

Rust, ruimte en boeren; zee, verpaupering en communisme.

Representaties van minder populaire plattelandsgebieden door nieuwe
inwoners en in kranten.

Kees-Jan Westra
Afstudeerthesis
Culturele Geografie
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Rijksuniversiteit Groningen
2010
Begeleider: dr. Tialda Haartsen

/Voorwoord

Voor u, en achter mij ligt een onderzoek naar representaties van minder populaire plattelandsgebieden. De lezer zal hier naar ik hoop veel van leren, maar ook de onderzoeker heeft er veel van geleerd. Over representaties. Over de onderzochte gebieden. Over onderzoek doen. Over mezelf. Vooral de laatste twee zijn bijkomstigheden waar de lezer niet zoveel mee te maken heeft. Toch wil ik dit gezegd hebben; het proces ging vaak veel minder soepel dan vooraf gehoopt en ook heb ik geleerd wat mijn vaardigheden wel en niet zijn.

Wat mij specifiek aan dit onderwerp interesseerde waren de massamedia. Vaak wordt hierover gesproken alsof het een bedreigende kracht zou zijn die de lezers als een soort gigantische injectiespuit indoctrineert met hun beelden. Volgens anderen is dat juist niet zo en heeft de lezer, of het individu juist de volledige macht over wat hij ziet en welke betekenis hij geeft. Verder vond ik minder aantrekkelijke plattelandsgebieden interessant omdat deze vaak in deze massamedia beschreven worden met stereotypen die niet altijd overeenkomen met de werkelijkheid van anderen. Iedereen heeft een ander beeld bij deze gebieden, ik dus ook. Mijn representatie kwam vaak niet overeen met die van respondenten, zoals bijvoorbeeld het als positief beschouwen van de afwezigheid van buitenlanders, de rust die volgens velen op het platteland heerst (in vergelijking met de stad) en de opvatting van natuur.

Dit onderzoek is natuurlijk door mij gedaan. Toch hebben velen geholpen; bewust of onbewust. Velen ga ik hiervoor vergeten te bedanken maar niet: Niels Joosse die me vaak geholpen heeft door onze koffiepauzes zonder koffie. Verder wil ik de schrijvers van Grootjans et al. (2010) bedanken. Zij hebben de enquête uitgezet en ingevoerd. Ook Rixt moet ik bedanken voor het aanreiken van deze database. Als laatste maar niet minste wil ik Tialda Haartsen bedanken voor haar vele opmerkingen; ondanks dat alles wat langer duurde bleef ze geduldig nuttige opmerkingen geven en stuurde ze me vaak de goede richting op.

/Samenvatting

Massamedia worden verondersteld een grote rol te hebben in beeldvorming. De beelden van de lezers zouden beïnvloed worden door deze massamedia. Deze beeldvorming mondt uit in representaties. Representaties over allerlei onderwerpen. Representaties van gebieden hebben invloed op ruimtelijk gedrag en keuzes (Avraham, 2000; Van Dam et al., 2002). Massamedia en representaties zijn daarom twee met elkaar gerelateerde fenomenen die interessant zijn om te onderzoeken.

De theorie van representaties leert ons dat een representatie selectief, partieel en vervormd is. Verder staat de betekenis van zo'n representatie nooit vast, maar is die altijd geconstrueerd. Daarbij is het van belang wat voor conceptual map een lezer heeft, al is de lezer niet de enige die invloed heeft op de betekenis van een representatie.

Dit onderzoek gaat over representaties van minder aantrekkelijke plattlandsgebieden in de kranten en van nieuwkomers in deze minder populaire plattlandsgebieden. De definitie van deze minder populaire plattlandsgebieden is afgeleid uit het onderzoek van Bijker en Haartsen (2009). Hierin werd door middel van huizenprijzen bepaald wat de populariteit van plattlandsgebieden in Noord-Nederland is. Dit is per gemeente gedaan, waardoor ook dit onderzoek over de gemeenten gaat.

Om achter representaties van deze gebieden van nieuwkomers te komen is gebruik gemaakt van een enquête die door Grootjans et al. (2010) is uitgezet voor hun onderzoek naar vier van de in Bijker en Haartsen (2009) als 'minder populair' aangemerkte gemeenten. Hierin is onder andere gevraagd om bij het *platteland* en bij het *eigen woongebied* vier associaties te geven. Daarnaast is gevraagd hier een lading aan te geven (positief, negatief of neutraal). Om achter representaties van de gebieden in kranten te komen zijn 280 krantenartikelen geanalyseerd. In deze analyse is onderzocht welke representaties uit de artikelen naar voren zijn gekomen. Er zijn dus in totaal drie soorten representaties onderzocht: die van het gebied en het platteland van nieuwkomers, en die van het gebied in de krant.

De relatie tussen representaties van de gebieden van nieuwkomers en die van de krant is tweezijdig. Zo kunnen representaties van nieuwkomers voorkomen in de krant en heeft de krant mogelijk ook invloed op representaties die nieuwkomers hebben. Toch is zo'n causaal verband moeilijk of niet te onderzoeken, in ieder geval niet met de data uit dit onderzoek. Wel is gekeken naar wat overeenkomsten en verschillen zijn tussen de twee soorten representaties.

Daarbij is het van belang te kijken naar het karakter van krantenrepresentaties. Die is namelijk sterk beïnvloed door nieuws. En nieuws is een ingewikkeld proces. Kort gezegd komt het er op neer dat er bepaalde voorwaarden aan gebeurtenissen worden gesteld, voordat het als nieuws beschouwd kan worden.

Representaties van gebieden in de krant worden dus beïnvloed door het nieuws. Daarom zijn nieuwsfeiten bij de analyse belangrijk. Dóór het nieuws heen komen representaties van de gebieden aan het licht.

Dat een krantenrepresentatie van nieuws afhankelijk is, heeft invloed op de vergelijking met de nieuwkomersassociaties. Deze kunnen namelijk alleen in de krant komen als deze ook iets te maken hebben met het nieuws. De vergelijking tussen representaties van minder aantrekkelijke plattlandsgebieden van nieuwkomers met representaties van die gebieden in kranten is daardoor ingewikkeld. Er zijn veel verschillen te ontdekken, maar ook overeenkomsten. Die overeenkomsten zijn meestal representaties die gekoppeld kunnen worden aan het nieuws.

Veel van de gegeven associaties bij zowel het platteland in het algemeen als de minder aantrekkelijke plattlandsgebieden door nieuwkomers waren "rust" en "ruimte". Bijna de helft van de respondenten noemde "rust". Dit zijn dus zeer belangrijke associaties. Ook in eerder onderzoek

naar representaties van het platteland (Halfacree, 1995; Van Dam et al.; 2002, Haartsen, 2002) blijkt dat deze associaties belangrijk zijn.

Er is echter ook een belangrijk verschil tussen representaties van het platteland en minder aantrekkelijke gebieden, zoals die gegeven zijn door de respondenten. De associatie 'boeren' komt in de plattelandsrepresentaties wel vaak voor (plaats drie in de top tien), maar in representaties van het onaantrekkelijke gebied veel minder (niet in de top tien). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat een respondent bij het eigen gebied een meer praktische associatie heeft dan bij het platteland in het algemeen, omdat zijn leven ook in dit gebied afspeelt, en die gebied een meer concrete betekenis voor hem heeft.

/Inhoudsopgave

/Voorwoord.....	3
/Samenvatting.....	4
1/Inleiding.....	8
2/Representaties	11
2.1 Representaties en betekenissen.....	11
2.2 Het proces van representeren.....	13
2.3 Representaties en de lezer.....	13
2.4 Sociale representaties en de invloed op gedrag.....	16
2.5 Kranten en representaties.....	16
3/Andere onderzoeken naar representaties van het platteland.....	19
4/Methodologie.....	21
4.1 Enquête.....	21
4.2 Krantenanalyse.....	22
5/Representaties van minder populaire plattelandsgebieden van nieuwkomers.....	27
5.1 Nieuwkomersrepresentaties in het algemeen.....	28
5.2 De nieuwkomersrepresentaties per gebied beschreven.....	32
Ferwerderadiel.....	33
De Marne.....	33
Menterwolde.....	33
Reiderland.....	33
5.3 Conclusie nieuwkomersrepresentaties.....	34
6/Representaties van minder populaire plattelandsgebieden in de krant.....	35
6.1 Representaties in de krant per gebied besproken.....	35
Ferwerderadiel.....	35
De Marne.....	37
Menterwolde.....	39
Reiderland.....	40
6.2 Conclusie krantenrepresentaties.....	43
7/Conclusies.....	45
8/Aanbevelingen.....	48
9/Discussie.....	49
10/Literatuur.....	50

Afbeeldingenregister

Afbeelding 1/ Minder populaire, gemiddeld en populaire plattelandsgebieden	7
Afbeelding 2/ Codeboom, in dit geval die van krantenrepresentaties van Reiderland in vergelijking met de enquêteassociaties.....	23
Afbeelding 3/ Lading bij de associaties van het platteland (l) en het gebied (r).....	29

