bij het schrijven van een artikel (zie ook figuur 1). Natuurlijk heeft de journalist zelf een opvatting over wat een professioneel en goed artikel is, maar de goedkeuring van collegae is ook van belang. Onderzoek van Breed (1955) toont aan dat de sociale controle op de redactie een sterke sturende werking heeft op redacteuren. Het beleid dat werd gevoerd door hoofdredacteuren en nieuwschefs, bleek te worden opgevolgd door de redacteuren. Ook als dat beleid in tegenspraak was met de journalistieke normen. Kennelijk laten de journalisten zich meer leiden door de waardering en bevestiging van hun collegae, dan door ethische overwegingen, zoals journalistieke normen en de informatiebehoefte van de lezer. De redactie is dus een belangrijkere referentiegroep dan de eigenlijke doelgroep.

Waarom journalisten zich meer aantrekken van de redactie dan van hun lezers kan verschillende oorzaken hebben. Ten eerste kennen journalisten de lezer niet, die nauwelijks geprofileerd is. De lezers bestaan uit een diverse groep die moeilijk te identificeren is. Dit in tegenstelling tot zijn collegae en nieuwsbronnen, met wie hij frequent ontmoetingen heeft en met wie de journalist bekend is.

Daarnaast haalt de journalist meer bevrediging en beloning uit collegae en nieuwsbronnen, door de directe feedback die ze kunnen geven over geschreven stukken. Collegae en superieuren kunnen door middel van tips, sociale prestige en geldelijke beloningen stimuleren. Zeker nieuwkomers maken een proces door waarbij ze de rechten en plichten van hun status leren kennen en overnemen. Ze leren anticiperen op wat van hun wordt verwacht en zijn gevoelig voor sociale druk. De nieuwsbronnen kunnen door middel van een meer of minder bereidwillige houding om informatie te verstrekken, invloed uitoefenen. Journalisten zijn afhankelijk van hun bronnen. Een kritische houding ten opzichte van bronnen, kan in bepaalde gevallen de latere samenwerking benadelen. Bovendien kunnen met name politieke nieuwsbronnen en overheidsfunctionarissen steeds beter omgaan met de pers. Zelfs zo dat ze journalisten proberen te gebruiken om met hun eigen visie in het nieuws te komen.

### ***2.2.3 Journalisten van een agrarisch vakblad***

Het bovenstaande is maar deels van toepassing op agrarische journalisten. De journalisten van een agrarisch vakblad staan in vrij direct

contact met hun lezers. De lezers zijn boeren, die weliswaar een diverse groep vormen, maar de meeste journalisten komen regelmatig bij boeren over de vloer. Land- en tuinbouwjournalisten krijgen directe feedback van hun lezers. Bovendien is ongeveer de helft van de journalisten zelf opgegroeid op een boerderij, en/of heeft een land- en tuinbouwopleiding genoten. Journalisten van een agrarisch vakblad hebben relatief meer affiniteit met de lezer dan algemene journalisten, omdat ze dichter bij hun publiek staan. Deze affiniteit met de doelgroep kan consequenties hebben voor het referentiegedrag. De lezers van agrarische vakbladen zouden een relatief belangrijke referentiegroep kunnen zijn voor land- en tuinbouwjournalisten.

### ***2.2.4 Affiniteit met de lezer***

Affiniteit bestaat uit twee verschijnselen. Ten eerste houdt affiniteit in dat iemand goed kan afstemmen op de andere partij. Dit verwijst naar het inlevingsvermogen van de journalist in zijn lezer. Ten tweede gaat het om betrokkenheid bij de lezer. Dit betekent dat de journalist zich het lot van de lezer aantrekt. Beide zaken bepalen de affiniteit die de journalist met zijn lezers heeft. Voor agrarische journalisten geldt vaak zowel het eerste als het tweede verschijnsel. Als journalist is het belangrijk om de geschreven stukken af te kunnen stemmen op de lezer. Daarnaast hebben veel land- en tuinbouwjournalisten een agrarische achtergrond, of werken ze nauw samen met de lezer, zodat ze betrokkenheid hebben. Ze vereenzelvigen zich met de doelgroep. Betrokkenheid kan ook ontstaan door ervaring. Een journalist die lange tijd voor een agrarisch vakblad schrijft, kan meer en meer begaan raken met zijn vak en de doelgroep. Hij kan zich dan gaan vereenzelvigen met zijn lezers.

De land- en tuinbouw bestaan uit verschillende componenten, zoals varkenshouderij, melkveehouderij, bollenkwekerij etc. Deze componenten hebben heel verschillende informatiebehoeftes en gaan op verschillende manieren met informatie om. Oftewel affiniteit met de lezer is niet eenduidig. Affiniteit met een bepaalde groep lezers functioneel zijn voor het afstemmen op de informatiebehoefte van de lezer. Het kan echter ook een valkuil zijn. Wanneer een journalist zich teveel betrokken voelt bij de lezer, is hij niet in staat de nodige afstand te nemen van de doelgroep. Dan zal hij op een defensieve, of bevestigende manier schrijven, wat ten koste gaat van een evenwichtige berichtgeving. Geluiden die schadelijk kunnen zijn voor de land- en tuinbouw worden dan gemedend. Wanneer

maatschappelijke wensen en geluiden de belangen van de land- en tuinbouw schaden, wordt er niet over geschreven.

## **2.3 Opnemen van informatie**

### ***2.3.1 Sociale beoordelingstheorie (Social judgement theory)***

Deze theorie ontwikkeld door Muzaffer en Caroly Sherif, beschrijft de aanvaarding van de geschreven boodschap door lezer. Bij het overbrengen van een boodschap, moet rekening gehouden worden met de voorkennis van de lezer en zijn bereidheid om zijn gedrag aan te passen. Door in agrarische vakbladen te lezen over opvattingen in de maatschappij, zal de boer namelijk niet automatisch zijn gedrag aanpassen. De ene lezer vat die boodschap anders op dan de andere lezer.

Over elk onderwerp zijn verschillende standpunten denkbaar. Een voorbeeld: Het scala aan meningen rondom dit onderwerp varieert van: Alle grond moet onder agrarisch natuurbeheer, tot: alle grond moet intensief bewerkt worden. De alternatieve meningen klinken dan als volgt:

- A – Alle land- en tuinbouwgrond moet onder agrarisch natuurbeheer
- B – Driekwart van de land- en tuinbouwgrond moet onder agrarisch natuurbeheer, een kwart intensief bewerkt
- C – De helft van de land- en tuinbouwgrond moet onder agrarisch natuurbeheer, de helft intensief bewerkt
- D – Een kwart van de land- en tuinbouwgrond moet onder agrarisch natuurbeheer, driekwart intensief bewerkt
- E – Alle grond moet intensief worden bewerkt

De lezer heeft een speelruimte in wat hij aanvaardbaar, dan wel onaanvaardbaar vindt. De meningen die de lezer acceptabel vindt, vallen in de 'marge van acceptatie'. De meningen die de lezer onacceptabel vindt komen in de 'marge van verwerping'. De meningen daartussen vallen in de marge van achteloosheid. Boer X kan dus het volgende profiel hebben (zie fig. 2). Hij is van mening dat alle grond intensief bewerkt moet worden. Wanneer hij informatie onder ogen krijgt met het standpunt dat de land- en tuinbouwgrond voor de helft onder agrarisch natuurbeheer moet vallen, accepteert hij, noch verwerpt hij die informatie.



Maar de mening dat land- en tuinbouwgrond voor meer dan de helft onder agrarisch natuurbeheer moet, vindt hij verwerpelijk.

	A	B	C	D	E
Boer X	Verwerping	Verwerping	Achteloosheid	Achteloosheid	Acceptatie

Figuur 2.

### ***2.3.2 Effect van boodschap***

Een artikel moet een zekere discrepantie oproepen bij de lezer tussen zijn eigen standpunt en het standpunt dat volgens hem wordt verkondigd in het artikel. Dit kan aanzetten tot verandering van gedrag. Een boodschap met het doel iemand te overtuigen moet zó worden geformuleerd dat het niet in de marge van verwerping valt. Want anders legt de ontvanger de informatie naast zich neer, en zal het gedrag van de lezer niet veranderen. Een artikel waarin staat dat alle grond onder agrarisch natuurbeheer moet, zal Boer X niet raken en waarschijnlijk zal hij het niet lezen, omdat hij die mening verwerpt. Hoe groter de marge van verwerping, hoe moeilijker het dus wordt om iemand te overtuigen en zijn gedrag te veranderen. Wanneer een artikel overeenkomt met de mening van de boer, voldoet de boer al aan het beoogde gedrag en treedt er dus geen verandering op. Over het algemeen geldt volgens de Social Judgement Theory, dat hoe meer een persoon betrokken is bij het onderwerp, hoe scherper hij zijn eigen mening heeft afgebakend en hoe groter de marge van verwerping dus is. Het is dan moeilijker hem te overtuigen van een andere mening.

### ***2.3.3 Reacties op boodschap***

Mensen zoeken naar bevestiging. Lezers proberen standpunten te assimileren in hun eigen overtuiging. De boodschap die vlak bij de marge van acceptatie valt, zal worden geïnterpreteerd als zijnde bevestigend. Terwijl een boodschap die vlak bij de marge van verwerping valt, zal worden geassimileerd in de marge van verwerping. Een boodschap wordt

dus zelden verwerkt op de manier waarop het bedoeld is. Het maakt niet uit wat de inhoud van de boodschap is, maar het gaat om welk standpunt de boodschap lijkt te verdedigen in de ogen van de lezer. Zo kan boer X een artikel lezen over intensieve bewerking van de land- en tuinbouwgrond waarin de auteur bovendien iets schrijft over de voordelen van agrarisch natuurbeheer. Hoewel het standpunt ongeveer rond mening D zit, zal de boer zoeken naar bevestiging van zijn eigen standpunt. Dan kan hij de boodschap in zijn marge van acceptatie opnemen. Eén en dezelfde boodschap kan dus op verschillende manieren worden waargenomen door lezers die verschillend over een onderwerp denken.

### ***2.3.4 Gedragsverandering***

Doordat standpunten in een artikel door de lezer worden geïnterpreteerd, wordt de kans op gedragsverandering kleiner. De discrepantie die nodig is om een lezer aan te zetten tot gedragsverandering (zie paragraaf 2.3.2), wordt teniet gedaan. De neiging om een boodschap te assimileren in de marge van acceptatie, dan wel te verwerpen, verkleinen dus de kans dat de boodschap in de marge van achteloosheid valt. Volgens Petty en Cacioppo (1986) zijn er verschillende redenen waarom mensen overtuigd raken van nieuwe informatie. Afhankelijk van motivatie en bekwaamheid willen sommige lezers heel graag informatie opnemen, terwijl andere geen behoefte hebben aan het verwerken van nieuwe informatie. Iedereen kan overtuigd raken, maar de manier waarop verschilt. Wanneer een persoon heel erg betrokken is bij het onderwerp, worden tegengeluiden eerder overgenomen wanneer die met sterke argumenten onderbouwd zijn. Terwijl zaken als geloofwaardigheid en persoonlijke voorkeur een rol spelen wanneer een persoon zich weinig betrokken voelt bij het onderwerp.

