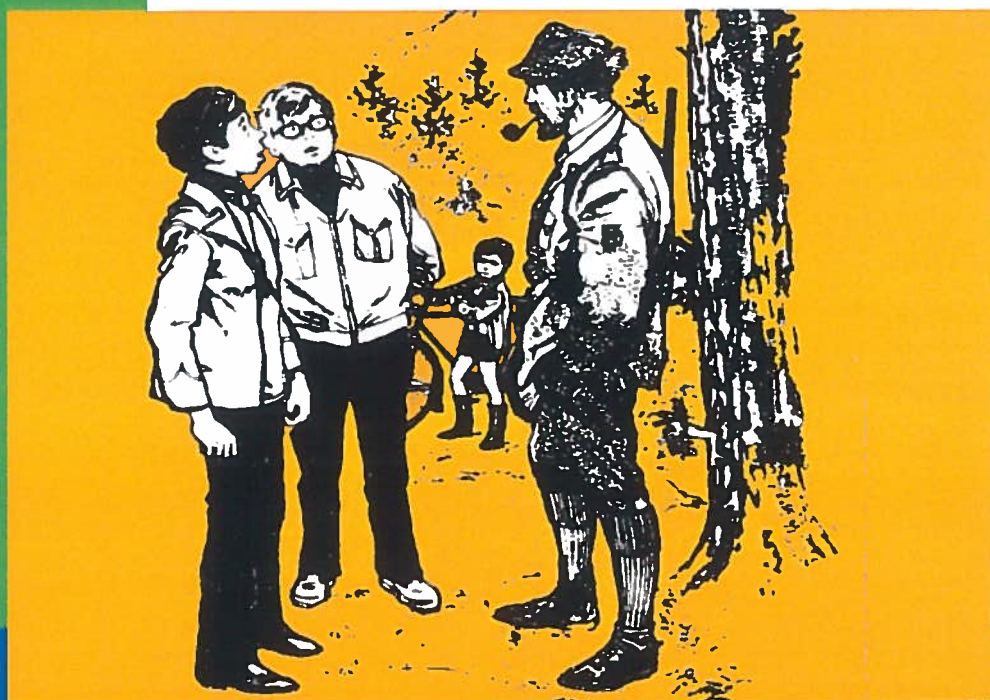


Communicatie volgens Ko de Boswachter

Studie naar de rol van communicatie bij de vervreemding tussen
bosbezoekers en bosbeheerders in Nederland

Veroniek Bezemer
Evelien Verbij
Petra Filius



Alterra-rapport 212, ISSN 1566-7197

Communicatie volgens Ko de Boswachter

Communicatie volgens Ko de Boswachter

**Studie naar de rol van communicatie bij de vervreemding tussen
bosbezoekers en bosbeheerders in Nederland**

**Veroniek Bezemer
Evelien Verbij
Petra Filius**

Alterra-rapport 212

Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte, Wageningen, 2001

REFERAAT

Bezemer, V., E.E.M. Verbij en P. Filius, 2001. *Communicatie volgens Ko de Boswachter; Studie naar de rol van communicatie bij de vervreemding tussen bosbezoekers en bosbeheerders in Nederland*. Wageningen, Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte. Alterra-rapport 212. 76 blz.; 1 tab.; 43 ref.

In deze studie wordt de rol van communicatie in het proces van vervreemding tussen bosgebruikers en bosbeheerders verder uitgediept. Hierbij gaat het om de rol die communicatie nu speelt en in de toekomst kan spelen om het proces van vervreemding bij te sturen in de gewenste richting. Aan de hand van de thematische cases exoten en grote grazers wordt het communicatietraject omtrent deze onderwerpen op een systematische wijze geanalyseerd. Gekeken wordt naar de kern van het probleem, de doelgroepen van communicatie, de inhoud van de boodschap, de communicatiemiddelen en de organisatie en logistiek. Een belangrijke conclusie is om in de communicatie in te spelen op de waarden die belangrijk worden gevonden door de doelgroep, in dit geval de bosbezoekers.

Trefwoorden: vervreemding, communicatie, bosbezoekers, bosbeheerders, exoten, grote grazers

ISSN 1566-7197

Dit rapport kunt u bestellen door NLG 40,00 over te maken op banknummer 36 70 54 612 ten name van Alterra, Wageningen, onder vermelding van Alterra-rapport 212. Dit bedrag is inclusief BTW en verzendkosten.

© 2001 Alterra, Research Instituut voor de Groene Ruimte,
Postbus 47, NL-6700 AA Wageningen.
Tel.: (0317) 474700; fax: (0317) 419000; e-mail: postkamer@alterra.wag-ur.nl

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Alterra.

Alterra aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Alterra is de fusie tussen het Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek (IBN) en het Staring Centrum, Instituut voor Onderzoek van het Landelijk Gebied (SC). De fusie is ingegaan op 1 januari 2000.

Inhoud

Woord vooraf	7
Samenvatting	9
1 Inleiding	13
1.1 Aanleiding	13
1.2 Achtergrond	13
1.3 Projectdoelstelling	14
1.4 Onderzoeksvragen van het onderzoek	14
1.5 Onderzoeksafbakening	15
1.6 Methoden van onderzoek	15
1.7 Toepassingsmogelijkheden	15
1.8 Leeswijzer	16
2 Samenvatting tussenrapportage 'Van 't bos los?'	17
2.1 Inleiding	17
2.2 Maatschappelijke context	17
2.3 Contact en beleving: rust en stilte	18
2.4 Vervreemding	19
2.5 Conclusies	21
3 Theoretisch kader	23
3.1 Vaststelling en analyse van het probleem	23
3.2 De doelstellingen van communicatie	24
3.3 De doelgroepen van communicatie	27
3.4 De communicatiemiddelen	30
3.5 De inhoud van de communicatieboodschap	35
3.6 Organisatie en logistiek	36
3.7 Conclusie	36
4 Thematische cases Exoten en Grote Grazers	37
4.1 Inleiding	37
4.2 Thematische case Exoten	37
4.2.1 Vaststelling en analyse van het probleem	37
4.2.2 Problemen in het kader van vervreemding	40
4.2.3 Conclusies	41
4.3 Thematische case Grote Grazers	42
4.3.1 Vaststelling en analyse van het probleem	42
4.3.2 Problemen in het kader van vervreemding	47
5 Analyse communicatie omtrent cases	49
5.1 Doelstellingen van de communicatie	49
5.2 Doelgroepen van communicatie	50
5.3 Communicatiemiddelen en -activiteiten	50
5.4 Inhoud van de boodschap	52
5.5 Organisatie en planning	53
5.6 Conclusies	54

6	Conclusies en discussie	55
6.1	Conclusies	55
6.2	Discussie	57
	Literatuur	61
	<i>Aanhangsels</i>	
1	Communicatiemiddelen	65
2	Lijst van geïnterviewden	75

Woord vooraf

Voor u ligt het eindrapport van het onderzoek naar de relatie tussen bosbezoekers en bosbeheerders. Uit vooronderzoek (resultaat: rapport 'Van 't bos los?', 2000) is gebleken dat in deze relatie sprake is van vervreemding; bezoekers en beheerders staan op een te grote afstand van elkaar en begrijpen elkaar niet goed meer. Deze verwijdering heeft in beide richtingen plaats gevonden en toenadering zal dan ook van beide partijen moeten komen. Bosbezoekers zouden meer begrip moeten hebben voor de natuur- en productiewaarden van bos en bosbeheerders zouden wat meer begrip moeten tonen voor de belevingswaarden die de bezoekers zo belangrijk vinden. De kansen en mogelijkheden van deze toenadering is in dit onderzoek ingestoken vanuit de communicatie. Communicatie is zeer geschikt om een proces van 'toenadering' te faciliteren. Het gaat hierbij om oprechte communicatie waarbij alle waarden en aspecten van het vraagstuk aan de orde worden gesteld en niet alleen de mooie verhalen worden verteld.

In dit voorwoord willen we graag ook de leden van de klankbordgroep bedanken voor hun bijdrage aan dit resultaat; dhr. F. Wiersum (Wageningen Universiteit, Leerstoelgroep Bosbeleid en Bosbeheer), dhr. R. Nas (Bosschap), mevr. D. Nijland (Bosschap), dhr. J. Paasman (Expertise Centrum-LNV), mevr. B. Claessens (Provincie Gelderland), dhr. H. Siebel (Vereniging Natuurmonumenten), dhr. C. van Vliet (Alterra), dhr. M. van Wijk (Alterra) en mevr. I. Neven (Alterra). Daarnaast willen we ook graag alle onderzoekers bedanken die mee hebben geholpen met (een onderdeel) van dit resultaat. Dhr. J.G. de Molenaar en mevr. L. Moerdijk voor hun bijdrage aan het tussenrapport van vorig jaar.

Veroniek Bezemer
Petra Filus
Evelien Verbij

Samenvatting

Vervreemding is niet zozeer een probleem als wel de hoofdoorzaak van een geconstateerd afnemend begrip en het ontstaan van misvattingen ten aanzien van de productie- en beheersaspecten van bos en natuur.

Het proces van vervreemding wordt gekenmerkt door meerdere factoren. Vervreemding vindt zijn oorsprong in de steeds minder directe relatie van mensen met hun natuurlijke omgeving en de productieve aspecten van die omgeving. Dit gebrek aan een relatie komt voor een deel doordat veel mensen een stedelijke woonomgeving hebben en niet automatisch met natuur in aanraking komen. Daarnaast hebben bos en natuur als recreatiegebied er verschillende concurrenten bij gekregen zodat een deel van de bevolking helemaal niet meer in bos- en natuurgebieden komt.

Minder contact met bos en natuur kan leiden tot minder kennis over de verschillende functies van bos en natuur en de bijbehorende beheermaatregelen. Uiteindelijk leidt dit alles tot verkeerde verwachtingen bij een bezoek aan bos en natuur. Bij de beleving van bos en natuur verwacht men dan niet de herrie van het kappen van bomen of een kreupele grote grazer. Wat men wel verwacht, zijn de plaatjes die men kent uit de magazines van allerlei natuurorganisaties. Deze spiegelen een harmonieus beeld van natuur voor waarin je de prachtigste planten en de liefste dieren zomaar tegen kan komen.

Vervreemding betekent niet automatisch dat mensen zich niet meer betrokken voelen. Het valt te verwachten dat de emotionele relatie met het gebied groter is als het gebied bijna in de achtertuin ligt, dan dat je het gebied slechts een keer bezoekt. Door deze hechte band met 'hun natuurterrein' reageren regelmatige bezoekers vaak emotioneel en verontwaardigd als daar plotsklaps bomen worden gekapt met lawaaige, ruige machines. De vervreemding zit hem dan vooral in het gebrek aan kennis van de verschillende functies van het gebied en de noodzakelijke beheeringrepen.

De geïnterviewden zoeken de oplossing voor vervreemding vooral in de sfeer van communicatie en voorlichting. Het is belangrijk veel aandacht te besteden aan het voorlichten van het publiek over het doel en nut van bepaalde maatregelen. Maar daarnaast wordt er ook gepleit voor het bieden van een basiskennis aan mensen, zodat er een verwachtingspatroon bij de bezoekers ontstaat dat aansluit bij het werkelijke aanbod aan bos- en natuur.

In dit vervolgonderzoek is dieper ingegaan op de verschillende effecten van de huidige communicatie en de rol die communicatie kan spelen bij het proces van vervreemding. In twee thematische cases; grote grazers en ingrepen in het bos, hebben we het proces van communicatie nader bekeken aan de hand van de 'zes stappen' die onderscheiden worden bij (planmatige) voorlichting en communicatie

Deze stappen zijn benoemd als:

1. Vaststelling en analyse van het probleem
2. Doelstellingen van communicatie
3. Doelgroepen van communicatie
4. Communicatieactiviteiten en –middelen
5. Inhoud van de communicatieboodschap
6. Organisatie en logistiek.

De probleemanalyse van beide cases is gedaan door eerst de inhoudelijk context te schetsen. Vervolgens is ingegaan op de verschillende waarden die belangrijk zijn bij de thematische case. De discussie rondom de grote grazers concentreert zich op het veiligheidsaspect en het ethische aspect van het laten lijden van dieren in natuurgebieden. Bij de exoten gaat het enerzijds om de discussie of het ‘te verkopen is’ naar de bosbezoekers om exoten te kappen puur omdat het exoten zijn (een soort discriminatie). Anderzijds speelt een meer algemene discussie omtrent ingrepen in het bos die uitgevoerd worden vanuit productieoverwegingen en die het publiek niet aanstaan omdat ze niet overeenkomen met hun verwachtingen van rust en stilte in het bos.

De doelstellingen voor communicatie moeten worden afgestemd op de waarden die aanspreken bij de doelgroep. Er kan wel gezegd worden dat het vanuit productieoogpunt belangrijk is dat er bomen gekapt worden, maar als dat de mensen niet aanspreekt draagt het bij aan de vervreemding. Zij hebben andere waarden hoog in het vaandel staan en daar moeten beheerders en beheerorganisaties ze op aanspreken.

De belangrijkste doelgroep voor communicatie over grote grazers en exoten zijn de recreanten. Zij moeten voorgelicht worden over het waarom van de grote grazers, het feit dat ze dus wild zijn en dat je daarom niet te dicht in de buurt moet komen en de echte redenen van het kappen van exoten. Maar het publiek heeft een geïdealiseerd beeld van de natuur en staat daardoor op een behoorlijke afstand van zijn natuurlijke leefomgeving. Het publiek wordt echter een geïdealiseerd beeld voorgespiegeld in de verschillende magazines waar de beheerders in de praktijk mee worden geconfronteerd, omdat ze niet aan dat beeld kunnen voldoen. Het Ministerie van LNV bemoeit zich niet met de communicatie over dit soort onderwerpen, dat is de taak van de beherende organisaties. Ze grijpen alleen in als het niet goed gaat, maar wanneer dat punt bereikt is, is onduidelijk.

Over grote grazers wordt veel informatie verstrekt, zo hangen in bijna alle gebieden waar grote grazers lopen informatieborden bij de ingang. Maar sommigen vinden die te vrijblijvend en je zou duidelijkere regels kunnen stellen waar je ook mensen op kan aanspreken. Er zou aangestuurd moeten worden op een uitgebreide voorlichting om de maatschappelijke vraag naar ruimte voor natuurlijke processen op een verantwoorde wijze te beantwoorden. Ook de manier van communiceren moet anders, niet re-actief, maar pro-actief. De buitenwereld moet opgezocht worden om een duurzaam draagvlak te kweken, iets waar de Vereniging Natuurmonumenten al veel langer mee bezig is vanwege haar leden, dan bijvoorbeeld Staatsbosbeheer die

hier sinds de verzelfstandiging van 1998 mee is begonnen. Verder kan gedacht worden aan landelijke Postbus 51 spotjes of een landelijk forum over de relatie tussen publiek en bos- en natuurterreinen.

Uit beide cases komt duidelijk naar voren dat communicatie altijd nodig zal zijn in de relatie tussen beheerder en bezoeker. Deze communicatie dient niet alleen te bestaan uit het uitleggen van enkele specifieke en opvallende beheersmaatregelen en het reageren op opmerkingen van bezoekers. Zeer belangrijk is ook het regelmatige contact waarbij op een pro-actieve manier verschillende aspecten van bos en natuur en van bos- en natuurbeheer worden uitgelegd.

Geduld is ook belangrijk; het laten liggen van dood hout heeft ongeveer 10 jaar gekost om geaccepteerd te worden door bezoekers. Beheerders dienen dan ook te accepteren dat een nieuwe beheermaatregel in het begin altijd wel discussie zal oproepen en ook verder in het proces zullen er altijd wel bezoekers het niet eens zijn met genomen maatregelen.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Dit project is uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van LNV in het kader van het onderzoeksprogramma 320 'Bossen in ecologische en maatschappelijke context'. Het project is uitgevoerd in de periode van april 1999 tot eind december 2000.

De eerste fase bestond uit een verkennend onderzoek naar de relatie tussen recreanten (bewoners en bezoekers) en beheerders. In deze fase is gewerkt met een conceptueel begrippenkader voor het proces van vervreemding dat vervolgens geverifieerd is met empirische gegevens uit excursies en interviews bij beheerorganisaties. De conclusie van het onderzoek was dat recreanten en beheerders van elkaar vervreemd zijn.

Het onderwerp vervreemding blijkt in verschillende vormen en met verschillende interpretaties te leven bij de geïnterviewde organisaties. Een belangrijk aspect dat genoemd wordt, is dat het beeld en de verwachtingen die het publiek van het bos heeft niet meer eenduidig is. Andere oorzaken van de vervreemding zijn (gebrek aan) kennis van onze natuurlijke leefomgeving, verschillende 'autonome' processen in de maatschappij, emoties, de rol van het onderwijs en de ruimtedruk in Nederland. Communicatie speelt in deze processen een zeer belangrijke rol. In het tweede hoofdstuk van dit eindrapport zullen de belangrijkste elementen uit de tussenrapportage 'Van 't bos los?' genoemd worden.

In de tweede fase is gekozen voor een nadere uitdieping van de rol van communicatie in het proces van vervreemding tussen bosgebruikers en beheerders. Hierbij gaat het om de rol die communicatie nu speelt en in de toekomst kan spelen om het proces van vervreemding bij te sturen in de gewenste richting en over en weer meer begrip te kweken. Deze tweede fase wordt in dit rapport beschreven.

1.2 Achtergrond

Bos heeft tegenwoordig niet meer primair een productiefunctie, maar is vaak multifunctioneel en heeft zowel een natuurfunctie, een recreatiefunctie, een milieufunctie als een productiefunctie. Uit de verkennende fase is gebleken, dat voor de gemiddelde recreatieve bosgebruiker vooral de recreatie- en natuurfunctie het meest herkenbaar zijn. Dat er in een bos ook beheer en productie plaats vindt, maakt veel minder onderdeel uit van het beeld dat gebruikers hebben. Men wil graag recreëren in een omgeving waar de natuur z'n gang kan gaan (zie ook Intomart, 1999). Ingrepen voor beheer of productie kunnen dan als 'niet natuurlijk' worden ervaren, zelfs al hebben die als doel om bijvoorbeeld een natuurlijker bos te creëren.

De kern van het probleem is het verschil in de beelden en verwachtingen die gebruikers hebben van het bos en de dagelijkse praktijk van beheer en productie in bossen. Beheerders en bezoekers bekijken het bos en de natuur vanuit verschillende referentiekaders, op basis van verschillende informatie en kennis. Vervreemding is dus in belangrijke mate een communicatieprobleem. Zowel gebruikers als beheerders spreken blijkbaar niet elkaars taal en kunnen zo niet goed met elkaar communiceren, in ieder geval wat betreft beheer en productie.

Hoe mensen over natuur denken, wordt door veel verschillende factoren bepaald. De kennis die men heeft over de natuur is van belang. Daarnaast zijn de concrete binding en ervaringen die men met de natuur heeft van invloed. Bekend is bijvoorbeeld dat mensen die in het landelijk gebied wonen, vaker de functionele aspecten van natuur een plaats geven (Buijs en Volker, 1997; Buijs en Filius, 1998). Agrarische landschappen worden bijvoorbeeld vaak ook als natuur gezien. Stedelingen daarentegen hebben meer een natuurbeeld waarin de 'wildernis' en 'autonomie' van de natuur belangrijk zijn.

In onze huidige verstedelijkte samenleving maken bos en natuur voor veel mensen geen onderdeel meer uit van de directe leefomgeving. Eigen ervaringen met natuur moet men bewust opzoeken. Hoe mensen over bos en natuur denken wordt naast eigen ervaringen ook steeds meer bepaald door informatie uit andere bronnen. Informatie over natuur in de (massa)media kan bepalend zijn voor hoe mensen over bos en natuur denken, zoals bijvoorbeeld de campagnes over 'dood hout'.

1.3 Projectdoelstelling

Doel van het project is om inzicht te krijgen in de rol die communicatie speelt in het proces van vervreemding tussen recreanten en beheerders van bos- en natuurgebieden.

In dit vervolgonderzoek worden tevens aanbevelingen gedaan ten behoeve van het verminderen van de vervreemding van bezoekers en bewoners van het beheer en de productiefunctie van bos en natuur. Daarvoor wordt eerst in beeld gebracht hoe er over bos en natuur - en meer specifiek over beheer en productie in bos en natuur - wordt gecommuniceerd naar bezoekers en bewoners.

1.4 Onderzoeksvragen van het onderzoek

Om dit doel te kunnen bereiken zullen onderstaande onderzoeksvragen beantwoord moeten worden:

1. Welke opvattingen over bos en natuur zijn er bij het grote publiek, bezoekers en bewoners?
2. Welke boodschappen worden d.m.v. de communicatiemiddelen gericht op bezoekers en bewoners overgebracht ten aanzien van bos en natuur en meer specifiek het beheer en de productie in bos en natuur?

3. Wat is de invloed en effectiviteit van gebruikte communicatiemiddelen?
4. Wat zijn de achterliggende doelstellingen bij het beleid en de beherende instanties om bepaalde beelden uit te dragen?
5. Komen deze beelden overeen met wat er in het bos gebeurt of zijn er hiaten?

1.5 Onderzoeksafbakening

In dit onderzoek staat de communicatie naar bezoekers en omwonenden centraal. Samen worden bezoekers en omwonenden recreanten genoemd in dit onderzoek. Deze recreanten staan echter ook bloot aan de massamedia en dit zal mede hun kennisniveau, normen en waarden en verwachtingen beïnvloeden. Gezien de omvang van het onderzoek is het niet mogelijk om de invloed van de massamedia in het onderzoek mee te nemen. In het theoretisch kader wordt wel kort uiteengezet wat de invloed van massamedia op recreanten kan zijn.