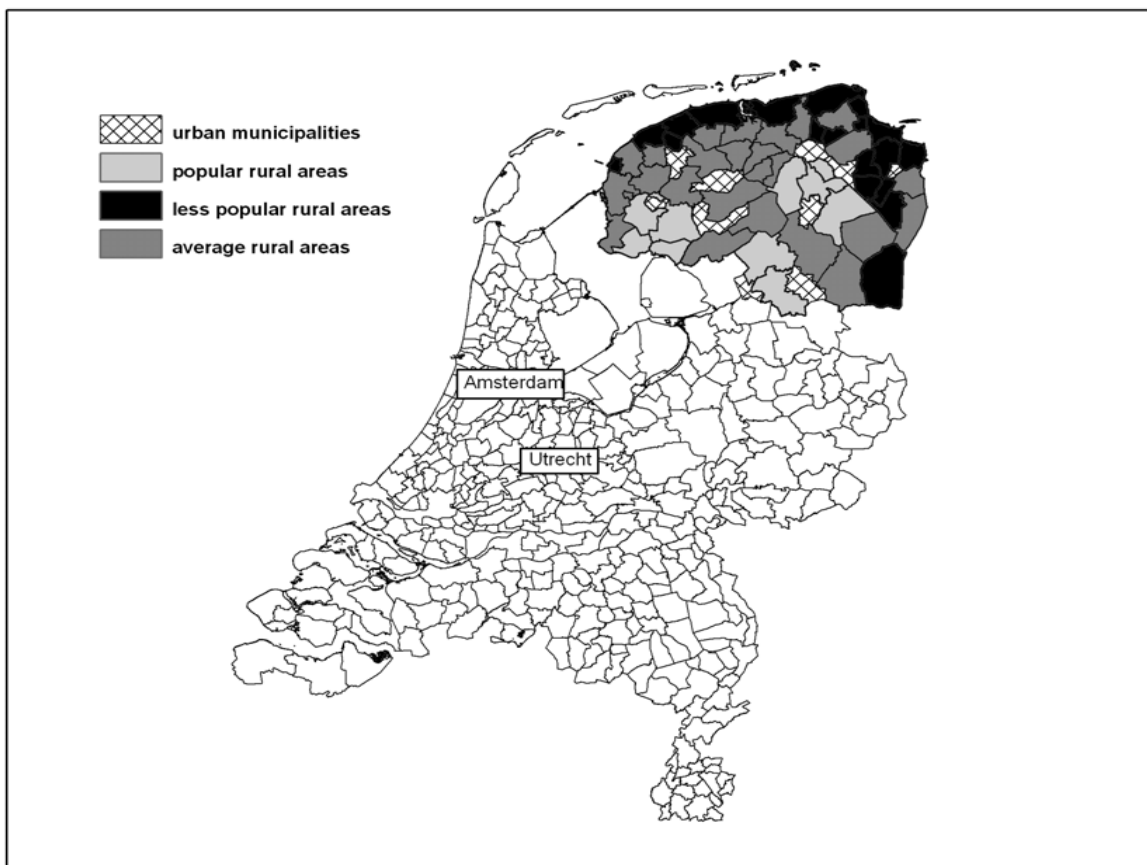
Tabellenregister

Tabel 1/ Top 10 meest genoemde associaties (in % van totaal aantal associaties)	18
Tabel 2/ Vergelijking categorieën genoemd in de interviews en enquêtes (procentueel aandeel respondenten).....	19
Tabel 3/ Verdeling artikelen per gemeente.....	22
Tabel 4/ De verklaring van de codes.....	23
Tabel 5/ Top tien van de meest genoemde associaties bij de gebieden en het platteland, opgeteld...	27
Tabel 6/ Top tien van de meest genoemde associaties bij het gebied en platteland, per gemeente....	31

1/Inleiding

Aanleiding

Een beeld van een gebied speelt een belangrijke rol in het nemen van beslissingen en ruimtelijk gedrag (Avrahams, 2000). Uit de opkomst van citymarketing (Pellenbarg en Meester, 2009) blijkt dat beelden, in ieder geval door beleidsmakers, als belangrijk gezien worden. De massamedia worden vaak gezien als belangrijke factor in de beeldvorming van allerlei onderwerpen, ook van gebieden (Mercille, 2005). Beelden of representaties zijn daarom interessante onderzoeksobjecten. Bijker en Haartsen (2009) hebben in Noord-Nederland een onderscheid gemaakt tussen populaire, gemiddeld populaire en minder populaire plattelandsgebieden. Dit doen ze op basis van huizenprijzen. In huizenprijzen zitten namelijk automatisch populariteitsfactoren verwerkt. Omdat de krant invloed heeft op ruimtelijk gedrag, en daardoor op deze populariteit, is in dit onderzoek gekozen voor het onderzoeken van krantenrepresentaties. Vermoedelijk is deze voor de verschillende soorten gemeenten (populair, gemiddeld, en minder populair) verschillend.



bron: Bijker en Haartsen (2009)

Grootjans et al., 2010 deden onderzoek naar vier van de minder populaire plattelandsgebieden. De vier gebieden die in dat onderzoek onderzocht worden zijn de gemeenten Ferwerderadiel, de Marne, Menterwolde en (voormalig) Reiderland. Hierin is onder andere onderzocht welk beeld nieuwkomers van die vier gemeenten hebben. Omdat deze data beschikbaar zijn, is gekozen voor het onderzoeken van deze vier gemeenten. Deze twee onderzoeken vormden de aanleiding om

verder in te gaan op de beelden, of representaties van die gebieden van nieuwkomers en in de kranten.

Zoals gezegd wordt er vaak een verband verondersteld tussen de representaties in de krant en de representaties die nieuwkomers hebben (van bijvoorbeeld een gebied). Daarom is een vergelijking gemaakt tussen de representaties van minder populaire gebieden van nieuwkomers en in de krant.

Probleem- doel- en vraagstelling

In dit onderzoek is gekeken welke representaties van deze vier minder populaire plattelandsgebieden er bestaan onder nieuwkomers en in kranten. Representaties van deze gebieden van nieuwkomers zijn bekeken door associaties te onderzoeken, die in kranten door een analyse van artikelen. Het doel van dit onderzoek is inzicht krijgen in representaties van deze vier gemeenten.

De hoofdvraag die hier uit voortvloeit is: welke overeenkomsten en verschillen zijn er tussen representaties van minder populaire plattelandsgebieden van *nieuwkomers* en in *kranten*? Deelvragen die hier uit voortkomen zijn: Wat zijn representaties van nieuwkomers, wat zijn representaties van massamedia (kranten) en welke overeenkomsten en verschillen zijn er te ontdekken tussen deze soorten twee representaties?

Onderzoeksaanpak

Om achter deze twee soorten representaties te komen is gebruik gemaakt van twee verschillende onderzoeksmethoden. Voor de representaties van de gebieden van nieuwkomers is gebruik gemaakt van data door Grootjans et al. (2010) verzameld en gebruikt zijn. Zij hebben in de vier minder populaire plattelandsgebieden (Ferwerderadiel, de Marne, Menterwolde en Reiderland) een enquête uitgezet. Daarin vroegen ze onder andere naar vier associaties bij het platteland in het algemeen en vier associaties bij het woongebied van de respondent in het bijzonder. Deze vragen zijn gebruikt om representaties van nieuwkomers te analyseren.

Voor representaties in de krant is een krantenanalyse uitgevoerd. Op basis van een selectie van krantenartikelen is, met behulp van een kwalitatieve analyse, een beeld achterhaald dat de kranten hebben van de vier minder populaire plattelandsgebieden.

In totaal zijn er dus drie representaties onderzocht: de representaties van het platteland en het gebied van nieuwkomers, en die van het gebied in de krant.

Relevantie

Onderzoek naar representaties is al vaak gedaan. Vooral onderzoek naar plattelandsrepresentaties is in de laatste decennia opgekomen (Halfacree, 1995; Smith en Phillips, 2001; Van Dam et al., 2002; Haartsen, 2002; Haartsen et al., 2003). In deze onderzoeken lag de nadruk op wat de respondent als platteland zag. In dit onderzoek worden er twee nieuwe invalshoeken gebruikt. De eerste is die van representaties van specifieke gebieden. Daarbij is onder andere gekeken naar verschillen tussen de gebieden en verschillen tussen de plattelandsrepresentatie van de inwoners van die gebieden. De tweede invalshoek die gebruikt is, is die van de massamedia. Er is onderzocht wat representaties van de massamedia, in dit geval de krant, zijn. Ook dit komt in eerdere onderzoeken niet terug. Media-analyses werden vooral gedaan op bepaalde nieuwsfeiten (Gould, 2004). Daarbij lag vaak de nadruk op hoe het nieuwsfeit gerepresenteerd werd en de verschillen tussen bepaalde woordvoerders en kranten. Volgens Mercille (2005) was hij de eerste die de invloed van media-representaties op plaatsbeelden onderzocht en vulde hij daarmee een gat in de literatuur dat belangrijk was om op te vullen. Blijkbaar is naar dit onderwerp nog weinig onderzoek gedaan. Dit blijkt eveneens in de bekende literatuur; zeer weinig is over deze relatie bekend (Mercille, 2005).

Wat het onderzoek naar het platteland betreft zijn representaties steeds belangrijker geworden, ook

in het definiëren van wat platteland nu eigenlijk is. Steeds meer wordt daarbij uitgegaan van hoe actoren het platteland zien, in plaats van een definitie op basis van 'objectieve' en meetbare kenmerken (Woods, 2005). Hierdoor wordt kennis van deze representaties ook belangrijk en daardoor ook het onderzoek naar representaties.

Van Dam et al (2002) beargumenteren dat individuen hun ruimtelijk gedrag bepalen op basis van hun representatie van de werkelijkheid. Voor plattelandsbeelden geldt dat volgens Van Dam et al. (2002) ook. Hierdoor hebben plattelandsbeelden invloed op de beslissing om te verhuizen naar het platteland; representaties en ruimtelijk gedrag zijn gelinkt aan elkaar. Het bestaan van een rurale idylle zou dus een positief effect moeten hebben op de keuze om naar het platteland te verhuizen.

Door inzicht te krijgen in welk beeld er bestaat bij nieuwkomers, kan het beleid daar mogelijk op afgestemd worden. Mogelijk kan het beeld van potentiële nieuwkomers zo beïnvloed worden dat ook zij naar het gebied verhuizen.

Leeswijzer

In komende hoofdstuk wordt de theoretische achtergrond beschreven van waaruit het onderzoek is opgezet en die nodig is om het onderzoek te kunnen begrijpen. In hoofdstuk drie komen andere onderzoeken naar ongeveer hetzelfde onderwerp aan bod om vergelijkingsmateriaal te geven. Hoofdstuk vier vervolgt met een beschrijving van de methodologie, waarna hoofdstuk vijf de resultaten van nieuwkomersrepresentaties laat zien. Hoofdstuk zes beschrijft de analyse van de krantenartikelen en hoofdstuk zeven bevat de conclusies van het onderzoek. De laatste twee hoofdstukken zijn respectievelijk de aanbevelingen en de discussie.

2/Representaties

Dit hoofdstuk gaat over de theorieën die bestaan omtrent representaties. In hoofdstuk 2.1 wordt besproken hoe representaties in verhouding staan tot de betekenis. Hoofdstuk 2.2 zal gaan over de verhouding tussen de werkelijkheid en representaties. De rol van de lezer wordt in 2.3 besproken, waarna 2.4 handelt over hoe representaties invloed hebben op (ruimtelijk) gedrag en keuzen van mensen.

2.1 Representaties en betekenissen.

Om iets te kunnen begrijpen van representaties en betekenissen is het goed om verschillende auteurs te bespreken die over dit onderwerp hebben nagedacht en hun theorieën erover hebben gevormd. De belangrijkste auteurs voor dit onderzoek zijn Hall en Barthes. Volgens Hall (1997a) spelen representaties een belangrijke rol in cultuur en daarmee in hoe de wereld betekenis krijgt. Bij representaties gaat het om de relatie tussen de werkelijkheid en een teken. In het dagelijkse gebruik van het woord is die relatie eenvoudig: representaties komen in de plaats van het object in de werkelijkheid, de representatie 'staat voor' datgene dat het representeert (Barker, 2004). Een schilderij van een persoon staat voor die persoon, het *betekent* die persoon. Het schilderij is de representatie van de persoon die op het schilderij staat. Saussure (1983) noemt het teken of de representatie een "signifier" (de vorm, hoe iets gerepresenteerd wordt) en datgene dat gerepresenteerd wordt "signified" (het concept). Een krantenartikel te zien als een signifier, en het minder populaire plattelandsgebied als signified.