### ***2.3.5 Lezers van agrarisch vakblad***

Het verschil tussen een ongedefinieerde ontvanger en een lezer van een agrarisch vakblad, is dat de boer zelf kiest om zich op het blad te abonneren. Er is dus geen sprake van een campagne, waarbij de informatie ongewild op de boer af komt. Natuurlijk zijn de onderwerpen in het vakblad geselecteerd door agrarische journalisten die de informatie relevant achten voor de boer. Dus het ene onderwerp spreekt meer aan

dan het andere, maar over het algemeen is de lezer van een agrarisch vakblad zeer betrokken bij dat wat hij leest. Die betrokkenheid heeft tot gevolg dat de marge van verwerping relatief groot is. Bovendien wordt de lezer niet overtuigd door op het oog mooie verhalen. Alleen artikelen met scherpe argumenten die in de marge van achteloosheid vallen, kunnen de lezer overtuigen van een andere mening. Social Judgement Theory kunnen we dus toepassen op lezers van agrarische vakbladen, omdat boeren zeer betrokken zijn bij de land- en tuinbouw. Zij zullen bij verwerking van informatie regelmatig te maken hebben met hun marge van verwerping. Dat is waar agrarische journalisten rekening mee proberen te houden, want als journalist wil je wel gelezen worden.



## HOOFDSTUK 3 RESULTATEN BERICHTGEVING VAKBLADEN

### 3.1 Inleiding

Met dit hoofdstuk wordt geprobeerd inzicht te geven in hoe er wordt geschreven over maatschappelijke onderwerpen. Dit wordt gedaan aan de hand van 3 thema's, nl. het gewasbeschermingsmiddelenconvenant, de vogelpest en de midterm review van Fischler (zie paragraaf 1.3.3). Er is gezocht naar inhoudelijke verschillen in de bijdragen over deze onderwerpen, zonder dat er een oordeel wordt gegeven, of dat er wordt generaliseerd over de manier van schrijven. Iedere journalist heeft namelijk verschillende manieren van schrijven. Bovendien zijn er verschillende soorten berichten, die elk om een andere manier van schrijven vragen. Ieder genre heeft bepaalde eigenschappen. Zo kan een column niet met een nieuwsbericht worden vergeleken. De eerste verwoordt een mening, terwijl de laatste feiten weergeeft. Er is met name naar achtergrondstukken gekeken die over de genoemde thema's gaan. Er wordt nader ingegaan op de definitie van maatschappelijke onderwerpen en vervolgens wordt een scala aan artikelen behandeld, die inzicht geven in de rol die maatschappelijke onderwerpen in agrarische vakbladen krijgen.

### 3.2 Maatschappelijke onderwerpen

Een thema in een agrarisch vakblad kan een maatschappelijk onderwerp genoemd worden als de maatschappij of de publieke opinie een mening heeft over dat onderwerp en er een reactie op geeft. De geselecteerde thema's hebben een maatschappelijke component in zich.

- Het gewasmiddelenconvenant. Dit samenwerkingsverband tussen politiek, boerenorganisaties en milieuorganisaties is gestart vanuit milieuoverwegingen. Boeren worden verantwoordelijk geacht voor de vervuiling van het milieu. Het gebruik van schadelijke gewasbeschermingsmiddelen is slecht voor het oppervlaktewater en het grondwater. Dit is een voorbeeld waarbij milieuorganisaties hun stem via een politiek samenwerkingsverband laten horen.

- De vogelpest. Na de varkenspest en de Mond- en Klauwzeercrisis, werd de land- en tuinbouw geteisterd met de vogelpest, en dat allemaal in 6 jaar tijd. Vanwege deze ziektes, waarbij het vee massaal werd geruimd, is de samenleving vraagtekens gaan zetten bij de intensieve veehouderij. Met de vogelpest vragen mensen zich weer af hoe er in Nederland wordt omgegaan met dieren. Daarnaast is er een grote discussie ontstaan over het ruimen van hobbydieren. Hobbydierorganisaties voelen zich slachtoffer van de crisis in de professionele land- en tuinbouw. Ze bieden weerstand tegen de maatregelen die ook op hobbydierhouders van toepassing zijn. Een agrarisch onderwerp als 'De vogelpest' heeft dus in ieder geval twee maatschappelijke kanten, waarbij de samenleving reageert op de land- en tuinbouw.
- De midterm review van Fischler. Hierbij zijn de overheidssubsidies die Europese boeren krijgen onderwerp van discussie. De kosten van de subsidies worden indirect door de burgers betaald. Bovendien gaan er stemmen op om tegen het licht van de liberalisering van de wereldmarkt, ontwikkelingslanden gelijke kansen te geven op de Europese markten. Ook hier reageert de maatschappij op de land- en tuinbouw.

Vaak komen de maatschappelijke belangen overeen met die van de land- en tuinbouw. Immers, de boeren zijn afhankelijk van de behoeftes van de consument. Als de consument eisen stelt aan de manier van produceren, willen boeren daar wel aan voldoen, mits de consument daar voor betaalt. Toch zijn er voorbeelden waarbij maatschappelijke belangen in strijd zijn met de manier waarop het er in de land- en tuinbouw aan toe gaat. Met de genoemde thema's kan dat het geval zijn. In deze gevallen is het de vraag hoe de agrarische journalisten daar over berichten. In de volgende paragraaf wordt aan de hand van de genoemde thema's uiteengezet op welke manieren er over maatschappelijke onderwerpen wordt geschreven.

### **3.3 Vergelijking van berichtgeving**

#### ***3.3.1 Inleiding***

Toonaangevende stukken zijn de grote achtergrondstukken, die het thema van de week aangeven. In deze stukken wordt doorgaans een invalshoek gekozen van waaruit een analyse wordt gedaan over een onderwerp.

Wanneer een achtergrondstuk gewijd wordt aan een maatschappelijk onderwerp, zegt het iets over de maatschappelijke oriëntatie van het vakblad. Het maatschappelijke onderwerp krijgt dan relatief veel aandacht. Het onderwerp krijgt een prominente positie. De invalshoek van het artikel, de bronnen die gebruikt worden en de *tone of voice* zeggen iets over de maatschappelijke oriëntatie van de journalist. Immers, in een groot achtergrondstuk krijgt de journalist de mogelijkheid om zijn eigen kleur te geven aan een artikel, zonder dat het een column is.

### **3.3.2 Convenant gewasmiddelen**

#### *3.3.2.1 Uitstel van ondertekening*

Eind februari waren de milieuorganisaties toch niet bereid het akkoord te ondertekenen. De ondertekening van het akkoord is op het laatste moment uitgesteld tot 10 maart. Over het gewasmiddelenconvenant is verschillend geschreven. Het ene blad schrijft er voornamelijk over in een tweewekelijkse vakeditie, terwijl het andere blad regelmatig de stand van zaken beschrijft op de nieuwspagina's. De positie die het onderwerp krijgt varieert. De mate van aandacht die het krijgt is daar mede van afhankelijk. In het eerste voorbeeld worden zo weinig mogelijk woorden vuil gemaakt aan de maatschappelijke inbedding van de overeenkomst tussen LTO, VROM, LTO en Stichting Natuur en Milieu (SNM), om vervolgens de toegestane middelen te bespreken.

“Drie weken geleden bereikten de ministeries van LNV en VROM, LTO Nederland en de Stichting Natuur en Milieu een akkoord over duurzame gewasbescherming voor de korte en lange termijn. Kort gezegd komt dat convenant erop neer dat de land- en tuinbouw zich ertoe verplicht op den duur minder afhankelijk van bestrijdingsmiddelen te worden. Daartegenover staat dat de overheid direct 11 werkzame stoffen heeft toegelaten. Stichting Natuur en Milieu heeft beloofd af te zien van gerechtelijke procedures tegen het toelatingsbeleid. Concreet voor 2003 betekent het convenant dat in de akkerbouw drie knelpunten zijn opgelost: Mocap mag weer tegen ritnaalden, Luxan Oncol zaakontsmetter tegen de uienvlieg in uien en prei, simazin tegen eenjarige onkruiden in erwten en bonen” (25 februari 2003).

Dit voorbeeld laat zien dat in dit vakblad het onderwerp wel wordt behandeld, maar dat er weinig aandacht is voor de maatschappelijke stand-

punten en dat de nadruk wordt gelegd op de vaktechnische gevolgen van het convenant. Ook de andere twee vakbladen komen eind februari met een stuk over het middenbeleid. In één wordt wel stilgestaan bij de standpunten van de milieuorganisaties door middel van een schets van de politieke verhoudingen, zonder echt inzicht te geven in de inhoudelijke redenering van de milieuorganisaties. Een citaat uit het artikel *Weinig hoop voor 72 knelpunten*:

“We willen eerst weten op welke grond de 32 middelen worden toegelaten”, zei Ad van den Biggelaar. ‘De minister had deze onderbouwing beloofd. Ik denk niet dat de toelichting een reden zal zijn om over twee weken niet te tekenen, want de tekst van het convenant vinden we verder prima. Maar we hebben de onderbouwing nodig om aan andere groene organisaties uit te leggen waarom we het convenant ondertekenen” (28 februari 2003).

Het raakvlak van de twee artikelen met de land- en tuinbouw is dus verschillend. Het is mogelijk om alleen over de technische consequenties te schrijven, maar een journalist kan ook over de politieke verhoudingen schrijven, of het maatschappelijke kader dat aanleiding is voor het convenant. Het eerste vakblad heeft een passieve opstelling ten opzichte van maatschappelijke geluiden. Er wordt alleen over de feitelijke consequenties geschreven. Het laatste vakblad brengt wel een plaatje in beeld van zowel de kant van de land- en tuinbouworganisaties, als de kant van de milieuorganisaties. Geen van de bladen legt de positie van de milieuorganisaties uit en probeert die begrijpelijk te maken voor de lezers.

### *3.3.2.2 Daadwerkelijke ondertekening*

Een paar weken later wordt er naar aanleiding van de daadwerkelijke ondertekening teruggekomen op het convenant. De sfeer bij de vakbladen is opgelucht. Eén van de vakbladen wijdt het hoofdredactioneel aan het convenant, getiteld: *Een waagstuk volbracht*. Hierin wordt gesuggereerd dat het niet aan de milieuorganisaties heeft gelegen dat de eindstreep is gehaald.



“Zelfs de Zuid-Hollandse Milieufederatie, onderhand bekend als rabiaat bestrijder van praktisch haalbare land- en tuinbouw, belooft zich een jaar lang rustig te houden. Een mooi resultaat, dat zowel het milieu als de sector veel goeds zal brengen als het standhoudt. Dat laatste is nog niet zeker als je het ongemakkelijke geschuifel bij de milieubeschermers ziet” (14 maart 2003).

In een ander vakblad wordt een interview met Ad van den Biggelaar van SNM geplaatst. Het is het enige artikel in dit vakblad van overstijgende aard, dat aandacht schenkt aan de maatschappelijke inbedding van het onderwerp. De titel is: *‘Ik zal deze afspraken publiek verdedigen!’* en er staat een grote foto van de geïnterviewde bij. Hierdoor wordt er als het ware sympathie gewekt voor SNM. De samenwerking van SNM en LTO wordt neergezet als positief en hoopvol.

“SNM en LTO staan niet meer als gezworen vijanden tegenover elkaar. Het middelendossier was inderdaad het ‘akeligste’ onderwerp dat beide partijen lang scherp verdeeld hield. Dat conflict is van tafel. ‘Gerard Doornbos en ik kunnen nu door één deur’” (25 maart 2003).

Rond dezelfde periode wordt in een ander vakblad juist de aandacht gevestigd op de moeizame samenwerking en de ontevredenheid van SNM. Op 20 maart verschijnt o.a. een artikel *SNM ontevreden over voorschriften*.

“De Stichting natuur en Milieu (SNM) is niet gelukkig met de gebruiksvoorschriften bij gewasbeschermingsmiddelen, die krachtens het recente akkoord tussen overheid, SNM en LTO-Nederland zijn vrijgesteld. ‘Dit plaatst het akkoord niet onder een goed gesternte’, zegt Lucas Reijnders, hoogleraar milieukunde en verbonden aan SNM. (...) Reijnders zegt zich te realiseren dat SNM het middelenakkoord heeft getekend. ‘Maar dat betekent niet dat wij achter de gebruiksvoorschriften staan. Hierin heeft de minister nu eenmaal het laatste woord’ (20 maart 2003).