1.6 Methoden van onderzoek

In dit onderzoek wordt vooral aandacht besteedt aan het communicatietraject voor bewoners en bezoekers. Deze communicatie wordt geanalyseerd aan de hand van twee concrete beheersmaatregelen waarvoor een theoretisch kader opgesteld, onder andere aan de hand van literatuur over communicatie en voorlichting.

De twee thematische cases die worden behandeld zijn het kappen van exoten en begrazing door grote grazers. Dit zijn actuele thema's waar veel over gecommuniceerd wordt door de beherende instanties. Daarnaast zijn dit thema's waar recreanten mee in aanraking kunnen komen tijdens hun bezoek aan een bos- of natuurterrein. Er is bewust niet gekozen voor de jacht als onderwerp, omdat de communicatie naar het publiek minimaal is en er veel 'schemer en emoties' zijn omtrent het onderwerp jacht.

De thematische cases zijn uitgewerkt op basis van literatuur en enkele interviews met sleutelfiguren voor beide cases.

1.7 Toepassingsmogelijkheden

Op basis van de resultaten van dit onderzoek kunnen beheerders meer inzicht verkrijgen in de diverse aspecten van communicatie omtrent beheersmaatregelen. Daarnaast worden concrete aanbevelingen gedaan voor communicatie rond enkele beheersmaatregelen.

1.8 Leeswijzer

In het tweede hoofdstuk zullen enkele belangrijke passages (conceptueel framework en conclusies) uit de tussenrapportage 'Van 't bos los?' nog eens herhaald worden om een compleet eindrapport te verkrijgen. In het derde hoofdstuk wordt het theoretisch kader besproken op basis van een planmatige communicatie. In het vierde hoofdstuk worden de probleemanalyses van beide cases besproken. In het vijfde hoofdstuk worden de andere stappen van communicatie omtrent beide cases behandeld. Tenslotte worden in het laatste hoofdstuk conclusies gegeven en aanbevelingen gedaan voor communicatie in het beheer naar de verschillende bezoekers.

2 Samenvatting tussenrapportage 'Van 't bos los?'

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een samenvatting gegeven van het tussenrapport 'Van 't bos los?' (Moerdijk, Molenaar en Verbij, 1999). Dit rapport is vorig jaar gepubliceerd als resultaat van het onderzoek van het jaar 1999. Het onderzoek was verkennend en kwalitatief van aard en moet gezien worden als het vooronderzoek voor de studie van dit jaar. De doelstelling van het onderzoek was om inzicht te krijgen in de relatie tussen de bosgebruikers en de economische, ecologische en bedrijfsmatige realiteit van het bosbeheer. Om een eerste indruk te krijgen van deze relatie is in het onderzoek gebruik gemaakt van excursies als contactmoment tussen recreanten en beheerders. De meningen van sleutelfiguren van verschillende organisaties zijn achterhaald met behulp van interviews. In dit hoofdstuk wordt een gedeelte van de behandelde theorie over vervreemding besproken. Tenslotte worden de conclusies van het rapport kort opgesomd, die de aanleiding vormen voor het onderzoek van dit jaar.

2.2 Maatschappelijke context

Voor de relatie tussen recreanten en beheerders is het allereerst van belang de maatschappelijke context kort te schetsen. Deze heeft een grote invloed op de manier waarop gedacht en geoordeeld wordt over bijvoorbeeld de bossen in Nederland en welk belang er gehecht wordt aan die bossen. Hieronder is een kort overzicht gegeven van drie perioden die kunnen worden onderscheiden met hun verschillende kenmerken (mon. med. Nas, 1999).

Tabel 2.1 Perioden, kenmerken en betekenis voor bos

De jaren 50 1945-1965	De jaren 60 1965-1975	De jaren 80-90 1975-heden
Productie	Consumptie	Marketing
Duidelijkheid, Collectivisme, verzuiling	Catharsis – verwarring, vrijheid-blijheid, polarisatie, individualisatie, recreatie	Infostress – vervreemding, individualisme, entertainment, hedonisme
De bomen moeten weer groeien en bloeien: economisering van de ecologie	De bomen lijken tot in de hemel te groeien: ecologisering van de economie	De bomen worden met hun wortels in de grond gezet: vermarkting
Bos = houtproductie	Bos = voor alles en iedereen	Bos = ieder zijn eigen idee

Momenteel bevinden we ons in een fase van infostress en individualisme. Iedereen heeft zijn eigen idee over hoe iets er uit ziet, hoe iets er uit zou moeten zien en hoe dat dan gerealiseerd kan worden. In onze tijden van economische voorspoed hebben we de mogelijkheid groot belang te hechten aan onze leefomgeving. Maar de verschillende functies die bos heeft zijn niet meer helder en alle ingrepen moeten

worden gecommuniceerd met de mondige burger die het bos ook als zijn bos beschouwt.

2.3 Contact en beleving: rust en stilte

In 1997 heeft Stichting ProBos (Foekema, 1997) een enquête uit laten voeren naar de attitude, beleving en wensen ten aanzien van het bos in Nederland en daar bleek uit dat 76% van de Nederlanders in zijn vrije tijd wel eens naar het bos gaat.

In het project 'Natuur als leefomgeving; Operatie Boomhut' (1999) is deze maatschappelijke vraag naar natuur verder verkend. Dit is onder andere gedaan met behulp van een nationale enquête naar de mensenwensen ten aanzien van bos en natuur in Nederland. Eén van de uitkomsten van die enquête is dat in heel Nederland een sterke voorkeur bestaat voor bos als belangrijkste fysieke verschijningsvorm van natuur in de omgeving. Daarbij willen mensen het liefst rust en stilte ervaren (Intomart 1999).

Uit ditzelfde onderzoek van Intomart (1999) komt ook naar voren dat fysieke verschijningsvormen samenhangen met intrinsieke kenmerken. Een voorkeur voor bossen gaat samen met een sterkere voorkeur voor een natuur waar geen bedrijvigheid in aanwezig is.

De genoemde resultaten van enquêtes wijzen er alle onmiskenbaar op dat men er rust en stilte zoekt. Het ligt voor de hand dat de confrontatie met informatie die men niet verwacht en niet wenst, als negatief wordt ervaren. Dat stoort en leidt af, veroorzaakt spanning en ergernis en kan zelfs een gevoel van bedreiging en onveiligheid oproepen. Kortom, dat leidt tot onrust. Deze psychische belasting belemmert de mogelijkheid van tot zichzelf komen. Het geheel heeft een belangrijk element van identificatie met de situatie (kennen, herkennen, veilig voelen) en daardoor van verwachting, of het nu gaat om een bepaald type situatie in het algemeen of een concrete situatie.

Het bovenstaande laat zich aan verschillende verschijnselen illustreren. Als eerste het bosbelevingsonderzoek van Couetier (1992). Hieruit blijkt dat wandelaars e.d. (ook) dicht monotoon naaldbos, bijvoorbeeld douglas, hoog waarderen. Dat is niet wat iedereen zomaar zou verwachten, maar het is wat bos betreft juist bij uitstek een informatiearme, onbelastende omgeving, een neutraal décor. Recreanten willen wel afwisseling in het bos, maar gevarieerder bos leidt ook maar af. Gevarieerder bos is bedoeld voor de categorie rust- en stiltezoekers met een iets actievere naar buiten gerichte verwachting die het décor willen beleven en er mede een stuk bevestiging en identificatie aan willen ontleen. Hun rust- en stiltebehoefte komt echter toch op hetzelfde neer: zo weinig mogelijk afleidende en daardoor verstorende prikkels.

Deze verschillende verwachtingen tussen bezoekers en beheerders van terreinen leiden tot een proces van vervreemding. In de volgende paragraaf zal hier verder op worden ingegaan.

2.4 Vervreemding

Wat verstaat men onder vervreemding?

Vervreemden heeft als kern het afstand doen (ontstaan) tot of nemen tot iets, zowel in de materiële zin van zaken verkopen, overdragen, als in de immateriële zin van langzamerhand een geestelijke afstand doen ontstaan tot zijn omgeving, familie, waarden e.d. waardoor men er geen betrokkenheid meer mee voelt (vgl. Van Dale). Het impliceert een afnemende identificatie.

In immateriële zin heeft vervreemden veel van doen met onbegrip, met afnemend voorstellingsvermogen en inlevingsvermogen. Dat kan rechtstreeks voortvloeien uit teleurstelling van een verwachting die door de ervaren werkelijkheid niet wordt beantwoord.

Vervreemding vindt zijn oorsprong in de steeds minder directe relatie van mensen met hun natuurlijke en de productieve aspecten van die omgeving (o.a. Schanz, 1999). In Nederland wordt in bossen daadwerkelijk steeds minder geproduceerd en extensiever beheerd. 'De natuur z'n gang laten gaan' is ook door terreinbeheerders steeds meer uitgedragen als basisprincipe. Maar enkele beheersmaatregelen blijven noodzakelijk, ook in verband met de houtproductie die Nederland nog steeds voor ogen heeft.

Oorzaken van vervreemding

Vervreemding is niet zozeer een probleem alswel de hoofdoorzaak van een geconstateerd afnemend begrip en het ontstaan van misvattingen onder recreanten en omwonenden ten aanzien van de productie- en beheersaspecten van bos en natuur. In de praktijk ontstaan daardoor wrijvingen tussen bosbeheerders en recreanten en omwonenden.

Vervreemding is de resultante van minder contact en het geromantiseerde beeld van natuur (mede veroorzaakt door de media). Volgens van Koppen (1997) is de Westerse mens zijn natuurlijke omgeving steeds meer gaan romantiseren. Hij noemt dat ook wel de 'Arcadische traditie'. Deze traditie vindt z'n oorsprong reeds in de Antieke periode, waarbij de idealisering van het platteland en het rurale leven (de rurale idylle) centraal stond als tegenstelling van het jachtige, gecompliceerde en gekunstelde leven in de stad. Deze traditie kreeg nieuwe vitaliteit in de Renaissance en is sindsdien sterk bepalend voor de natuurwaardering in de Westerse Wereld. Geleidelijk aan is de inhoud van de Arcadische traditie verschoven van een idealisering van het rurale landschap en leven, naar een idealisering van het wilde landschap waarin ieder spoor van de industrialiserende samenleving ontbreekt. Ook resultaten uit recent empirisch onderzoek tonen aan dat een productieve rol van de mens in het natuurbeeld van de gemiddelde stedeling ontbreekt. In moderne natuurbeelden staan de 'wilde natuur' of 'mooie landschappen zonder menselijke artefacten' centraal (Buijs et al, 2000). Het meest gewaardeerde kenmerk van de natuur is - zo blijkt uit het grootschalige 'Mensenwensenonderzoek (Intomart, 1999)- 'dat de natuur z'n eigen gang kan gaan'. Illustratief is ook dat groepen Nederlanders die op de één of andere manier nog wel een intensieve relatie met de natuur

onderhouden (jagers, vissers, vrijwilligers, leden van vogelwerkgroepen) een veel genuanceerdere opvatting over ingrijpen door de mens in de natuur hebben dan de gemiddelde Nederlander. Zij achten de natuur bijvoorbeeld veel minder kwetsbaar voor menselijke ingrepen dan de gemiddelde Nederlander (Filius et al, 2000).

Vervreemding speelt zich in deze zin vooral af op het niveau van normen en waarden en van motieven en verwachtingen. Natuur is voor velen pas natuur als er zo min mogelijk door mensen wordt ingegrepen. Zichtbare menselijke productie- en beheersactiviteiten passen niet in het beeld en worden daarom ook niet gewaardeerd. Samenhangend hiermee wordt geconstateerd dat mensen ook steeds minder begrijpen van productie en beheer in bossen. Het kappen van bomen wordt door velen per definitie als slecht voor de natuur ervaren, vaak omdat men geen kennis en begrip heeft van achterliggende processen (Veer 1998, Karppinnen, 2000).

Naast 'vervreemding' spelen ook andere factoren een rol bij het ontstaan van wrijvingen tussen bosbeheerders en recreanten. Vooral bij omwonenden en frequente bezoekers is sprake van een sterke binding met het gebied. Veranderingen in een gebied worden ervaren als een aantasting van de eigenheid of identiteit van het gebied. Daarnaast kunnen wrijvingen ook ontstaan door een verschil in opvattingen over beheer of productie. Het gaat dan juist om goed geïnformeerde groepen met een vaak grote belangstelling voor beheer en natuurlijke processen (Filius et al, 2000).

De spanningen die kunnen ontstaan tussen de vragers en aanbieders van bos, zijn volgens Sidaway (1988) te herleiden tot de volgende elementen:

1. verschillende filosofieën/ideeën;
2. gebrek aan kennis van de relatie tussen soorten of habitat en de mens;
3. niet gewillig zijn om te reageren op dynamische situaties;
4. vaak niet gelukt om te communiceren en dus geen harmonieuze relatie op kunnen bouwen.

De verschillende filosofieën komen terug in de verschillende verwachtingen die bosgebruikers, bosgebruikers onderling en bosbeheerders hebben ten aanzien van het bos en wat er in het bos gebeurt. Het tweede punt, gebrek aan kennis, ligt ten grondslag aan de verschillende verwachtingen die mensen hebben ten aanzien van het bos. Dit heeft ook betrekking op de directe relatie tussen bosgebruiker en bosbeheerder. Weinig kennis onder bosgebruikers van de werkzaamheden van de bosbeheerder in het (publieke) bos kan voor spanningen zorgen en vervreemding teweegbrengen. Ten aanzien van punt drie, het reageren op dynamische situaties, is bekend dat het vasthouden aan het huidige en niet willen meegaan met ontwikkelingen dynamische situaties in de weg kan staan. Het laatste punt ligt grotendeels ten grondslag aan de voorgaande punten, gebrek aan communicatie en dan ook correcte informatie die de juiste verwachtingen schept. Dit punt wordt door alle geïnterviewden naar voren gebracht en is essentieel in het tegengaan van vervreemding.

Recreanten bezoeken het bos voor ontspanning, om te ontsnappen aan de drukte van alledag, te genieten van de mooie omgeving. Bosbeheerders hebben juist een

professionele werkrelatie met het bos en moeten daarmee hun brood verdienen. Beide groepen hebben dus een andere relatie met het bos, waardoor er kans is op wederzijdse vervreemding.

Veel beheerders zijn zich nog niet geheel bewust van de behoeften van recreanten en hoe zij dat kunnen combineren met hun eigen ideeën over en de verschillende functies van datzelfde bos.

Bos wordt door recreanten gezien als gemeengoed, een collectief goed dat van iedereen in Nederland is. Beheerders beheren echter de hun toegewezen terreinen op eigen wijze en met eigen ideeën.

Corten (1997) heeft deze kloof tussen vraag en aanbod mooi beschreven. 'Een beheerder zou juist blij moeten zijn met grote bemoeienis van de burger. De burger is betrokken bij en verantwoordelijk voor het bos en heeft er wat voor over. Het probleem is dan eigenlijk: hoe zorg ik als beheerder ervoor dat de burger begrip krijgt voor mijn positie en hoe zorg ik ervoor dat de burger zijn energie op een positieve manier inzet voor of bijdraagt aan mijn/het/ons bos'.

2.5 Conclusies

Uit het onderzoek komt geen eenduidige definitie van vervreemding naar voren, maar wel een aantal aanknopingspunten. Vervreemding is een verzamelterm voor een aantal factoren die een belangrijke rol spelen bij de relatie tussen bosgebruikers en bosbeheerders. De factoren die in dit onderzoek naar voren kwamen zijn: kennis, verwachtingen, processen in de maatschappij, emoties en draagvlak, de rol van onderwijs en de ruimtedruk in Nederland. Er is dus wel degelijk sprake van vervreemding en deze vervreemding uit zich op verschillende wijze en op verschillende niveaus. Als belangrijke oorzaak voor vervreemding komt een gebrekkige communicatie naar voren. Het gaat niet zozeer om de hoeveelheid communicatie, alswel om de inhoud van de boodschap en hoe deze niet aansluit bij de verschillende verwachtingen van recreanten en beheerders. In het volgende hoofdstuk wordt, deels op basis van deze informatie, een theoretisch kader geschetst dat toegepast wordt bij de thematische cases in de volgende hoofdstukken.

3 Theoretisch kader

In dit hoofdstuk is een theoretisch kader opgezet om in deze studie naar vervreemding de communicatie tussen bosbeheerders en recreanten analytisch en systematisch te kunnen analyseren.

Om de rol van communicatie en voorlichting te kunnen bespreken, wordt in dit project uitgegaan van bestaande modellen en werkwijzen voor planmatige voorlichting (o.a. Wapenaar, 1989; van Meegeeren, 1995). Al vindt communicatie en voorlichting rond beheer en productie waarschijnlijk niet altijd op een planmatige wijze plaats, deze benaderingen bieden wel een handzaam begrippenkader voor het onderzoek.

Bij (planmatige) voorlichting en communicatie zijn de volgende elementen van belang:

1. Vaststelling en analyse van het probleem;
2. De doelstellingen van communicatie;
3. De doelgroepen van communicatie;
4. De communicatieactiviteiten en –middelen;
5. De inhoud van de communicatieboodschap;
6. Organisatie en logistiek.

Hieronder worden de 6 elementen eerst algemeen toegelicht en vervolgens uitgewerkt aan de hand van het concept 'vervreemding'.

3.1 Vaststelling en analyse van het probleem

In deze fase gaat het erom het probleem helder te krijgen, inzicht te krijgen in de oorzaken van het probleem en de vraag of communicatie een rol kan spelen bij het oplossen van het probleem. Daarbij kunnen de volgende vragen al een indruk geven van het karakter van het probleem:

- Gaat het om een incident of om een structureel probleem?
- Gaat het om een specifieke doelgroep of om alle bezoekers?

De vaststelling en analyse van vervreemding is in 2.4 al uitgebreid aan bod gekomen. Het volgende kan daar nog aan toegevoegd worden, mede met het oog op het vervolg van het onderzoek.

De argumenten voor beheersingrepen in bos en natuur komen voort uit een aantal waarden van bos (in willekeurige volgorde):

- natuur;
- beleving;

- (cultuur)historie;
- veiligheid;
- ethiek;
- productie.

Niet alleen beheerders hanteren dergelijke waarden om hun werk op te baseren; ook recreanten gebruiken deze om hun bezoek aan bos en natuur te 'waarderen'. Beide groepen kunnen echter de waarden in verschillende volgorde zetten. De waarde(n) die men het belangrijkste vindt, bepaalt (bepalen) deels ook de verwachtingen die men heeft ten aanzien van het bos. Dit verschil in waarderingen en verwachtingen is ook in 2.4 al aangeduid als één van de oorzaken van vervreemding.

De waarde 'beleving' is voor recreanten belangrijk, maar uit Veer (1998) is gebleken dat een argument gebaseerd op natuur bij bezoekers best op begrip kan rekenen als het maar uitgelegd wordt. Dit betekent dat een verschil in kennis en kennisniveau ook een rol speelt bij vervreemding.

3.2 De doelstellingen van communicatie

Als het probleem en de oorzaken op een rij zijn gezet, is het zaak te kijken naar de mate waarin communicatie op deze oorzaken kan inspelen en zo kan bijdragen aan de oplossing van het probleem. Op basis daarvan kunnen doelstellingen voor communicatie worden geformuleerd (zie tabel 1). De doelen die in onderstaande tabel voor vervreemding zijn afgeleid, zijn op een tamelijk abstract niveau geformuleerd. In de praktijk zullen de doelen op een veel concreter niveau moeten worden uitgewerkt. De doelen zullen ook steeds concreter worden als men ze uiteindelijk relateert aan doelgroepen en communicatiemiddelen en -boodschappen.

Het centrale probleem zijn de (potentiële) wrijvingen tussen bezoekers en beheerders over maatregelen voor beheer en productie in bossen. De oorzaken van dat probleem en de afgeleide doelen zijn geformuleerd op drie niveaus, namelijk het niveau van normen en waarden, het kennisniveau en het niveau van betrokkenheid. Deze drie niveaus hangen onderling ook weer met elkaar samen. In de voorlichtingskunde wordt vaak een indeling van doelen gehanteerd, gerelateerd aan houding, kennis, vaardigheden en gedrag. Doelen in dit project zijn dus vooral gerelateerd aan houding (normen, waarden en betrokkenheid) en kennis. Welke rol kan communicatie nu spelen bij het bereiken van bovenstaande doelen?

Tabel 3.1: Oorzaken en doelen vervreemding

Probleem	Oorzaken	Doelen
(Potentiële) wrijvingen tussen bezoekers en beheerders over maatregelen voor beheer en productie in bossen	Hoofdoorzaak: Verdwijnen van de directe (productieve) relatie tussen mens en natuur	Hoofddoel: Begrip en acceptatie van maatregelen voor productie en beheer in bossen
Normen en waarden		
	Natuurbeheer en productie in bos en natuur maken geen onderdeel uit van natuurbeeld, wensen en verwachtingen.	Natuurbeheer en productie in bos en natuur maken onderdeel uit van natuurbeeld, wensen en verwachtingen.
Kennis		
	Mensen hebben geen kennis over en begrip van maatregelen voor beheer en productie in bos en natuur.	Mensen hebben kennis over en begrip van maatregelen voor beheer en productie in bos en natuur.
Betrokkenheid		
	Mensen accepteren geen veranderingen in bos en natuur, vanwege de binding die men heeft met een specifiek gebied of andere opvattingen over beheer en productie	Mensen voelen zich betrokken bij besluitvorming over hun natuurlijke omgeving

Normen en waarden

In algemene zin kan gesteld worden dat veranderingen op het niveau van normen en waarden vaak moeilijk op korte termijn te bereiken zijn. Maatschappelijke normen en waarden zijn vaak diepgeworteld en verandering is een langdurig proces waar allerlei maatschappelijke factoren aan ten grondslag liggen. Het vervreemden van beheer en productie in bossen is ook een geleidelijk proces geweest, waar het langzamerhand verdwijnen van een directe en productieve relatie tussen mensen en natuur, aan ten grondslag ligt. Niet alleen verdwijnen productie en beheer uit de directe zichtbare ervaringen van mensen, ook in de indirecte ervaringen - via allerlei media - zijn productie en beheer waarschijnlijk buiten beeld geraakt. De vraag is nu, waar liggen nog aangrijpingspunten voor communicatie?