Voor het geven van betekenis zijn twee *systems of representations* belangrijk. Het eerste systeem verbindt de dingen die er in de wereld zijn aan een set van *concepten* in ons hoofd, dat wat Hall een 'conceptual map' noemt. Die concepten in ons hoofd vormen we van dingen die we kunnen aanraken, maar ook van dingen die we niet waarnemen, zoals de dood, liefde of vriendschap. Deze concepten worden systematisch geordend, dat wil zeggen dat concepten bepaalde relaties hebben met elkaar. Een vogel en een vliegtuig zijn op bepaalde aspecten hetzelfde. Ze vliegen allebei, met behulp van vleugels, de vorm is min of meer gelijk, de cockpit zit voorin et cetera. Er zijn ook veel verschillen (natuurlijk tegenover gemaakt-door-de-mens, zacht-hard etc.). Al deze classificatiesystemen maken samen dat we van een bepaald object zeggen dat het een vogel is en van het andere dat het een vliegtuig is. Door deze conceptual map kunnen we betekenis geven aan dingen die we waarnemen. Niets heeft betekenis vanuit zichzelf, altijd is er een conceptenraamwerk van de lezer nodig om iets betekenisvol te maken. Terugkomend op het voorbeeld van het schilderij: het schilderij verwijst naar een *concept* en niet de werkelijke persoon. Wanneer dit raamwerk (voor een groot deel) overeenkomt met andere mensen en dus de wereld op een soortgelijke manier betekenis wordt gegeven, deel je een cultuur.

Het tweede *system of representations* is nodig om deze betekenissen te delen met anderen. In zo'n systeem wordt bepaald hoe men tekens (representaties) interpreteert, welke betekenis bij een teken 'hoort'. We kunnen wel dezelfde concepten hebben, maar wanneer we dat niet met elkaar kunnen communiceren merken we niet dat we de wereld op dezelfde manier betekenis geven. Het systeem dat de tekens relateert aan de conceptuele map is dus het tweede system of representation van Hall. Taal is een belangrijk voorbeeld van zo'n system van representations. Soms lijkt de relatie tussen concept en teken duidelijk (bij foto's) en soms minder duidelijk (bijvoorbeeld een kindertekening). Hall (1997a, p20,) noemt zo'n systeem ook wel een *code*. De code vertelt welk concept bij welk teken hoort. Hierin is de relatie tussen teken en concept dus vastgelegd. De code schrijft voor welk concept er uit de conceptual map moet worden gebruikt. Wanneer deze code voor twee personen

overeenkomt, zullen deze twee personen hetzelfde 'zien'. Een schaap kan op vele manieren geschilderd worden en als deze manier overeenkomt met hoe deze in het systeem van representaties van de lezer zit, dan zal de lezer er ook de betekenis van een schaap aan geven. Hier komt een ander belangrijk punt naar voren, namelijk dat een betekenis alleen overkomt als de lezer (een deel van) de concepten die de maker heeft deelt. Het is belangrijk om te beseffen dat niet iedereen een zelfde systeem of code heeft. Doordat iedereen een andere code heeft, als bagage, zal iedereen een beeld anders interpreteren. Dit maakt het onderwerp interessant: dat er verschillen bestaan in de concepten die mensen hebben en daardoor ook in interpretaties van beelden.

Dit tweede systeem of representations is meer van toepassing op representaties van minder populaire gebieden in de krant dan op representaties van minder populaire gebieden van nieuwkomers. Bij nieuwkomers gaat het om representaties bij mensen, bij de kranten is het omgezet in een product (een artikel of foto). Pas als representaties gecommuniceerd worden, wordt het tweede systeem gebruikt. Representaties van gebieden van nieuwkomers lijken meer op een conceptual map in het eerste systeem of representations. Moscovici (1984) noemt een soortgelijk fenomeen als een conceptual map dan ook een sociale representatie. Sociale representaties bestaan in communicatie, tussen individuen en in de media. Volgens Buijs (2009) is het eigenlijk een set representaties die (voor een groot gedeelte) gedeeld wordt door verschillende personen in een groep. Ze dienen dan ook als ondersteuning bij het communiceren. Ook Halfacree (1995), Van Dam et al. (2002), Haartsen (2002) en Haartsen et al. (2003) maken gebruik van deze vorm van representatietheorie bij hun onderzoek naar representaties van inwoners.

Volgens Moscovici (1984) hebben sociale representaties twee rollen. De eerste is het vormen van een model om nieuwe waarnemingen in te passen. Sociale representaties stilleren (conventionalize) objecten, personen en gebeurtenissen. Wanneer er nieuwe waarnemingen binnenkomen moeten deze een plaats krijgen. Deze nieuwe waarnemingen worden geplaatst in een categorie. Eigenschappen van de waarneming zullen verdwijnen om ze te kunnen categoriseren, misschien worden er zelfs eigenschappen toegevoegd. Dit proces heeft een voorschrijvend karakter (de tweede rol). Het model (de sociale representaties) schrijft voor wat voor betekenis je moet geven aan een nieuwe waarneming. We bedenken dus niet een nieuwe betekenis voor een waarneming; het is eerder zo dat deze betekenis tot stand komt door het te vergelijken met en te toetsen aan de eerdere waarnemingen die de sociale representaties vormen.

De betekenis van een representatie is dus niet natuurlijk en bestaat niet van zichzelf. De betekenis is *geconstrueerd*.

In dit onderzoek wordt gesproken over twee soorten representaties: representaties van de gebieden van nieuwkomers en in de krant. Ook deze twee zijn representaties; ze staan ook voor een concept. In dit geval is dat concept het minder populaire plattlandsgebied dat ze representeren (bijvoorbeeld Ferwerderadiel) en bij de nieuwkomers daarnaast nog het platteland in het algemeen.

De relatie tussen de werkelijkheid en de representatie is niet: er is een werkelijkheid en degene die dat representeert probeert deze werkelijkheid zo goed mogelijk te representeren (de realistische benadering volgens Dubow, in Gregory et al., 2009), maar de werkelijkheid wordt geconstrueerd. 'Dé' werkelijkheid bestaat dus niet. Iedereen construeert een eigen werkelijkheid. Dit wordt *sociaal constructivisme* genoemd. Omdat iedereen een andere werkelijkheid 'heeft', en dus de wereld vanuit zijn eigen interpretatie beschouwt en betekenis geeft, wordt het maken van een representatie van zo'n werkelijkheid ook ingewikkelder. In het volgende hoofdstuk wordt verder ingegaan op het proces van de vorming van een representatie uit de werkelijkheid.

2.2 Het proces van representeren

Nu duidelijk is hoe de relatie tussen werkelijkheid en representatie is, wordt gekeken naar hoe zo'n representatie tot stand komt. Aangezien een representatie voor iets anders in de werkelijkheid staat, is de eerste stap die van de werkelijkheid (waar het voor staat) naar de representatie.

Er zijn nu meerdere barrières waar de maker van een representatie mee te maken krijgt. Een persoon kan nooit alles van de werkelijkheid waarnemen (zien, horen, voelen, ruiken ...). Er is dus altijd sprake van een selectie. Deze selectie is er bij het waarnemen, maar ook bij het representeren. Een representatie is slechts een klein deel van de werkelijkheid.

Ten tweede kan de maker deze selectie van de werkelijkheid niet zien zonder eigen interpretaties daarvan te maken. De 'werkelijkheid' die de maker ziet is dus per maker verschillend en afhankelijk van de set van representaties die de maker al heeft. De maker gebruikt deze 'barrière' om betekenis te geven aan de werkelijkheid. Wanneer iemand bijvoorbeeld kijkt naar een rond object met daarin figuren en twee lijnen die bewegen, gebruikt hij zijn set van representaties om te 'zien' dat het een klok is. Hoe hij dit verder betekenis geeft (hoe laat is het? Hoeveel tijd heb ik nog?) hangt af van nog veel meer andere (culturele) factoren. Dit proces van kijken naar dingen in de werkelijkheid geldt niet alleen voor concrete dingen als een klok, maar ook voor meer abstracte fenomenen als ziekte, waanzin, ras et cetera. De maker van een representatie kan de werkelijkheid alleen zien op een manier waarop het voor hem betekenis heeft. Representaties die hij maakt kunnen dus ook alleen maar representaties zijn van die (voor de maker) betekenisvolle werkelijkheid. Op deze manier wordt de werkelijkheid dus vervormd naar de betekenisvolle werkelijkheid voor de maker. De 'werkelijkheid' zit dus slechts selectief en vervormd in het hoofd van iedereen. Maar die selectieve en vervormde werkelijkheid moet nog omgezet worden naar een representatie die ook anderen begrijpen (zie hoofdstuk 2.1).

De derde barrière is de technische, die nog steeds bestaat. De werkelijkheid (die al vervormd is door de eerste twee barrières) moet worden omgezet door middel van techniek naar iets dat anderen ook kunnen waarnemen en begrijpen. Dit kan een afbeelding zijn (schilderij, foto) maar ook tekst of woorden. Bij representaties van gebieden van nieuwkomers moesten bijvoorbeeld vier associaties worden genoemd. Bij de krantenrepresentaties moet een artikel gevormd worden. Dit proces brengt een vervorming met zich mee. Een representatie is dus altijd selectief, partieel en vervormd door degene die de representatie naar voren brengt.

2.3 Representaties en de lezer

Terug naar betekenissen van representaties. Die is dus altijd geconstrueerd (hoofdstuk 2.1). Degene die de representatie 'leest' of interpreteert hoeft niet per sé dezelfde betekenis te geven als degene die de representatie uitdraagt. Vooral bij mediarepresentaties, en dus krantenrepresentaties is dit van belang. Daarbij werd namelijk lang aangenomen dat dit wel het geval was en het publiek werd geïndoctrineerd door de representatie van de krant (het 'effectsmodel' in Branston en Stafford, 2003).

Het tweede model dat Branston en Stafford (2003) noemen is het 'uses and gratifications model'. Hierin wordt het publiek op een andere manier beschouwd. Dit model zag het publiek als de groep die wat deed met de boodschappen in de media (uses), maar niet (alleen) op een passieve manier. Dit model kwam dichtbij het ontkennen van enige invloed van de massamedia en zag het overnemen van een boodschap als een volledig vrije keuze (Branston en Stafford, 2003).

Hall (1980) kwam later met het encoding/decoding model waarin de lezer/kijker niet meer een individu was dat volledig een vrije keus had, maar deel uitmaakte van een culturele gemeenschap. Omdat de 'echte' werkelijkheid niet in een representatie te vatten is, is een proces van encoding

nodig. Met het encoding bedoelt hij het proces waarin (een deel van) de werkelijkheid omgezet wordt naar een representatie (zie hoofdstuk 2.2). Bij dit proces wordt de werkelijkheid geselecteerd en vervormd door de maker van de representatie. De code (hoe gebruik gemaakt moet worden van een conceptual map, hoofdstuk 2.1) wordt als het ware in de representatie gelegd.

De representatie wordt echter pas echt nuttig en betekenisvol als het bij de lezer komt en de lezer het een betekenis geeft en er eventueel een boodschap uit haalt (*decoding* in Halls terminologie). Elk teken heeft zo'n boodschap in zich, al lijkt dat niet altijd zo. Sommige codes zijn zo genaturaliseerd dat iedereen snapt waar het over gaat. Toch blijft hier een 'boodschap' in zitten, al is die misschien minder specifiek dan wanneer het door minder mensen wordt gedeeld. Dat deze boodschap anders kan zijn dan de boodschap die encoded is, maakt representaties interessant om te onderzoeken.