De *tone of voice* is verschillend bij de genoemde artikelen. De manier waarop de milieuorganisaties in het licht worden gezet, varieert van negatief, tot neutraal. Waar het ene vakblad de hoopvolle kant belicht van de samenwerking, zoekt de andere naar zaken die juist moeizaam verlopen en probeert die uit te diepen. De mate van aandacht voor het onderwerp varieert ook sterk. Waar het eerste blad twee keer hoofdredactioneel commentaar levert op het convenant, er iedere week bericht over wordt gegeven en een nummer is gewijd aan het thema, besteed het andere blad nauwelijks aandacht aan het onderwerp.

### **3.3.3 De Vogelpest**

#### *3.3.3.1 Toekomstdiscussie*

Op 3 maart wordt het eerste bedrijf geruimd vanwege de besmetting met vogelpest. De toekomst van de pluimveehouderij is een gevoelig onderwerp wanneer de sector onder zware druk staat. Op zaterdag 15 maart deed minister Veerman van Land- en tuinbouw in het NRC een uitspraak die veel stof heeft doen opwaaien. Hij zei dat de sector tot inkeer moest komen en dat de pluimveesector geherstructureerd moet worden. Door de timing van deze opmerking en de persoon door wie die geplaatst werd, werden alle drie de vakbladen gedwongen om over deze uitspraak te schrijven. Geen van de vakbladen zette de uitspraak in een positief licht. Alle drie legden de nadruk op de onplezierige verbazing, zoals uit de citaten uit de drie vakbladen blijkt.

“In de nagalm van minister Veermans uitspraken over veranderingen in de pluimveehouderij klinkt boosheid over het moment en scepsis over de noodzaak”. Uit: *Scepsis over Veermans kipvisie* (25 maart 2003).

“Eerst de vogelpest aanpakken, dan pas praten over hoe verder met de pluimveehouderij. Minister Cees Veerman had het in de Tweede Kamer nog maar net gezegd, of hij vuurde al enkele schoten voor de boeg af in NRC Handelsblad. Jan Wolleswinkel reageert verbaasd”. Uit: *Minister Veerman zinspeelt op ommenzwaai* (21 maart 2003).

“Uitspraken van land- en tuinbouwminister Cees Veerman over de toekomst van de pluimveehouderij hebben geleid tot verbazing en verontwaardiging. De timing is slecht, vinden zowel pluimveevoorman Jan Wolleswinkel als CDA-kamerlid Joop Atsma”. Uit: *Minister moet pluimveesector juist nu helpen* (18 maart 2003).

Veel nieuws rond de vogelpest werd gevuld met informatie over het vervoersverbod, portretten van geruimde boeren, veterinaire nieuws over het virus etc. Met een onderwerp als de toekomst van de pluimveehouderij kan op vele manieren worden omgesprongen, vooral omdat er zoveel andere zaken over de vogelpest te melden zijn. Alle drie de vakbladen hebben de toekomst van de pluimveehouderij als hoofdthema gehad in een groot achtergrondstuk. De invalshoek en de timing waren verschillend. Het ene vakblad behandelt de korte termijn effecten van de vogelpest voor de sector.

“Het meest directe gevolg van de vogelpest is de hernieuwde discussie over het Diergezondheidsfonds (DGF). Deze zal ertoe leiden dat alle veehouders er eerder en meer aan moeten bijdragen. Voor de bestrijding van pluimveeziekten staat het DGF garant voor E11,4 miljoen. Dat is niet in kas, maar wordt voorgeschoten door het PPE. Het productschap moet het geld later ophalen bij de pluimveehouders. Voorzitter Ramekes vindt dat onwerkbaar. ‘Ze hebben net de klap van vogelpest achter de rug en dan kom ik nog eens langs met een heffing’, zegt hij. (...) Voor de echte grote calamiteiten is het toch het best als de overheid de laatste schade voor haar rekening neemt. Anders gaan verzekeraars te hoge premies rekenen om dat laatste risico nog af te dekken”. Uit: *Pluimvee in glijvlucht* van 6 mei 2003.

Er is bewust gewacht met het plaatsen van dit grote achtergrondstuk over de toekomst van de pluimveehouderij, omdat anders de lezers niet zouden worden bereikt (zie ook hoofdstuk 4.3.2). Het volgende voorbeeld laat zien dat er juist wel kort na de uitbraak aandacht wordt besteed aan het bestaansrecht van de intensieve pluimveehouderij op lange termijn en hoe de maatschappij erover denkt. De optie om te stoppen met de pluimveehouderij wordt hier dus bewust overwogen.

“De grote bedragen belastinggeld en het ruimen van miljoenen dieren wakkeren opnieuw de discussie aan over het bestaansrecht van de intensieve veehouderij in Nederland, net als tijdens de uitbraak van varkenspest in 1997. (...) De dierenbescherming wil de vogelpest aangrijpen om de intensieve pluimveehouderij ter discussie te stellen. ‘Wij willen een krimp van 50 tot 70 procent van de pluimveestapel’, zegt woordvoerder Niels Dorland. (...) Wat de maatschappelijke discussie over de pluimveehouderij ook zal opleveren, de kostprijs van het ei en de kip zal er niet door dalen”. Uit: *Heeft de Nederlandse kip nog toekomst?* (4 april 2003).

Als laatste een voorbeeld van kritische geluiden uit de maatschappij die een paar dagen na de uitbraak een plek krijgen in een agrarisch vakblad. Hierin is de algemeen directeur van de Dierenbescherming aan het woord. Het stuk staat op de opinie pagina, waarop uiteenlopende meningen worden vertolkt en onderbouwd.

“In Netwerk werd het door vertegenwoordigers van de pluimveesector met zoveel woorden gezegd: de legbatterij is het beste: gezond voor mense en dier en epidemieën hebben geen kans van slagen. (...) De Dierenbescherming is zeer verontwaardigd over deze stigmatisering van de diervriendelijke pluimveehouderij. Het is voorbarig en niet onderbouwd. Er is immers nog veel te weinig bekend over de oorzaak van deze huidige epidemie (...) en hoewel de overdracht van besmettelijke ziekten inderdaad door wilde vogels kan plaatsvinden, is de mens ook een niet te onderschatten factor in het geheel”. Uit: *Diervriendelijk bedrijf niet meteen stigmatiseren* (6 maart 2003).

Over de toekomst van de pluimveehouderij werd verschillend geschreven. Het feit dat het voortbestaan van de pluimveehouderij ter discussie wordt gesteld laat zien dat een eventuele affiniteit met de sector het zelfkritisch vermogen niet in de weg staat. Hier geldt ook het verschil in het voor feit aannemen van maatschappelijke geluiden enerzijds, en het onderbouwen van maatschappelijke standpunten anderzijds. Door maatschappelijke organisaties zelf aan het woord te laten, wordt hen de kans gegeven hun standpunt uit te leggen. Verder kunnen maatschappelijke geluiden worden

genoemd, zonder ze uit te leggen. Opvallend is het verschil in timing. Waar het ene blad bewust wacht met een toekomstdiscussie als de wonden nog vers zijn, plaatst het andere blad juist wel onmiddellijk discussiestukken waar maatschappelijke organisaties zelf in aan het woord komen.

### *3.3.3.2 Hobbydierhouders*

De vogelpest heeft zoals gezegd een belangrijke impact gehad op de hobbykijphouders. Niet alle vakbladen vonden het van belang voor hun lezers om dit onderwerp te belichten. Het ene vakblad kiest ervoor om hobbydierhouders als volwaardige partij in de discussie mee te nemen, terwijl de andere dat niet doet. Het volgende citaat is uit een column van een redacteur, waarin duidelijk wordt dat de hobbydierhouders niet van harte serieus genomen worden. In dit vakblad wordt ook niet gerapporteerd over hobbydieren.

“Naast de nuchterheid, die in de pluimveesector overheerst, hoort ook compassie met de hobbydierhouders. Want zij voelen zich slachtoffer van de economische belangen van de pluimveehouderij. “De rekening van de vogelpest wordt bij de hobbyisten neergelegd”, sprak GroenLinks-kamerlid Duyvendak. Grote onzin, want de werkelijke slachtoffers zijn de vermeerderders die met de eieren geen kant uitkunnen. Maar zo’n uitspraak, die de liefhebbers voor waar aannemen, heeft een negatief effect op hoe het publiek denkt over de toekomst van de sector. De professionals in het pluimvee moeten de gevoelens van de amateurs wel serieus nemen”. Uit: *Hobbyhaan kraait luid* (20 mei 2003).

Een ander vakblad behandelt het onderwerp hobbydieren uitgebreid. Hier wordt juist de verantwoordelijkheid van de sector voor de effecten op de maatschappij aan de kaak gesteld. Het volgende citaat is uit een verslag van een bijeenkomst van de waarheidscommissie Vogelpest Limburg en Noord-Brabant:

“Een vrouw verschijnt drie keer achter de microfoon om de intensieve veehouderij structureel aan de kaak te stellen. Van Beers

gaat er niet in mee. 'Ons gaat het erom dat de gevolgen van de intensieve veehouderij niet worden afgewenteld op onze hobby-kippen'. Een krasse vijftiger verschijnt achter de microfoon: 'De bio-industrie heeft schijt aan hobbydierhouders. Er is er nog geen een die ons bedankt heeft voor de medewerking". Uit: *Bio-industrie heeft schijt aan hobbydierhouders* (23 juni 2003).

In het eerste geval waarbij hobbydierhouders geen plek wordt gegeven in het vakblad, wordt geredeneerd vanuit de lezer. Er wordt bewust partij gekozen voor de professionele pluimveehouderij en er wordt verder niet geschreven over hobbydierhouders. In het tweede geval wordt er een duidelijke link tussen de agrarische sector en de maatschappij gelegd. Er wordt bewust wel geschreven over hoe hobbydierhouders denken over de crisis van de vogelpest.

### **3.3.4 Midterm review**

De midterm review van Fischler speelt op Europees politiek niveau. Het is ingewikkelde materie en het lastig om een stuk te schrijven, dat van direct nuttig belang is voor de boer. Het is interessant om te kijken hoe, ondanks de moeilijke materie, maatschappelijke kanten van dit onderwerp behandeld worden. Het eerste voorbeeld laat een citaat uit een hoofdartikel zien, dat is geschreven vanuit de gedachte die bij de samenleving leeft; namelijk dat Nederlandse boeren veel subsidies krijgen die indirect worden betaald door de burger. De Midterm review wordt behandeld vanuit de maatschappelijke invalshoek.

"Boeren hebben de naam subsidiejunks te zijn. Mede daarom is er veel draagvlak voor nieuw EU-beleid. Maar de afhankelijkheid van Brussels geld vermindert niet. Integendeel. (...) Het plan-Fischler is geen bezuinigingsplan. Tenminste zo is het niet opgediend. Het is eerder één grote boekhouders-tovertruc. Hetzelfde budget wordt op drastische wijze anders verdeeld, met als insteek dat iedereen ongeveer hetzelfde houdt ofwel evenveel achteruitgaat, los van het effect van wegvallende marktbescherming." Uit: *Veehouders in de steun, Plan-Fischler vergroot afhankelijkheid* (10 juni 2003).