Een belangrijke bron van mogelijke (geleidelijke) verandering van de beeldvorming van mensen ligt vooral in de indirecte ervaringen die mensen opdoen over bos en natuur. Bij beeldvorming gaat het niet zozeer om de inhoud en de feitelijke informatie, maar veel meer over 'het plaatje' dat mensen in hun hoofd hebben over bos en natuur. Massamedia gericht op het grote publiek, zoals TV en tijdschriften, hebben daar een belangrijke invloed op, zoals het onder de aandacht brengen van een bepaald onderwerp (agendasetting) en de manier waarop erover gepraat wordt (framing). Natuur wordt nu nog door de massamedia gepresenteerd als romantisch, mooi en idyllisch, terwijl beheerders daar lokaal het werkelijke verhaal tegenover

proberen te zetten en ook de ervaringen van recreanten niet altijd even romantisch zijn.

Massamedia

Dat (massa)media van invloed is op denken en gedrag van mensen wordt algemeen onderkend. Meer recente theorieën benadrukken vooral de rol van 'agenda-setting' en 'framing' van massamedia. Agenda-setting veronderstelt dat de media – door meer of minder aandacht te besteden aan bepaalde onderwerpen – niet zozeer bepalen *hoe* mensen over politieke en maatschappelijke kwesties denken, als wel *waarover* mensen denken. Er zijn echter aanwijzingen dat de media wel degelijk effect hebben op de wijze waarop mensen over maatschappelijke en politieke kwesties praten en denken. Door problemen in een kader te plaatsen ('framing') hebben de media invloed op hoe en in welke context over een onderwerp wordt nagedacht. Nas (2000) stelt dat het nog steeds de vraag blijft of media uiteindelijk ook daadwerkelijk invloed hebben op de *standpunten* die mensen innemen. De invloed van media lijkt volgens haar beperkt te zijn tot *het scheppen van voorwaarden* voor het vormen van meningen.

Belangrijke beeldbepalers van bos en natuur in Nederland zijn de grote terreinbeheerders en natuurorganisaties zelf. Zij communiceren op verschillende niveaus en met verschillende communicatiemiddelen over bos en natuur onder andere via terreingebonden voorlichting, folders, excursies en bezoekerscentra. Een breed publiek ontvangt de bladen en magazines van Vereniging Natuurmonumenten, de Provinciale Landschappen, Staatsbosbeheer, Vogelbescherming, enzovoort. Daarnaast communiceren natuurorganisaties ook via de televisie. Dat men de juiste snaar bij natuurminnend Nederland weet te raken blijkt wel uit de grote toename in leden na de ledenwervingscampagnes van bijvoorbeeld Natuurmonumenten. Niet alleen natuurorganisaties communiceren over bos en natuur. De natuur speelt op verschillende manieren een rol in allerlei media, denk aan damesbladen, reclames of de ANWB-kampioen.

Ook op lokaal niveau (in en om een gebied zelf) worden op allerlei manieren beelden uitgedragen over bos en natuur en de rol van beheer en productie. Daar wordt in dit project wel aandacht aan besteed. Ook op dit niveau kan communicatie bijdragen aan een geleidelijke verandering van normen en waarden. Het gaat dan niet alleen om communicatie die specifiek gericht is op beheer en productieaspecten, maar ook om beelden in andere (meer algemene) communicatie over bos en natuur. Op lokaal niveau zullen directe ervaringen van bezoekers en bewoners een grote rol spelen. Mensen zien wat er aan de hand is. Communicatie op lokaal niveau kan dan ook veel meer inspelen op die directe ervaringen.

Kennis

Op verschillende manieren kan door middel van communicatie informatie worden overgedragen over beheer en productie in bossen. Vooral als er zichtbare veranderingen (*gaan*) plaatsvinden in een gebied, zal communicatie gericht op het overbrengen van informatie effectief zijn. Of die informatie ook wordt opgenomen en verwerkt en leidt tot meer begrip en acceptatie, hangt af van verschillende factoren, die te maken hebben met de doelgroep (voorkennis, informatiebehoefte,

etcetera) en de wijze waarop de informatie wordt aangeboden. Deze aspecten worden in de volgende paragrafen verder uitgewerkt.

Belangrijk is hier dat informatie nooit op zich staat; er is nooit sprake van een 'objectieve' informatieoverdracht. Door de keuze voor de manier waarop de informatie wordt gepresenteerd, wat wel of niet wordt verteld, welk beeldmateriaal wordt gebruikt, enzovoort, draagt de overdracht van informatie ook bij aan de beeldvorming over bos en natuur.

Betrokkenheid

De doelstelling met betrekking tot betrokkenheid is van een andere aard dan die met betrekking tot normen, waarden en kennis. Weerstanden tegen maatregelen in bossen ontstaan doordat omwonenden en frequente bezoekers zich verbonden voelen met een gebied en dat ook min of meer als van henzelf gaan beschouwen. Door het betrekken van mensen bij de besluitvorming over dit soort maatregelen kan meer draagvlak worden gecreëerd voor beheer en productie. De strategie voor het vergroten van betrokkenheid is relatief meer gericht op communicatieprocessen. Natuurlijk spelen beeldvorming en kennis ook hier een rol.

3.3 De doelgroepen van communicatie

Om doelstellingen van communicatie te verwezenlijken dient duidelijk te zijn op welke doelgroep(en) de communicatie wordt gericht. Naast doelgroepkeuze wordt ook doelgroepanalyse en doelgroepsegmentatie onderscheiden (van Meegeren, 1995). Alledrie worden in onderstaande behandeld.

Doelgroepkeuze

Afhankelijk van het doel zal communicatie zich op verschillende doelgroepen richten. Onderscheiden kunnen worden het grote publiek, verschillende leeftijdsgroepen, groepen ingedeeld naar sociaal-economische kenmerken, etcetera.

Alhoewel de oorzaken van het probleem van potentiële conflicten tussen beheerders en bezoekers een meer algemene maatschappelijke oorsprong hebben, manifesteert het probleem zich vooral op lokaal niveau, in en om de gebieden zelf. Op dit niveau zijn bezoekers en omwonenden de belangrijkste doelgroepen. Het mag duidelijk zijn dat er overlap is tussen de doelgroepen bezoekers en bewoners. Bewoners zijn voor een belangrijk deel ook bezoekers. Welk deel van de bezoekers ook bewoner is hangt af van de aantrekkingskracht van het gebied op bezoekers van buitenaf en dat kan per gebied verschillen.

Doelgroepanalyse

Bij de doelgroepanalyse staat centraal hoe de doelgroep bereikt kan worden. Daarbij gaat het om de fysieke bereikbaarheid (via welke kanalen) en de psychische bereikbaarheid (met welke boodschap). De doelgroepanalyse heeft als doel om dusdanige gegevens te verzamelen dat de zender zich kan verplaatsen in de doelgroep.

De volgende aspecten van doelgroepen kunnen onderscheiden worden en zijn van belang bij de doelgroepanalyse:

Fysieke bereikbaarheid

Om de juiste kanalen te kiezen om de doelgroepen te bereiken is het van belang om te weten welke media de doelgroep(en) gebruiken en welke intermediaire organisaties een rol kunnen spelen. Bij de fysieke bereikbaarheid gaat het ook concreet om de geografische spreiding, dus bijvoorbeeld de herkomstgebieden van de doelgroep.

In het geval van vervreemding is in dit onderzoek gekozen voor de doelgroepen bezoekers en specifiek omwonenden. Deze dienen allebei op een andere manier benaderd te worden omdat ze op geografisch verschillende plekken wonen.

Interesse in de informatie

Hierbij is het onderscheid tussen actieve en passieve belangstelling van belang. Bij actieve belangstelling gaat men zelf op zoek naar informatie over een onderwerp. Bij passieve belangstelling neemt men pas kennis van informatie als dat wordt aangeboden. Hoe minder actieve belangstelling, hoe meer moeite men moet doen om de boodschap over te brengen. Het gaat dan steeds meer om de verpakking, het aantrekkelijk maken en verlichten van de boodschap. Het gevaar is dat de inhoud van de boodschap niet meer wordt waargenomen of niet meer serieus genomen wordt.

In het geval van communicatie rond ingrepen voor beheer of productie in bossen, is het waarschijnlijk dat er ter plaatse wel een meer actieve belangstelling zal zijn. Men ziet bijvoorbeeld terplekke iets gebeuren en vraagt zich af waarom dat gebeurt. Daarbuiten zal het gros van de bezoekers zich er niet erg druk over maken. Bij omwonenden is het een ander verhaal, vooral mensen die zich al druk maken over wat er met 'hun' gebied gebeurt zullen ook buiten de terreingebonden voorlichting actief op zoek gaan naar informatie.

Voorkennis

Willen mensen de informatie in een boodschap in zich kunnen opnemen, dan moet de informatie die aangeboden wordt, aansluiten bij het kennisniveau van de doelgroep. Als mensen bijvoorbeeld al bepaalde kennis hebben over een onderwerp, dan kunnen zij nieuwe informatie makkelijker een plaats geven. Het kennisniveau kan per onderwerp en per doelgroep verschillen.

In het vorige deelproject was de indruk van beheerders dat bezoekers over het algemeen weinig weten van beheer en productie in bossen. Ook uit het kwalitatieve onderzoek van Buijs en Filius (1998) blijkt dat Nederlanders weinig weten van de praktijk van natuurbescherming in Nederland. Van de bezoekers van bosgebieden is wel bekend dat zij over het algemeen vrij hoog zijn opgeleid (SCP, 1996, Jansen, 1998, Konijnenberg, 1996). Hoger opgeleiden zijn over het algemeen beter in staat nieuwe (en complexere) informatie te verwerken. Het is echter de vraag of je daar je boodschap op moet afstemmen, omdat er ook aanzienlijk aantal mensen met een lager opleidingsniveau bos- en natuurgebieden bezoeken.

Houding ten aanzien van de zender en de boodschap.

Vertrouwen is hier een sleutelbegrip. Het gaat om het vertrouwen in de integriteit en deskundigheid van de zender. Als men daaraan twijfelt, zal men ook aan de boodschap twijfelen, of de boodschap bij voorbaat terzijde schuiven. Het vertrouwen in de zender wordt bepaald door de ervaringen van mensen met de zender.

Voor wat betreft vervreemding moet er soms eerst geïnvesteerd worden in de relatie van de beheerder met bewoners en bezoekers voordat communicatie een positief effect kan hebben. Daarnaast is de houding van mensen ten opzichte van beheer en beheerder afhankelijk van informatie die ze via andere kanalen hebben ontvangen.

Communicatieve context

Hierbij gaat het om de andere boodschappen die men al ontvangt over het onderwerp, en op welke manier. Belangrijk is dat verschillende boodschappen bij elkaar aansluiten, elkaar aanvullen en niet in tegenspraak met elkaar zijn.

Bij vervreemding zou dat het geval kunnen zijn bij beelden die in massamedia worden uitgedragen naar het grote publiek, maar niet overeenstemmen met de praktijk van beheer en productie in bossen.

Kenmerken

Om een oordeel te kunnen geven over aspecten als voorkennis, interesse enzovoort en om tot een goede doelgroepsegmentatie te kunnen komen, is het van belang ook een aantal sociaaldemografische kenmerken te kennen. Vooral leeftijd, opleiding en gezinssamenstelling zijn van belang. Maar ook het lidmaatschap van organisaties/verenigingen kan iets zeggen over de interesse in het betreffende onderwerp.

Daarnaast kan het ook zinvol zijn informatie te hebben over de activiteiten in het gebied en de motieven waarmee men het gebied bezoekt. Helaas is deze informatie lang niet altijd beschikbaar. Beheerders zullen het dan moeten doen met hun eigen ervaringskennis en de meer algemene informatie over recreatief gebruik uit bestaand recreatieonderzoek.

Doelgroepsegmentatie

Om een doelgroep goed te kunnen bereiken en de boodschap op hun specifieke kennis en interesses af te stemmen, moet de doelgroep voldoende homogeen zijn. Is dit niet het geval dan dient er verder gesegmenteerd te worden.

Uitgaande van vervreemding zijn de volgende segmentaties mogelijk.

Vanuit de relatie tot het gebied

De meest voor de hand liggende indeling is die van omwonenden en bezoekers. Omwonenden hebben een andere betrokkenheid bij het gebied; het gaat immers om hun directe woonomgeving. Als er iets in het gebied staat te gebeuren zullen zij daarover als omwonenden geïnformeerd willen worden. Voor bezoekers die niet in de directe omgeving van het gebied wonen is de relatie anders. Veranderingen in het

gebied hebben geen betrekking op hun dagelijkse leefomgeving, maar op een gebied waar ze vaak of minder vaak komen. Voor hen is vooral de informatie ter plekke van belang, waarin een bepaalde maatregel wordt aangekondigd of toegelicht. Toch is het bovenstaande onderscheid minder helder als in eerste instantie lijkt. Omwonenden zijn tevens bezoekers en zullen dus in meerdere rollen worden aangesproken. Er zijn ook frequente bezoekers die niet in de (directe) omgeving wonen, maar wel erg betrokken zijn met wat er in een gebied gebeurt. Zij zullen wellicht ook van andere communicatiekanalen gebruik maken, dan alleen die gericht zijn op bezoekers.

Vanuit de mate van betrokkenheid/interesse

Zowel voor omwonenden als voor bezoekers geldt, dat de mate van interesse en betrokkenheid kan verschillen. Afhankelijk van het onderwerp zal voor een groot deel een aankondiging en beperkte toelichting voldoende zijn. Daarbij kan gedacht worden aan een advertentie in een huis-aan-huisblad of een informatiepaneel in het gebied zelf. Mensen die meer betrokken en geïnteresseerd zijn, willen ook meer informatie. Voor die groep moeten dus communicatiemiddelen worden ingezet die daar recht aan doen, zoals folders, tentoonstellingen, informatieavonden, persoonlijke gesprekken, etcetera.

Vanuit de mate van georganiseerdheid

Een segmentatie in de mate van georganiseerdheid kan zinvol zijn. Een groot deel van de bezoekers bestaat uit van elkaar onafhankelijke individuen of gezinnen. Een deel van de betrokkenen bij het gebied zal echter op de één of andere manier georganiseerd zijn in bijvoorbeeld bewonersverenigingen, lokale/regionale natuurorganisaties, recreatieorganisaties, etcetera. Als het gaat om het krijgen van voldoende draagvlak voor (ingrijpende) maatregelen is het zaak dit soort organisaties in een vroeg stadium te onderscheiden en te benaderen.

Demografische kenmerken

Tot slot kan een indeling op basis van demografische kenmerken van belang zijn. Voor de hand ligt een segmentatie in kinderen en volwassenen of in gezinnen en andere huishoudtypen.

3.4 De communicatiemiddelen

Als doelen en doelgroepen bekend zijn, kunnen communicatiemiddelen worden gekozen. Dit kan op verschillende manieren benaderd worden. Ten eerste kan gekeken worden welke communicatiemiddelen geschikt zijn voor het bereiken van welke doelgroepen. Ten tweede kan dit geheel weer gerelateerd worden aan de doelen die geformuleerd zijn. Het gaat dus om de vraag met welk middel bereik ik wat bij wie?

Bij soorten communicatiemiddelen is in onderstaand schema onderscheid gemaakt tussen massamediale en interpersoonlijke communicatiemiddelen (Wapenaar et al, 1989). Kenmerkend voor massamediale communicatiemiddelen is dat er in principe niemand bij voorbaat wordt uitgesloten van de ontvangst. Massamediale

communicatiemiddelen zijn weer te onderscheiden in schriftelijke, auditieve, visuele en audiovisuele middelen. Bij interpersoonlijke communicatie hebben boodschapper en ontvanger direct contact.

Bij de keuze van een communicatiemiddel is een groot aantal aspecten van belang (naar Wapenaar et al., 1989):

Relatie voorlichter - medium

- Toegankelijkheid van het medium voor de voorlichter: radio en televisie zijn voor een voorlichter niet zondermeer toegankelijk, terwijl het maken van een folder of een video meer binnen het bereik liggen.
- Mogelijkheid voor de voorlichter om de boodschap te bepalen; de voorlichter heeft minder invloed op de boodschap als deze is ingekaderd in een bepaald televisieprogramma of krantenartikel dan bij bijvoorbeeld een folder.
- De aanloop en productietijd
- Vereiste deskundigheid
- Kosten van de productie

Relatie boodschap – medium

- Gebruik van woord en/of beeld: bepaalt de geschiktheid om een bepaalde boodschap over te dragen
- Context: als de boodschap is opgenomen in de context van andere boodschappen (bijv. artikel in tijdschrift, advertentie) moet er soms extra moeite worden gedaan om op te vallen.

Relatie medium – ontvanger

- Bereik: fysiek bereik (succesvol transport) en effectief bereik (waarbij de ontvanger de boodschap ook decodeert)
- Functie die het medium voor de ontvanger vervult of de manier waarop het medium gebruikt wordt: TV heeft bijvoorbeeld een belangrijke verstrooiingsfunctie, de ontvanger heeft bij dit medium vaak niet het doel geïnformeerd te worden.
- Vrijheid van de ontvanger: hiermee wordt bedoeld of de ontvanger vrij is om te kiezen op welk moment en in welk tempo hij de boodschap tot zich neemt; deze vrijheid is bij televisie kleiner dan bij een folder
- Eigen interpretatie door de ontvanger: de mate waarin de ontvanger de boodschap op verschillende wijze kan interpreteren
- Mate van terugkoppeling voor de ontvanger
- Bewaarmogelijkheid: de mogelijkheid om iets nog eens te bekijken
- Kosten voor de ontvanger: bijvoorbeeld toegangsprijs voor een tentoonstelling

Omdat bij vervreemding de doelgroepen bewoners en bezoekers elkaar overlappen, is een indeling van communicatiemiddelen naar doelgroepen niet helder. In onderstaand schema is daarom een indeling gemaakt in communicatiemiddelen binnen het gebied en communicatiemiddelen buiten het gebied.

Vanuit vervreemding moet opgemerkt worden dat de boodschap in communicatiemiddelen buiten het gebied vaak gericht zal zijn op bewoners. De communicatiemiddelen in het gebied zijn afgestemd op bezoekers. Individuen kunnen dus op verschillende manieren (als bewoner en bezoeker) worden aangesproken middels verschillende communicatiemiddelen.

	Communicatiemiddelen buiten het gebied (lokaal/regionaal)	Communicatiemiddelen in het gebied
Massamediaal (schriftelijk, auditief en visueel)	<ul style="list-style-type: none"> • Folders • Brief • Lokale/regionale krant (artikelen en advertenties) • Kabeltekst • Lokale en regionale TV/radio • Ledenbladen van lokale en provinciale organisaties 	<ul style="list-style-type: none"> • Folders • Panelen en informatieborden • Wandel- en natuurroutes • Kaarten • Dia, video, tentoonstellingen (in bezoekerscentra)
Interpersoonlijk	<ul style="list-style-type: none"> • Voorlichtings- en discussiebijeenkomsten 	<ul style="list-style-type: none"> • Excursies • Twee (of meer) gesprekken

Communicatiemiddelen in combinatie

Communicatiemiddelen hebben verschillende eigenschappen. Ze zijn geschikt voor het realiseren van verschillende typen doelstellingen, ze verschillen in bereik, ze verschillen in doelgroepen, enzovoort. Communicatiemiddelen werken dan ook vaak het best in combinatie met andere communicatiemiddelen. Ze kunnen elkaar dan aanvullen en versterken. In bijlage 1 worden de belangrijkste kenmerken van de communicatiemiddelen in de tabel doorlopen en aangevuld aan de hand van bestaande literatuur. Hieronder wordt op basis van de kenmerken de geschiktheid van communicatiemiddelen besproken aan de hand van bereik, doelstellingen en doelgroepen.

Voor bos- en natuurgebieden wordt bijvoorbeeld informatie in een bezoekerscentrum gecombineerd met borden in het gebied. Op die manier worden ook de mensen die niet in het bezoekerscentrum zijn geweest bereikt.

Communicatiemiddelen gerelateerd aan bereik

Niet iedereen heeft toegang tot of interesse in alle media. Informatie beperken tot één communicatiemiddel kan dan te weinig mensen bereiken.

Uit het onderzoek van Kroon (1991) is de volgende verdeling bekend over het gebruik door Nederlanders van vormen van terreingebonden voorlichting in terreinen van Staatsbosbeheer:

- informatiepanelen 45% van de Nederlanders
- wandelroutes 34%
- bezoekerscentra 13%
- inforuimten 12%
- excursies 6%

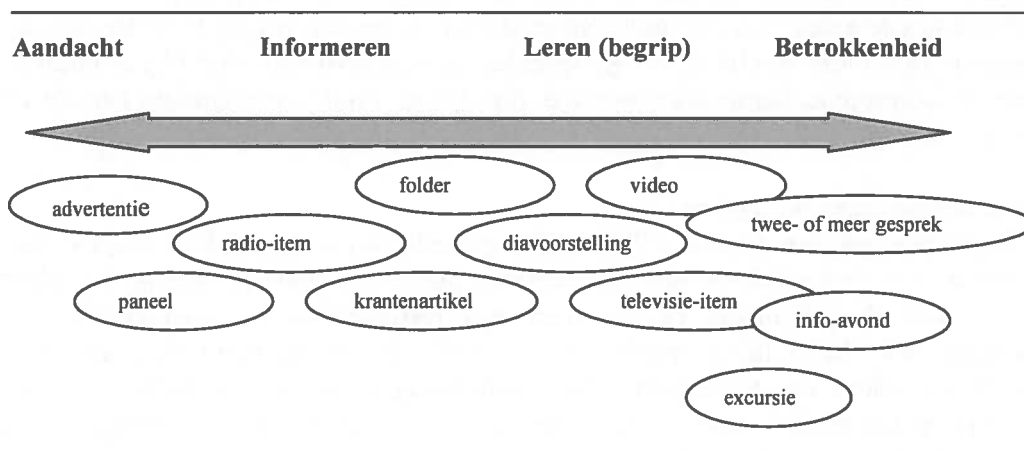
- voetspoorkaarten 6%
- twee specifieke folders elk 2%

Het gebruik van vormen van terreingebonden voorlichting kan natuurlijk per gebied verschillen, afhankelijk van type bezoekers, kwaliteit en locatie van de verschillende communicatiemiddelen. In recreatieonderzoeken wordt verder vaak gevraagd naar de bronnen van informatie over het gebied. Vaak zijn familie en vrienden belangrijke bronnen van informatie (Jansen, 1998). In andere gebieden spelen folders en kaarten weer een heel belangrijke rol (Visschedijk, 1999).