Het is de bedoeling dat deze boodschap overkomt bij de lezer. Daarom moet een lezer eenzelfde interpretatie hebben als de maker van de representatie. Wanneer dit het geval is noemen we dit in navolging van Hall (1980) 'dominant-hegemonic position'. Hierin delen de lezer en de maker dezelfde codes waardoor ze eenzelfde betekenis geven aan een beeld. Daarnaast verbinden ze het op dezelfde manier aan de grotere betekenissen, zoals het 'nationaal belang' (Hall, 1980).

Het kan ook zo zijn dat een deel van de codes wel gedeeld wordt, maar een ander deel niet. In dit geval is er sprake van een 'negotiated position'. Het is daarin zo dat de 'grote' uitspraken wel gedeeld worden, maar wanneer het toegepast wordt op individuele gevallen wordt soms een tegenovergestelde betekenis gegeven.

Tenslotte is er nog de 'oppositional position' waarin de lezer de tegenovergestelde betekenis geeft van de maker.

Terug naar de rol van het publiek. Het publiek wordt in dit model niet (altijd) geïnjecteerd met een mediaboodschap en als passief gezien. Maar ook is het in dit model niet zo dat het publiek een volledig vrije rol heeft in het interpreteren van mediaboodschappen. De code waarvan het publiek gebruikt maakt is belangrijk voor de manier waarop de boodschap uiteindelijk bij het publiek overkomt.

Hierboven blijkt uit de theorie van Hall dat de lezer een grote rol heeft in het geven van betekenis aan een beeld. Rose (2007) noemt dit *polysemie*. Iedereen geeft een eigen betekenis, waardoor er een oneindig aantal betekenissen ontstaat van een representatie. Is het dan zo dat de lezer volledig bepaalt wat de betekenis is van een representatie?

Morley (1993) waarschuwt voor een al te zware nadruk op polysemie. Eerst was de rol van het publiek minimaal en werd aangenomen dat de media een onbegrensde invloed hadden op het publiek. Volgens hem is de audience theory nu doorgeslagen naar de andere kant. De active audience theory kwam als reddende engel, die rol van het publiek terugbracht. Volgens Morley (1993) is het toekennen van macht aan het publiek om een eigen interpretatie te geven aan representaties te ver gegaan. Hij benadrukt dat de active audience theory, die hij hiermee bekritiseert, zijn oorsprong vindt in de encoding/decoding theorie van Hall (1980). Daarin introduceert Hall het begrip 'preferred reading', waarmee hij bedoelt dat een representatie vaak een bepaalde interpretatie beoogt. Volgens Morley is bij de aanhangers van de active audience theorie in het veld van de publieksstudies te veel de nadruk komen te liggen op het feit dat het publiek op andere manieren dan de maker bedoeld heeft een beeld interpreteert. Te vaak gingen onderzoeken over alternatieve interpretaties en hoe het publiek omgaat met een bedoelde boodschap

(bijvoorbeeld door de representatie een tegenovergestelde betekenis te geven). Hiermee wordt voorbij gegaan aan de notie van een bedoelde interpretatie. Dit terwijl deze preferred reading wel de meest logische interpretatie van een beeld is. De maker van de representatie heeft immers zijn best gedaan om het beeld te laten interpreteren zoals het door hem bedoeld is.

Het beeld heeft natuurlijk niet uit zichzelf de macht om zich te laten interpreteren op een bepaalde manier. Volgens Rose (2007) is de situatie waarin een representatie zit ook van invloed op de betekenis die het krijgt. De vorm is belangrijk. Zo wordt een advertentie op de televisie heel anders bekeken dan een academische tekst. Dit stuurt de lezer dus in de richting van de preferred reading. Wanneer je een advertentie leest, zal het feit dat het een advertentie is een grote invloed hebben op de betekenis die de lezer geeft aan de representatie. Dit proces wordt ook door de maker gebruikt, hij bedenkt bewust of onbewust goed welke vorm zijn boodschap het best over laat komen. Hierdoor wordt de kans groter dat de lezer ook de betekenis 'leest' die de maker bedoeld heeft. Bij krantenfoto's wordt een zekere objectiviteit aangenomen, wat de betekenis die het krijgt beïnvloedt. Dat beelden niet één op één worden overgenomen door de lezers is duidelijk. Dit betekent alleen niet dat deze beelden totaal geen 'macht' hebben. Wanneer we ervan uitgaan dat er ook mentale of sociale representaties bestaan (hoofdstuk 2.1) en we bedenken dat deze kunnen bestaan uit kennis uit de eerste of tweede hand, moeten we concluderen dat representaties van anderen hier ook een grote invloed op kunnen hebben. Dit betekent natuurlijk niet dat de betekenis van beelden nu niet geconstrueerd worden, maar wel dat de representaties zelf (die al selectief en partieel zijn) het kader (conceptual map/sociale representatie) beïnvloeden van waaruit de wereld gezien wordt. De media heeft, in het bijzonder, macht over hoe deze sociale representaties eruit komen te zien. Dit komt doordat de beelden in de media op grote schaal gelezen worden en vaak het enige zijn dat een lezer over hetgene dat gerepresenteerd wordt weet. Hierbij is het nog steeds belangrijk te beseffen dat de beelden die de lezer binnenkrijgt, en gebruikt als sociale/mentale representatie, niet per se op dezelfde manier geïnterpreteerd wordt als door de maker van het beeld bedoeld is.

Verder is de rol van het discours belangrijk om te noemen. Dingen krijgen alleen betekenis wanneer ze in een bepaalde context staan. Dit wil niet zeggen dat de dingen niet *bestaan* zonder discours, maar wel dat ze zonder discours geen betekenis hebben. Een bal bestaat wel, maar alleen wanneer er tegenaan geschopt wordt met een aantal regels, wordt het een voetbal. De discours is dan de set regels of conventies die bepalen hoe iets betekenis krijgt. Volgens Hall (1992) is alles onderhevig aan discours omdat alles een betekenis heeft of krijgt. Foucault bestudeert discourses in een historische context. Hij legt bijvoorbeeld uit hoe er betekenis wordt gegeven aan mentale gestoordheid. Verschillende discourses geven dit fenomeen op een verschillende manier betekenis. Dit betekent niet dat dit fenomeen in de ene discours anders *is* dan in de andere, maar de betekenis die eraan wordt gegeven verschilt. Wanneer we een representatie zien, kunnen we dat niet los zien van andere fenomenen die binnen de discours bestaan. De representatie hoort altijd bij een 'discursive formation'. Degene die de discours kan bepalen heeft de macht over hoe dingen betekenis krijgen voor degenen die ook van dat discours gebruik maken. Kennis is een belangrijk element hierin. Door kennis kan je bepalen wat de waarheid binnen de discours is en daardoor macht uitoefenen. Deze waarheid is dus niet vrijblijvend, maar heeft effecten op de praktijk. Daarom sprak Foucault van een 'regime of truth'. Wanneer iets alleen binnen een discours betekenis krijgt, is de lezer niet helemaal 'vrij'. De lezer heeft, bewust of onbewust, rekening te houden met discours. Hij gebruikt een discours om betekenis te *kunnen* geven. Een mooi voorbeeld hiervan is die van het verkeersbord. In de samenleving is vastgesteld dat deze een bepaalde betekenis heeft.

Het heeft weinig zin om tegen de politieman te zeggen dat jouw betekenis van het stopbord aanmoedigde tot doorrijden. In de wet is vastgesteld wat als juiste betekenis moet worden gezien. Dit is bij uitstek een voorbeeld dat laat zien dat een betekenis door discours geregeld kan zijn.¹

2.4 Sociale representaties en de invloed op gedrag

Representaties zijn de manier om betekenis te geven aan de wereld en informatie te verwerken. Maar het is meer: ze zijn zo belangrijk dat ze ook onze werkelijkheid vormen.

De sociale representatie die iemand gebruikt bepaalt hoe hij de werkelijkheid ziet (zie hoofdstuk 2.1). In haar (Howarth, 2006) voorbeeld van de donkere leerling werd dit duidelijk. De leerling voelde zich gediscrimineerd. Hij had door dat de sociale representatie van mensen met een donkere huidskleur die door zijn school gebezigd werd niet positief was voor hem. Dit had invloed op het gedrag van de aanhangers van deze sociale representatie. Dit brengt macht met zich mee. Degene die kan bepalen welke sociale representaties iemand gebruikt heeft ook de macht over het gedrag dat daaruit voortkomt. Tegelijkertijd had de donkere leerling een heel andere representatie van "zwart-zijn". Dit maakt duidelijk dat niet iedereen eenzelfde sociale representatie gebruikt.

Simon Schama (1995) past dit principe, met behulp van Magritte toe op landschappen: "Wat achter de vensterruit van ons begrip ligt, (...) heeft een tekening (patroon) nodig voor de de vorm ervan goed kunnen onderscheiden (...). En cultuur, conventie en cognitie maken die tekening (...)"

Een beeld dat mensen van iets hebben, heeft invloed op gedrag (Howarth, 2006). Avraham (2000) zegt dat het beeld dat mensen van een stad hebben hun gedrag beïnvloedt en dat beleidsmakers zich daar zorgen om maken. Mensen baseren hun gedrag en keuzen op wat ze denken, dus welk beeld ze hebben. Sociale representaties zijn hierbij belangrijk.

Voor gebiedsrepresentaties is dit ook het geval. Het beeld dat mensen hebben bij een gebied bepaalt voor een groot gedeelte het gedrag dat ze vertonen in het gebied. Avraham (2000) noemt onder andere het belang dat beleidsmakers hechten aan het beeld dat mensen hebben bij hun gebied. City- en regiomarketing is een onderwerp dat hier nauw aan verbonden is (Pellenbarg en Meester, 2009). Daarin willen beleidsmakers het beeld van hun regio beïnvloeden zodat de mensen ander gedrag vertonen in dat gebied. Dat dit door beleidsmakers zo belangrijk wordt gevonden wijst ook weer op het belang van beelden in gedrag; en zo ook de invloed van beelden op de 'werkelijkheid'.

2.5 Kranten en representaties

Bovenstaande paragrafen hebben een overzicht gegeven van hoe er gedacht wordt over representaties. Omdat in dit onderzoek onder andere kranten worden onderzocht, is het goed om te bekijken hoe dit toegepast kan worden op de krant.

Kranten hebben, door hun karakter als nieuwsmaker een bijzondere manier van selectie en vervorming. Er is maar een beperkt deel van de 'wereld' of 'werkelijkheid' dat in aanmerking komt om in de krant te komen. Hieronder wordt beschreven waaraan voldaan moet worden om in de krant te kunnen komen. Waar het hier om gaat is het maken van nieuws; welke dingen komen wel voor in de media- of nieuwsrepresentatie en welke niet? Wanneer is iets nieuws, zodat het in de

¹ Verder laat het ook zien dat het aanleren van betekenis van tekens soms heel nuttig kan zijn, maar zie ook Buikema et al., (1995) waarin ook de nadelen van deze vanzelfsprekende betekenisgeving worden besproken, met name vanuit feministische invalshoek.

krant komt? Hier bestaan twee theorieën over die kort toegelicht worden.