Om dit artikel is aan de hand van voorbeeldbedrijven het recht op subsidies doorgerekend. Het blijkt dat de afhankelijkheid van Nederlandse boeren van premies groter wordt met de invoering van het plan van Fischler. In het hoofdartikel van een ander vakblad, wordt het politieke spel belicht:

“LTO-voorzitter Gerard Doornbos vindt dat Fischler de juiste man op de juiste plaats is. ‘Hij heeft het goed gedaan’. (...) illustratief voor de speelruimte die de individuele EU-lidstaten wordt gelaten, is de versoepeling die Nederland heeft weten te bedingen voor zetmeeltelers. ‘Een fantastisch resultaat’ vindt van Driel, die het hoofdbestuur van LTO dinsdag bijpraatte.” Uit: *Franz Fischler van twee kanten belaagd* (9 mei 2003).

In tegenstelling tot het eerste voorbeeld, komen maatschappelijke kanten van de Midterm review niet aan bod in dit artikel.

### **3.3.5 Samenvatting**

Er wordt verschillend over hetzelfde onderwerp geschreven. Door al dan niet aandacht te schenken aan de maatschappelijke standpunten ten opzichte van een agrarisch onderwerp, kan het belang dat lezers hechten aan de maatschappelijke kanten van deze onderwerpen verschillen. Ook de timing en de *tone of voice* zijn cruciaal in het beeld dat wordt gegeven van de maatschappelijke kanten van een onderwerp. Er zijn grofweg drie manieren te onderscheiden waarop maatschappelijke onderwerpen worden behandeld, zie box 1.

Box 1: Manieren van behandelen van maatschappelijke onderwerpen

1. **Passief:** alleen de consequenties van politiek-maatschappelijke besluiten behandelen
2. **Constatekend:** maatschappelijke onderwerpen behandelen om er mee te leren leven
3. **Empathisch:** maatschappelijke standpunten en motieven begrijpelijk maken voor de lezer

Passief schrijven betekent dat er niet vanuit de maatschappelijke kant naar het onderwerp wordt gekeken. De lezers worden niet bekend gemaakt met de maatschappelijke standpunten, laat staan dat lezers inzicht wordt gegeven in de redenering die maatschappelijke organisaties maken ten opzichte van een onderwerp. Constaterend schrijven wordt veel toegepast sinds maatschappelijke organisaties zich meer zijn gaan bemoeien met het reilen en zeilen van de agrarische sector. Vanuit de onderhandelingsposities worden de maatschappelijke standpunten beschreven. Dan is het aan de lezer zelf wat hij er van vindt. Empathisch schrijven laat de lezer kennis maken met het waarom van de maatschappelijke standpunten. Dit geeft een goede basis voor wederzijds begrip en samenwerking.

Hoofdstuk 3 heeft laten zien dat empathisch schrijven nog lang niet altijd wordt toegepast in de agrarische journalistiek. Vaker wordt er passief, of constaterend geschreven door journalisten in agrarische vakbladen. Dit is vaak ook afhankelijk van de bladformule van het vakblad.



## HOOFDSTUK 4 INTERVIEWS

### 4.1 Inleiding

De ene agrarische journalist is de andere niet. Er is een grote diversiteit in journalisten en dus ook een grote diversiteit in artikelen. De rol die een journalist maatschappelijke geluiden toedicht, verschilt van journalist tot journalist en van artikel tot artikel. De berichten zijn soms heel feitelijk, soms provocerend, soms uitgebreid, soms kritisch. Agrarische journalisten zien in dat het belangrijk is dat maatschappelijke meningen een plekje krijgen, in plaats van ze stil te zwijgen. Maar in hoeverre die geluiden serieus genomen moeten worden en op wat voor manier ze in een vakblad moeten komen, dat verschilt. Die verschillen hebben verscheidene oorzaken. De manier van schrijven over maatschappelijke onderwerpen staat onder invloed van persoonlijke kenmerken van de journalist. Zo maakt het verschil of iemand in de land- en tuinbouwwereld is opgegroeid of niet. De agrarische sector is een wereld op zich en kan voor 'buitenstaanders' ontoegankelijk zijn als die bijvoorbeeld het jargon niet kennen. Het hebben van een boerenachtergrond speelt dus zeker een rol in de journalistiek. Verder is van belang hoe de journalist tegen zijn rol als journalist aankijkt. De manier waarop hij maatschappelijke onderwerpen in het agrarisch vaknieuws brengt, heeft ook te maken met de taak die hij als journalist vervult. Daarnaast beweegt de journalist zich in een omgeving die eisen stelt aan zijn manier van handelen. Zo heeft de redactie regels en heeft de bladfilosofie een regulerende werking. Maar praktische omstandigheden, zoals tijdsdruk, zijn natuurlijk ook bepalend.

### 4.2 Persoonlijke kenmerken van journalist

#### 4.2.1 *Achtergrond*

Bij de onderzochte vakbladen heeft ongeveer de helft van de journalisten een agrarische achtergrond. Deze journalisten hebben een zekere betrokkenheid bij de land- en tuinbouw. Het voordeel is dat de journalist sneller snapt wat relevant is. Iemand van buiten de land- en tuinbouw kan

nog wel eens 'naast schieten', zodat een artikel niet precies het relevante onderwerp heeft, of de juiste invalshoek. De land- en tuinbouwwereld is volgens sommigen een naar binnen gekeerde club. Het gebeurt bijvoorbeeld zelden dat een niet-boerenzoon boer wordt. Het hebben van een agrarische achtergrond is dus belangrijk voor het schrijven voor een agrarisch vakblad, zoals blijkt uit de volgende citaten:

Ik denk dat je wel een gevoel moet hebben van wat een boer is, want anders stap je in zo'n rare wereld. Er is zoveel jargon, voor mensen die er niet in opgegroeid zijn, is het volgens mij heel moeilijk om daar aansluiting bij te vinden”.

“Van journalisten maken we boeren en van boeren maken we journalisten, maar het wordt wel lastig als ze het boerenbedrijf niet kennen”.

Voor het functioneren als agrarische journalist is het blijkbaar van belang om bekend te zijn met het boerenleven. Het is moeilijk voor iemand van buiten de land- en tuinbouw om het vertrouwen van de boeren te winnen. Boeren zijn de lezer van het blad, maar ze zijn ook heel belangrijk als bron van nieuws bij portretten, interviews, reportages etc. Journalisten met een agrarische achtergrond hebben hier een voordeel boven journalisten zonder agrarische achtergrond, omdat die beter aanvoelen wat er onder de boeren speelt. Vaak kan er dan ook beter een inschatting gemaakt worden van welke informatie boeren willen horen en wat ze aan kritiek kunnen verwerken, zoals blijkt uit het citaat van een redacteur uit een boerenfamilie tegenover een uitspraak van een redacteur zonder boerenachtergrond:

“Als ik geen pluimveeachtergrond had gehad, dan had ik het ook nooit zo kunnen schrijven hoor”.

“Ik heb een journalistieke achtergrond. En wat ik ingewikkeld vind, maar dat is voor mij persoonlijk, is toch dat ik niet van een boerderij kom. Ik moet altijd die vertaalslag proberen te maken”.

Wanneer een journalist een maatschappelijk stuk schrijft, moet hij aanvoelen wat de mening van de lezer is en welke informatiebehoefte deze heeft. Boerenkennis is dus heel handig bij het inschatten van de marge waarbinnen de lezer de boodschap accepteert. De boodschap zal eerder in de marge van acceptatie liggen, wanneer de lezer de boodschap begrijpt en de argumenten helder overkomen. De journalist afkomstig van een boerenbedrijf zou in dat geval aan zijn familie kunnen refereren en bedenken of de familie het artikel zou begrijpen. Terwijl een journalist met alleen een journalistieke opleiding dat niet kan. Een journalist met een agrarische achtergrond heeft dus een breder referentiekader.

### ***4.2.2 Affiniteit met de lezers***

Een agrarische achtergrond heeft tot gevolg dat de journalist een goed inzicht heeft van dat wat er bij de lezers speelt. Het kan echter ook een nadeel hebben, wanneer hij hierdoor een te sterke affiniteit met de sector heeft. Met affiniteit met de sector wordt bedoeld dat de journalist zich zeer betrokken voelt met het lot van de boeren. Het kan mensen subjectief maken in het schrijven, wat weer ten koste kan gaan van het vermogen externe bronnen of externe ontwikkelingen goed in te schatten, zoals uit het volgende blijkt:

“Dat sommige redacteuren zich heel erg vereenzelvigen met hun lezer. Daar zit wel een zekere spanning. Mijn neus voor nieuws begon op te spelen; goh, hier is iets mafs aan de hand (...). Hij was bijna al een beetje geprikkeld dat ik het onderwerp noemde, en hij begon zich te verdedigen waarom er helemaal niks mis mee was”.

“Het is zoeken naar de goede mix van mensen die je op de redactie hebt zitten. Want de meeste mensen die hier op de redactie zitten zijn gewoon vakmensen. Die hebben automatisch de boerenbril op”.

“Ik denk dat er wel mensen rondlopen die wat sneller geneigd zijn bevooroordeeld te zijn, omdat ze gewoon dichter tegen de sector aanzitten, of omdat ze een agrarische opleiding gedaan hebben”.

Een journalist die veel bij de lezer over de vloer komt en met hem samenwerkt, kan moeite hebben met het schrijven van een artikel, dat kritische geluiden laat horen uit de maatschappij over de land- en tuinbouw. De journalist kan dan de lezer in bescherming nemen voor de 'boze' geluiden uit de maatschappij. Een voorbeeld hiervan is een gerucht over varkenshouders die twee keer verdienen aan de sloop van hun varkensstallen. Eerst strijken ze geld op via de overheid met behulp van de sloopregeling en vervolgens verdienen ze geld door de stallen in het buitenland nog eens te verkopen. Iemand van de nieuwsredactie bedacht dat hier iets vreemds aan de hand was en dat hier nader onderzoek moet worden gepleegd. Terwijl een journalist van de vakredactie varkenshouderij dit gerucht liever in de doofpot wilde stoppen. Te sterke affiniteit met de lezer weerhoudt de journalist ervan om bericht te geven van zaken die soms negatieve gevolgen heeft voor de lezer. In dit voorbeeld wil de journalist de lezer bewust sparen voor onnodig negatieve berichten. Er wordt dan vermeden boodschappen te schrijven die buiten de marge van acceptatie liggen.

Toch zien de meeste journalisten het als noodzakelijk dat de lezer wordt geconfronteerd met geluiden uit de maatschappij.

### ***4.2.3 Rolopvatting***

De achtergrond van de journalist en zijn affiniteit met de sector hebben invloed op de keuze van de onderwerpen waarover hij schrijft. Natuurlijk speelt hier ook de journalistieke rolopvatting van de journalist mee. Met de rolopvatting wordt bedoeld de rol die de journalist zichzelf toeschrijft bij het schrijven over maatschappelijke onderwerpen in het agrarische vakblad. Het uitpikken van maatschappelijke kwesties en de manier van belichten van die kwesties, kan op eindeloos veel manieren worden gedaan. Eén ding is duidelijk: de journalisten zijn het er over eens dat ze maatschappelijke geluiden aan de orde moeten stellen in een agrarisch vakblad en dat ze boeren niet naar de mond willen praten.

“Het kost je misschien wat abonnees, maar uiteindelijk als de boer alleen maar stroop om de mond krijgt, wordt hij niet wijzer. (Dat wordt hij) wel door maatschappelijke geluiden ook mee te nemen in zijn keuzes voor de toekomst”.

“Het is voor de boer een vakblad, maar je probeert ook duidelijk te maken wat voor ontwikkelingen er gaande zijn”.

“Lekker tegen de borst stuiten is goed, boeren moeten weten dat mensen er zo over denken”.