Wat betreft de communicatiemiddelen buiten het gebied zullen vooral lokale en regionale media van belang zijn (krant, TV en radio). Het fysieke bereik van dit soort media kan groot zijn. Veel mensen hebben in principe toegang tot dergelijke media. In de praktijk blijkt echter dat het gebruik van lokale media klein is met uitzondering van de huis-aan-huisbladen die door ongeveer 60% van de ontvangers wordt doorgekeken. Bij de regionale media blijkt dat bijna 35% soms of vaker naar de regionale radio luistert en 43% leest minimaal 30 minuten per week een regionaal dagblad.

Communicatiemiddelen gerelateerd aan de doelstellingen

Communicatiemiddelen kunnen geplaatst worden op een schaal van functies (zie onderstaande figuur) waarbij de betrokkenheid van de gebruiker steeds intensiever wordt. De schaal begint bij communicatiemiddelen die vooral geschikt zijn voor het trekken van aandacht en gaat verder in de richting van communicatiemiddelen die gebruikt kunnen worden om informatie over te brengen. Vervolgens kunnen onderscheiden worden de communicatiemiddelen die geschikt zijn om (complexe) onderwerpen uit te leggen en te illustreren. Aan het andere uiteinde van de schaal staan de communicatiemiddelen die vooral geschikt zijn om mensen persoonlijk bij een bepaald onderwerp te betrekken.



De algemene communicatiedoelstellingen die al eerder geformuleerd zijn, kunnen gerelateerd worden aan deze communicatiemiddelen. (In de concrete cases zullen de doelstellingen concreter zijn geformuleerd en kan ook de keuze van communicatiemiddelen beter worden afgebakend.)

Voor wat betreft vervreemding:

1. *Beheer en productie in bos en natuur maken onderdeel uit van natuurbeeld, wensen en verwachtingen.* Ten aanzien van deze doelstelling is al geconcludeerd dat een verandering in normen en waarden alleen heel geleidelijk kan plaatsvinden. Het gaat hier om de consistentie in het algemene beeld dat door de beherende organisatie wordt uitgedragen. Daarbij is het van belang dat beheer en productie onderdeel uitmaken van het beeld dat over bos en natuur wordt uitgedragen. Dat speelt een rol bij alle mogelijke communicatiemiddelen, maar vooral bij de communicatiemiddelen waarbij gebruik wordt gemaakt van beeldmateriaal.
2. *Mensen hebben kennis over en begrip van maatregelen voor beheer en productie.* Bij deze doelstelling zijn communicatiemiddelen van toepassing die geschikt zijn voor het overbrengen van informatie en die bijdragen aan het begrip. Voor het informeren van mensen zijn artikelen, folders, panelen etc. geschikt. Om mensen iets uit te leggen en te demonstreren is het van belang dat meerdere zintuigen worden aangesproken. Denk daarbij aan excursies, video, diavoorstellingen, tentoonstellingen in het bezoekerscentrum etc.
3. *Mensen voelen zich betrokken bij de besluitvorming over hun natuurlijke omgeving.* Daarbij zijn vooral de interpersoonlijke vormen van communicatie van belang. De mogelijkheid van feedback en het kunnen inspelen op overtuigingen en emoties van anderen zijn hierbij belangrijke factoren. Natuurlijk zijn ook andere communicatiemiddelen nodig om de aandacht van mensen te vestigen op bijvoorbeeld een informatie-avond en achtergrondinformatie om mensen te informeren en uit te leggen wat er aan de hand is.

Communicatiemiddelen gerelateerd aan kenmerken van doelgroepen

Voor een goede keuze van communicatiemiddelen is het van belang te weten wie de gebruikers zijn. Deze zijn bij de doelgroepenkeuze al afgebakend. Vervolgens kunnen hierop de communicatiemiddelen worden afgestemd. Voor vervreemding kan dit er als volgt uit zien.

Communicatiemiddelen in het gebied

Uit het onderzoek van Kroon (1991) blijkt op basis van een landelijke enquête dat het profiel van de bezoekers van gebieden van Staatsbosbeheer nauwelijks verschilt van dat van de gebruikers van vormen van terreingebonden voorlichting. De bezoekers zijn relatief hoog opgeleid en vaak lid van natuurorganisaties, dit geldt voor de gebruikers van terreingebonden voorlichting evenzeer. Het blijkt dat leden van natuurorganisaties zelfs nog meer gebruik maken van terreingebonden voorlichting dan andere bezoekers.

Communicatiemiddelen buiten het gebied

Bij de twee belangrijkste typen media televisie en krant blijkt dat mensen die meer dan gemiddeld televisie kijken, vaker laag opgeleid zijn en jonger dan 45 jaar. Mensen

die meer dan gemiddeld de krant lezen, zijn vaak hoog opgeleid en ouder dan 45 jaar. Mensen die weinig tijd besteden aan de televisie en de krant, zijn hoog opgeleid en jonger dan 45 jaar. Mensen die gemiddeld veel tijd besteden aan beide media, zijn laag opgeleid en ouder dan 45 jaar (Nas, 2000).

Deze verschillen komen ook naar voren in onderzoek over het gebruik van informatieve programma's en artikelen (Hollander en Verschuren, 1993). Het blijkt dat het publiek van dit soort informatieve programma's of artikelen over het algemeen ouder en hoger opgeleid is. Bij de gebruikers van informatieve televisieprogramma's blijkt dat deze mensen gemiddeld juist laag opgeleid zijn. De verklaring van de auteurs is dat de informatieve programma's op televisie voor hoger opgeleiden niet interessant genoeg zijn.

Uit onderzoek naar de keuze van informatiebronnen en interesse in milieuonderwerpen (Nas, 2000) blijkt dat televisie en dagbladen belangrijke bronnen van informatie zijn over het milieu. Dit geldt voor mensen die ook een actieve belangstelling voor milieu-onderwerpen hebben. Gebleken is dat mensen voor wie televisie de enige bron van informatie over het milieu is, over het algemeen niet actief geïnteresseerd zijn in milieuonderwerpen. 'Informatie over milieuonderwerpen bereikt de meeste televisiekijkers waarschijnlijk slechts bij toeval. Er mag vermoedelijk niet al te veel verwacht worden van het effect van milieuprogramma's op hun milieuhoudingen. In positieve zin zou nog gezegd kunnen worden dat juist omdat televisie een makkelijk toegankelijke bron van informatie vormt, het bij uitstek geschikt is om mensen met een geringe interesse te bereiken en misschien uiteindelijk toch enkelen van hen voor een onderwerp te interesseren.

3.5 De inhoud van de communicatieboodschap

In algemene zin wordt de inhoud van de boodschap natuurlijk bepaald door wat ermee bereikt dient te worden (doelstelling) en bij wie (doelgroep). Afhankelijk van het soort communicatiemiddel en de kenmerken van de doelgroep zal de inhoud van de boodschap moeten worden aangepast aan onder andere de volgende factoren:

- Dosering van de informatie: doelgroepen met een hoge opleiding, interesse en voorkennis kunnen meer nieuwe informatie aan dan andere groepen. Communicatiemiddelen waarbij het vooral gaat om het vragen van aandacht, zijn niet geschikt voor het brengen van (veel) nieuwe informatie.
- Begrijpelijkheid: zie voorgaande.
- Feiten en emoties: bepaalde communicatiemiddelen lenen zich beter voor het werken met emoties en sfeer dan met alleen feitelijke informatie (vooral audiovisuele communicatiemiddelen). Soms kan het effectiever zijn om mensen aan te spreken op emoties dan alleen feitelijke informatie aan te dragen.

Het resultaat van beheersmaatregelen bijvoorbeeld, kan vooral door middel van mooie beelden van de toekomstige situatie worden geïllustreerd.

3.6 Organisatie en logistiek

Al tijdens het hele proces van planmatige voorlichting is het van belang te analyseren welke middelen er nodig zijn en hoe de organisatie en het management van de activiteiten moet zijn. In dit project wordt daar niet uitgebreid op ingegaan. Duidelijk is wel dat de planning en timing van communicatie rond ingrepen voor beheer en productie van groot belang is. Doorgaans is het aan te bevelen al in een vroeg stadium te beginnen met het informeren van bezoekers en omwonenden. Zeker voor omwonenden is het van belang, dat bij ingrijpende maatregelen, de planvorming nog niet volledig is afgerond. Voor het verkrijgen van draagvlak moet men het gevoel hebben ook nog daadwerkelijk iets in te kunnen brengen (o.a. Janmaat 1993). Daarnaast is een zekere continuïteit in de communicatie van belang. Mensen moeten op de hoogte blijven van het verloop van planvorming en uitvoering. Zeker als er sprake is van verschillende stadia in de uitvoering verdient het aanbeveling de communicatie in de terreinen regelmatig aan te passen aan de actuele situatie.

3.7 Conclusie

Om communicatie in te zetten bij het oplossen van problemen rondom vervreemding dient een aantal stappen doorlopen te worden. Allereerst natuurlijk de probleemanalyse waarin gekeken wordt naar de aard en herkomst van het probleem en de bij het probleem betrokken partijen.

Vervolgens kunnen doelstellingen geformuleerd worden om het probleem daadwerkelijk te kunnen aanpakken. De volgende stappen van het bepalen van de doelgroep(en), het kiezen van de communicatiemiddelen en het bepalen van de inhoud van de boodschap hangen hier nauw mee samen. Tot slot dient nog gekeken te worden naar de organisatie en planning van de communicatie.

4 Thematische cases Exoten en Grote Grazers

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de twee thematische cases van dit onderzoek besproken. Bij de cases wordt aandacht geschonken aan het eerste onderdeel van de planmatige communicatie, namelijk de vaststelling en analyse van het probleem. Aan de hand van de verschillende waarden die een rol spelen bij het wel of niet nemen van (beheer)maatregelen ten aanzien van exoten en grote grazers in Nederland worden de dilemma's en discussies omtrent deze onderwerpen besproken.

4.2 Thematische case Exoten

In deze thematische case gaat het over ingrepen in het bos en dan met name over het kappen van boomsoorten bestempeld als exoot. Een dergelijke ingreep is tijdens de uitvoering zowel zichtbaar als hoorbaar en ook na afloop is het duidelijk dat er een ingreep in het bos heeft plaatsgevonden. Het uiteindelijke resultaat van een natuurlijker, gevarieerder bos laat echter langer op zich wachten.

4.2.1 Vaststelling en analyse van het probleem

Context

Voor de vaststelling en analyse van het probleem is het allereerst noodzakelijk om de discussie rondom het begrip exoot te bekijken. Ook al is dit over het algemeen een discussie onder vakgenoten, het is toch van belang om hier op in te gaan omdat het duidelijk maakt waar de knelpunten zitten.

Wat is een exoot? Hierover zijn de meningen nogal verdeeld. Volgens Heybroek (1998) worden exoten in de bosbouw meestal gedefinieerd als soorten die van nature niet in Nederland voorkomen. Daarmee is echter alleen de geografische component in de definitie betrokken. Heybroek is van mening dat het verschijnsel tijd ook meegenomen moet worden aangezien de natuur dynamisch is. Hij doelt daarmee op de laatste serie ijstijden die ons land heeft meegemaakt.

In de Ecosysteemvisie Bos wordt exoot gedefinieerd als (in: Kuyper, 1998): 'soorten die van nature alleen buiten West-Europa voorkomen. Bovendien soorten die van nature in West-Europa voorkomen, maar niet in Nederlandse bosgemeenschappen, tenzij een dergelijke West-Europese soort reeds meer dan enkele honderden jaren zich heeft weten te handhaven in min of meer natuurlijke bossen in Nederland.'

Exoten zijn niet per definitie naaldbomen zoals vaak gedacht wordt; ook loofbomen als tamme kastanje en Amerikaanse eik worden door deskundigen exoot genoemd.

Andere voorbeelden van exoten zijn douglas, lariks, fijnspar, corsicaanse en oostenrijkse den en Amerikaanse vogelkers.

Historie

Exoten zijn zowel op eigen kracht naar Nederland gekomen als doelbewust aangeplant. Wat betreft de aanplant was er in het verleden sprake van een bebossingsgolf. Deze begint volgens Jansen (1998) ongeveer in 1850 en betreft voornamelijk woeste grond. Na 1950 wordt ook landbouwgrond bebost. Grove den is in deze tijd de belangrijkste soort; vanaf 1930 worden vooral andere naaldboomsoorten aangeplant. Ook zijn er in het verleden bestaande bossen omgevormd in productiebos met diverse soorten naaldbomen. Voor het overgrote deel ging het echter om het bebossen van heideterreinen en stuifzanden.

De functie van het aanplanten van exoten in Nederland was vooral houtproductie (onder andere ten behoeve van de mijnbouw). Exoten groeien namelijk sneller dan inheemse soorten. Andere redenen achter deze aanplant waren werkgelegenheid en verbetering van de geestelijke volksgezondheid (Jansen, 1998).

Waarden van exoten

Ook exoten kunnen langs de meetlat van de in hoofdstuk 3 genoemde waarden worden gelegd.

- beleving;
- natuur;
- (cultuur)historie;
- veiligheid;
- productie.

In onderstaande wordt dit verder uitgewerkt.

Beleving

Uit onderzoek van Boerwinkel en Veer (1998) blijkt dat exoten (en dan specifiek naaldbomen) door recreanten niet worden afgewezen. Zeker in combinatie met loofbomen bieden ze het bos de variatie die voor de belevingswaarde van veel recreanten belangrijk is. Daarnaast hebben ze door hun leeftijd (de meeste zijn in de jaren 50 aangeplant) inmiddels een aardige hoogte bereikt en dragen mede bij aan bos met een volwassen aanzien. Ook dit wordt door recreanten gewaardeerd. Door exoten te kappen wordt het bos of delen daarvan in één keer terug gezet naar een kale beginsituatie en wordt de beleving van de recreanten beïnvloed. Alle uitleg ten spijt beoordelen recreanten het bos toch op basis van het beeld dat ze feitelijk waarnemen en zal het moeilijker worden om ze te overtuigen van de voordelen van het kappen op lange termijn.

Daarnaast blijkt uit het onderzoek van Boerwinkel en Veer (1998) dat de belangrijkste factoren met betrekking tot beleving alleen van doen hebben met het opstandniveau en niet met het soortniveau. Het gaat dan om de factoren openheid, toegankelijkheid en aantrekkelijkheid. De boomsoort en het eventuele verschil tussen exoot en inheems of naaldboom en loofboom lijkt er niet toe te doen.

Als het gaat om de beleving van de recreant gaat het niet alleen om het feit dat er een stuk bos gekapt wordt en er dus (tijdelijk) een kale plek in het bos is, het gaat ook om de activiteit kappen op zich. Dit levert herrie op en omgewoelde paden en beschadigde vegetatie. Ook dat is een onderdeel van de beleving en juist een onderdeel dat de recreant daar niet in vindt passen.

Natuur

Exoten kunnen zowel bijdragen als afbreuk doen aan de natuurwaarde in een bos. Daarbij kan puur gekeken worden vanuit het feit dat een exoot niet-oorspronkelijk is, de plek inneemt van een inheemse soort en daardoor de oorzaak is van een onvolledig ecologisch netwerk. Daarnaast planten sommige exoten zich zeer snel voort met als gevolg het verdringen van andere soorten en een afname van de biodiversiteit. Het kappen van exoten kan vanuit deze redenering uiteindelijk een soortenrijker bos opleveren, maar de bosstructuur is dan vaak wel ongeveer een halve eeuw vrij eenvormig.

Naaldbomen (dus niet alle exoten) gebruiken meer water dan loofbomen en dragen dus meer bij aan de verdroging in gebieden zoals de Veluwe en de duinen. Er zijn echter ook beweringen de andere kant op. Naaldbomen gaan volgens sommigen zuiniger om met water dan loofbomen en naaldbossen verdampen nauwelijks meer dan loofbossen (Kuyper, 1998).

Als exoten echter niet overheersen in een bos kunnen ze juist bijdragen aan een grotere natuurwaarde door een grotere biodiversiteit. Het aantal soorten in het bos is immers groter.

(Cultuur)historie

Bij (cultuur)historie gaat het enerzijds om de oorspronkelijkheid van een boomsoort in Nederland en anderzijds om de historie van een bepaalde plek en de daarbij van oorsprong horende boomsoorten.

In het eerste geval gaat het om de discussie of een boom verwijderd mag worden enkel en alleen omdat deze exoot is en hier dus niet 'thuis zou horen'.

Gezien vanuit de historie van een plek hangt het al dan niet verwijderen van exoten afhankelijk van de periode waar naar gekeken wordt. Werden in de jaren 50 juist veel exoten (met name naaldbomen) aangeplant, inmiddels is er weer sprake van een tegenbeweging en worden de naaldbomen verwijderd om zo het stuifzand weer een kans te geven. Deze wijziging van inzichten laat zien dat vanuit cultuurhistorisch oogpunt exoten zowel gekapt als behouden kunnen worden.

Vereniging Natuurmonumenten behoudt juist exoten afhankelijk van de gekozen beheersstrategie in een gebied. Bij het natuurrijk cultuurlandschap is er door de jaren heen veel menselijke invloed geweest zowel wat betreft introductie van soorten als wat betreft percelering en beïnvloeding van de bodem. Deze sterke cultuurhistorische component bepaalt dat de oorspronkelijk aangeplante boom- en

struiksoorten (waarvan velen exoten zijn) gehandhaafd en zelfs opnieuw geplant worden. Deze beheerstrategie is vooral te vinden op buitenplaatsen.

Veiligheid

Wat betreft veiligheid (oude of zieke bomen kappen die dreigen om te vallen bijvoorbeeld) is er geen verschil tussen exoten en andere bomen.

Productie

Exoten groeien over het algemeen sneller dan inheemse soorten. Het hout dat ze produceren is vaak kwalitatief even goed als dat van inheemse soorten. Dit is echter zowel bij exoten als bij inheemsen uiteraard afhankelijk van o.a. de grondsoort waarin de boom groeit.

Daarnaast is er het productie-argument dat door het kappen van bomen in Nederland er minder hout geïmporteerd hoeft te worden uit bijvoorbeeld de tropen. Exoten zijn in het verleden mede aangeplant voor de houtproductie en zijn inmiddels groot genoeg om te gekapt te worden. Dit argument geldt niet alleen voor exoten, maar ook voor inheemse bomen.

4.2.2 Problemen in het kader van vervreemding

In dit onderzoek gaat het met name om de relatie tussen beheerders en recreanten. Deze beide groepen komen elkaar tegen in en om het bos, maar bekijken het bos op verschillende wijzen. De beheerder zal vooral kijken vanuit het oogpunt van natuur en vanuit (cultuur)historie. De recreant kijkt vooral vanuit beleving en vanuit natuur. Dit is de kern van het probleem van vervreemding als het gaat over het kappen van exoten; een beheerder heeft verschillende argumenten om exoten in zijn bos te kappen, maar deze zijn vaak niet bekend bij de recreant die het bos vooral bekijkt vanuit zijn eigen beleving op dat moment.

Ook de beheerder die vanuit (cultuur)historische overwegingen exoten kapt, zal met dat argument niet bij elke recreant bijval vinden. De beleving van de recreant vindt immers op het moment zelf plaats en wordt aangetast als bijvoorbeeld zoals bij Kasteel Groeneveld onlangs een mooie, volwassen laan dreigde te moeten wijken voor een piepjonge, maar (cultuur)historisch juiste laan. Dit leverde veel protesten op. Veel recreanten zullen de (cultuur)historie van een plek niet weten en blijkend uit het voorbeeld van Kasteel Groeneveld daar ook weinig belang aan hechten. Tenminste, niet zoveel belang dat ze het eens zijn met de maatregel om gezonde, volwassen bomen plaats te laten maken voor jonge bomen.

Het argument van (cultuur)historie is sowieso discutabel omdat het subjectief is welke tijd als uitgangspunt wordt genomen. Daarnaast kunnen er verschillen zijn tussen het referentiebeeld van de recreant en dat van de beheerder.

Het niet kennen van de argumenten vanuit natuur om elke exoot te verwijderen doet sommige recreanten zelfs denken aan racisme. Men denkt dan dat de boom

verwijderd wordt alleen omdat het een exoot is en dus niet in Nederland zou thuishoren.

Het toegenomen tempo in de maatschappij legt ook een grotere druk op de vrij te besteden tijd. Tijdens deze vrije tijd wil men direct de gewenste beleving opdoen en niet geconfronteerd worden met ingrijpende beheermaatregelen. Begrip voor de positieve invloed op langere termijn van zichtbare beheermaatregelen op korte termijn lijkt dan een brug te ver te zijn. Tegenstrijdig is daarbij dat open plekken in een bos wel worden gewaardeerd, maar het maken van deze open plekken vaak niet.