De eerste gaat er van uit dat nieuws iets is dat wacht om ontdekt te worden. De taak van de journalist is om dit nieuws op een objectieve manier over te brengen. Journalisten spreken volgens Hall (1973) over nieuws, alsof het gebeurtenissen zijn die zichzelf selecteren. De gebeurtenissen komen echter niet vanzelf in het nieuws. In Branston en Stafford (2003) wordt een advertentie hierover aangehaald die dit treffend weergeeft: "Isn't it amazing that the amount of news that happens in the world everyday always just exactly fits the newspaper?" (Branston en Stafford, 2003, p. 137).

De andere benadering is dat nieuws *gemaakt* wordt door redacteurs en journalisten. De gebeurtenissen komen niet vanzelf in het nieuws en maar een klein gedeelte van de gebeurtenissen komt überhaupt in aanmerking om in het nieuws te komen. Van deze gebeurtenissen die in aanmerking komen, komt ook nog maar een klein gedeelte in het nieuws. In dit onderzoek wordt deze tweede leer aangehangen.

Als het nieuws *gemaakt* wordt is het interessant om te kijken wat er dan in het nieuws komt. Wanneer is een gebeurtenis geschikt om in het nieuws te komen? Het kernwoord hiervoor is nieuwswaarde (of 'newsvalue' in de Engelstalige literatuur). Als iets genoeg nieuwswaarde heeft, komt het in de krant. Hall (1973) noemt drie voorwaarden waaraan voldaan moet worden, wil een foto of verhaal in het nieuws kunnen komen: het moet te relateren zijn aan een gebeurtenis, het moet een recente gebeurtenis betreffen en de gebeurtenis of persoon moet 'nieuwswaardig' zijn. Nieuwsverhalen hebben dus te maken met actie, temporele nabijheid en nieuwswaardigheid. Maar wat bepaalt nu of een verhaal nieuwswaardig is? Galtung en Ruge (1973) noemen onder andere recentheid, intensiteit, zeldzaamheid, onvoorspelbaarheid, duidelijkheid en ethnocentraliteit. Hall (1973) ziet hierin een ideologische factor. Hij probeert duidelijk te maken waar deze 'regels' voor staan. Nieuwswaarden hebben volgens hem iets te maken met datgene dat de lezer nog niet weet. Iets dat nog niet algemeen bekend is. Dit heeft alles te maken met wat de lezer wel weet. Iets is alleen onverwacht als het buiten de verwachtingen valt (letterlijk). De verwachtingen zijn dus wel degelijk belangrijk; die definiëren het onverwachte. Het nieuws gaat tegen het logische, voorspelbare in dat de lezers delen. Nieuws vereist dus een kennis over de wereld die het publiek deelt (*consensus knowledge*). Deze kennis en de 'set of beliefs' en de sociale constructie van de wereld wordt op deze manier tegelijk tegengesproken en aangevuld. Laat ik dit verduidelijken met een voorbeeld: als er iemand door een aanslag overlijdt in Afghanistan zal dit minder snel in het nieuws komen dan wanneer er iemand door een aanslag overlijdt in Amerika. Het eerste valt binnen het beeld dat het publiek al heeft van Afghanistan; daar gebeuren aanslagen. Dat het ook in Amerika gebeurt is minder vanzelfsprekend en hoort minder bij de *consensus knowledge*.

Maar alleen het feit dat een lezer iets nog niet weet is niet genoeg om van een gebeurtenis een nieuwsfeit te maken. Het moet ook relevant zijn voor de lezer.

Een belangrijke factor voor de relevantie van een gebeurtenis voor de lezer is nabijheid. Wanneer een gebeurtenis dichtbij gebeurt, is het relevanter dan wanneer het verder weg gebeurt. Daarbij gaat het niet alleen om letterlijke en fysieke nabijheid maar ook om nabijheid in overdrachtelijke zin. Wanneer een gebeurtenis als dichtbij ervaren wordt, is hij belangrijker. Een verhaal of gebeurtenis moet dichtbij komen, dat wil zeggen invloed hebben op het leven van de lezer. Avraham (2000) noemt dit aspect ook als één van de belangrijke aspecten die invloed hebben op wat er van de werkelijkheid in de krant komt.

Naast nabijheid is frequentie of tijdschaal belangrijk (Branston en Stafford, 2003). Daarmee wordt bedoeld dat een gebeurtenis die langzaam gaat vaak niet in het nieuws komt. Een snelle gebeurtenis die min of meer synchroon loopt met de berichtgeving van het nieuws komt veel eerder in het

nieuws².

Andere aspecten die Branston en Stafford (2003) noemen zijn negativiteit (slecht nieuws is belangrijker dan goed nieuws), voorspelbaarheid (voetbalwedstrijden en conferenties), continuïteit (de nasleep van grote gebeurtenissen), compositie (past het verhaal in het totaal van de krant, verstoort het de balans niet?) en personalisatie (als er een persoon aan een verhaal kan worden verbonden wordt dit verhaal aantrekkelijker).

Een journalist beslist dus wat nieuws is en wat niet, maar hierbij houdt hij rekening met het publiek voor wie de krant immers geschreven wordt. Een tekst zonder publiek heeft geen zin. Het publiek van de krant moet de inhoud dus nieuwswaardig vinden waarbij de bovenstaande factoren onder andere belangrijk zijn. Een journalist moet dus zijn publiek goed kunnen inschatten.

Volgens Avraham (2000) maken kranten gebruik van stereotypes. Zo wordt het stereotype versterkt. Hoe minder compleet het beeld, hoe eenzijdiger het stereotype is. Doordat de onderzochte gemeenten in de periferie liggen is het beeld daarvan incompleet. Deze stereotypes zijn hardnekkig en is er weinig aan te doen.

Zoals hierboven beschreven houden nieuwsmakers rekening met hun publiek. Dit publiek hecht het meeste waarde aan nieuwsberichten die voor hen dichtbij zijn en hun aangaan. Omdat de door mij onderzochte gebieden voor een groot deel van dit publiek perifeer zijn, zullen deze gebieden relatief weinig in de krant voorkomen. Dit brengt met zich mee dat het beeld dat de kranten van deze gebieden overbrengen incompleet en versimpeld is. Het is dan onvermijdelijk om gebruik te maken van stereotyperingen; voor het bespreken van alle aspecten van het gebied is simpelweg geen ruimte.

De rol van plaats in representaties is dus groot. Het is van belang uit welke plaats de maker van de representatie komt. Dit is van invloed op het beeld dat deze persoon heeft. Daarnaast speelt bij de krant zoals genoemd nog de 'plaats' van het publiek. Dit publiek wordt verondersteld sommige gebieden als centrum en sommige als periferie en daardoor minder belangrijk te zien, waardoor deze gebieden minder gerepresenteerd worden (in de krant komt).

² Hierbij wil ik twee dingen opmerken: ten eerste verandert de berichtgeving van nieuws drastisch met de ontwikkeling van internet en sociale media; ten tweede worden langzame processen en gebeurtenissen wel degelijk besproken in 'het nieuws'. Krimp is hierbij een voorbeeld. Vaak wordt zo'n proces echter wel opgehangen aan een gebeurtenis die een minder lange tijdspanne heeft, of heel dicht bij de lezer komt, zoals Ganzedijk als kapstok gebruikt wordt om over krimp te berichten.

3/Andere onderzoeken naar representaties van het platteland

Naar representaties van het platteland is eerder onderzoek gedaan. Dit hoofdstuk is geschreven om een beeld te krijgen van wat er al bekend is over representaties van het platteland. Vooral onderzoeken naar representaties van leken, inwoners en nieuwe inwoners zijn voor deze thesis relevant. Jones (1995) riep in zijn artikel op om meer onderzoek te doen naar lekenrepresentaties om zo de disbalans die er was met de andere representaties (professioneel en academisch) te herstellen. Sommige onderzoeken die hieronder genoemd zijn, worden in hoofdstuk 5 vergeleken met de resultaten van dit onderzoek

Door Haartsen (2002) en Haartsen et al. (2003) is onderzoek gedaan naar plattelandsbeelden in Nederland. Daarbij is onder andere gevraagd naar associaties bij het woord “platteland”. Dit is gevraagd aan boeren, beleidsmakers, natuurorganisaties, plattelandsvrouwen en leken (tabel 1). Vervolgens zijn de associaties ingedeeld in dimensies (beelddrager, ruimtegebruik en waardering). De eerste dimensie valt uiteen in een functionele, visuele en sociaal-culturele categorie.

Tabel 1/ Top 10 meest genoemde associaties (in % van totaal aantal associaties)

Boeren	Beleidsmakers	Natuurorganisaties	Plattelandsvrouwen	Leken
Ruimte 20	Ruimte 12	Ruimte 10	Ruimte 17	Ruimte 10
Rust 16	Groen 8	Natuur 9	Rust 16	Rust 10
Natuur 6	Rust 8	Rust 8	Natuur 7	Boerderijen 6
Boeren 3	Landbouw 6	Groen 7	Groen 5	Koeien 6
Vrijheid 3	Natuur 6	Boeren 6	Gemoedelijkheid 4	Weilanden 5
Boerderijen 2	Boeren 5	Landbouw 5	Bossen 3	Boeren 4
Frisse lucht 2	Koeien 4	Landschap 5	Boerderijen 3	Natuur 4
Landbouw 2	Recreatie 3	Boerderijen 3	Frisse lucht 3	Groen 3
Groen 2	Landschap 3	Koeien 3	Vrijheid 2	Dorpen 3
Koeien 2	Boerderijen 2	Weilanden 3	Boeren 2	Landbouw 2
Overige 42	Overige 41	Overige 42	Overige 38	Overige 49
Totaal aantal 1041	Totaal aantal 1012	Totaal aantal 182	Totaal aantal 1391	Totaal aantal 2470

Bron: Haartsen (2002)

Ook Van Dam et al. (2002) en Heins (2002) deden onderzoek naar plattelandsbeelden in Nederland. Ook zij vroegen naar vier associaties bij het platteland. Dit vroegen ze aan 4047 inwoners van stedelijke gebieden: in Utrecht, Maarssen en Den Bosch. Bijna 74 procent van de associaties was volgens hun positief. Daarnaast is gekeken naar welke associaties gegeven werden. De associaties zijn ingedeeld in categorieën: morfologisch (bijvoorbeeld “groen” of “koeien”, 50 procent), sociaal-cultureel (bijvoorbeeld “stil” of “saai”, 37 procent), functioneel (bijvoorbeeld “landbouw”, “natuur” of “recreatie”, 6 procent), topografisch (bijvoorbeeld “Noord-Nederland” of “het Groene Hart” 4 procent) en anders (2 procent). Van de positieve kenmerken nam ‘rust’ 30 procent in, ruimte 23, en natuur 15 (Heins, 2002). Verder hebben stedelingen met een rurale woongeschiedenis een positiever beeld van het platteland dan stedelingen zonder rurale woongeschiedenis. Ditzelfde geldt voor stedelingen die regelmatig het platteland bezoeken. Bekendheid met het platteland speelt dus een rol. Wat verder opvalt is dat de morfologische associaties, waar ook ruimte onder valt, een groot gedeelte innemen. De sociaal-culturele komen op de tweede plaats, terwijl hier ook rust onder valt. Op basis van het bovenstaande trekken Van Dam et al. (2002) dan ook de conclusie dat de laatste twee decennia het beeld van het platteland is verschoven van een productivistisch (functioneel) en negatief beeld naar een meer esthetisch en positief beeld. En dat dit invloed heeft gehad op woonvoorkeuren. Verder blijkt geslacht en opleidingsniveau van invloed te zijn op welke categorie

associaties (morfologisch, sociaal-cultureel, et cetera) genoemd worden.