Kennelijk is de marge van verwerping van de lezer geen taboe voor agrarische journalisten, want een boodschap die in het verkeerde keelgat schiet bij een lezer wordt niet geweerd. Dit verschilt van vakblad tot vakblad, maar ook boodschappen die buiten de vermoedelijke marge van acceptatie liggen worden opgeschreven. Bovenstaande citaten laten ook zien dat het belang van maatschappelijke geluiden wel wordt onderkend, maar dat de manier waarop een journalist een maatschappelijk onderwerp ter sprake brengt, verschilt. Dit heeft voor een groot deel te maken met zijn rolopvatting. Hoewel een journalist zo objectief mogelijk probeert te schrijven, is de ene journalist de andere niet. Zeker als het gaat om analysestukken, of achtergrondartikelen, heeft de journalist altijd te maken met zijn eigen visie. Een journalist schrijft over actualiteiten en achtergronden bij het nieuws. Aan de hand van persberichten, gebeurtenissen en tips van bronnen verzamelt een journalist onderwerpen voor artikelen. Alles wat een journalist schrijft is echter een vertaling van de werkelijkheid. Het blijft een naar eigen inzicht representatieve weergave van de waarheid. In die representatie kan een journalist in meer of mindere mate een boodschap meegeven. Dit varieert van het laten zien wat de boer te wachten staat, tot preken van het maatschappelijke belang voor de agrarische sector. Er zijn ook journalisten die zichzelf zien als doorgeefluik, puur om informatie begrijpelijk te maken voor de lezer. Zij maken voor de lezer een vertaalslag van de realiteit, stellen vragen wanneer zij ergens meer van willen weten, maar proberen zich als journalist zo objectief mogelijk op te stellen en de lezer slechts te informeren. De volgende citaten illustreren deze groep journalisten:

“Je hoeft niet expliciet aan te zetten om na te denken over bedrijf, of om aan te zetten tot discussie, dat komt vanzelf wel. (...) En als ze niet willen, even goede vrienden”.

“Je bent toch wel gewoon een doorgeefluik, en een discussie aanzwengelen..., het is volgens mij niet zo dat een journalist daarover persoonlijk een opvatting heeft”.

“Wij willen zo weinig mogelijk mening, behalve op de plek waar je mening tegenkomt. (...) Wij zijn er niet om de discussie op gang te brengen, maar om mensen verder te brengen”.

Sommigen vinden dat de journalist moet schrijven om discussie op te werpen, door bijvoorbeeld een onderwerp te polariseren in argumenten voor en argumenten tegen. Het kan ook door de boeren iets onder de neus te wrijven, dan proberen ze bewust boodschappen te formuleren die in de marge van achteloosheid ligt, tegen de marge van verwerping aan. Deze journalisten denken dat het goed is voor de lezer om hem een beetje uit te lokken en discussie te laten ontstaan, zoals blijkt uit de volgende citaten:

“Hoe zwart witter, hoe harder je het neerzet, hoe meer reacties er op komen. Ik hou bijvoorbeeld niet zo van die zoetsappige verhaaltjes”.

“Ik wil duidelijk discussie op gang brengen. Dat is meer eigen overtuiging. (...) Ik doe altijd wat mijn hart me ingeeft”.

“Tegelijkertijd hoop ik dat, als hij ons blad leest, denkt; oh ja, dat gebeurt ook nog verder, en dat zijn andere meningen. En als hij het daar niet mee eens is, laat hem dan maar zoeken naar de argumenten waarom het niet zo is”.

Maar vaak wil een journalist ook bewust een boodschap aan de lezer meegeven. Hij vindt dat een journalist best zijn eigen visie in een stuk mag verwerken. Deze journalisten willen de lezer overtuigen van een bepaalde opvatting, of inzicht geven door vraagstukken die ze belangrijk achten te benaderen vanuit hun eigen opvatting, zoals blijkt uit het volgende.

“Ik wil ze laten zien dat er meerdere wegen zijn dan met je oude bedrijf door te gaan”.

“Nou is het bij ons vakblad ook niet zo gebruikelijk om je visie daar wat in te leggen, om je eigen gedachte daar wat in te leggen. Maar dat vind ik zelf gewoon jammer als je dat niet doet”.

“Maar je moet ook zelf initiatief nemen als journalist, zelf initiatief nemen en een mening hebben”.

Afhankelijk van de roloppvatting van de journalist, zit er soms wel soms geen boodschap in een artikel. Er zijn journalisten die vinden dat een journalist de lezer puur zou moeten informeren. Dan is er geen sprake van beïnvloeding door overtuigen, of aanzetten tot gedragsverandering. Journalisten die behoefte hebben om de boer aan het denken te zetten, een discussie aan te zwengelen of zelfs hun eigen visie te verkondigen, die willen meer dan de boer slechts informeren. Ze willen de boer inzichten geven en overtuigen van een ander beeld dan hij gewend is. Deze journalisten zullen eerder proberen de standpunten en motieven van maatschappelijke organisaties aan boeren duidelijk te maken (zie hoofdstuk 4.2.3). Tijdens de vogelpestcrisis is er discussie geweest over de ruiming van hobbykippen. Vanuit de samenleving kwamen vele stemmen op om hobbydieren te sparen bij het ruimen van pluimvee. Hiervoor werden verschillende redenen aangedragen, zoals de verwaarloosbare rol die ze speelden bij de verspreiding van het virus, de mogelijkheid om ze te enten en het gevaar van uitsterven van zeldzame rassen. Desalniettemin had minister Veerman van land- en tuinbouw aangegeven dat er geen discussie over mogelijk was, en dat ook alle hobbykippen moesten worden geruimd. Voor een journalist die zichzelf als doorgeefluik ziet, is dit genoeg reden om het onderwerp hobbydieren links te laten liggen. Immers, hobbydierhouders zijn over het algemeen geen lezer van het vakblad en als de minister aangeeft dat er geen discussie over mogelijk is, dan is er verder geen directe link meer met de doelgroep, zoals geïllustreerd door het volgende citaat:

“Minister Veerman heeft steeds gezegd in de 2e kamer, ik heb alle kamerdebatten gevolgd, ik heb er niet 1 overgeslagen, het enten van

hobbydieren is voor mij geen optie. Dan heeft het voor mij ook afgedaan. Dan begrijp ik best dat een hele hoop mensen het daar niet mee eens zijn, en dat die dat een onaanvaardbaar standpunt vinden, en verkeerd en zelfs virologisch aanvechtbaar, weet ik veel wat. Maar het is voor mij een politiek feit als de minister van land- en tuinbouw zegt, en de kamer betwist dat ook niet, dat is geen optie”.

Een journalist die het belangrijk vindt om de discussie vanuit de maatschappij aan te zwengelen onder de lezers, pakt dit onderwerp wel aan. Ten eerste ging er een dreiging uit van de verstopte hobbykippen, die er voor konden zorgen dat het virus als nog de kop op zou steken. Bovendien wordt met de tegengeluiden van de hobbydierhouders duidelijk dat het effect van een crisis in de pluimveehouderij op de samenleving zeer groot is. Dit is reden genoeg om de boer te wijzen op de maatschappelijke gevolgen van een agrarisch probleem, zoals de volgende geïnterviewde beweert:

“Ik ben bij een hoorzitting van de waarheidscommissie Vogelpest Noord-brabant en Limburg geweest. Er waren veel hobbydierhouders aanwezig en ook al werd er van tevoren op aangestuurd niet te gaan schelden, de gemoederen liepen hoog op. Iemand zei dat iedereen zich maar moet schikken naar de professionele pluimveehouderij, maar dat er nog nooit een bedankje af kon van LTO of zo. Toen realiseerde ik me dat er heel wat van de samenleving wordt gevraagd en dat mag de sector zich best even realiseren.”

De rolopvatting van de journalist is dus van grote invloed op hoe en waarover de journalist schrijft. Journalisten die de discussie onder de boeren willen aanzwengelen en de boer willen overtuigen van maatschappelijke geluiden, schrijven anders over maatschappelijke onderwerpen dan journalisten die de boer slechts wil informeren met feitelijke kennis. De positionering van de boodschap wordt heel anders wanneer het doel is om de lezer te prikkelen, dan wanneer de lezer wordt geïnformeerd. De eerste zal vallen in de marge van achteloosheid en soms zelfs in de marge van verwerping, terwijl de laatste in de marge van acceptatie zal vallen.



Met de uiteenzetting van verschillende opvattingen over de rol die een journalist zou kunnen innemen, is nog niet duidelijk welke manier voor de boer het meest overtuigend is. Een lezer wil vermaakt worden en nieuwe, bruikbare informatie tot zich nemen. Een journalist wil gelezen worden. Hij zal dus in ieder geval proberen de lezer te boeien. Dit kan door de lezer van bruikbare en praktische informatie te voorzien, maar dit kan ook door prikkelende teksten en uitspraken. Voor beide manieren valt wat te zeggen. In het eerste geval zullen de meeste lezers tevreden zijn, maar er zullen weinig mensen overtuigd raken van nieuwe standpunten. Terwijl in het tweede geval meer mensen de boodschap zullen verwerpen, maar de kans dat de overige lezers het standpunt overnemen is groter. Duidelijk is dat met het stroop om de mond smeren niemand wijzer wordt. Maar er schuilt ook een gevaar in 'te ver voor de muziek uitlopen'. In dat geval verliest de journalist het contact met de lezer.

### 4.3 Externe invloeden op journalist

#### 4.3.1 *Bladformule*

Vaktijdschriften hebben verschillende pagina's met verschillende functies. Een opiniepagina is bijvoorbeeld bedoeld om ruimte te maken voor verschillende meningen van verschillende organisaties. Ook zijn er velerlei andere mogelijkheden om maatschappelijke geluiden een plek te geven. Zo zijn er opiniestukken, commentaar, columns en natuurlijk achtergrondstukken. De keuze van de onderwerpen van een achtergrondartikel zegt ook iets over de rol die maatschappelijke geluiden krijgen. De bladformule van het vakblad bepaalt met name de grenzen waarbinnen de journalisten moeten schrijven. Een vakblad dat een hele strenge bladformule heeft, schrijft niet alleen de structuur van een artikel voor, maar ook de doelgroep die moet worden aangesproken en het doel van een artikel. Dit illustreren de volgende citaten:

“Wij hebben, ja...schrijf maar een boek over hoe dat allemaal werkt, ik noemde net al die lezersfuncties, daar zit een hele bladfilosofie achter. Ik weet niet eens hoeveel we hebben gedefinieerd op het ogenblik, misschien wel 7 boeren”.

“Neem een convenant gewasbescherming, dan moeten we feitelijk gewoon brengen wat er aan de hand is. Vervolgens moeten wij wegen. Wegen en een analyse maken van wat is nou de impact van dat nieuws”.

Een weinig uitgebreide bladformule, laat de invulling van een artikel meer aan de journalist over. Het gebrek aan een uitgebreide bladformule geeft vrijheid, zoals de volgende citaten laten zien:

“Ik heb bij ons vakblad wel bijna absolute vrijheid om te schrijven wat ik wil. Daar probeer ik zelf een beetje mee om te gaan met die verantwoordelijkheid”.

“In feite kun je bij ons alles kwijt, zelfs al leidt dat tot vele boze telefoontjes. (...) Dat vormt soms wel eens een dilemma ja; schrijf je dat op, en hoe schrijf je dat op?”