Voorbeelden uit de case:

- Vereniging Natuurmonumenten spreekt in haar beleid en communicatie niet meer van exoten maar van geïntroduceerde soorten. Dit heeft al veel problemen gescheeld. De term 'exoot' doet namelijk denken aan 'hier niet thuishoren'. Zonder verdere uitleg wordt dan snel geconcludeerd dat 'hier niet thuishoren' het argument voor het kappen is, terwijl bij Vereniging Natuurmonumenten de natuurwaarde het argument is.
- In het Edese Bos zijn grote problemen geweest rondom de velling van een perceel exoten. Dit was aangekondigd in de pers en leidde aanvankelijk niet tot reacties van de bevolking. Bij aanvang van de vellingen klommen echter twee verontwaardigde oud-beheerders in de pen en organiseerden een flinke protestactie onder de Edese bevolking. Als reactie daarop organiseerde de gemeente een excursie en kon op die manier, in ieder geval bij een aantal mensen, veel argwaan wegnemen. De gemeente Ede denkt dat de commotie ook kwam doordat men een tijd lang niet had gekapt en dan is een grote kap ineens blijkbaar teveel.
- Staatsbosbeheer heeft een productiedoelstelling en vanuit dat uitgangspunt kappen ze dus regelmatig. Als dit vanwege beheersomstandigheden in de zomer moet gebeuren, kan dit problemen opleveren met recreanten, vooral vanwege de herrie en de aanblik van het bos op dat moment. Mensen schrikken blijkbaar van het geweld waarmee zo'n kap gepaard gaat. Ze verwachten het niet en vinden het ook niet in hun beeld van het bos passen.

4.2.3 Conclusies

Door een verschil in rangorde van de genoemde waarden ontstaan er communicatieproblemen tussen beheerders en recreanten. Recreanten kijken namelijk vooral vanuit hun beleving en beheerders zien met name vaak de natuur als grootste waarde van hun bos.

Het probleem komt duidelijk tot uiting in de reacties van mensen op de argumenten die door beheerders worden aangevoerd om exoten te kappen. Het simpele argument dat de herkomst van de boom bepaalt of deze gekapt wordt of niet, wordt door een aantal recreanten in het Edese Bos uitgelegd als racisme. Ook een argument als (cultuur)historie levert protesten op. Argumenten die meer gericht zijn op de

beleving van recreanten lijken beter aan te komen. En ook argumenten vanuit natuur maken, met voldoende uitleg, best wel een kans bij recreanten.

4.3 Thematische case Grote Grazers

In de thematische case Grote Grazers wordt ingegaan op de communicatie omtrent de verschillende aspecten van grote grazers in gebieden in Nederland. Aan de hand van literatuur en gesprekken is een analyse van het probleem gemaakt.

4.3.1 Vaststelling en analyse van het probleem

Context

Begrazing is een vorm van beheer die grote overeenkomst vertoont met de natuurlijke begrazing waarvan deze oorspronkelijk afstamt. Een belangrijk doel van begrazing is structuurverbetering in de vegetatiestructuur. Begrazing heeft enkele voordelen boven technische middelen; het is namelijk natuurlijker en recreatief aantrekkelijker.

Het grazen als beheersmaatregel gebeurt door het invoeren van grote grazers. Geschikt voor grazen in Nederland zijn paarden en runderen. Enkele geschikte paardenrassen voor begrazingsprojecten in Nederland:

Exmoorpony, fjordenpaarden, ijslandse pony, konikpaarden en de new forest pony. Enkele geschikte runderrassen zijn: Fjellkuarna (Weerribben), Schotse hooglanders (Imbosch) en Galloway-koeien (Meinerswijk) (Arnold en van Dijk, 1994).

Er is een verschil tussen jaarrondbegrazing en seizoenbegrazing. Jaarrondbegrazing is een vaak toegepaste vorm van natuurbeheer en wordt door natuurbeheerders vaak gezien als de meest optimale begrazingsvorm. Wel is het zo dat wanneer een terrein het hele jaar begraasd wordt, met name het voedselaanbod in de wintermaanden essentieel is. Seizoenbegrazing is een begrazingsstelsel waarbij begrazing alleen in de groeiperiode van de vegetatie plaatsvindt (Arnold en van Dijk, 1994).

Bij grote grazers is sprake van gedomesticeerde dieren (ofwel gehouden dieren), zelfstandig levende dieren en de wilde fauna. Zelfstandig levende dieren zijn jaarrond in het terrein en moeten zichzelf daarin redden. Binnen de zelfstandig levende dieren kun je onderscheid maken in wilde fauna en gedomesticeerde dieren in een dedomesticatie proces. Onder de wilde fauna wordt verstaan de edelherten, reeën, wilde zwijnen etc. Gedomesticeerde dieren zijn de grote grazers die niet zelfstandig leven in een gebied en afhankelijk zijn van bijvoeren (paarden, runderen etc). Als deze in een dedomesticatie proces zijn en dus langzaam wild worden/zijn, kunnen ze geschaard worden onder de zelfstandig levende dieren.

Bij natuurterreinen wordt er onderscheid gemaakt tussen spoor A terreinen (nagenoeg en begeleid natuurlijk) en spoor B terreinen (halfnatuurlijke natuur). In spoor A terreinen vormen de dieren een onderdeel van het ecosysteem waar door

natuurlijke selectie een populatie ontstaat die past bij de ecologische niches. De spoor A terreinen die Nederland heeft, zijn de Oostvaardersplassen en de Imbosch. In spoor B gebieden zal men dit doel niet nastreven en de beheerder heeft dan de mogelijkheid om zelf dieren te selecteren met het oog op andere doeleinden, zoals recreatie in Meinerswijk bij Arnhem (Tramper, 1999). Alleen in spoor A terreinen kunnen zelfstandig levende dieren voorkomen.

Het fundament voor de discussie omtrent de grote grazers ligt in de vraag of het in Nederland mogelijk is geïntroduceerde zelfstandig levende dieren als paarden en runderen zichzelf kunnen reguleren als er geen natuurlijk vijanden zijn?

Beleid omtrent grote grazers

Met betrekking tot grote grazers heeft het Ministerie van LNV een Leidraad Grote Grazers (1999) uitgebracht. Dit in navolging op de Ethische Richtlijnen van Staatsbosbeheer. De Leidraad is opgezet vanuit de behoefte aan een duidelijk kader waarbinnen de beheerders dienen te opereren ten aanzien van grote grazers in natuurgebieden als de Oostvaardersplassen. De Leidraad betreft de toepassing van de Gezondheids- en Welzijnswet voor dieren en de Destructiewet en daarmee verband houdende regelingen en besluiten op het gebied van zorg, dierziekten en kadavers. De Leidraad gaat niet over de grote grazers die onder de werking van de Jachtwet en de Flora en Faunawet vallen, zoals reeën en herten. De Leidraad betreft het beheer van grote grazers in alle natuurterreinen (LNV, 1999). Bij de implementatie van de leidraad wordt als laatste punt genoemd een goede voorlichting en communicatie over het beheer van grote grazers en hun betekenis voor het natuurbeheer. Hierbij wordt niet gezegd naar wie er gecommuniceerd moet worden en op welke wijze, dit behoeft duidelijk nadere uitwerking die nog niet gedaan lijkt te zijn (LNV, 1999). Uit het gesprek met dhr. Kampf van het Ministerie van LNV blijkt dat LNV vindt dat zij niet de taak heeft iets te doen aan voorlichting. Dat is volgens LNV de taak van de beheerders en de beherende organisaties. Alleen als er iets goed mis dreigt te gaan, dan kan LNV ingrijpen en organisaties daarop aanspreken.

De discussie die hieruit volgt is of je wel of niet moet ingrijpen als beheerder bij dieren in het proces van dedomesticatie in spoor A gebieden waar grote grazers leven als zelfstandig levende dieren. Het ministerie van LNV, Vereniging Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer stellen in hun richtlijnen dat ingrijpen in situaties waarin dieren uitzichtloos lijden, vanzelfsprekend is. In de eerste plaats omdat het om uitzichtloos en dus zinloos lijden gaat. In de tweede plaats omdat het door het ontbreken van grote predatoren in Nederland onwaarschijnlijk is dat het dier op een andere manier snel uit zijn lijden verlost zal worden (Tramper, 1999).

Aan de geïntroduceerde grote grazers kleven ook enkele veterinaire aspecten. Nederland heeft een gezonde veestapel en er wordt met argusogen naar de runderen in natuurgebieden gekeken met angst voor het uitbreken van ziekten waarvan Nederland nu vrij is verklaard (Tramper, 1999). In de Oostvaardersplassen worden de dieren regelmatig gecontroleerd door de dierenarts en elk jaar worden er ook verschillende dode dieren gescreend op allerlei ziektes. Tot nu toe zijn er geen ziektegevallen geconstateerd en is de dierenstapel gezond. Er is en blijft echter een

constant wantrouwen van de agrariërs in de omgeving ten aanzien van het feit dat de grote grazers niet ingeënt worden en dat er soms dode dieren in het gebied liggen.

Naast veterinaire aspecten is het juridisch gesproken niet mogelijk om karkassen van 'huisdieren' te laten liggen in de natuur. Volgens de Destructiewet moeten dode runderen en andere dieren ter destructie worden aangeboden, waarbij Nederland met haar regelgeving verder gaat dan de Europese richtlijn. Bij de Europese richtlijn is namelijk sprake van dode dieren op een landbouwbedrijf, terwijl dat in Nederland is weggelaten. Hierdoor moeten alle dode dieren gemeld worden en ter destructie worden aangeboden (Tramper, 1999, Montizaan, 1999).

Daarnaast komt de individuele zorgplicht voor geheel in het wild levende dieren ter sprake. In de Gezondheids- en Welzijnswet voor dieren is een bepaling opgenomen die luidt: 'Een ieder is verplicht hulpbehoevende dieren de nodige zorg te laten verlenen'. Deze bepaling is ook van toepassing verklaard op niet-gehouden dieren en dat is een vreemde zaak. Wilde fauna is een zaak van de Flora en Fauna wet en de bepaling is bovendien erg ruim en algemeen geformuleerd (Cnoop Koopmans, 1998).

Waarden bij grote grazers

Om de probleemanalyse voor grote grazers te voltooien worden de verschillende waarden bij de grote grazers besproken analoog aan het theoretische hoofdstuk. Het gaat hierbij om natuur, beleving, ethiek en veiligheid.

Natuur

Het inzetten van grote grazers in natuurgebieden is een beheermaatregel om een gevarieerd gebied te verkrijgen dat er natuurlijk uitziet en natuurlijk functioneert. Voorbeelden zijn het voorkomen van dichtgroei van gebieden en het verbeteren van de structuur in bos- en natuurgebieden. Het is interessant om te zien of bezoekers van terreinen de terreinen een grotere natuurwaarde toekennen als er grote grazers in het gebied rondlopen. Natuurwaarde gezien vanuit de bezoekers kan gezien worden als de waarde die zij hechten aan de natuurlijkheid van het gebied.

Beleving

Uit verschillende onderzoeken (Ketelaar, 1994 en Arnold en Van Dijk, 1994) blijkt dat grote grazers bijdragen aan de aantrekkelijkheid van een gebied. Grote grazers worden ook hoog gewaardeerd en hun aanwezigheid vergroot de recreatieve waarde van het gebied aanzienlijk.

Begrazing heeft een aantal positieve effecten op de recreatie volgens Arnold en van Dijk, 1994:

1. Door begrazing ontwikkelt zich een meer of minder *tredbestendige vegetatie*, waardoor mogelijke, door recreatie veroorzaakte, schade aan de vegetatie beperkt kan worden.
2. Begrazing *verhoogt de recreatieve waarde* van het gebied (natuurlijker, vegetatiestructuur afwisselender en meer diersoorten)
3. *Natuureducatieve functie*
4. De begrazing kan de *betrokkenheid van de recreant* met het gebied verhogen.

Ketelaar (1994) heeft in de nazomer van 1993 een onderzoek verricht naar de opinie van omwonenden en gebruikers van stadsparken die beheerd worden volgens ecologische principes. Uit de schriftelijke enquête blijkt dat de grote grazers heel hoog gewaardeerd worden, 87% vindt deze dieren bijdragen aan de aantrekkelijkheid van de parken. Men blijkt vrijwel geen last te hebben van uitwerpselen van dieren, agressiviteit van de dieren of het blokkeren van de paden door de dieren. Wel is men minder tevreden over de informatievoorziening (Ketelaar, 1994).

De belevingswaarde heeft ook sterk te maken met de hoge knuffelfactor van de grote grazers in de natuurgebieden. De paarden worden geassocieerd met de paarden in de manege en de runderen met de koeien van de boer. De dieren zien er heel aantrekkelijk uit voor recreanten en door hun grote verwantschap met onze 'huisdieren' is het moeilijk om ze te overtuigen van de 'wildheid' van de dieren.

Ethiek

Ethische waarden hebben betrekking op het feit of de geïntroduceerde grote grazers gedomesticeerd (als gehouden dieren) of wilde fauna zijn. De Koniksparden en Schotse Hooglanders vormen een categorie tussen gehouden dieren en wilde fauna. Ethische vragen die rijzen bij het beheer van grote grazers zijn: mag men de dieren geheel aan hun lot overlaten, moet men bij problemen maatregelen nemen en zo ja over welke problemen praten we dan en welke maatregelen? De meningen zijn verdeeld als het gaat om de behandeling van uitgezette paarden en runderen die men bewust laat verwilderen; moet je die ethisch gezien hetzelfde of juist anders behandelen dan allang in het wild levende herten en reeën?

Beheerders hebben te maken met een stroom van klachten van de kant van de dierenbescherming en ook van de kant van boeren en bezoekers over het beheer dat ze voeren ten aanzien van grote grazers. De terreinbeheerders wijten dit aan onbegrip. Terwijl de natuurbeheerders in principe geen verschil makten tussen van oorsprong gedomesticeerde dieren zoals Heckrunderen en Konikpaarden enerzijds en wilde dieren zoals edelherten en reeën anderzijds, doet het publiek dat heel uitdrukkelijk wel. Omdat een Heckrund op een koe en een Konikpaard op een rij- of manegepaard lijkt, denken mensen dat je daar dan ook heel anders mee om zou moeten gaan dan met wilde dieren. 'Een paard doodschieten is in de menselijke beleving toch heel iets anders dan een hert doodschieten, terwijl het in principe precies hetzelfde is' (Keulartz et. al, 1998). Vanwege de hoge aaibaarheidsfactor eist het publiek een apart regime voor Konikpaarden. De omwoners klagen voortdurend dat de Konikpaarden niet geroskamd worden, dat ze met klitten in hun haren rondlopen, dat de hengsten af en toe en flinke trap naar elkaar uitdelen etc.

De publieke opinie wordt door de terreinbeheerders als een permanente belemmering ervaren. Een beheerder: 'Je zit altijd te schipperen tussen wat je zelf nodig vindt en wat andere mensen nodig vinden'. De Oostvaardersplassen vormen het boegbeeld van natuurontwikkeling, het terrein heeft een voorbeeldfunctie en heel Nederland kijkt als het ware over de schouder van de beheerder mee. Je moet volgens Griekspoor (beheerder Oostvaardersplassen) oppassen dat je niet puur onder de druk van de publieke opinie gedwongen wordt om heel snel de trekker over te

halen. Er hoeft maar iets te gebeuren en je krijgt er een telefoontje over! 'Je krijgt de wind van voren, continu'. Alles draait uiteindelijk om draagvlak en dat krijg je niet voor elkaar als je de kont tegen de krib gooit en dwars gaat liggen. Volgens Keulartz et al. (1998) blijkt het voornaamste meningsverschil tussen kuddebeheerders en boeren, bezoekers en dierenbescherming te draaien om de vraag of en in hoever grote grazers in natuurgebieden gedomesticeerd of (al) wild zijn (Keulartz et al, 1998). Hier raken Keulartz en consorten aan het hart van het proces waar we nu in zitten, namelijk het wild worden van gedomesticeerde dieren.

Om enkele van bovenstaande vragen te kunnen beantwoorden heeft Staatsbosbeheer Ethische Richtlijnen opgesteld waarin gekozen is om dieren van te voren af te voeren voordat ze omgaan van de honger of er andere problemen ontstaan. Dieren worden dan afgevoerd naar andere natuurgebieden, naar de groene slager of ze worden in het veld geschoten (Tramper, 1999). In de Ethische Richtlijnen van Staatsbosbeheer worden twee benaderingen ten aanzien van de ethiek van grote grazers gehanteerd. De dierethische benadering stelt het welzijn van het dier centraal en de ecoethische benadering stelt de populatie in het ecosysteem centraal.

In de discussie over het omgaan met zelfstandig levende dieren zijn beide benaderingen vrij gemakkelijk herkenbaar. Door het principe dat stelt dat we het vermogen tot zelfredzaamheid (of de zelfstandigheid) van dieren en de soorteigen gedragingen van dieren behoren te respecteren centraal te stellen wordt aan beide discussies recht gedaan. Er is dus een primaire plicht om niet tussenbeide te komen op grond van de principes niet schaden en weldoen en ten tweede moet lijden voorkomen worden. Het is dus een continue afweging tussen 'niet tussen beide komen' en het dier 'uit zijn lijden verlossen'. In zekere zin wordt men voortdurend met dit dilemma geconfronteerd (Tramper, 1999).

Veiligheid

Omtrent de grote grazers speelt zich ook een veiligheidsdiscussie af. Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, de Provinciale Landschappen, het Goois Natuurreservaat, Stichting Taurus, Ecoplan en Stichting Ark hebben een quick-scan uitgevoerd onder hun beheerders naar aanleiding van een ongeluk in een Maastrichts natuurgebied. Doel van deze enquête was om een actueel overzicht te krijgen van menselijke ongevallen in vrij toegankelijke begrazingsgebieden, waar runderen en paarden lopen. Uit het onderzoek bleek het aantal geverifieerde ongevallen waarbij arts of ziekenhuis betrokken 10 (4 paarden en 6 runderen) is en het aantal geverifieerde ongevallen met licht lichamelijk letsel (kneuzingen) 24 (16 paarden/8 runderen). Hierbij is een relatief groot aandeel van paarden bij het veroorzaken van lichte kwetsuren. Dit is overigens niet zo veel als je het aantal ongelukken met koeien en paarden buiten natuurgebieden in ogenschouw neemt. Een groot deel van de ongelukken in natuurgebieden wordt waarschijnlijk veroorzaakt door het (vaak onderzoekende) bijgedrag van paarden in combinatie met hun hogere aaibaarheidsfactor. De redenen van de aanval van de dieren is meestal te herleiden tot het voeren of aanhalen van de dieren, loslopende honden en moederdieren die te opdringerige bezoekers wegstoten. Uit het onderzoek komt geen relatie naar voren tussen de aanwezigheid van bebording en het voorkomen van incidenten (Kuiters, 2000).

In vrijwel alle gevallen komt het risico voort uit een ondoordachte handeling van de bezoeker. Vooral door voeren kunnen andere bezoekers, die wel de nodige zorgvuldigheid in acht nemen, toch een verhoogd risico lopen.

Op voorhand kunnen beheerders al acties nemen om confrontaties te voorkomen. Er wordt vaak gekozen voor recreant-vriendelijke rassen (o.a. Hooglander, Konik) of dieren die een natuurlijk wijkgedrag vertonen t.a.v. het publiek (o.a. Galloway en Exmoor). Om mogelijke ongelukken te voorkomen zijn op meerdere plaatsen lastige dieren verwijderd. Om de veiligheid nog verder te vergroten in de gebieden moeten de grazers die ingezet worden aan een aantal voorwaarden voldoen. De voorwaarden ten aanzien van recreatie zijn (Arnold en Van Dijk, 1994):

1. in een behoorlijke mate *bestand zijn tegen onrust* (waardoor een stressgedrag bij dieren optreedt) die veroorzaakt wordt door recreanten,
2. *niet al te schuw zijn* omdat zij juist de recreatieve waarde van het terrein vergroten en daarom vrij gemakkelijk te bezichtigen moeten zijn,
3. *en niet al te mak zijn* omdat daardoor ongewenste situaties kunnen ontstaan zoals bij voederen en het achter recreanten aan lopen.

4.3.2 Problemen in het kader van vervreemding

Problemen in het kader van vervreemding bij grote grazers zijn terug te brengen tot vier essentiële, aparte zaken: het lijden van dieren, het doodgaan van dieren in natuurgebieden, het laten liggen van dode dieren en de veiligheid van recreanten die de gebieden met grote grazers bezoeken. Bij de verschillende zaken spelen verschillende ethische, natuur en veiligheidsargumenten een rol zoals in de vorige paragraaf beschreven is.

Voor dit moment is er in Nederland voor gekozen om dieren uit hun lijden te verlossen, omdat de mensen in Nederland er niet aan toe zijn om hiermee om te kunnen gaan. De grote grazers worden nog teveel gezien als gedomesticeerde dieren die te aibaar en te aantrekkelijk zijn om te zien lijden en doodgaan. Ook staan we te ver af van onze natuur om dat te accepteren en aan te kunnen zien.

Een vertegenwoordiger van Staatsbosbeheer zegt ook duidelijk dat zij de weloverwogen keuze hebben gemaakt om wilde dieren die zijn ingebracht in de natuur niet te laten lijden en sterven, maar die weg te halen als ze gevonden worden. 'Het is namelijk in Nederland nu en waarschijnlijk ook nog lang niet in de toekomst mogelijk om dieren met een hoge knuffelfactor in de natuur te laten sterven. Hier is gewoon geen draagvlak voor. Je kunt veel legale manieren aandragen om dieren wel te laten lijden en dood gaan op een natuurlijke manier, maar omdat de mensen zo ver verwijderd zijn van hun natuur, is dat onmogelijk'. Een vraag hierbij is of je mensen in de komende jaren wel langzaam moet voorbereiden op het feit dat er ooit wel dode dieren blijven liggen in de natuurterreinen of willen we dat toch niet? Ecologische is het zeer goed mogelijk om karkassen te laten liggen en sommige grote

roofvogels weten ze ook meteen te vinden. Het proces is te vergelijken met het laten liggen van dood hout, alleen hebben grote grazers een hoge aaibaarheidsfactor.