Halfacree (1995) deed onderzoek naar plattlandsbeelden van nieuwkomers. Het ging hierbij om mensen die in de laatste vijf jaar naar het platteland van Lancaster en Mid-Devon zijn verhuisd. In de enquête werd gevraagd naar welke elementen hun gebied ruraal maakten volgens de respondent. Een soortgelijke benadering als de enquête die in dit onderzoek gebruikt is dus. De associaties zijn ingedeeld in verschillende categorieën zoals populatiedichtheid, functioneel en sociaal. Daardoor zijn de afzonderlijke associaties verloren gegaan, net als bij Van Dam et al. (2002). Van de respondenten noemde 68 procent contextuele kenmerken, met de nadruk op het open en onbebouwde karakter van het gebied; als tegenovergestelde van de stad. 46 procent noemde nederzettingen, meestal dorpen, 38 procent de populatie of dichtheid (klein dorp, weinig mensen etc.), 31 procent de omgeving (schoonheid, uitzicht, frisse lucht, geen verkeer), 27 procent noemde landgebruikgerelateerde associaties zoals landbouw en 25 procent topografische. Als laatste drie kwamen de functionele associaties (weinig voorzieningen et cetera, 21 procent), sociale associaties (15 procent) en associaties die te maken hebben met dieren (7 procent). Het opvallendste resultaat was volgens Halfacree (1995) dat slechts 15 procent van de respondenten een sociaal aspect noemde als typisch platteland. Wanneer er verder doorgevraagd werd door middel van interviews veranderde er nogal wat. De manier waarop een onderzoeker vraagt naar associaties heeft dus nogal wat invloed op welke associaties er genoemd worden.

Tabel 2/ Vergelijking categorieën genoemd in de interviews en enquêtes (procentueel aandeel respondenten)

Associatiecategorie	Enquêtes (%)	Interviews (%)
Contextual	69	80
Nederzettingen	45	23
Populatie	38	24
Environmental (omgeving)	25	32
Landgebruik	30	44
Topografie	23	3
Functioneel	21	25
Sociaal	13	26
Dieren	7	18
Totaal aantal	114	114

Op basis van: Halfacree (1995)

Smith en Phillips (2001) deden onderzoek naar nieuwkomers op het platteland in Pennine, een bergketen in het noorden van Engeland. Het ging hier om de zogenaamde “greentrifiers”, mensen die de stad zijn ontvlucht om te gaan leven op het platteland. Daarbij moet onderscheid gemaakt worden tussen de mensen die helemaal afgelegen gingen wonen en die in de dorpen gingen wonen. De mensen die op de afgelegen plekken gingen wonen werden vooral aangetrokken door de afgelegenheid van de plek en waren op zoek naar eenzaamheid. Degenen die in de dorpen gingen wonen waren minder extreem; vaak mensen die nog wel wat banden met de stad hadden, of er nog werkten. De bewuste keuze om buiten de stad te gaan wonen heeft invloed op het beeld van het platteland. Er werden vooral vergelijkingen met de stad gemaakt. De rurale idylle kwam vaak terug in hun representatie van het platteland. Vooral bij de afgelegen gevestigde 'greentrifiers' was dit het geval. Associaties als rust, ruimte en vrij uitzicht zijn dan van belang. Voor de dorpsbewoners was vooral het anti-materialisme belangrijk. Ze zetten zich af tegen de yuppen in de buitenwijken van de steden. Toch onderhielden ze wel een band met de stad.

4/Methodologie

De belangrijkste vragen die beantwoord moeten zijn na de analyse zijn: Welk beeld hebben van het (minder populaire) gebied waarin ze wonen? En: Welk beeld hebben de kranten van de gemeente? Om de eerste vraag te beantwoorden is gebruik gemaakt van enquêtes. Om de tweede te beantwoorden is een krantenartikelenanalyse gedaan, met behulp van het computerprogramma MaxQDA. Niet alle mogelijke verbanden en fenomenen zijn onderzocht, omdat niet alles nodig was om de bovengenoemde vraag te beantwoorden. Eerst wordt uitgelegd hoe de enquête gebruikt is. Hierop volgt een vrij uitgebreide beschrijving van de gebruikte methodologie betreffende de krantenanalyse. Deze is zo uitgebreid om een zo goed mogelijk beeld te geven van de gemaakte keuzes, zodat de lezer weet welke overwegingen zijn gemaakt. Op deze manier wordt de subjectiviteit van mij, de onderzoeker, ter discussie gesteld en kunt u (de lezer) beter een mening vormen over de methode en daarmee ook de resultaten.

4.1 Enquête

Om achter de inwonersrepresentaties komen, is gebruik gemaakt van data uit een eerder onderzoek door Grootjans et al. (2010). Hierin werd onder andere gevraagd om vier woorden te noemen die de respondenten associeert met het platteland en vier woorden bij het gebied. Deze woorden worden in de rest van dit verslag associaties genoemd. De enquête is niet speciaal voor dit onderzoek uitgezet. Het onderzoek van Grootjans et al. (2010) ging dieper in op verhuismotieven. De enquête is verzonden naar de inwoners van de gemeenten Ferwerderadiel, de Marne, Menterwolde en voormalig Reiderland, die er tussen 2004 en 2008 zijn komen te wonen. Het gemiddelde responspercentage is 19 procent; hoger dan verwacht (Grootjans et al., 2010). De enquête ging vergezeld met een uitleg. Daarin werd uitgelegd wat er met concepten als 'platteland' en 'gebied' bedoeld werd. Met gebied werd de omgeving van de gemeente bedoeld. Ook werden de aanleiding en de volgorde van de vragen uitgelegd. De vragen die gebruikt zijn in dit onderzoek zijn vragen naar meningen. Volgens Flowerdew (2005) is dit de lastigste categorie. Deze categorie vragen is vaak onderhevig aan invloed van de onderzoeker. Sociale wenselijkheid speelt hierbij een rol, maar ook het ontwerp van de enquête kan de respondent sturen naar een antwoord. Daar is rekening mee gehouden bij het ontwerpen van de enquête: de vragen zijn zo neutraal mogelijk gesteld. De volgorde van de vragen is ook belangrijk. De vragen naar associaties kwamen na een blok met vragen over de huidige woonsituatie en woongeschiedenis. Eerst is gevraagd naar beelden van het platteland en daarna naar beelden van het eigen woongebied. De respondent vergelijkt hiermee onbewust het eigen woongebied met het platteland in het algemeen, omdat het beeld van het platteland nog in het hoofd zit bij het beantwoorden van de tweede vraag. Op deze manier is de enquête ook gebruikt in de analyse.

Het gebruik van associaties als basis voor een representatie van een gebied is een veelgebruikte methode. Onder andere Halfacree (1995), Van Dam et al. (2002), Haartsen (2002) en Haartsen et al. (2003) maakten gebruik van deze methode. Het terugbrengen van een representatie naar vier woorden is dan wel een versimpeling. Achter de woorden ligt vaak een wereld van betekenissen die verloren gaat als alleen gekeken wordt naar de associaties. Het is echter wel een goede methode om van veel mensen representaties te meten.

Het analyseren van de enquêtes is op een soortgelijke manier gebeurd als de krantenanalyse. Voor de enquêtes is, net als bij de krantenanalyse, gebruik gemaakt van MaxQDA om de associaties te ordenen. De lijst met associaties was het document waaruit gecodeerd werd. Ik heb alle associaties

gecodeerd op de zogenaamde ‘in-vivo’ manier. Dit houdt in dat het gecodeerde gedeelte (woord) ook gelijk de naam van de code was. (Kuckartz, 2007) Als ik bijvoorbeeld “rust” codeerde, kwam dat automatisch onder de code “rust”, of werd er, indien de code nog niet bestond, een nieuwe code aangemaakt. De reden dat ik de associaties op deze manier verwerkt heb is dat het in MaxQDA makkelijk is om codes bij elkaar te voegen en onder elkaar te schikken. Dit had ik nodig om gelijk(soortige) codes bij elkaar op te kunnen tellen.

4.2 Krantenanalyse

De tweede soort representaties is dat van de kranten. Er is voor kranten gekozen omdat vaak aangenomen wordt dat de media machtig zijn in het overbrengen van beelden. Er is nog weinig onderzoek gedaan naar welke beelden kranten uitstralen en naar beelden van gebieden in kranten is al helemaal weinig onderzoek gedaan.

Selectie artikelen.

Niet alle artikelen die met de zoekwoorden gevonden zijn, zijn bruikbaar. Het is de onderzoeker die bepaalt welke artikelen wel en welke niet gebruikt gaan worden. In dit geval heb ik gebruik gemaakt van de gemeentenaam en de drie grootste dorpen in de gemeente als zoeknaam. Zo worden alle artikelen gevonden die voor het beeld van de gemeente van belang kunnen zijn. Na deze selectie blijft er nog een groot aantal irrelevante artikelen over. Zo gaan veel van de artikelen over landelijke fenomenen waar de gezochte gemeente alleen in genoemd wordt. Daarnaast zijn er veel artikelen die alleen maar over een agendapunt of gebeurtenis gaan (aankondiging). Ook kwamen er artikelen voor die alleen maar bestonden uit verkiezingsuitslagen of de namen van degenen die een lintje ontvingen bij de lintjesregen. Dit soort irrelevante artikelen zijn uit het bestand verwijderd.

Er zijn verschillende methodes van selectie geprobeerd. Zo is er aan gedacht om alleen de artikelen te selecteren die heel duidelijk alleen iets over het beeld van het gebied zeggen. Bijvoorbeeld een artikel over Menterwolde dat specifiek de uiterlijke kenmerken van het platteland in de gemeente benadrukt en bespreekt. Of het politieke landschap in Reiderland. Daar kwamen te weinig artikelen uit om te analyseren.

Daarom is vastgehouden aan een selectie van artikelen waar het gebied wel duidelijk werd besproken maar niet per sé een uitgesproken beschrijving werd gegeven van het gebied. Hier werd het gebied dan aan een nieuwsfeit verbonden. In navolging van Avraham (2000) heb ik de beslissing gemaakt om te analyseren welke nieuwsfeiten worden geassocieerd met welke gebieden. De nieuwsfeiten die er in de krant staan zeggen namelijk veel over het beeld dat de krant van het gebied uitdraagt.