De bladformule zegt iets over de vrijheid die de journalist krijgt bij het schrijven van een artikel, maar ook iets over de moeite die wordt genomen om aan te sluiten bij de lezer. Een bladformule wordt ontworpen om de lezer te bedienen. Zo worden er keuzes gemaakt over het moment van publicatie vanwege de lezer. Bijvoorbeeld het ene vakblad wacht met een discussiestuk over de pluimveehouderij, omdat de boeren nog niet toe zullen zijn aan een toekomstdiscussie. Volgens de Social Judgement Theory zou het ter discussie stellen van de huidige gang van zaken in de pluimveehouderij in de marge van verwerping vallen bij de pluimveehouder. Terwijl het andere vakblad het een maand na de uitbraak publiceert. Hier wordt kennelijk geen rekening gehouden met de marge van verwerping, of misschien wordt niet geloofd dat het binnen de marge van verwerping valt. De tegenovergestelde insteek wordt geïllustreerd met de volgende citaten:

“Wij wilden in de eerste plaats niet meedoen aan die categorieën mensen, waaronder de nieuwe minister van landbouw, Veerman, die al in de eerste week ging zeggen; deze epidemie is aanleiding om de

hele sector eens op zijn kop te zetten, of om de toekomst van de sector eens nader te bepalen. Dat is naar mijn idee een veel te vroeg stadium, omdat je er in de sector geen gehoor voor krijgt”.

“Ik vind dat je deze zaken ook van te voren moet brengen. Als het door gaat zoals het nu gaat in de pluimveehouderij, dan krijg je inderdaad dat de sector afkalft. Je wilt toch een beetje de discussie warm houden; kunnen we als pluimveehouders het tij keren, of blijven we allemaal onze mond houden en maar doormodderen. En er niks aan doen”.

Met dezelfde gebeurtenis, wordt verschillend omgegaan door agrarische vakbladen. Dit laat het verschil in bladfilosofie tussen de onderzochte vakbladen ook zien. Waar de één zich vooral toelegt op de gevolgen van maatschappelijke ontwikkelingen voor de boer, wil de ander ook daadwerkelijk het maatschappelijke debat volgen. De journalist past zich aan aan de bladformule. De volgende citaten laten de verschillen in de drie bladformules zien:

- 1) “Ons vakblad staat denk ik niet bekend als het blad waarin discussie nou het meest worden aangewakkerd. Hoewel we wel bekend willen staan als scherp. (...) Het is misschien de degelijke aanpak boven de mogelijk stof opwerpende aanpak”.
- 2) “Onze bladformule is dat alle organisaties, de hele kolom, maar ook de maatschappelijke organisaties er omheen aan het woord kunnen in ons vakblad”.
- 3) “Eigenlijk zie ik ons vakblad als een soort discussieplatform waar je allerlei meningen in moet zetten en waarin over die land- en tuinbouw gediscussieerd wordt en waarin de richting die land- en tuinbouw uitgaat goed wordt vastgelegd, of aangegeven waarin ze uit kan gaan”.

De verschillen in bladformule maken een duidelijk onderscheid in de bladen onderling. Dit onderscheid heeft ook gevolgen voor de rol van maatschappelijke geluiden in een vakblad. Waar de eerste niet de

discussie wil opwerpen, maar meer voor een goede tip gaat, wil de tweede juist iedereen een stem geven. De derde wil de toekomst van de land- en tuinbouw mede laten afhangen van de maatschappelijke geluiden en wensen. Dit heeft ook te maken met de concurrentie op de markt van geschreven media. Omdat de noodzaak om als blad te onderscheiden van andere bladen groter wordt, is de profilering van het blad ten opzichte van andere bladen belangrijker.

### **4.3.2 Redactie**

Ook op de redactie speelt de achtergrond van de journalist een belangrijke rol. Zoals eerder gezegd is ongeveer 50% van de journalisten opgegroeid op een boerderij. Zoals blijkt uit de volgende citaten, speelt de achtergrond inderdaad een rol bij de manier van schrijven:

“Dat heb je bij zo'n vakblad natuurlijk; sommigen die zich meer een voorlichter voelen, en een ander die weer een echte journalist is”.

“Mijn hele familie is ook van boerenafkomst en als ik schrijf denk ik vaak; als ik het zo opschrijf, dan zullen ze dat begrijpen”.

Een ander onderscheid dat gemaakt kan worden, is die tussen vakredacteuren en nieuwsredacteuren. Aangezien van redacteuren van agrarische vakbladen veel specialistische kennis wordt gevergd, begeeft men zich niet gauw op andermans vakgebied. Er zijn speciaal redacteuren die over maatschappelijke onderwerpen schrijven, terwijl de vakredacteuren het vaak bij technische onderwerpen houden, zoals blijkt uit het volgende:

“Je hebt mensen die vooral bezig zijn, heel technisch, met hoeveel zeugen er in een hok passen. Of dat dan met dierenwelzijn te maken heeft, daar willen ze dan ook nog wel een keer over schrijven, als het perse moet. Maar je hebt mensen die juist meer vanuit het dierenwelzijn schrijven, en die naar de toekomst proberen te kijken, maar daar is heel weinig discussie tussen, het is eigenlijk iedereen zijn eigen toko”

“Ik zou een vakredacteur, die normaal alleen maar over trekkers etc. schrijft, niet een verhaal laten schrijven over dierenwelzijn”.

“Ons vakblad is wel weer zo samengesteld dat je mensen op de redactie hebt rondlopen die meer met de milieubeweging hebben, en je hebt ook mensen die meer met de agrarische hoek hebben”.

Door verschillende journalisten werd een tweedeling bespeurd op de redactie. Redacteurs die maatschappelijke geluiden een prominente plek willen geven en redacteurs die dat niet doen, of sterker nog; die juist defensief voor de land- en tuinbouw schrijven (zie ook paragraaf 4.2.2). Er is geen conformiteit tussen collegae onderling over de rol van maatschappelijke onderwerpen. De conformiteit die er op een redactie bestaat, verschilt wel van blad tot blad, maar zaken als invalshoek van een artikel, of de rol van maatschappelijke geluiden bij een onderwerp, worden meestal niet redactiebreed besproken. Zoals de volgende uitspraken laten zien, werken agrarische journalisten veelal op zichzelf:

“Het zijn toch allemaal eilandjes”.

“Het is niet zo dat we met z'n allen zeggen, we moeten dit en dat. Je moet het gewoon zien als één grote vrolijke chaos”.

“Daar zitten 40 verschillende meningen. En 40 verschillende opvattingen over het welzijn en het milieu”.

Degenen die het nieuws selecteren, bepalen het soort onderwerpen dat de journalist aangereikt krijgt. Wat wordt wel behandeld en wat niet. De nieuwschef is doorgaans verantwoordelijk voor de nieuwsselectie, maar voor de keuze van het al dan niet behandelen van een onderwerp, bestaan in deze gevallen geen geschreven regels. Journalisten kunnen zelf met een onderwerp komen, die de nieuwschef al dan niet goedkeurt.

De stukken worden wel technisch geëvalueerd, maar er zijn geen inhoudelijke discussies naar aanleiding van een geschreven stuk. Laat staan dat er vóóraf gediscussieerd wordt over de aanpak, of de invalshoek van een stuk. Veelal gaat dat ook aan de hand van ongeschreven regels. Ongeschreven regels bestaan door een gedeelde

mening van collegae over de manier van aanpakken. Deze worden ontwikkeld door de duizenden interacties van collegae onderling. In een hectische omgeving van de redactie, wordt er heel veel informeel gecommuniceerd door de collegae onderling. Voorbeelden van ongeschreven regels zijn positieve belichting en negatieve belichting van een onderwerp afwisselen, of het nemen van een invalshoek die nog niet door andere bladen is gebruikt.

“Je houdt er toch wel rekening mee, om altijd alle partijen een beetje tevreden te houden en in hun waarde te laten”.

“We hebben allemaal ons eigen pakket en ik neem aan dat iedereen wel hetzelfde denkt, dat als je in een verhaal wéér dezelfde woordvoerder hebt en weer dezelfde personen die een meing hebben, het verhaal niet beter wordt”.

“Het is meer een soort praktijkregel dat je wel probeert om zo divers mogelijk nieuws te brengen”.

Het gebrek aan gezamenlijke aanpak en overleg en de veelheid aan ongeschreven regels geven redacteuren een zelfstandigheid in hun handelen. Dit kan voor sterke diversiteit in opvattingen over maatschappelijke onderwerpen zorgen. Zonder dat daar een gezamenlijk standpunt ingenomen wordt, kan het goed zijn voor pittige discussies tijdens de lunch. Zo weten de journalisten onderling bijvoorbeeld heel goed wie er voor of tegen de bio-industrie is, wie vegetarisch is en wie niets moet hebben van milieubewegingen. Dit houdt elkaar scherp. Bovendien gaan van ongeschreven regels normen uit, die een sturende rol hebben bij de manier waarop een journalist schrijft. Wat dit betekent voor de maatschappelijke onderwerpen, heeft ook te maken met de geschreven regels, zoals de bladformule.

### **4.3.3 Lezers**

Er wordt rekening gehouden met de behoeften van de lezer. De journalisten die vooral als doel hebben om informatie door te geven, houden bijvoorbeeld rekening met de lezer. Misschien is het niet zo dat ze

alleen goed nieuws willen brengen, maar de informatie moet bruikbaar zijn voor de lezer. Ze stemmen af op de informatiebehoefte van de lezer. Journalisten die lezers ook willen overtuigen of aansporen tot discussie, houden op een andere manier rekening met de lezer. Zij proberen hun boodschap te positioneren in de marge van achteloosheid, waardoor de lezer het artikel wel leest en daardoor toch geprikkeld wordt.

Toch heeft een journalist in het algemeen maar weinig met de lezer van doen. Het is onmogelijk om alle lezers helemaal tevreden te stellen, bovendien wil een vakblad onafhankelijk zijn. Journalisten moeten onafhankelijk nieuws kunnen brengen, zonder rekening te houden met derden. Zo hoeft een journalist geen verantwoordelijkheid te dragen voor de tevredenheid van elke lezer. Boze reacties van lezers worden geïncasseerd, maar er worden geen gedwongen consequenties aan verbonden. Zelfs als de lezer bereid is het abonnement op te zeggen, is dat niet de verantwoordelijkheid van de journalist. De journalist is dus niet genoodzaakt zich iets van de lezer aan te trekken.

Agrarische journalisten zijn in dit geval een uitzondering op de regel, omdat ze vaak bij de boer over de vloer komen. Er is een bovengemiddelde interactie met de lezer tijdens bezoeken, vergaderingen, of andere gebeurtenissen. Bovendien zijn de lezers van vakbladen vaak zeer betrokken bij de materie. Dit betekent dat de marge van verwerping groot is en de boodschap de lezer er al snel toe kan bewegen om de redactie op te bellen. De meeste journalisten krijgen ook vaak reacties op stukken die ze hebben geschreven.

Met deze mogelijkheden tot feedback kunnen de lezers de journalist 'belonen' of 'straffen'. Het referentiegedrag van de agrarische journalist wordt dus veel meer dan bij de algemene pers, bepaald door hun lezers. Zeker omdat de redactie vaak bestaat uit kleine eilandjes, moet de agrarische journalist het voor een relatief groot deel van zijn lezers hebben.

### **4.3.4 Externe media**

Een onafhankelijk vakblad laat zich niet leiden door een politieke, dan wel financiële lobby van buitenaf. De journalistieke randvoorwaarden, zoals onafhankelijkheid staan hoog in het vaandel bij agrarische vakbladen. Zo kan een adverteerder geen invloed uitoefenen op de inhoud van een vakblad. Een journalist is natuurlijk wel afhankelijk van zijn bronnen, maar ook daarin lijken agrarische journalisten zich niet aan banden te willen

leggen. De volgende citaten laten zien dat onafhankelijkheid bovenaan staat:

“Het is tenslotte onze functie om dingen te brengen, en als ik mijn redenen heb om iets wel in de krant te krijgen, dan ga ik dat niet laten, omdat die bronnen daar nou niet helemaal gelukkig mee zijn”.

“Nou, dat is wel beleid bij ons vakblad; als we vinden dat boeren dat moeten weten, onthouden we hun die informatie niet, ook al zegt de adverteerder zijn contract op”.