5 Analyse communicatie omtrent cases

In dit hoofdstuk worden de volgende vijf onderdelen voor beide cases gezamenlijk behandeld. Waar er wel verschil is tussen de cases, zal dit aangegeven worden.

1. Doelstellingen van de communicatie
2. Doelgroepen van de communicatie
3. Communicatiemiddelen en -activiteiten
4. Inhoud van de communicatieboodschap (per case apart)
5. Organisatie en planning

5.1 Doelstellingen van de communicatie

Uit de analyse van vervreemding en uit beide probleemanalyses komt naar voren dat veel recreanten nog maar weinig kennis hebben van de processen die spelen in bos en natuur en het bijbehorende beheer. Het gevolg hiervan is dat ze vanuit dat gebrek aan kennis geconfronteerd worden met beheer - zoals de cases lieten zien met grote grazers en met het kappen van exoten - en hieruit hun eigen conclusies trekken. Bij de grote grazers levert dit problemen op in het contact tussen mens en dier en bij de discussie over hoe beheerders met deze dieren dienen om te gaan. Bij het kappen van exoten reageren recreanten soms verontwaardigd: 'waarom worden die mooie bomen gekapt?'

De doelstellingen van communicatie liggen bij beide cases op twee vlakken, namelijk het vergroten van de kennis van de recreanten en het bijbrengen van meer algemene normen en waarden als het gaat om bos en natuur. Om met het eerste te beginnen. Het probleem begint bij een gebrek aan kennis, dan moet een oplossing ook daar beginnen. Dit betekent zowel in de bos- en natuurgebieden als daarbuiten kennis aanbieden over beheer van bos en natuur.

Bij normen en waarden gaat het om een veel langduriger proces. Een beheersmaatregel als het laten liggen van dood hout in het bos heeft er 10 jaar over gedaan om door de recreanten geaccepteerd te worden. Het was dan ook een omschakeling van een net bos naar een meer rommelig bos; nogal een verandering in het beeld van de recreanten.

Ook nu bij de introductie van grazers en het verwijderen van exoten verandert het beeld van bos en natuur en zijn eveneens de achterliggende gedachten bij het meeste beheer veranderd. Deze veranderingen zijn voor de beheerders al gewoonte, de recreanten zijn echter nog niet zo ver. Alleen het overdragen van kennis is dan niet voldoende, veranderingen in normen en waarden zullen recreanten ook tegenkomen.

De doelstellingen van communicatie moeten zich dus niet alleen op kennisoverdracht richten, maar ook op normen en waarden.

Betrokkenheid bij bos en natuur hangt onlosmakelijk samen met kennis en normen en waarden. Vanuit kennis en kennisoverdracht zal de betrokkenheid moeten groeien.

De doelstellingen van communicatie zijn dus kennis en kennisoverdracht over beheer en de daar achter liggende motieven.

5.2 Doelgroepen van communicatie

De belangrijkste doelgroep zijn uiteraard de recreanten. Deze groep is echter sterk heterogeen en dient verder afgebakend te worden. Uit het theoretisch kader zijn enkele indelingen genoemd.

Bijvoorbeeld het verschil tussen recreanten vanuit de directe omgeving (dus de omwonenden) en recreanten van verder weg. Een stap verder is een onderscheid in verschillende leeftijdsgroepen; kinderen en volwassenen. Met name kinderen dienen als aparte doelgroep onderscheiden te worden omdat bij hen de kennisoverdracht, het ontwikkelen van normen en waarden en dus ook de betrokkenheid begint. Veel beheerders hechten steeds meer waarde aan deze groep. Dit is te zien aan het aanleggen van speelbossen, de boswachter die een school bezoekt of een schoolklas die bij de boswachter op bezoek gaat, speciale tentoonstellingen in het bezoekerscentrum, speciale excursies met ontdekdozen. Vereniging Natuurmonumenten heeft zelfs een aparte medewerker voor jeugdbeleid.

Los van leeftijden zijn er verschillende doelgroepen te onderscheiden op grond van hun activiteiten in bos en natuur; wandelaars, fietsers, vissers, ruiters, etc. Het nadeel is vaak dat deze groepen niet altijd goed georganiseerd zijn en dus moeilijk te bereiken. Een voorbeeld van een specifieke doelgroep zijn de gehandicapten. Mede op initiatief van één van haar leden heeft Vereniging Natuurmonumenten contact gezocht met diverse belangengroepen van gehandicapten en in samenwerking met hen en met Staatsbosbeheer een brochure opgesteld en enkele terreinen toegankelijker voor rolstoelen gemaakt.

5.3 Communicatiemiddelen en -activiteiten

Een mogelijke indeling is in terreingebonden en overige middelen en activiteiten. De terreingebonden vinden plaats in het terrein zelf. Het gaat dan om bijvoorbeeld excursies, bezoekerscentra, routes, borden in het terrein, evenementen op het terrein, spreekuur van de boswachter, folders

Overige middelen en activiteiten bestaan uit bijvoorbeeld krantenberichten (zowel reactief als pro-actief), het eigen tijdschrift, stands op beurzen of evenementen, radio- en tv-programma's en folders.

Over grote grazers wordt veel informatie verstrekt. In bijna alle gebieden waar grote grazers lopen staan bij de verschillende ingangen informatieborden met daarop

informatie over de grazers met daarbij de waarschuwing dat je niet te dicht bij ze in de buurt mag komen. Maar natuurgebieden in Nederland staan vol met borden om de recreant te sturen in zijn gedrag en beleving. Er is echter weinig bekend over het functioneren van deze borden. Uit een onderzoek van Elands en te Kloeze (1999) blijkt dat mensen in het algemeen geen moeite hebben met het aantal bordjes en paaltjes in de natuur, maar meestal realiseren ze zich niet dat er veel borden staan. Driekwart van de ondervraagden vindt het niet belangrijk dat iedere natuurorganisatie eigen borden heeft, maar de bezoeker wil wel weten in wiens gebied hij loopt. Ongeveer drie kwart van de ondervraagden onderbreekt zijn activiteit om de borden te lezen, waarbij gebiedsinformatie meer wordt gewaardeerd dan doelgroepgericht route-informatie. Borden worden wel belangrijk gevonden in de natuurbeleving van de recreant. In hun artikel hebben ze een mooi voorbeeld van communicatie over grote grazers. 'Tijdens hun wandeling in een Limburgs natuurgebied werd een gezin aangevallen door een horde Gallowayrunderen. Omdat de getroffen vader van het gezin ander recreanten hiervoor wilde behoeden, belde hij met het Limburgs Landschap. 'Het enige dat ik daar te horen kreeg was dat ik het bord bij de ingang van het gebied beter had moeten lezen. Daar staat met kleine letters tussen een hele hoop andere tekst dat je niet te dicht bij de dieren moet komen'.

Uit de studie van Kuiters (2000) komt ook naar voren dat de huidige bebording feitelijk te vrijblijvend is. Er wordt gevraagd aan het publiek om zich op een bepaalde manier te gedragen, maar strikt genomen wordt niets verboden. Je zou duidelijkere regels kunnen stellen en mensen aanspreken op hun gedrag. Maar Kuiters (2000) stelt ook een landelijke campagne voor omdat mensen zich van informatieborden weinig aantrekken met oneliners als 'je bent een rund als je met grazers stunt'. De communicatie moet gericht zijn op een juiste attitude van de bezoekers. In plaats van angst voor grazers of een te intieme omgang met dieren moeten bezoekers van begrazingsgebieden een zekere alertheid ontwikkelen. Deze alertheid geldt trouwens ook voor andere aspecten van natuurbeleving (lopen door ruig terrein, teken-beten, vallende takken bij storm e.d.). Een uitgebreide communicatie is nodig over bovengenoemde aspecten om de maatschappelijke vraag naar struinnatuur en ruimte voor natuurlijke processen op een verantwoorde wijze te beantwoorden. Vanuit de overheid, die dit ook als beleid uitdraagt, zouden aanvullende middelen beschikbaar moeten worden gesteld om die voorlichting te geven (Kuiters, 2000). Uit dit onderzoek komt dus duidelijk naar voren de LNV ook een rol moet spelen bij de communicatie omtrent grote grazers. Welke rol zou dat kunnen zijn? Een faciliterende rol voor de terreinbeherende organisaties wellicht. Ook zou een landelijk platform van natuurbeheerders bijeen moeten komen om een vinger aan de pols te houden ten aanzien van het thema 'grazers en publiek' en om eventueel nieuwe initiatieven te ontplooien (Kuiters, 2000).

Wat betreft beheermaatregelen in het bos is het Demobos in Ede een goed voorbeeld van terreingebonden communicatie. In het Demobos (onderdeel van het Edese Bos) worden verschillende soorten beheer getoond gedurende een wandeltocht van ruim 4 kilometer (gemarkeerd met bordjes). Bij elke van de 10 beheersvormen staat een bord met beperkte informatie; een schets van het bos onder

de betreffende beheersvorm en de naam van de beheersvorm erbij. De bijbehorende folder (die bij VVV en het Milieu-educatiecentrum in Ede kan worden gehaald) geeft uitgebreidere informatie over de beheersvormen en is bij de wandeling eigenlijk onontbeerlijk. De combinatie van beide geeft evenwel goed inzicht in de diverse aspecten van het bosbeheer en de beweegredenen achter het beheer. Deze liggen vrijwel allemaal op het vlak van de natuurwaarde.

Door deze combinatie van communicatiemiddelen niet tegelijkertijd en op dezelfde plek aan te bieden bestaat de kans dat mensen toevallig op de route stuiten. Zonder de folder is de informatie incompleet en kunnen er alsnog vragen of zelfs verontwaardiging en protest optreden bij recreanten. Het combineren van communicatiemiddelen heeft dus niet alleen betrekking op de middelen zelf, maar ook op het combineren van de plek en tijd waar deze aangeboden worden.

Het zal duidelijk zijn dat er een ruime keus aan middelen en activiteiten voorhanden is om mee te communiceren. Uitgaande van de probleemanalyse, de doelstellingen en de te bereiken doelgroep kan hieruit een goede combinatie van middelen en/of activiteiten gekozen worden.

5.4 Inhoud van de boodschap

Als eenmaal de voorgaande stappen zijn doorlopen, kan de inhoud van de boodschap worden opgesteld en afgestemd op de te bereiken doelgroep. Bij het opstellen van de boodschap gaat het dan niet alleen om wat er wel en niet in komt, maar zeker ook het kennisniveau dat verondersteld wordt. Daarnaast is de toonzetting van de boodschap belangrijk bij het overdragen van de informatie. Ook hier komen de verschillende waarden weer naar voren; de boodschap dient aan te sluiten op de waarde die de te bereiken doelgroep het belangrijkste vindt.

Uit de gesprekken en de cases komt duidelijk naar voren dat pro-actief communiceren beter werkt dan re-actief. Met pro-actief communiceren kun je je eigen boodschap vertellen in plaats van te moeten reageren op protesten of op een ongelukkige confrontatie met een grazer. Pro-actief communiceren houdt dan ook in dat een beheerder zelf de openbaarheid opzoekt en zijn verhaal op een positieve vertelt. De beheerders van Staatsbosbeheer schrijven met een zekere regelmaat in lokale kranten over allerhande onderwerpen in hun terreinen. Daarnaast hebben de meeste beheerorganisaties een eigen tijdschrift waarin ook pro-actief gecommuniceerd kan worden. De inhoud dient dan wel realistisch te zijn en niet romantisch zoals tot nu toe gebruikelijk is. Vereniging Natuurmonumenten heeft gemerkt dat het bestaande romantische beeld (dat overigens ook in hun eigen tijdschrift staat) tot problemen leidt met recreanten omdat er niet aan hun verwachtingen werd voldaan. Vereniging Natuurmonumenten is momenteel dan ook bezig om de berichtgeving in haar tijdschrift om te vormen in de richting van een realistischer beeld.

Specifiek uit de case over grote grazers is gebleken dat veel mensen de uitleg in het

gebied zelf niet opvatten als waarschuwing, verboden of geboden, maar puur als informatie over de grazers. Hier zou dan ook meer aandacht voor moeten zijn en de borden zouden hun boodschap duidelijker over moeten brengen. Een voorbeeld uit het buitenland: in ?? wordt kinderen geleerd dat als ze een grote grazer eten geven deze wordt doodgeschoten. Dit wordt tijdens de uitleg voor de ogen van het kind gedaan. Hopelijk hoeven we in Nederland niet zo ver te gaan in de uitleg, maar het moet de mensen wel duidelijk zijn dat het om wilde dieren gaat en niet om aaibare huisdieren.

Uit de case over het kappen van exoten kwam naar voren dat de argumentatie achter het kappen van groot belang is voor de acceptatie van de ingreep. Sommige argumenten die voor een beheerder heel legitiem zijn, geredeneerd vanuit het historische argument, zijn voor recreanten veel minder logisch. Argumenten als 'het is een exoot' of 'de soort is niet historisch verantwoord' sluiten niet aan bij de kennis en de beleving van de gemiddelde recreant.

Bij Staatsbosbeheer en de Vereniging Natuurmonumenten wordt de communicatie zoveel mogelijk positief benaderd. Men gebruikt bijvoorbeeld de volgende zin: 'Alle gebieden zijn opengesteld op wegen en paden en buiten het broedseizoen...'
in plaats van:

'Niet buiten de wegen en paden en gesloten tijdens het broedseizoen'

Het gaat in dit voorbeeld dus om het aangeven van wat wel mag in plaats van het aangeven wat niet mag. Zoals gezegd speelt dit genuanceerder bij grote grazers omdat er in de omgang met deze dieren wel degelijk bepaalde dingen niet mogen en dit dient ook bij de recreanten duidelijk te zijn.

De inhoud van de boodschap is misschien wel het meest cruciale onderdeel van het gehele communicatieproces omdat de beheerder hiermee immers naar buiten komt en daadwerkelijk het contact zoekt met de recreanten. Ook is deze inhoud (in combinatie met het middel en/of de activiteiten) de enige houvast van de recreant om te begrijpen wat hij in bos en natuur tegenkomt en meemaakt.

5.5 Organisatie en planning

Uit de cases is duidelijk geworden dat alleen communiceren bij een grote ingreep niet voldoende is; een beheerder zal regelmatig moeten communiceren. Daarnaast is het belangrijk om zowel op de plek zelf als buiten het terrein te communiceren. Niet alleen worden dan meer mensen bereikt, de boodschap komt ook vaker en via verschillende kanalen in beeld.

De 'dubbele boswachters' in de regio Overijssel-Flevoland van Staatsbosbeheer zijn ook een goede strategie. Daar is één boswachter verantwoordelijk voor de monitoring van de terreinen en de andere voor voorlichting en PR activiteiten. Op deze wijze hoeft een boswachter geen duizendpoot te zijn en kan hij kiezen in welk opzicht hij zich verder wil ontwikkelen. Een boswachter is namelijk een zeer belangrijk communicatiemiddel voor een grote terreingebonden organisatie, omdat

zij direct aanspreekbaar zijn en het visitekaartje van de organisatie zijn. Staatsbosbeheer maakt nu bijvoorbeeld een Feitenklapper zodat alle boswachters specifieke vragen over gebieden in heel Nederland kunnen beantwoorden en ook dezelfde antwoorden geven.

5.6 Conclusies

Communicatie is een delicaat proces en zeker als het gaat om levende natuur. Veel mensen voelen zich hier toch bij betrokken ook al missen ze veel kennis over het functioneren en beheren van natuur. In de communicatie dient dan ook goed nagedacht te worden over het benaderen van recreanten. Belangrijke onderdelen zijn het analyseren van het probleem, het bepalen van de bijbehorende doelgroep en het kiezen van de geschikte communicatiemiddelen en -activiteiten. Eén van de belangrijkste onderdelen in het gehele proces is dan de inhoud van de boodschap. Wat moet je als beheerder vertellen? Hoe vertel je dat? Het is daarbij belangrijk dat een beheerder zich probeert te verplaatsen in de doelgroep en beseft dat veel recreanten maar weinig voorkennis hebben. De informatie die ze dan aangeboden wordt, dient dan goed uitgebalanceerd, positief en realistisch te zijn.

Bij het kappen van exoten spelen de gebruikte argumenten achter de ingreep een belangrijke rol en is de inhoud van de boodschap dus cruciaal. Daarnaast is een combinatie van terreingebonden communicatie en communicatie in andere media van belang om op deze wijze zowel de omwonenden en de bezoekers van verderaf te informeren over de ingreep die in het bos gedaan wordt.

De communicatie rondom grote grazers dient niet alleen informatief te zijn, maar ook waarschuwend. Het zijn immers wilde dieren en lang niet alle recreanten lezen die boodschap op dit moment uit de borden in een terrein. Daarnaast speelt er bij grazers een belangrijke ethische discussie over het wel of niet bijvoeren, het wel of niet verzorgen van zieke dieren, etc. Voor een deel speelt deze discussie zich buiten de natuurterreinen, maar wel binnen de scope van recreanten af.

6 Conclusies en discussie

6.1 Conclusies

In dit onderzoek staan vervreemding tussen recreanten en beheerders centraal en is specifiek gekeken naar de mogelijkheden van communicatie om die kloof te dichten. Daarbij zijn de concepten kennis, normen en waarden en verwachtingen gebruikt voor het nader benoemen van de doelstellingen van communicatie.

Omdat het onderzoek zich toespitst op bezoekers en omwonenden van bos- en natuurgebieden gaat het om de communicatie op dit concrete niveau en niet om massamedia zoals magazines van grote terreinbeherende organisaties en televisieprogramma's. Wel wordt er rekening gehouden met de invloed van deze massamedia op recreanten. Omdat er vele aspecten kleven aan vervreemding en communicatie is gepoogd met behulp van communicatietheorieën hier een structuur in aan te brengen. Daarnaast is het onderzoek toegespitst op twee thematische cases, namelijk het kappen van exoten en grote grazers in natuurgebieden, om de communicatie naar bezoekers en omwonenden te demonstreren.

Opvattingen en oorzaken van vervreemding

Het grote publiek staat vrij ver af van de natuur; de meeste mensen leggen niet meer de link tussen het product (bijvoorbeeld een houten tafel) en de producent (het bos). Deze afstand (vervreemding) kan vervolgens leiden tot onbegrip en afnemend voorstellings- en inlevingsvermogen. Het resultaat is dat veel mensen primair reageren op wat ze zien gebeuren in bos en natuur bij gebrek aan achtergrondkennis. Zowel cultuur, opvoeding als educatie hebben hierin hun bijdrage gehad en kunnen dus ook helpen bij het verkleinen van de afstand tussen mens en natuur. Communicatie kan hierbij de motor zijn. De opvattingen van de recreanten worden bepaald door zowel de massamedia als de lokale media en plaatselijke informatie. Als de discrepantie tussen deze verschillende media kleiner wordt zal dat waarschijnlijk gevolgen hebben over de opvattingen die recreanten hebben op bos- en natuurgebieden in Nederland

Eén van de redenen voor vervreemding is een verschil in waardering van het bos. Recreanten hechten bijvoorbeeld veel belang aan de belevingswaarde van het bos terwijl beheerders hun werk baseren op de natuur- en productiewaarden van het bos en vanuit dat perspectief communiceren. Juist deze discrepantie in gebruik van motivaties is een oorzaak van vervreemding.

Daarnaast komt vervreemding voort uit een gebrek aan kennis over beheer en beheermaatregelen; recreanten kunnen daardoor vaak niet de verbanden leggen tussen het bos zoals ze het beleven en de maatregelen die voor nodig zijn (geweest) om het bos er zo te laten uitzien. Uit onbegrip en gebrek aan kennis gaan mensen zich ergeren en laten dat weten ook, zowel direct naar de beheerder als via de pers.

Een derde oorzaak van vervreemding is het romantische beeld dat vaak geschetst wordt van bos en natuur in Nederland. Beheerders merken dat dit problemen oplevert in de praktijk omdat het beeld vaak niet overeenkomt met de werkelijkheid.

Voor al deze oorzaken van vervreemding kan communicatie een oplossing bieden.

Communicatie als oplossing voor vervreemding

Bij het verschil in waarden zouden beheerders zich meer moeten verplaatsen in de recreant om hun boodschap goed over te laten komen. Dit betekent minder een technische insteek bij het communiceren, en meer een insteek op belevingswaarde en natuurwaarde gericht. Kortom, de argumenten voor een maatregel moeten afgestemd worden op dat wat de recreant belangrijk vindt; beleving en natuur.

Ook bij het vergroten van de kennis van de recreanten speelt communicatie een belangrijke rol. Het daarbij afstemmen van de communicatie en de communicatiemiddelen op de verschillende doelgroepen vergroot de kans dat een boodschap aankomt zoals deze bedoeld is.

Terreingebonden voorlichting over grote grazers wordt door veel mensen niet gezien als waarschuwing en gedragsregels. Mensen beseffen vaak niet dat het om wilde dieren gaat die lang niet altijd zo lief zijn als ze er uit zien.

Uit de cases komt naar voren dat er verschillende communicatiemiddelen worden gebruikt en ook nodig zijn. Vaak zijn er verschillende middelen nodig, omdat één middel niet genoeg is en niet verhelderend genoeg is. Het kan bijvoorbeeld heel handig zijn om in een plaatselijke krant een algemeen artikel te plaatsen over de maatregel die plaats gaat vinden in het bos en daarbij meteen een uitnodiging te zetten voor de belangstellenden om naar het bos te komen op een bepaald tijdstip om vragen te komen stellen voor meer uitleg. Waarschijnlijk komen er dan niet veel mensen, maar er is wel een gelegenheid om vragen te komen stellen. Natuurmonumenten heeft ook een 'vragenlijn' waar vragen gesteld kunnen worden.