Voor de regionale kranten is een andere zoekmethode gehanteerd. De bij de landelijke dagbladen gehanteerde zoekmethode bracht bij de regionale dagbladen namelijk een onbehandelbaar aantal artikelen op. Omdat het bij tekstanalyse niet zozeer om representativiteit gaat, maar meer om het selecteren van geschikte teksten is voor de regionale dagbladen (LC en DvhN) niet gekozen voor dezelfde zoekwoorden. Een selectie van 30 artikelen uit een aanbod van enkele duizenden is sowieso moeilijk representatief te noemen. Het is dus niet belangrijk om een representatief aantal artikelen uit de populatie van artikelen over de gemeente te vinden. Eerder is het belangrijk om *geschikte* artikelen te vinden. Voor dit onderzoek zijn dit vooral de artikelen over het beeld van de gemeente. Daarom is voor de regionale kranten gebruik gemaakt van de gemeentenaam en “landschap” als zoekwoorden. Uit deze zoekwoorden komt een ander soort artikel dan bij de landelijk gebruikte zoekwoorden. Wanneer gezocht wordt op “landschap” komen daar meer achtergrondartikelen uit en minder nieuwsverhalen. Nadeel hiervan is dat de artikelen die hier uitkomen niet goed te vergelijken zijn met de artikelen uit de landelijke dagbladen. Een vergelijking

tussen representaties van kranten op verschillende schaalniveaus is echter niet het doel van dit onderzoek, zodat het bezwaar hiertegen minder zwaar meeweegt.

Van de overgebleven artikelen na de selectie werd een steekproef getrokken. Dit ging als volgt:

Van elke gemeente is het aantal nieuwkomers bekend en ook waar deze vandaan komen. Van deze nieuwkomers komt een deel (meestal een groot deel) uit het verspreidingsgebied van de regionale kranten (in dit geval Dagblad van het Noorden en de Leeuwarder Courant. Deze regionale dagbladen hebben veel meer over het gebied geschreven dan de landelijke. Toch is de oververtegenwoordiging van deze artikelen niet helemaal te rechtvaardigen. Om dit rechtvaardiger te maken is een formule opgesteld dat het aandeel van deze regionale dagbladen rechtvaardiger maakt. Landelijk heeft 18 procent een abonnement op een landelijk dagblad. Daarnaast heeft ongeveer 14 procent van de Friezen een abonnement op de Leeuwarder Courant en 15 procent van de Groningers een abonnement op het Dagblad van het Noorden. Er wordt vanuit gegaan dat bij nieuwkomers deze verdeling ook zo is. Deze verdeling wordt aangehouden met het selecteren van de te analyseren artikelen. Er wordt gerekend met abonnees en niet met verkoop van losse kranten. Er wordt van uit gegaan dat de verkoop van losse kranten net zo is verdeeld als de abonnees. In totaal werden per gemeente 70 artikelen onderzocht. Tabel 3 geeft de verdeling van deze 70 artikelen aan.

Tabel 3/ Verdeling artikelen per gemeente

<i>Gemeente</i>	Aantal nieuwkomers 2004-2008	Aantal lezers van de regionale krant	Aantal lezers de nationale krant	Aantal benodigde artikelen	Aantal benodigde artikelen regionaal
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
		(A)* aandeel lezers regionale dagbladen	% (A)*0,18		B/(B+C) *D
<i>Ferwerderadiel</i>	1357	190	244	70	31
<i>De Marne</i>	2007	301	361	70	32
<i>Menterwolde</i>	2624	394	472	70	32
<i>Reiderland</i>	2038	306	367	70	32

Tabel 4/ De verklaring van de codes

Code	Krant
DvhN1	Dagblad van het Noorden
LC1	Leeuwarder Courant
VK1	de Volkskrant
TG1	de Telegraaf
AD1	Algemeen Dagblad
NRC1	NRC Handelsblad/NRC next
T1	Trouw
ND1	Nederlands Dagblad
RD1	Reformatoisch Dagblad
PI	het Parool

De steekproef werd vervolgens getrokken door uit de chronologische lijst van gefilterde artikelen telkens het benodigde aantal artikelen te nemen. Dit werd gedaan door na het trekken van een artikel weer een aantal over te slaan, voor de volgende werd getrokken. Zo wordt voorkomen dat er een ongerechtvaardigde oververtegenwoordiging is van een bepaalde periode. Toch blijft het nog wel zo dat een aantal nieuwsfeiten veel meer vertegenwoordigd zijn in de steekproef dan anderen. Deze grote vertegenwoordiging is gerechtvaardigd. Het is duidelijk zo dat er zoveel artikelen over dat onderwerp zijn geschreven. Het kwam voor dat er niet genoeg landelijke artikelen voorkwamen om de 70 artikelen op deze manier te redden. Dit is gecompenseerd met de regionale artikelen. Aan alle artikelen is een code toegevoegd, zodat naar de artikelen verwezen kan worden in de tekst. De code bestaat uit een lettercombinatie en een nummer. De lettercombinatie verradert de krant waar het artikel uitkomt (zie tabel 4). De codes zijn terug te vinden in de database die gebruikt is bij de analyse in MaxQDA.

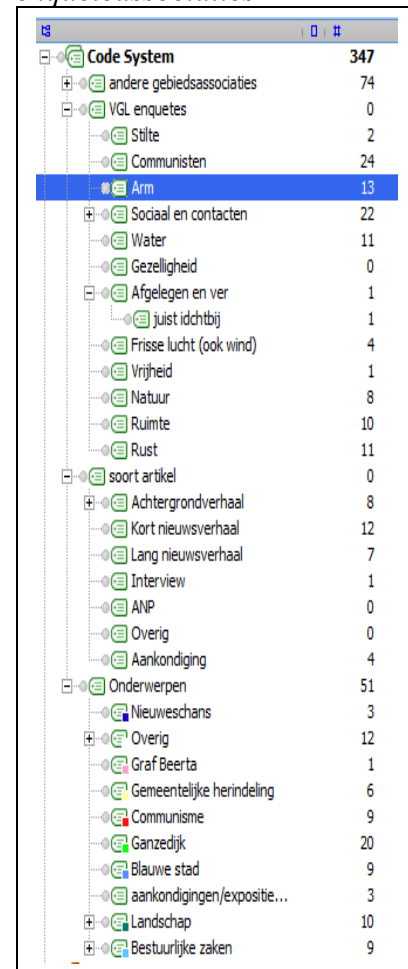
Codes

Na het zoeken en selecteren van de artikelen blijft een database over met 280 artikelen, 70 per gemeente. Deze is geïmporteerd in MaxQDA, een tekstanalyseprogramma dat gebruik maakt van codes en labels.

Eerst is zonder vooraf codes bedacht te hebben alle tekst doorgelezen en gecodeerd vanuit de tekst. Er ontstaat een lijst met codes waarvan vele overlappen. De overlappende labels zijn bij elkaar gevoegd. Er is onderscheid gemaakt tussen hoofd- en sublabels. Zo ontstaat een hiërarchische codeboom. Een voorbeeld van een hoofdlabel is “krimp”.

Een sublabel dat daarbij hoort is “verdwijnen groentezaak”. Door de boom komt er overzicht in de grote hoeveelheid tekst. Met behulp van dit overzicht kan gekeken worden welke onderwerpen veel

Afbeelding 2/ Codeboom, in dit geval die van krantenrepresentaties van Reiderland in vergelijking met de enquêteassociaties



voorkomen. Maar het blijft niet bij tellen; er is ook gekeken naar de inhoud van deze labels. Dit is omdat het gaat om de betekenis van de onderwerpen en niet alleen het tellen.

Na deze eerste codeersessie is alle tekst nog een keer bekeken. Nu is er gebruik gemaakt van een bestaande codeboom, namelijk de associaties die door de respondenten het meest zijn genoemd. Hierbij is niet alleen gekeken naar het voorkomen van de associaties uit die top tien, maar ook andere representaties van het gebied. Afbeelding 2 laat het codeboek met de vergelijking tussen krantenrepresentaties en enquêteassociaties van Reiderland zien. Specifiek is dus gelet op welke representatie van het gebied naar voren komt in de artikelen. Er is niet alleen naar het voorkomen van de door respondenten genoemde woorden gekeken, maar er is ook geïnterpreteerd. Hiermee bedoel ik: als er in het artikel, tussen de regels door, gerefereerd wordt naar iets dat op de associatie lijkt, wordt dit ook meegenomen. Een voorbeeld: het citaat “Loorbach groeide beschermd op. "Je kon hier iedereen vertrouwen. En dat is nog zo. Iedereen helpt elkaar.”” (NRC17, Reiderland). Dit citaat noemt niet expliciet de hechte dorpsgemeenschap maar deze valt er wel uit te halen met de hulp van enige interpretatie.

Er zijn per gemeente in totaal vier vragen geanalyseerd:

1. Welke onderwerpen in het nieuws komen en hoe de aandacht over deze onderwerpen verdeeld is.
2. Hoe deze onderwerpen in het nieuws komen.
3. Hoe het gebied gerepresenteerd wordt.
4. Hoe vaak de associaties die door respondenten genoemd zijn in de krant voorkomen.

Krantenartikelen als document.

Documenten zijn volgens Wester en Peters (2004) een belangrijke bron voor sociaal-wetenschappelijk onderzoek. Het materiaal heeft een betekenis, die door de onderzoeker ontdekt en onderzocht wordt. Deze vorm van sociaal-wetenschappelijk onderzoek heeft een interpretatief karakter; de “reconstructie van betekenisstructuur in het materiaal staat centraal” (Wester en Peters, 2004). Voor meer over betekenissen verwijst ik naar het theoriehoofdstuk, met name hoofdstuk 2.1. Krantenartikelen worden in de indeling van kwalitatieve analyses door Baarda et al. (1995) gezien als publieke of niet-persoonlijke documenten. Hierbij is het goed om te beseffen welke doelgroep er aangesproken wordt. Dit heeft invloed op hoe en wat er in de tekst geschreven staat. De doelgroep van kranten zijn vanzelfsprekend de lezers van kranten, wat een brede groep is. Een groot deel van de geënquêteerde nieuwkomers hoort bij deze groep. Daarnaast heeft de krant de pretentie een objectieve kijk op de werkelijkheid te geven. Voor meer kenmerken die specifiek op de krant van toepassing zijn verwijst ik naar hoofdstuk 2.5 over nieuwsrepresentaties. Hiermee wordt rekening gehouden wanneer de documenten worden onderzocht. Verder is het goed te beseffen dat krantenartikelen niet-uitgelokte documenten zijn, dat wil zeggen dat ze niet specifiek voor dit onderzoek door de onderzoeker gevraagd zijn, maar dat ze er al waren voor andere doeleinden. Dit betekent dat er geen informatie wordt achtergehouden. Sociale wenselijkheid speelt geen rol (Wester, 2006). Omdat de krantenartikelen als document niet beïnvloed zijn door de onderzoeker, wordt het karakter niet verstoord. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld een interview, waarbij de onderzoeker een mening of standpunt forceert (hij vraagt er immers naar). Een nadeel is wel dat niet-uitgelokte documenten niet geschreven zijn met het doel er een onderzoek naar te doen, waardoor het meer moeite kost om de documenten geschikt te maken voor onderzoek.