### 4.4 Schrijven voor een agrarisch vakblad

#### 4.4.1 *Agrarisch nieuws eerst*

Het feit dat journalisten schrijven voor een agrarisch vakblad, betekent dat er anders wordt omgegaan met maatschappelijke onderwerpen, dan als ze zouden schrijven voor een algemeen blad als De Volkskrant of Elsevier. Dat heeft te maken met de lezers. Het vakblad is gericht op de informatie-behoefte van boeren en tuinders. Dat betekent dat agrarische onderwerpen, die van belang zijn voor de bedrijfsvoering voorrang krijgen.

“Het kan nooit zo zijn dat op de nieuwspagina maatschappelijke organisaties  $\frac{3}{4}$  van het nieuws innemen. Je probeert ook een beetje diversiteit te krijgen”.

“Mensen vinden het wel goed om af en toe eens hard met de neus op de feiten gedrukt te worden, maar het moet gewoon niet een groot deel van je blad gaan uitmaken, iedere week opnieuw. Dan denken ze dat ze lid zijn van een natuurorganisatie. Kijk, dat vind ik wel iets dat je moet voorkomen”.

De mate van behandeling van maatschappelijke onderwerpen in een agrarisch vakblad verschilt. Bij het ene blad is daar meer ruimte voor dan bij andere, maar er zijn grenzen. De volgende citaten laten zien waarom:



Het primaire doel van een agrarisch vakblad is de boer bruikbare informatie geven voor zijn bedrijfsvoering. Daarbij kan het gaan om praktische informatie tot het uiteenzetten van ontwikkelingen in de land- en tuinbouw. De journalist laat zich in het schrijven van stukken leiden door de nieuws waarde voor boer, en niet door maatschappelijke relevantie. Wel worden maatschappelijke organisaties bewust gebruikt vanuit het journalistieke hoor-wederhoor principe. Bovendien zijn er ook journalisten die inzien dat de land- en tuinbouwsector niet zonder de maatschappelijke organisaties kan. Om boeren zo goed mogelijk bij te staan in hun besluiten over de toekomst van hun agrarische onderneming, achten sommige journalisten maatschappelijke geluiden juist van belang. In elk vakblad wordt daar weer anders mee omgegaan. Ieder blad heeft zijn eigen stijl. Lezers zoeken daar hun blad op uit.

### ***4.4.2 Plek voor maatschappelijke issues***

Aan de andere kant hebben lezers op en aanmerkingen over wat en hoe er in een blad geschreven wordt. Wanneer er iets feitelijk niet klopt, bellen lezers naar de redactie. Maar ook wanneer ze zich ontsteld voelen over een stuk waarin aan maatschappelijke geluiden gehoor wordt gegeven, zoals de volgende citaten laten zien:

“Dan krijg je een boze lezer aan de lijn, die vindt dat je de tegenpartij te veel aan het woord hebt gelaten, dat je te weinig tegenwicht hebt geboden”.

“Ik denk dat er iedere week wel iemand opbelt om eens eventjes te zeggen dat hij het er absoluut niet mee eens is, of soms ook dat hij het er helemaal wel mee eens is. Je weet gewoon dat bij sommige stukken die je schrijft; hier is een groep het gewoon niet mee eens”.

“Meestal kan ik ze er wel van overtuigen dat het toch een belang heeft om het juist in de krant op te nemen. Je zit er niet om voortdurend maar op te schrijven wat lezers graag willen horen”.

Het licht dat op een maatschappelijk onderwerp wordt geworpen is afhankelijk van de bedoeling van het vakblad. In eerste instantie moet

informatie worden gegeven die van belang kan zijn voor de bedrijfsvoering. Er worden praktische handvaten voor de individuele boer gegeven. Er zijn ook artikelen die bewust bedoeld zijn voor de sector als geheel. In artikelen die de hele sector aan moeten spreken, wordt eerder aandacht geschonken aan trends en maatschappelijke issues.

### ***4.4.3 Praktische overwegingen***

Een journalist kan schrijven met een visie, of hij kan zich druk maken om journalistieke correctheid van een stuk. Veel overwegingen in het schrijven zijn ook praktisch van aard. Het schrijven van een stuk bestaat niet alleen uit rationele beslissingen over het hoe en wat gezegd moet worden. Vaak worden vanwege praktische overwegingen keuzes gemaakt. Het niet beschikken over het 06 nummer bij tijdsdruk kan bijvoorbeeld een reden zijn om iemand anders te bellen. Of het kan schorten aan tijd en inspiratie om een spannend stuk te schrijven. Soms is het gewoon moeilijk om de medewerking te krijgen van een persoon. Dit wordt geïllustreerd met de volgende citaten:

“Ik ben nou 5 jaar journalist, maar als je het over inspiratie hebt; de ene keer heb je vreselijk goede ideeën voor nieuwe verhalen en dan gaat het ook als een trein, en dan ben je echt 1 of 2 weken leeg”.

“Dus als je het hebt over het dilemma, wie laat je wel en wie laat je niet aan het woord, dan heb je praktische overwegingen en verder geen principiële bezwaren tegen wie dan ook”.

“Theo Vogelzang, die verantwoordelijk was voor de tuinbouw, is op een gegeven moment opgestapt. Die zocht juist meer het compromis-model, nu heb je Muilenman, dat is iemand van de harde lijn. (...) Hij is gewoon iemand met de vuist op tafel en tot hier en geen meter verder. Daar stoort ik me wel eens aan. Daar schrijf je op een andere manier over”.

Praktische overwegingen kunnen zo de ideologische, of de journalistieke overwegingen overheersen.

## HOOFDSTUK 5 TYPEN JOURNALISTEN

### 5.1 Inleiding

Aan de hand van de voorgaande hoofdstukken is gebleken dat er op verschillende vlakken diversiteit onder de agrarische journalisten bestaat in hoe ze omgaan met maatschappelijke onderwerpen in hun stukken. Er is een aanzet gegeven voor de mogelijke oorzaken, en factoren die te maken hebben met deze verschillen. Om inzicht te krijgen in de uitwerking van die verschillen, worden 4 journalisten uitgewerkt, waarvan elke een type voorstelt. Deze typologieën pretenderen niet een volledig beeld te geven van een journalist, want de selectie is onvermijdelijk beperkt. De beschrijvingen zijn ook niet uniek voor de genoemde typologieën. Er zijn waarschijnlijk meerdere typen te bedenken, maar door 4 prototypen te beschrijven, blijven de verschillen goed in beeld. Het doel is om inzicht te krijgen in de diversiteit onder de agrarisch journalisten.

De typologieën zijn gemaakt aan de hand van persoonsgebonden kenmerken (zie hfd 4.2), terwijl de externe factoren weg zijn weggelaten. De rolopvatting en de achtergrond worden tegen elkaar uitgezet.

### 5.2 4 journalisten

#### *5.2.1 Het doorgeefluik*

Deze journalist is vaak een parlementair redacteur en heeft veel te maken met de land- en tuinbouwpolitiek en rapporteert over de minister van land- en tuinbouw en maatschappelijke organisaties. Als geen ander krijgt hij een heleboel informatie te verwerken, die hij hanteerbaar probeert te maken voor de lezer. Hij komt als journalist zelden bij boeren over de vloer en staat daardoor verder van de praktijk af. De reden om agrarisch parlementair redacteur te worden is eerder ingegeven door de wens om parlementair redacteur te worden, dan door het agrarische. Dus de journalistieke spelregels staan hoog in het vaandel en de eigen mening wordt zo nauwkeurig mogelijk gescheiden van het schrijven. Hij vindt dat de land- en tuinbouw politiek verantwoord moet produceren en dat boeren zich moeten houden aan de bestaande regels.

### ***5.2.2 De idealist***

Deze nieuwsredacteur heeft vaak met maatschappelijk nieuws in de samenleving te maken. Hij heeft geen agrarische achtergrond, maar heeft wel een brede interesse voor de land- en tuinbouw. Hij heeft in het verleden een land- en tuinbouwgerelateerde studie gedaan, namelijk milieukunde. Hij schrijft veel feitelijke nieuwsartikelen, maar hij geeft door zijn nieuwsselectie en in zijn achtergrondartikelen een duidelijke rol weg voor maatschappelijke geluiden in de land- en tuinbouw. Hij zal proberen om de land- en tuinbouw langzaam maar zeker de kant van maatschappelijk verantwoord produceren op te duwen.

### ***5.2.3 De dienstbare***

Dit is een specialistische redacteur die veel affiniteit met de land- en tuinbouw heeft. Hij houdt zich vooral bezig met technische zaken die in het boerenbelang zijn. Het is iemand die zich helemaal heeft toegelegd op het geven van handvaten voor de boer om goed te kunnen boeren. De boer moet bijvoorbeeld om kunnen gaan met de regelgeving van de overheid, geld verdienen en het nut weten van nieuwe uitvindingen. De land- en tuinbouw moet economisch haalbaar zijn.

### ***5.2.4 De kritisch betrokkene***

Deze specialistische redacteur heeft veel affiniteit met de land- en tuinbouw en heeft een boerenachtergrond. Hij heeft een helder idee over hoe het verder met de land- en tuinbouw moet en hij denkt dat de maatschappij hier geen onbelangrijke rol in speelt. Hij vindt dat de eigen visie best in een achtergrondstuk mag doorschemeren. De boer heeft daar volgens hem zijn eigen verantwoordelijkheid in het maatschappelijk verantwoord produceren.

## 5.3 Persoonlijke kenmerken

### 5.3.1 *Achtergrond*

De achtergrond van de journalist zegt iets over zijn betrokkenheid met de lezer (zie hfd 4.2.2). Deze kan variëren van opgegroeid op een boerderij tot nooit iets met de land- en tuinbouw te maken hebben gehad. Het eerste betekent dat de journalist heel direct met de land- en tuinbouw betrokken is geweest, terwijl het laatste inhoudt dat hij er een stuk verder vanaf staat. Iemand die niet direct iets met de land- en tuinbouw te maken heeft gehad, maar toch bij een agrarisch vakblad terecht is gekomen, heeft vaak een journalistieke opleiding. Beide kunnen een positief effect hebben op de vaardigheden in de agrarische journalistiek. Immers, iemand die de boeren goed aanvoelt, kan sneller problemen of nieuws opsporen, terwijl iemand die er van buitenaf tegenaan kijkt een frisse blik kan werpen over de land- en tuinbouw en meer inzicht kan hebben in de motieven en achtergronden van partijen buiten de land- en tuinbouw die iets over de land- en tuinbouw zeggen. Verder kan een agrarisch journalist een agrarische opleiding gevolgd hebben, of juist een journalistieke opleiding (zie ook paragraaf 4.2.1). De opleiding bepaalt ook vaak de deelredactie waar de journalist komt te werken. Redacteuren met een journalistieke opleiding, werken vaak op de parlementaire redactie, of bij de nieuwsredactie. Terwijl journalisten met een agrarische opleiding vaak op de vakredactie zitten, omdat het dan ook gaat om vakkennis. Verder kan een ervaren land- en tuinbouwjournalist ook zeer betrokken zijn met zijn lezers, omdat hij begaan is geraakt met zijn vak en de sector.