Wel zouden de organisaties nog meer informatie kunnen zetten op internet, wat toch een nieuw medium is en dat gebruikt zou moeten worden. Een idee is om bijvoorbeeld gebieden te beschrijven op internet met fotos en dergelijke. De virtuele boswandeling is een begin, maar er kan meer. Er zijn nu ook video's te huur van een knapperend haardvuur, waarom niet van een mooi natuurgebied?

Algemeen geldt voor communicatie dat een pro-actieve aanpak vaak beter werkt dan alleen een reactieve aanpak. Met een pro-actieve aanpak kan een beheerder zelf de inhoud van de boodschap bepalen in plaats van te moeten reageren op een uit de hand gelopen situatie en zijn eigen handelen te verdedigen. Dit betekent dus bijvoorbeeld al in de zomer over het kappen van exoten praat, terwijl het pas in de winter gaat gebeuren. Dan is er tijd voor vragen en uitleg en gaan mensen niet voor de bulldozers liggen als het zover is. Ook betekent het regelmatig communiceren over allerlei onderwerpen en niet uitsluitend over ingrijpende maatregelen.

Effectiviteit van communicatie

Bij invloed en effectiviteit gaat het onder andere om de bereikbaarheid van de informatie, de aansluiting op bestaande kennis, toegankelijkheid, et cetera.

Uit literatuur is gebleken dat vooral terreingebonden informatie veel gebruikt wordt. Echter, bij grote grazers staat niet altijd de juiste informatie op de borden. Mensen lezen de borden wel, maar vatten de tekst niet op als waarschuwing en passen dus in veel gevallen hun gedrag niet aan. Dit blijkt wel uit de verscheidene incidenten die gebeuren met grote grazers terwijl er op elk bord staat dat je afstand moet bewaren. Bij grote grazers is er meer kennis nodig over het feit dat het wilde dieren zijn en geen paarden en koeien van de boerderij.

Verskillende doelgroepen, zoals kinderen en volwassenen, dienen ook verschillend benaderd te worden. Invloed en effectiviteit zijn over het algemeen groter als de communicatie (en dus kennis en begrip) al op een jonge leeftijd begint. Deze taak kan bij de ouders gelegd worden, maar net zo goed bij de school en centra voor natuur- en milieueducatie.

Bij communicatie is het daarnaast van belang om de recreant serieus te nemen als deze met vragen en/of opmerkingen komt. Dit creëert ook weer betrokkenheid en meer begrip. Ook als er vele vragen over een onderwerp worden gesteld is het geen slecht idee om daar dan in het algemeen meer over te communiceren. Natuurmonumenten heeft dit bijvoorbeeld gedaan met hun artikel over de jacht op vossen na veel commotie omtrent hun optreden over dit onderwerp in de pers. Dit heeft dus ook weer te maken met de pro-actieve communicatie.

6.2 Discussie

In deze discussie worden enkele vragen gedeponereerd die tijdens het onderzoek de kop op staken bij de onderzoekers. Onderstaande vragen zijn dus niet onderzocht in deze studie en moeten gezien worden als 'openstaande vragen' waar discussie over mogelijk is naar onze mening.

Er is waarschijnlijk niet alleen sprake van vervreemding tussen bezoekers en natuur. Er is mogelijk ook sprake van vervreemding bij de beheerder die vervreemd is van de maatschappij en de maatschappelijke ontwikkelingen: wie zijn de bezoekers, hoe moeten ze worden aangesproken, welk kennisniveau hebben ze, wat willen ze in het bos doen, (hoe) kan dat gecombineerd worden met de natuur- en productiefunctie van bos? Recreanten zijn mondiger geworden en accepteren niet alles meer klakkeloos maar willen inspraak. Veel bos- en natuurterreinen in Nederland zijn onderdeel van de 'achtertuin' van mensen en je achtertuin wil je naar eigen inzicht inrichten en daar volop van genieten in je vrije tijd. Het aanspreken op de juiste waarden is essentieel in de communicatie die plaats vindt tussen beheerders en recreanten.

Kent de beheerder de wensen van de recreanten niet (meer) en weet de boswachter vooral professioneel gezien wat het beste is voor het bos? Het recreatieproduct dat

wordt aangeboden is soms niet wat de recreant wil. Richt de beheerder zich op dit moment dan nog teveel op de technische aspecten van het beheer en te weinig op de communicatieve aspecten van het beheer om deze effectief te kunnen combineren? Hoe zien beheerders dit zelf?

En moeten beheerders het gedrag van recreanten klakkeloos accepteren? Mag er van de recreanten niet ook een bijdrage verwacht worden aan het overbruggen van de communicatiekloof? Sommige recreanten reageren wel heel erg primair en maken een drama van iets wat ze op het eerste gezicht niet begrijpen. Met wat extra uitleg kan zo'n recreant vaak wel begrip tonen voor de activiteiten van de beheerder. Een probleem wat veel beheerders ook meemaken is dat ze persoonlijk worden aangevallen (zowel verbaal als fysiek) op hun werk. Dit gebeurt niet alleen door individuele recreanten, maar ook door andere organisaties of actiegroepen. Ook zijn er gevallen bekend van beheerders in het ene gebied die werden aangesproken op gebeurtenissen in een ander gebied en zelfs van een andere beheerder.

Communicatie is een professie op zich. In de jaren 50 was het voldoende om de bezoekers wat uit te leggen. Nu moet men veel meer bruggen bouwen om het ontstane gat tussen beheerder en bezoeker te dichten. Aangezien de bezoekers over het algemeen mondiger zijn, gaat het ook niet meer alleen om vertellen, maar veel meer om discussie en draagvlak verwerven.

Heftigheid van reacties wordt ook bepaald door de grootte en bekendheid van de beheersorganisatie. Grote organisaties zijn makkelijk te vinden. Met name Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten hebben het als landelijke organisaties soms zwaar te verduren omdat zelfs lokale incidenten vaak landelijk breed worden uitgemeten in de pers. Op die manier worden dergelijke grote organisaties in een bepaalde positie gedwongen en (ongewild) ingezet in maatschappelijke debatten.

Ervaart de bezoeker de vervreemding als een probleem? Of wordt het pas een probleem als de vervreemding zich uit in onbegrip en protest van de kant van de bezoeker of onbegrip van de beheerder voor de wensen van de recreant?

Is het beleid wel eenduidig in haar beeldvorming naar het publiek over wat zij wil met onze bos- en natuurterreinen? Er wordt continu gesproken over mensenwensen en natuur voor de mensen. Maar de communicatie omtrent bos- en natuurterreinen wordt nu echter grotendeels overgelaten aan Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer; zij zijn de beeldmakende organisaties in Nederland. Is deze beeldvorming wel in overeenstemming met de werkelijkheid en het beeld van het beleid en welke rol kan de overheid daar in spelen?

Aanbevelingen voor verder onderzoek

Voor verder onderzoek: hoe ervaren bezoekers vervreemding en is er behoefte aan meer informatie om deze vervreemding te verminderen? Aan wat voor informatie is behoefte en hoe zouden ze dat willen krijgen? Is een pagina op internet voldoende of is juist een meer persoonlijke aanpak gewenst? Als er niet meer behoefte is aan meer

informatie, zijn het dan puur 'de grote schreeuwers' die de media bespelen en wat valt daar dan aan te doen?

Literatuur

Arnold, P. en H. van Dijk (1994) *Begrazing in een recreatiebos, een utopie of werkelijkheid?* I.A.H. Richting Bos en natuurbeheer. Velp.

Buijs, A.E. (i.v.) *Natuurbeelden van de Nederlandse bevolking*. Alterra. Wageningen.

Buijs, A.E. en C.M. Volker (1997) *Publiek draagvlak voor natuur en natuurbeleid*. Rapport Staringcentrum 546. Wageningen.

Buijs, A.E. en P. Filius (1998) *Natuurbeelden in de praktijk*. Rapport Staringcentrum en Instituut voor Bos- en Natuuronderzoek 623. Wageningen.

Buijs, A.E., A.E. van den Berg en T.A. de Boer (2000) *Validatie van een voorspellingsmodel voor de waardering van groen rondom de stad*. Alterra. Wageningen.

Cnoop Koopmans, A.J. (1998) Over ethiek bij geïntroduceerde dieren. *Argus*, nr. 1, p. 20-21.

Communicatiewetenschappelijke studies 1993/1. ITS. Nijmegen.

Corten, I. M. (1997) Bosbemoeienissen. Ervaringen met lokale participatie. *Nederlands Bosbouw tijdschrift*. Jaargang 69. p. 263-269.

Couterier, J.F. (1992) De beleving van bos: resultaten van omgevingspsychologisch onderzoek. *Nederland Bosbouw tijdschrift*. Jaargang 64. p. 163-171.

Elands, B. en J. W. te Kloeze (1999) Bebording: bijdrage of afbreuk aan natuurbeleving? *Recreatie en toerisme*. Juni nummer. p. 6-8.

Filius, P, A.E. Buijs & C.M. Goossen (2000) *Natuurbeleving door doelgroepen; waarden en wensen van jagers, sportvisser, vogelwerkgroepleden en vrijwilligers in het landschapsbeheer*. Alterra-rapport 104. Wageningen.

Foekema, H. (1997) *Beeld van het bos*. NIPO Amsterdam.

Grimber, G.T.M. (1994) *Inbeemse bomen en struiken*. IKC-Natuurbeheer. Brochure nr. 12. Wageningen.

Heybroek, H.M. (1998) Exoten tussen ijstijd en broeikas. *Nederlands Bosbouw Tijdschrift*. p. 149-155.

Hollander, E en P. Verschuren (1993) Patronen in het gebruik van lokale en regionale media. p. 139-152.

- Intomart (1999) *Mensenwensen. De wensen van Nederlanders ten aanzien van natuur en groen in de leefomgeving*. Reeks operatie Boomhut nummer 6. Hilversum.
- Janmaat, R. (1992) *Eenvoudige evaluatiemethoden voor terreingebonden voorlichting*. Vakgroep voorlichtingskunde LUW.
- Janmaat, R. (1993) *Communicatie over natuurontwikkelingsprojecten met omwonenden*. Wageningen. Vakgroep voorlichtingskunde. LUW.
- J.J. Jansen (1998) Trend en prognose van de houtproductie in Nederland met speciale aandacht voor exoten. *Nederlands Bosbouw Tijdschrift*. p 165-172.
- Jansen, M., J.W. te Kloeze en J.L.M. van der Voet (1996) *Het recreatief gebruik van het Nationale Park de Hoge Veluwe. Een onderzoek naar het tijd-ruimtegedrag van bezoekers aan het park in 1995*. Wageningen.
- Karppinen, H. en H. Hänninen (2000) Forest Conservation and Economic Utilization: Public Attitudes in Finland. *Journal of Forest Economics* 6:1 2000. p. 55-76.
- Ketelaar, R. (1994). *Grote grazers en het publiek*. IBN-DLO, rapport nr. 111. Wageningen.
- Keulartz, J., H. v.d. Belt, B. Gremmen, I. Klaver en M. Korthals. 1998. *Goede tijden, slechte tijden. Ethiek rondom grote grazers*. Toegepaste Filosofie. Wageningen Universiteit. Wageningen.
- Konijnenburg, P.G. van (1996) *Recreatie-onderzoek Mantingerveld*. 's Graveland.
- Koppen, K. van. (1997) Terug van Arcadië. Keulartz en M. Korthals: *Museum Aarde. Natuur: criterium of constructie?* Amsterdam.
- Kroon, H.J.J. (1991) *Bereik van terreingebonden voorlichting*. Rapport de Dorschkamp nr. 662. Wageningen..
- Kuiters, A. T. Concept (2000) *Grazers en publiek in natuurterreinen in de gemeente Maastricht. Een advies ter voorkoming van incidenten*. Alterra. Wageningen.
- Kuyper, T. H. (1998) Natuurwaarden van houtige exoten in bossen. *Nederlands Bosbouw Tijdschrift*. p.173 – 177.
- Lemmen, G. (1996) *Evaluatie terreingebonden voorlichting Vlieland*. Staatsbosbeheer Driebergen.
- Meegeren, P. (1995) *Milieuvoorlichting; model voor een planmatige voorbereiding*. Boom. Amsterdam.
- Ministerie van LNV (1999) *Leidraad grote grazers*.

Moerdijk L.J., H.G. Molenaar & E.E.M. Verbij (2000) *Van 't bos los? Een verkennende studie naar de interactie tussen recreatieve gebruikers en beheerders van het Nederlandse Bos*. Alterra-rapport 085. Wageningen.

Montizaan, M. (1999) Levende en dode grazers en hun rol in het boscysteem. *De jager*, nr. 3, p. 8-10.

Nas, M. (2000) *Duurzaam milieu, vergankelijke aandacht; een onderzoek naar meningen, media en milieu*. SCP-cahier 165, Sociaal en Cultureel Planbureau. Den Haag.

Renckstorf, K., W. Mutsaers en L. van Snippenburg (red.) *Mediagebruik in Nederland: Resultaten en bevindingen van het grootschalig onderzoek naar mediauitrusting, media-exposure en mediagebruik in Nederland Volume 1*.

Schanz, H. (1999) If timber production did not require cutting down trees communicating timber management in society. *Nederlands Bosbouw tijdschrift*. p. 232-236.

SCP (1996) *Sociaal en Cultureel Rapport 1996*. Den Haag.

Sidaway R. (1988) Sport, recreation and nature conservation.

Snippenburg, L. van (1993) Het publiek van informatieve media-inhouden. p 113-125 Renckstorf, K., W. Mutsaers en L. van Snippenburg (red.) *Mediagebruik in Nederland: Resultaten en bevindingen van het grootschalig onderzoek naar mediauitrusting, media-exposure en mediagebruik in Nederland Volume 1*. Communicatiewetenschappelijke studies 1. ITS. Nijmegen.

Tramper, R. (1999) *Ethische richtlijnen. Richtlijnen voor het omgaan met zelfstandig levende dieren in de terreinen van Staatsbosbeheer*.

Veer, M. en H.W.J. Boerwinkel (1998) Exoten: beleefd en gewogen. *Nederlands Bosbouw Tijdschrift*. p.157-164.

Veer, M. (1998) De waardering van uitheemse naaldboomsoorten en de wenselijkheid van het verwijderen: een onderzoek onder Nederlandse bosbezoekers. Wageningen.

Vergeer, M. (1993) Lokalisme en lokale media. p. 125-138 Renckstorf, K., W. Mutsaers en L. van Snippenburg (red.) *Mediagebruik in Nederland: Resultaten en bevindingen van het grootschalig onderzoek naar mediauitrusting, media-exposure en mediagebruik in Nederland Volume 1*. Communicatiewetenschappelijke studies 1. ITS. Nijmegen.

Visschedijk, P.A.M. (1999) *Recreatie in Nationaal Park Drents Friese Wold*. IBN-rapport 444. Wageningen.

Wapenaar, H., N.G. Röling en A.W. van den Ban (1989) *Basisboek Voorlichtingskunde*. Boom. Amsterdam.

Aanhangsel 1 Communicatiemiddelen

1. Communicatiemiddelen in het terrein of bezoekerscentrum

Bezoekerscentra

Veel van de communicatiemiddelen die we hieronder zullen beschrijven, worden gebruikt in bezoekerscentra. Daarom eerst een korte toelichting op de centra en hun bezoekers. De bezoekerscentra in bos- en natuurgebieden kunnen een belangrijke rol spelen bij de communicatie over (voorgenomen) maatregelen voor beheer of productie. In de centra kan van verschillende communicatiemiddelen gebruik gemaakt worden, die elkaar kunnen aanvullen en versterken. Het sterke punt is de mogelijkheid van directe feedback omdat de medewerkers in het centrum direct kunnen worden aangesproken. Onderstaand voorbeeld geeft inzicht in de kenmerken en bezoekredenen van bezoekers aan bezoekerscentra van Staatsbosbeheer (Jurgens en Geerts, 1994). Belangrijk gegeven is dat een bezoekerscentrum voor veel mensen belangrijk is voor hun oriëntatie in het gebied. Een vrij groot deel van de bezoekers komt ook voor het eerst in het gebied.

Uit een onderzoek onder de bezoekers van bezoekerscentra van Staatsbosbeheer (Zandenbos, Zandspoor, Mijl op Zeven, Weerribben, Noetselerberg) blijkt dat er relatief veel mensen komen in de leeftijd van 31-45 jaar. Het bezoek blijkt over het algemeen een gezinsaan gelegenheid te zijn. De meeste bezoekers komen in het gezelschap van echtgenoot/partner (ruim 60%), een vrij grote groep komt met kinderen (ongeveer 40%). De bezoekers zijn relatief hoog opgeleid (44% heeft een HBO/WO opleiding). Ongeveer tweederde van de bezoekers aan de centra is lid van een natuur- of milieuorganisatie. De onderzochte centra blijken vooral bezoekers uit de regio aan te trekken. Het overgrote deel van de bezoekers (gemiddeld 60%) bezoekt het centrum voor de eerste keer in het onderzochte jaar (onderzoek vond plaats in de herfst). De centra blijken een belangrijke functie te hebben voor mensen die een natuurgebied voor het eerst bezoeken. 43% van de bezoekers aan de centra bezoeken ook voor het eerst het natuurgebied. Een groot deel van de bezoekers verwacht in het centrum informatie over de natuur en het beheer in het gebied aan te treffen (ruim 50%). Verder verwacht men bij de centra vooral ook de aanwezigheid van toiletten (52%) en de verkoop van folders/kaarten (47%).

Folders en brochures

Door middel van folders en brochures kunnen vooral cognitieve effecten bereikt kunnen, ze zijn dus vooral geschikt om mensen te informeren; houdings- en gedragsveranderingen lijken minder waarschijnlijk (Wagenaar, et al, 1989). Folders werken vaak goed als ze ingezet worden in combinatie met andere media. Folders en brochures kunnen als kernmedium worden ingezet als het er om gaat mensen die interesse tonen voor het onderwerp verder te helpen. Vaak wordt in zo'n geval belangstelling gewekt via ondersteunende media.

Het bereik van een folder staat of valt met een goede verspreiding. In het geval van communicatie over bos en natuur moet een folder of brochure verkrijgbaar zijn op plaatsen waar bezoekers vaak komen: VVV's, restaurants, hotels, bezoekerscentra,

enzovoort. Voor ontvangers hebben folders vooral een informatieve functie. Als men niet geïnteresseerd is in een bepaald onderwerp, zal men een folder niet snel lezen. Om de belangstelling van mensen voor een onderwerp te wekken is een ander medium beter geschikt (bijv. infopaneel).

Een voorlichter heeft veel invloed heeft op de inhoud en vormgeving van folders omdat het media zijn in eigen beheer. Het zijn relatief goedkope media, waarvan de aanloop- en productietijd niet lang hoeven te zijn. Voor het maken van een goed tekst en professionele vormgeving is wel de nodige deskundigheid vereist.

Het hangt helemaal van het type folder en de manier van verspreiding af, wie de folder gebruiken en wat het bereik is. Op basis van het onderzoek van Kroon (1989) zou je kunnen concluderen dat folders maar een heel beperkte rol spelen vergeleken met andere vormen van terreingebonden voorlichting (slechts ongeveer 2% van de Nederlandse bevolking heeft 2 specifieke folders van Staatsbosbeheer gebruikt). Maar het bereik van folders kan per gebied natuurlijk verschillen. In het Drents Friese Wold bijvoorbeeld, bleken folders, naast kaarten, de belangrijkste bron van informatie over het gebied (Visschedijk, 1999).

Panelen

De voorlichter veel invloed heeft op de inhoud en vormgeving van panelen omdat het media zijn in eigen beheer. De aanloop- en productietijd van panelen en informatieborden hoeft niet lang te zijn. Voor het maken van een goede tekst, afbeeldingen en een professionele vormgeving is wel de nodige deskundigheid vereist.

De informatie op informatietafels en -panelen is noodzakelijkerwijs beknopt (Janmaat en van Meegeren, 1992). Informatiepanelen zijn vooral geschikt om de aandacht van mensen te vragen voor een bepaald onderwerp en dat onderwerp kort toe te lichten door middel van tekst en illustraties. Mensen nemen relatief kort de tijd om een informatiepaneel te bekijken. Belangrijk is dan ook dat de boodschap kernachtig en pakkend geformuleerd wordt, omdat anders de kern van de boodschap door velen niet zal worden opgepikt.

Ter illustratie: In de evaluatie van terreingebonden voorlichting op Vlieland (Lemmen, 1996) is een informatietafel geëvalueerd. De informatie bestond uit een kaartbeeld van het gebied, een kaartbeeld van vogeltrekroutes en een korte tekst over het belang van het gebied als broedgebied en hoogwatervluchtplaats en een oproep om het afgesloten gebied niet te betreden. Uit observaties blijkt dat het overgrote deel van de bezoekers de tafel bekijkt (ongeveer 85%). Van degenen die de tafel niet bekijken heeft ruim de helft de tafel al eens bekeken. De gemiddelde kijktijd bedroeg 1.3 minuut. Opvallend is dat ruim de helft van de respondenten achteraf niet kon aangeven wat de belangrijkste boodschap van het paneel was.

Infopanelen zijn vaak bij de ingangen van de wat grotere bos- en natuurterreinen te vinden. Vaak stoot de bezoeker dus vanzelf op een paneel en dan is het een kleine moeite om even te gaan kijken. Het bereik van panelen is over het algemeen hoger

dan andere vormen van terreingebonden voorlichting. Kroon (1989) komt op basis van een grote publiekenquête tot een percentage van ruim 45% van de Nederlanders ooit weleens panelen gezien in een gebied van Staatsbosbeheer. In de meeste terreinen van Staatsbosbeheer, met een groot bezoekerspubliek heeft tussen de 50% en 100% van de bezoekers de panelen gezien. Voor de terreinen met een beperkter publiek liggen de percentages soms lager.

Interpersoonlijke communicatie

Er zijn verschillende vormen van interpersoonlijke communicatie die m.b.t. ons onderwerp een rol kunnen spelen. We bespreken hier het twee- of meer gesprek, de informatiebijeenkomst en de excursie. Het kenmerkende van interpersoonlijke communicatie of voorlichting is het directe contact tussen degene met de boodschap en degene die de boodschap ontvangt. Het persoonlijke contact maakt mogelijk dat er directe feedback gegeven kan worden. Dit maakt interpersoonlijke vormen van vormen van voorlichting tot krachtige communicatiemiddelen. Hieronder beschrijven we eerst de algemene kenmerken van interpersoonlijke vormen van communicatie, daarna gaan we nog kort in op de afzonderlijke vormen.

In principe heeft de voorlichter/beheerder bij interpersoonlijke communicatie grote invloed op de boodschap omdat hij/zij die zelf direct kan communiceren. Nadeel kan zijn dat de organisatie weinig controle kan uitoefenen op de informatie die de verschillende medewerkers uitdragen. Eventuele onjuiste informatie of bijvoorbeeld een tactisch onverstandige benaderingswijze van bezoekers kan moeilijk gecorrigeerd worden. Verder zijn vormen van interpersoonlijke voorlichting – mits ze gepland en structureel worden ingezet - over het algemeen erg duur omdat ze veel tijd en mankracht kosten. De vereiste deskundigheid bij vormen van interpersoonlijke communicatie moeten niet worden onderschat. Vooral in situaties waar misvattingen een rol spelen en er vertrouwen en begrip moet worden opgewekt, zijn sterke communicatieve vaardigheden van groot belang, om te beginnen het inlevingsvermogen in de bezoeker/bewoner en het vermogen om aan te sluiten bij zijn/haar belevingswereld.

Omdat er directe terugkoppeling mogelijk is tussen boodschapper en ontvanger zijn vormen van interpersoonlijke communicatie geschikt om uit te leggen en te nuanceren. Ze kunnen ingezet worden om te werken aan vertrouwen en begrip. Daarbij kan telkens aangesloten worden bij de achtergrond en opvattingen van de ontvanger. Vormen van interpersoonlijke communicatie zijn daardoor i.t.t. tot massamediale communicatiemiddelen ook geschikt om meer 'gevoelige en controversiële boodschappen over te brengen' en in te spelen op houding en gedrag van bezoekers en bewoners. Daarbij moet opgemerkt worden dat dit het meest geldt voor die vormen waarbij het meeste ruimte is voor feedback, dus meer bij tweegesprekken dan bij bijvoorbeeld voorlichtingsavonden.

Het fysieke bereik van vormen van interpersoonlijke communicatie is klein; je bereikt er relatief weinig mensen mee. Het effectieve bereik, dus de mate waarin de boodschap overkomt is echter groot, alleen al omdat de boodschap vaak direct aangepast kan worden aan de ontvanger. Wat het bereik betreft, kunnen we verder

zeggen dat met interpersoonlijke vormen van communicatie vooral een reeds geïnteresseerde doelgroep wordt bereikt. Bezoekers bijvoorbeeld gaan immers zelf een gesprek aan, of bewoners bezoeken zelf een informatiebijeenkomst.

Excursies

De deelnemers aan excursies kunnen doorgaans worden omschreven als geïnteresseerde bezoekers, die openstaan voor nieuwe informatie. Uit het eerste deelproject (Moerdijk, et al, 2000) is gebleken dat deelnemers vooral gericht zijn op het opdoen van wetenswaardigheden over soorten. Er werden nauwelijks vragen gesteld over de beheerswijze van het gebied. Verondersteld wordt dat de deelnemers te weinig kennis hebben van de natuur om op kritische wijze naar beheer te kunnen kijken. Onduidelijk is echter of bij de geëvalueerde excursies ook duidelijk zichtbare beheersmaatregelen te zien waren en of de excursieleider beheers- of productieaspecten heeft toegelicht. [Op zich zouden excursies zich wel goed lenen om ter plekke beheersaspecten toe te lichten. Excursies zijn verder meestal gericht op mensen in de rol van bezoekers. Excursies zouden echter ook geschikt kunnen zijn om omwonenden te betrekken bij ingrepen in het gebied. Daar is dan wel een actieve werving voor nodig.

Informatiebijeenkomsten

Informatiebijeenkomsten zijn geschikt om relatief grote groepen (voornamelijk omwonenden) te informeren over voorgenomen maatregelen voor beheer of productie. Omwonenden krijgen dan ook beperkt de gelegenheid te reageren. De mogelijkheden voor gezamenlijk overleg zijn echter beperkt. Zeker bij ingrijpende maatregelen lijkt het niet verstandig met een informatiebijeenkomst te volstaan, maar deze parallel te laten lopen of gelijk te vervolgen met vormen van interpersoonlijke communicatie waarin meer ruimte is voor feedback en overleg. Anders bestaat de kans dat een informatiebijeenkomst alleen als een soort legitimatie wordt gezien.

Twee- of meer gesprekken

In de dagelijkse praktijk zijn gesprekken tussen beheerders en bezoekers of tussen medewerkers van een bezoekerscentrum en bezoekers waarschijnlijk een veelvoorkomende manier van communicatie. Dit soort (informele) ontmoetingen zijn meestal niet gepland en voorbereid, maar kunnen wel een grote rol spelen in de communicatie over ingrepen t.b.v. beheer en productie. Deze vorm van interpersoonlijke communicatie is bij uitstek geschikt om mogelijke misverstanden over ingrepen uit de weg te ruimen en meer begrip bij bezoekers op te roepen. Een twee- of meer gesprek biedt immers de mogelijkheid om de informatie en het beeld van de bezoeker te combineren met dat van de beheerder of voorlichter. Beheerders kunnen zo aansluiten bij de informatie die bezoekers al hebben, misvattingen recht zetten en inspelen op het beeld dat de bezoekers hebben van hoe een bos eruit zou moeten zien. Het vertrouwen en begrip van bezoekers kan toenemen als de beheerder of voorlichter interesse toont voor de bezoeker en zijn opvattingen.

Twee of meer gesprekken (in de vorm van groepsbijeenkomsten) kunnen ook van belang zijn bij processen waarin omwonenden betrokken worden bij de planvorming rond maatregelen voor beheer en productie. Informatiebijeenkomsten zijn minder

geschikt om omwonenden werkelijk te betrekken. Daarvoor zijn meer gelijkwaardige vormen van overleg beter geschikt, zoals een klankbordgroep waarin verschillende belanghebbenden vertegenwoordigd zijn.

Audiovisuele communicatiemiddelen

Er zijn verschillende audiovisuele communicatiemiddelen die van belang kunnen zijn bij de communicatie over beheer en productie in bos en natuur. We kunnen hier denken aan video, klankbeeld (automatisch transport van dia's met geluidsband, soms meerdere schermen) en diavoorstellingen. Dit soort media zullen vooral gebruikt worden in bezoekerscentra of informatieruimten, maar bijvoorbeeld ook op informatieavonden. Hieronder bespreken we de algemene kenmerken van audiovisuele communicatiemiddelen.

Audiovisuele communicatiemiddelen kenmerken zich door de combinatie van bewegend beeld en gesproken woord. Algemeen geldt dat iets dat via verschillende zintuigen wordt waargenomen meestal beter wordt onthouden. Deze communicatiemiddelen zijn geschikt voor het overbrengen van meerdere typen boodschappen. Het kan gaan om het overbrengen van feitelijke informatie waarbij het erom gaat te laten zien hoe iets gedaan wordt (demonstratie), de beelden kunnen gebruikt worden om iets uit te leggen wat moeilijk te beschrijven is (illustratie), of het gaat erom dingen te tonen die een kijker niet direct zelf kan ervaren, omdat het pas in de toekomst gaat plaatsvinden. Daarnaast hebben audiovisuele communicatiemiddelen een belangrijke expressieve functie; er kan beroep gedaan worden op het gevoel van de kijker, hij wordt er emotioneel bij betrokken. T.a.v. bos en natuur zou het dus kunnen gaan om beelden van bijvoorbeeld de maatregelen die plaats gaan vinden, of zou het (mooie) resultaat van die ingrepen (bijv. grotere biodiversiteit) in beeld kunnen worden gebracht. Overigens zijn de mogelijkheden om kijkers emotioneel te betrekken, doorgaans het grootst bij video en geavanceerde klankbeeldvoorstellingen. Beeld en geluid zijn daarbij het meest dynamisch en indrukwekkend. Diavoorstellingen zijn doorgaans veel statischer en veel hangt af van de kwaliteiten van de presentator. Het voordeel van diavoorstellingen is vaak wel dat er veel meer feedback mogelijk is en dat een goede presentator daar ook tijdens de voorstelling op in kan spelen.

Het bereik van audiovisuele middelen is afhankelijk van o.a. de frequentie van vertoning en is natuurlijk in grote mate afhankelijk van het aantal geïnteresseerde bezoekers. Ook het kader waarin een video, klankbeeld of diavoorstelling wordt gebruikt, is bepalend. Op een informatieavond beperkt het bereik zich tot de geïnteresseerden aldaar. Worden ze in een bezoekerscentrum gebruikt, dan hangt het bereik ten eerste af van het aantal bezoekers dat een BC trekt en vervolgens nog van de interesse van de bezoekers en de aantrekkingskracht van de voorstelling. Het effectieve bereik, dus of men de boodschap ook werkelijk waarneemt, hangt behalve van de interesse van de kijker sterk af van de kwaliteit. Kijkers verwachten bij audiovisuele middelen (vooral bij video) niet alleen te worden geïnformeerd, maar ook te worden vermaakt. Het moet dus zowel aantrekkelijk zijn en uitnodigen om te blijven kijken, als informatie bieden.

Audiovisuele middelen zijn in principe toegankelijk, iedereen kan een video, klankbeeld of diavoorstelling (laten) maken en kan ook grote invloed uitoefenen op de inhoud van de boodschap. Vooral voor het maken van een video of klankbeeld is wel een speciale deskundigheid vereist en de kosten kunnen hoog oplopen. Bij video geldt ook dat kijkers de kwaliteit van videobeelden afmeten aan de kwaliteit van televisieprogramma's, terwijl videoprogramma's deze vergelijking niet altijd kunnen doorstaan. Voordeel van klankbeeld en diavoorstellingen is dat ze relatief makkelijk te actualiseren zijn.

Tentoonstellingen

Tentoonstellingen vormen een belangrijk deel van een bezoekerscentrum. Een tentoonstelling is een combinatiemedium en dat heeft een aantal voordelen:

- het betekent dat er meer zintuigen aangesproken kunnen worden. Dit betekent echter niet automatisch een grotere effectiviteit. Als de verschillende waarnemingen niet met elkaar in overeenstemming zijn, kan dat verwarring oproepen. Bijvoorbeeld enerzijds een duidelijke beeldvorming van natuur als onafhankelijk van de mens en anderzijds een toelichting op maatregelen voor beheer en productie ;
- een tentoonstelling kan meerdere behoeften tegelijk bevredigen, bijvoorbeeld de behoefte aan informatie en ontspanning,
- de bezoeker van een tentoonstelling is volkomen vrij in wat hij wel en wat hij niet bekijkt en hoe snel hij dat doet. Op zich kan dit gegeven bijdragen aan een groter begrip van de informatie, maar dat stelt wel eisen aan de tentoonstelling. Er moet bijvoorbeeld sprake zijn van een duidelijk route en de centrale boodschap moet op meerdere manieren, op verschillende begripsniveaus terugkomen.

Het opzetten van een tentoonstelling kost veel tijd en er zijn meestal meerdere mensen bij betrokken. Een tentoonstelling kost daardoor ook relatief veel. Het bereik van een tentoonstelling hangt af van de locatie van de tentoonstelling en of de tentoonstelling deel uitmaakt van een groter geheel (bijvoorbeeld een bezoekerscentrum).

2. Communicatiemiddelen buiten het terrein¹

Bij de communicatiemiddelen buiten het terrein zijn in dit project lokale en regionale media van belang. We moeten onderscheid maken tussen de media en de manier waarop er gebruik van wordt gemaakt. Bij lokale en regionale media kunnen we denken aan lokale en regionale dag en weekbladen, huis-aan-huiskranten, lokale en regionale televisie en bijvoorbeeld kabeltekst, maar wellicht ook aan Internet. Daarnaast kunnen we het huisorgaan van de beherende organisatie (in het geval van bijvoorbeeld een Provinciaal Landschap) ook als een regionaal medium beschouwen.

¹ Verschillende communicatiemiddelen die hierboven beschreven zijn als communicatiemiddelen binnen het terrein, kunnen natuurlijk ook buiten het terrein worden ingezet. Denk aan folders en informatieavonden). Daar gaan we hier niet verder op in.

Algemeen geldt voor dit soort media (behalve het huisorgaan) dat ze buiten het beheer van de voorlichtende organisatie worden gemaakt. Dat betekent dat de voorlichter veel minder invloed heeft op de boodschap die uiteindelijk wordt gecommuniceerd. De beherende organisatie heeft nog het meest invloed op de boodschappen in advertenties of ingekochte zendtijd. In die gevallen kan daarbij zelf de boodschap worden samengesteld. Verder kunnen organisaties zelf actief de aandacht van de media proberen te trekken, door zelf redacties en journalisten te benaderen met hun boodschap (o.a. door middel van persberichten). Bij deze zogenaamde 'free publicity' bepalen journalisten in principe zelf, wat ze met de aangeboden informatie doen en of ze de informatie willen aanvullen met informatie uit andere bronnen. De voorlichter van de een beherende organisatie heeft dus relatief weinig invloed op de uiteindelijke boodschap. De ervaring leert echter dat vooral bij lokale media, de middelen en mogelijkheden van redacties dusdanig beperkt zijn, dat men grote delen van bijvoorbeeld een persbericht overneemt. De beherende organisatie heeft vanzelfsprekend de minste invloed op berichten die op initiatief van een redactie of journalist zelf, naar buiten worden gebracht. Het verdient dan ook altijd aanbeveling om zelf in een vroegtijdig stadium het initiatief te nemen. Hieronder beschrijven we kort de eigenschappen van de verschillende media en de manieren waarop men er gebruik van kan maken.

Geschreven pers

Voor nieuws op lokaal en regionaal niveau zijn vooral de huis-aan-huisbladen, die gratis worden verspreid en de regionale dagbladen van belang (Hollander en Verschuren, 1993).

Er zijn ook nog zogenaamde nieuwsbladen die tenminste een maal per week uitkomen en zich doorgaans richten op een lokaal of regionaal niveau (bijvoorbeeld het Utrechts Nieuwsblad, het Puttens Nieuwsblad, etc.). Het aantal nieuwsbladen is de laatste jaren echter sterk aan het afnemen als gevolg van de sterke opkomst van de huis-aan-huisbladen (Olsthoorn, 1995).

Het fysieke bereik van geschreven pers op lokaal en regionaal niveau is groot. Het effectieve bereik is echter beperkt. Huis-aan-huisbladen worden gemiddeld door ongeveer 60% van de ontvangers doorgekeken. Echt lezen doet slechts 27% van de ontvangers. Regionale dagbladen worden op grote schaal verspreid. Het bereik van alle regionale kranten samen ligt hoger dan het bereik van alle landelijke kranten samen. Regionale kranten worden door een beperkte groep echt gelezen. Uit onderzoek blijkt dat ongeveer 40% van de abonnees de krant minimaal 30 minuten per week leest.

Als het erom gaat om zoveel mogelijk mensen met een bepaalde boodschap te bereiken, dan zijn huis-aan-huisbladen en regionale dagbladen een goede keus. Van belang is dan wel dat de boodschap eenvoudig en opvallend is. De meeste ontvangers bekijken een krant immers oppervlakkig en bekijken vaak alleen foto's en koppen. Kranten kunnen gebruikt worden voor communicatie naar bijvoorbeeld omwonenden toe, door middel van advertenties of free publicity.

Advertenties kunnen worden gebruikt in combinatie met andere communicatiemiddelen. Advertenties zijn vooral geschikt om ergens bekendheid aan te geven (bijvoorbeeld een aankondiging van een beheersmaatregel, tentoonstelling of een organisatie). In een advertentie kan weer doorverwezen worden naar andere voorlichtingsmiddelen. De kosten van advertenties kunnen hoog zijn. Dat is sterk afhankelijk van het soort medium waarin men de advertentie wil plaatsen. Voor het maken van een goed advertentie is wel een bepaalde deskundigheid vereist. Zeker als men de aandacht wil vragen (te midden van een heleboel andere aandachtstrekkers) stelt dat eisen aan de tekst en vormgeving. Het fysieke bereik van advertenties hangt voor een groot deel af van het blad waarin de advertentie wordt geplaatst. Of een advertentie ook daadwerkelijk wordt opgemerkt, hangt weer sterk af van plaats, grootte, vormgeving en tekst.

Wat betreft de free publicity is het bij huis-aan-huisbladen voor voorlichters mogelijk een grote inbreng te hebben op de artikelen die uiteindelijk gepubliceerd worden. Bij regionale dagbladen is dat veel minder het geval. De regionale pers kan een grote rol gaan spelen, als er sprake is van ingrijpende maatregelen of onderwerpen die veel discussie opleveren. Dan krijgt het onderwerp ook nieuwswaarde. In die gevallen is het belangrijk al in een vroeg stadium daarop voorbereid te zijn.

Lokale of regionale TV en kabelkrant

Algemeen is een sterk punt van televisie dat de informatie die wordt gegeven door het publiek betrouwbaar wordt geacht; 'wat op televisie komt is waar'. Daarnaast geldt net zoals voor video dat boodschappen op TV gebaseerd zijn op verschillende zintuigen en daardoor beter worden onthouden. TV heeft daarnaast een belangrijke expressieve functie; er kan beroep gedaan worden op het gevoel van de kijker, hij wordt er emotioneel bij betrokken. T.a.v. bos en natuur zou het dus kunnen gaan om beelden van bijvoorbeeld de maatregelen die plaats gaan vinden, of zou het (mooie) resultaat van die ingrepen (bijv. grotere biodiversiteit) in beeld kunnen worden gebracht. TV heeft voor kijkers een belangrijke verstrooiingsfunctie. De informatie die men kwijt kan is beperkt en het betekent dat de informatie op een aantrekkelijke manier gebracht moet worden. Wel is het waarschijnlijk zo dat het publiek van lokale en regionale TV-zenders meer informatie verwachten over hun regio. Dus dit soort zenders zouden een meer informatieve functie kunnen vervullen, vergeleken met landelijke zenders.

Het is doorgaans mogelijk om zendtijd in te kopen. Dat is echter vaak erg duur en bovendien vereist het maken van een goed TV-item/spot een hele specifieke deskundigheid. Door middel van free publicity heeft de voorlichtende organisatie slechts een beperkte invloed op de boodschap die uiteindelijk op televisie verschijnt (vergelijkbaar met free publicity kranten).

Het bereik van lokale en regionale TV-zenders kan groot zijn. De meeste mensen kunnen die immers ontvangen. Voor lokale TV geldt echter dat maar weinig mensen ernaar kijken. Uit onderzoek blijkt dat bijna 50% nooit kijkt en slechts 30% drie keer per maand of vaker (Vergeer, 1993). Voor regionale TV hebben we op dit moment

geen cijfers. Ook de kabelkrant wordt slecht door een beperkte groep gebruikt (ongeveer 23% kijkt minstens een keer per maand).

Radio

Voor radio geldt dat het over het algemeen een soort achtergrondmedium vormt voor activiteiten overdag. Op die manier kan er sprake zijn van een groot fysiek bereik. Voor lokale radio geldt echter dat er over het algemeen weinig naar wordt geluisterd. Ongeveer 88% luistert zelden of nooit. Voor de regionale omroep is het bereik hoger. Daar luistert 45% minimaal 30 minuten per week.

Vergeleken met televisie hebben de boodschappen doorgaans een minder indringend effect. Regionale radio kan wel geschikt zijn om bekendheid te geven aan bepaalde onderwerpen, om vervolgens door te verwijzen naar andere communicatiemiddelen. Radio is een relatief goedkoop medium en uitzendingen kunnen snel in elkaar worden gezet.

Internet

Internet wordt een steeds belangrijkere informatiebron voor burgers. Internet biedt de mogelijkheid om op veel verschillende manieren een onderwerp aan de orde te brengen. Op dit moment hebben we geen inzicht in hoeverre internet ook een rol kan spelen bij communicatie over lokale onderwerpen met betrekking tot beheer en productie. Waarschijnlijk gebruikt de gemiddelde burger Internet niet op die manier, maar dat zal waarschijnlijk in de toekomst steeds meer het geval zijn. Via de homesites van de beherende organisatie of via bijvoorbeeld de gemeentelijke sites, zouden geïnteresseerden informatie kunnen zoeken over een specifiek gebied of over maatregelen voor beheer of productie

Brief/circulaire

Een brief of circulaire is bij uitstek geschikt om een duidelijk afgebakende doelgroep te informeren, bijvoorbeeld de omwonenden van een bepaald terrein. Niet alleen voelen mensen zich door een brief persoonlijk aangesproken, het is ook mogelijk om heel gerichte informatie te geven. Een brief staat nooit op zichzelf, maar verwijst naar andere communicatiemiddelen, zoals een informatieavond of mogelijkheden om te reageren.

Aanhangsel 2 Lijst van geïnterviewden

Dhr. H.R. Breeveld (interview)	-	Staatsbosbeheer Boswachter PR en Voorlichting Oostvaardersplassen
Dhr. H. Kampf (telefonisch)	-	Ministerie van LNV
Dhr. J. Kuiper (telefonisch)	-	Staatsbosbeheer-Centraal
Mevr. L. Schröder (interview)	-	Vereniging Natuurmonumenten
Mevr. C. Spinnewijn (interview)	-	Staatsbosbeheer-Flevoland/Overijssel