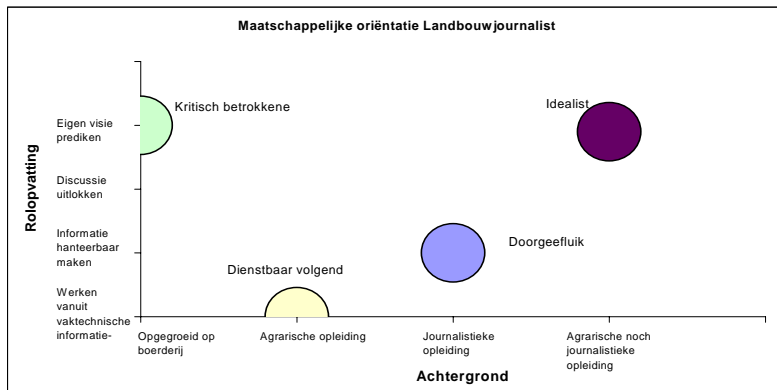
### 5.3.2 *Rolopvatting*

De rolopvatting van de journalist is ook een persoonlijk kenmerk. Agrarische journalisten blijven journalisten, dus de algemene journalistieke randvoorwaarden, zoals hoor en wederhoor gelden voor iedereen. Toch is een achtergrondartikel nooit helemaal vrij van een lading die de journalist automatisch meegeeft aan het stuk. Een journalist wil de lezer in een achtergrondstuk iets duidelijk maken. Het lijkt misleidend om te beweren dat de rolopvatting van de journalist puur zijn eigen overtuiging is. De mate waarin de journalist wordt vrijgelaten om zijn eigen visie te verweven in een artikel, hangt voor een groot deel van de bladfilosofie af.

Iemand met de opvatting dat de land- en tuinbouw maatschappelijk verantwoord moet zijn, is vaak het type dat zelf niet van de boerderij komt. Deze zal zijn eigen visie willen prediken, om de land- en tuinbouwsector als geheel aan te spreken en de lezers inzicht te geven in maatschappelijke problematiek. Er zijn ook redacteuren die alleen informatie willen verwerken en doorgeven. Deze staan in dienst van de lezer en willen hoofdzakelijk dat de boer geld kan verdienen. In praktijk zijn deze vormen gemengd, maar in de geschetste typologieën zijn ze gescheiden om de verschillen te benadrukken.

### 5.4 Grafische weergave

Bovenstaande prototypen zijn aan de hand van de volgende factoren geschetst; de achtergrond van de journalist en de rolopvatting van de journalist (zie figuur 1). De persoonlijke kenmerken van de journalist zijn op een as uitgezet. Hoe dichter de factor bij de oorsprong ligt, hoe meer de journalist op de boer gericht is. Terwijl verder van de oorsprong af, de journalist meer op de maatschappij is gericht. Wanneer een journalist is opgegroeid op een boerderij is meer op de boeren gericht, dan iemand die dat niet is en ook geen agrarische, of journalistieke opleiding heeft gehad. Verder is iemand die zijn eigen visie wil prediken vaak meer op de maatschappij gericht dan iemand die werkt vanuit de informatiebehoefte van de lezer.



Figuur 3. Maatschappelijke oriëntatie van de 4 typologieën, uitgedrukt in persoonlijke kenmerken

## HOOFDSTUK 6 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

### 6.1 Inleiding

Er is in de inleiding geconstateerd dat er veel aan het veranderen is in de Nederlandse land- en tuinbouw. Maatschappelijke organisaties hebben een belangrijke stem in de koers die de land- en tuinbouw gaat varen. Aangezien de land- en tuinbouwjournalisten invloed kunnen uitoefenen door wat en hoe zij schrijven, is de opstelling van de journalisten niet onbelangrijk voor de toekomst van de land- en tuinbouw. Met dit onderzoek is in kaart gebracht hoe de land- en tuinbouwjournalisten tegenover maatschappelijke geluiden in agrarische vakbladen staan. In dit hoofdstuk komen de conclusies naar aanleiding van de resultaten aan bod. Tenslotte zullen aan de hand daarvan enkele aanbevelingen gedaan worden.

### 6.2 Conclusies

Aan de hand van de onderzoeksvragen worden de conclusies ingeleid. De conclusies zijn niet altijd van toepassing op alle journalisten, of alle vakbladen. Soms worden algemene uitspraken gedaan, die betrekking hebben op een deel van de vakbladen, of de journalisten.

#### ***6.2.1 Schrijven om het waarom van maatschappelijke standpunten weer te geven, gebeurt weinig en hier is geen eenduidige oorzaak voor aan te wijzen.***

Agrarische journalisten vinden het belangrijk dat maatschappelijke onderwerpen in het blad komen. Wel blijkt uit de tekstanalyse dat de manier waarop aandacht wordt geschonken aan dit soort onderwerpen zeer verschillend is. Veelal wordt er passief of constaterend geschreven. Dat wil zeggen dat de lezers niet te horen krijgen wat de achtergrond en de beweegredenen zijn van de standpunten van maatschappelijke organisaties. Slechts een enkele keer wordt empathisch geschreven, dat

wil zeggen dat de lezer inzicht krijgt in het waarom van de maatschappelijke standpunten. Deze laatste vorm is juist een goede basis voor wederzijds begrip en samenwerking.

Er zijn diverse redenen waarom journalisten passief of constaterend schrijven. Dit heeft enerzijds te maken met de rolopvatting van de journalist zelf en met zijn affiniteit met de lezers. Daarnaast speelt de bladformule mee: hoeveel, expliciete, ruimte is hierin voor het weergeven van maatschappelijke standpunten. Maar ook ongeschreven regels spelen een rol.

### ***6.2.2 Er zijn zowel journalisten met eigen mening, als journalisten als doorgeefluik***

Hoewel een journalist aan journalistieke voorwaarden heeft te voldoen, bestaat er altijd ruimte voor een eigen tintje aan een stuk. Iedere journalist schrijft op zijn manier. Sommigen willen graag hun eigen visie in een stuk leggen, anderen willen discussie opwerpen en nog anderen willen de lezer alleen informeren. Het is moeilijk te zeggen met welke manier de journalist de boer het beste kan overtuigen. Dit is namelijk afhankelijk van de marge van acceptatie en verwerping van de lezer. Opvallend is dat journalisten die hun eigen visie in een stuk leggen, de boer bewust kenbaar wil maken hoe de maatschappij denkt over de land- en tuinbouw. Soms vinden ze dat hij zijn eigen verantwoordelijkheid moet nemen in maatschappelijk verantwoord produceren. Deze journalisten hebben de ambitie boeren met hun neus op de maatschappelijke ontwikkelingen te drukken, omdat zij vinden dat alleen informeren van boeren dat niet kan garanderen.

### ***6.2.3 De redactie speelt geen bewust sturende rol***

Redactiebreed is er meestal geen beleid ten aanzien van maatschappelijke onderwerpen. Vaak wordt er ad hoc besloten over de invalshoek en de belichting van een onderwerp, omdat er op redactieniveau geen gezamenlijk standpunt is. Sterker nog, er bestaat vaak een tweedeling tussen journalisten op basis van hoe ze over maatschappelijke onderwerpen denken. Wel zijn er ongeschreven regels en de bladformule die sturing geven.



### ***6.2.4 De bladformule speelt een onderscheidende rol***

Met de bladformule proberen de vakbladen zich van elkaar te onderscheiden. Hier zijn dus ook de grootste verschillen te bemerken in de rol die maatschappelijke geluiden krijgen. Afhankelijk van de bladformule is er ruimte voor de eigen visie van de journalist. Wanneer de bladformule het toelaat kan de journalist een stuk schrijven waarin hij zijn eigen visie in verwerkt. De journalist heeft dan de vrijheid om te bepalen op welke manier maatschappelijke onderwerpen in het agrarisch blad komen. Is er een strakke bladformule op het gebied van de inhoud en het doel van een artikel, dan is er alleen op bepaalde plekken ruimte voor maatschappelijke onderwerpen.

### **6.3 Aanbevelingen**

Nu in kaart is gebracht wat de maatschappelijke oriëntatie van land- en tuinbouwjournalisten is, en hoe die tot stand komt, kunnen enkele aanbevelingen worden gedaan. De aanbevelingen zijn een combinatie van wat er in sommige bladen reeds wordt gedaan en wat er in de conclusies naar voren is gekomen.

#### **•Maak maatschappelijke standpunten begrijpelijk.**

Het is belangrijk dat de lezer het standpunt van de maatschappelijke organisatie daadwerkelijk begrijpt. Als deze inzicht heeft in de motivatie van de groeperingen, kan hij de stap naar een maatschappelijk verantwoorde land- en tuinbouw met overtuiging maken. Daarom moeten landbouwjournalisten vaker of beter 'empathisch' schrijven over maatschappelijke onderwerpen. Dat wil zeggen dat hij/zij de argumenten en beweegredenen van de maatschappelijke organisatie ook naar voren brengt in de artikelen.

#### **•Meer systematisch beleid ten aanzien van maatschappelijke onderwerpen.**

De redacties kunnen systematischer aandacht besteden aan maatschappelijke onderwerpen op de redactie zelf door er beleid over te voeren. Daarbij kunnen ze gebruik maken van de diversiteit onder de journalisten. Discussies kunnen op de agenda van redactievergaderingen komen, maar ook bijvoorbeeld discussies tijdens de lunch zijn welkom.

**•Behandel maatschappelijke discussies, ook wanneer het gevoelig ligt.**

Het is goed om maatschappelijke discussies in het blad te behandelen, ook wanneer ze gevoelig liggen bij de lezer. Door op tijd over deze zaken te schrijven kan de individuele boer of tuinder zijn bedrijfsvoering op de toekomst voorbereiden. Nieuwschef en hoofdredacteur moeten hiervoor zorgen.

**•Bouw maatschappelijke onderwerpen in de bladformule in.**

Gebruik bijvoorbeeld de platformfunctie van een vakblad, door maatschappelijke onderwerpen ter discussie te stellen voor lezers en desk. Dat kan bijvoorbeeld via een aparte rubriek.

**LITERATUUROPGAVE**

- Breed, W., Social control in the newsroom, 1960, in Schramm, W., Mass communications, p. 175-197
- Drok, N.; Roeters, A., Het journalistieke ambacht, Kok, Kampen, 1986,
- Elliott, D., edited by, Responsible journalism, 1986, Beverley Hills [etc.] : Sage
- Ettema, J.S.; Whitney, D.C., Individuals in mass media organizations: creativity and constraint, 1982, p. 7-10 en 219-237, Beverly Hills [etc.] : Sage
- Gans, H.J., Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly news, Newsweek and Time, 1980, Vintage Books, New York
- McQuail, D., Mass communication theory, an introduction, 1994, third edition, Sage, London
- Rennen, T., Journalistiek als kwestie van bronnen, journalist en bron in de dans om het nieuws, 2000, Eburon, Delft
- Shoemaker, P.J.; Reese, S.D., Mediating the message, theories of influences of mass media content, 1991, Longman Publishing Group, University of Texas, Austin
- Tuchman, G., Making News, a study in the construction of reality, 1978, The Free Press, New York
- Tunstall, J., Journalists at work : specialist correspondents : their new organizations, news sources and competitor – college agues, 1971, London
- Vernooij, A., Van clubblad tot vakblad, 50 jaar land- en tuinbouw-journalistiek, 2003, Nederlandse Vereniging voor Land- en tuinbouw-journalistiek, Borken, Westfalen
- Woerkum, C.M.J., van, Sociologen over communicatie, het begrip en verschijnsel communicatie in de sociologie, 1979, Vakgroep Voorlichtingskunde, Land- en tuinbouwhogeschool, Wageningen, H. Veenman & Zonnen B.V.
- Woerkum, C.M.J., van; Kuiper, D.; Bos, E., Communicatie en innovatie, een inleiding, 1999, Samson, Alphen aan den Rijn

Internetsites

Universiteit van Amsterdam (<http://users.fmg.uva.nl/mdeuze>,  
<http://www.users.fmg.uva.nl>)

Mailgroup van journalisten (<http://groups.yahoo.com/group/journal/files>)  
Nederlandse Vereniging voor Land- en tuinbouwjournalistiek  
(<http://www.nvlj.nl>)

Universität Salzburg (<http://www.sbg.ac.at/autojour/projekt.htm>)