Natuurlijk is het zo dat de krant, in vergelijking met andere massamedia, een afnemende rol speelt. Steeds minder abonnees maken dat steeds minder mensen de krant lezen. De opkomst van de televisie en tegenwoordig de nieuwe media (internet) zorgen hiervoor. Ik ga er echter van uit dat de

geschetste beelden uit de krant, voor een groot deel overeenkomen met de beelden die lezers van deze nieuwe media zouden kunnen oppikken. De inhoud van een krantenartikel komt nog steeds voor grote delen overeen met de inhoud van berichten uit andere media. In dit onderzoek wordt er dan ook van uit gegaan dat de krant niet de enige bron in de massamedia is die invloed heeft op het beeld van lezers. De krant wordt in dit onderzoek gebruikt als voorbeeld, het beeld uit de krant zou ook het beeld uit televisiejournals of het beeld uit internetcontent kunnen zijn. Vóór de conclusies aan, kan nu dan ook al gezegd worden dat verder onderzoek op het gebied van beelden en representaties van andere media gewenst is.

5/Representaties van minder populaire plattlandsgebieden van nieuwkomers.

In dit hoofdstuk worden representaties besproken die nieuwe inwoners van minder populaire plattlandsgebieden hebben. Er is gebruik gemaakt van representaties van zowel het betreffende gebied, als van het platteland. Deze representaties worden ze in het vervolg van dit verslag inwonersrepresentaties of respondentenrepresentaties genoemd. Zoals in hoofdstuk 4 uitgelegd is gebruik gemaakt van een enquête waarin gevraagd is naar vier associaties met het platteland en vier met het gebied. In totaal hebben 664 mensen meegedaan aan het onderzoek. Deze gaven bij het platteland 2427 associaties en bij de gebieden in totaal 2298.

Tegenstellingen.

Bij het onderzoek van associaties is alleen het tellen van de associaties niet genoeg. Omdat het bij associaties om woorden en dus betekenissen gaat, zijn tegenstellingen belangrijk. Alleen het tellen van het aantal keer dat iemand “rust” zegt geeft een vertekend beeld als er ook heel vaak “drukte” gezegd is. Om deze reden is er ook gekeken naar tegenstellingen in de associaties.

Het valt op dat niet alle genoemde associaties per gebied met elkaar gerijmd kunnen worden. Soms spreken ze elkaar simpelweg tegen. Respondenten hebben een verschillend en soms zelf tegengesteld beeld bij het gebied. Belangrijke thema's waarbij dit gebeurt zijn bereikbaarheid en voorzieningen. Over hetzelfde gebied zeggen mensen dat het goed en dat het slecht bereikbaar is en dat er veel en weinig voorzieningen zijn. In totaal zeggen 16 mensen iets over goede bereikbaarheid en 51 over slechte bereikbaarheid. Bij voorzieningen is dat 8 en 32.

Conclusie moet zijn dat representaties van het gebied nogal verschillen per persoon. Niet iedereen ervaart het gebied hetzelfde. Wat de waarheid is (zijn er nou veel of weinig voorzieningen, is de bereikbaarheid nu goed of slecht?) is niet van belang.

Soorten associaties

Als er gekeken wordt naar de enquêtes valt niet alleen op dat iedereen een ander beeld heeft van het gebied, maar ook dat iedereen een ander *soort* associatie gebruikt. De één denkt bij het gebied meer aan fysieke kenmerken, de ander zoekt het in belevingskenmerken en weer een ander kijkt naar de mensen die er wonen.

5.1 Nieuwkomersrepresentaties in het algemeen.

Tabel 5 laat de tien meestgenoemde associaties die bij het gebied en het platteland gegeven zijn zien. Hierbij valt een aantal dingen op die hieronder benoemd worden.

Tabel 5/ Top tien van de meest genoemde associaties bij de gebieden en het platteland, opgeteld

ALLE GEBIEDSREPS (n=2298)			ALLE PLATTELANDSREPS (n=2427)		
Nr Associatie	Genoemd	%	Nr Associatie	Genoemd	%
1 Rust	319	14	1 Rust	478	20
2 Ruimte	282	12	2 Ruimte	412	17
3 Natuur	107	5	3 Boeren	138	6
4 Gezellig	63	3	4 Natuur	136	6
5 Vrij(heid)	62	3	5 Vrij(heid)	81	3
6 Ver/afgelegen	51	2	6 Gezellig	67	3
7 Weinig voorzienin	50	2	7 Ver/afgelegen	54	2
8 Sociaal	49	2	8 Groen	51	2
9 (Frisse) lucht	35	2	9 Sociaal	44	2
10 (Vrij) Uitzicht	30	1	9 Weinig voorzienin	44	2
			10 (Vrij) Uitzicht	43	2
<i>Overig</i>	1038	45	<i>Overig</i>	879	36
Totaal	2298	100	Totaal	2427	100

De grote drie; rust, ruimte en natuur

De drie meestgenoemde associaties bij het gebied zijn rust, ruimte en natuur. Vooral de eerste twee nemen een groot deel in van het totaal aantal associaties. Maar liefst 74 procent van de 642 respondenten heeft “rust” als associatie met het platteland gegeven.

Uit tabel 6 blijkt dat alle gebieden dezelfde top drie van meestgenoemde associaties hebben. Wanneer de respondenten hun woongebied met woorden moeten associëren, denken de meesten het eerst aan rust, ruimte en natuur (in die volgorde). De vraag die hierbij opkomt is: zijn de gebieden dan allemaal dezelfde? De respondenten geven immers (globaal) dezelfde associaties. Blijkbaar is er geen (weinig) verschil in representatie.

Toch is dit niet waar. De meestgenoemde associaties bij het gebied komen grotendeels overeen met de meestgenoemde associaties bij het platteland (tabel 5). Ook andere onderzoeken naar representaties van het platteland (zie hoofdstuk 3) schetsen een soortgelijk beeld. Dit betekent dat de respondenten bij het vragen naar associaties met het gebied, vooral denken aan dingen die voor het platteland in het algemeen ook gelden.

Deze termen horen bij de rurale idylle, de mythe van het platteland die het leven op het platteland positief ziet (Boyle et al., 1998; Mingay, 1989; Woods, 2005). Het platteland is het tegenovergestelde van het drukke leven in de stad, zonder ruimte en natuur, maar met hectiek en files. Zo komen ook de associaties als “geen files” en “geen hectiek” voor. Ook het tegenovergestelde van rurale idylle komt weinig voor. Weinig mensen zijn negatief over het platteland of de gemeente specifiek. Reden hiervoor zal zijn dat ze er (met uitzonderingen) zelf voor gekozen hebben om op het platteland te wonen (zie ook conclusie).

Gebiedsrepresentatie tegenover plattelandsrepresentatie

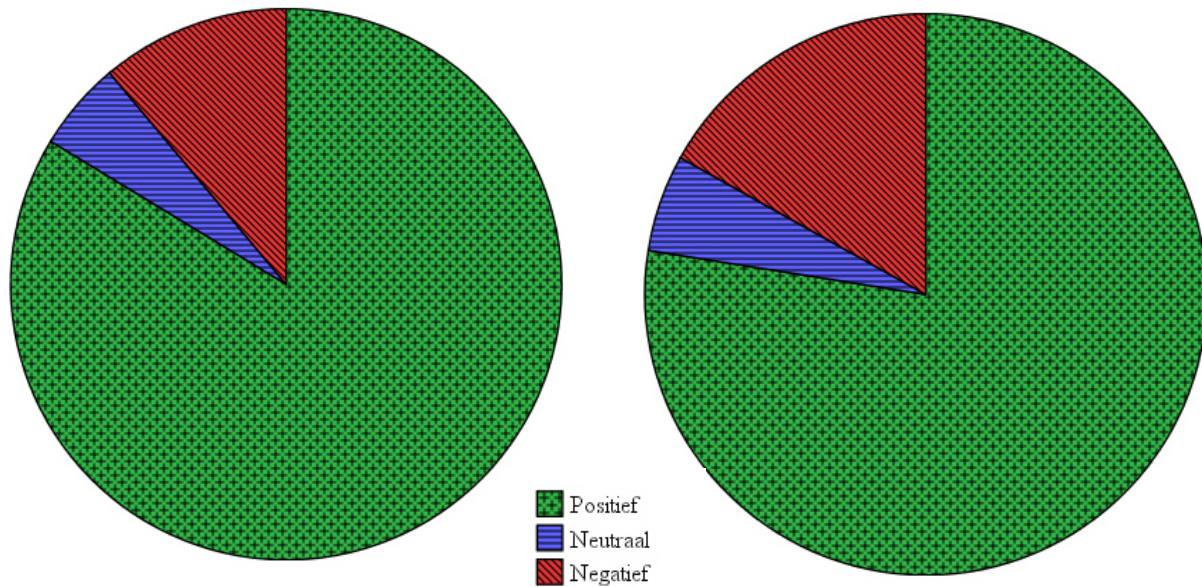
In alle plattelandsrepresentaties komt de associatie met boeren terug (zie tabel 5). Hieronder vallen ook boerderijen, boerenland et cetera. In totaal komen de boeren bij representaties van het platteland op de derde plaats, vóór natuur. Boeren zijn belangrijk voor de representatie van het platteland. Voor een groot deel van de respondenten kan een representatie van het platteland niet zonder boeren. Des te verwonderlijker is het dan dat in de associaties met de gebieden, de boeren niet in de top tien voorkomen (tabel 5). In geen enkele gebiedsrepresentatie komt de boer voor in de top tien en ook in het totaalplaatje komt de boer niet voor.

Wat voor boeren geldt, geldt ook voor de associatie “groen”. Ook deze komt in de gebiedsrepresentaties weinig voor, terwijl hij in de plattelandsrepresentaties op nummer acht staat. Ook worden rust en ruimte bij het platteland meer genoemd dan bij de afzonderlijke gebieden. Rust en ruimte beslaan 37 procent van de plattelandsrepresentaties, bij de gebieden is dat slechts 26 procent. Representatie van het eigen gebied zijn dus specifieker. De associaties die in representaties van het eigen gebied naar voren komen zijn meer van praktische aard. Ze hebben vaak te maken met het leven op het platteland.

Waardering

Bij de associaties is ook gevraagd om een lading te geven aan de associatie. De respondenten konden de associatie als positief, negatief of neutraal beoordelen. Op basis hiervan is onderzocht of het beeld van de gebieden negatiever is dan het beeld van het platteland in het algemeen. De gebieden zijn immers minder populaire plattelandsgebieden. De vraag is of de nieuwkomers dit ook zo ervaren. Zijn de associaties met het eigen woongebied negatiever dan de associaties met het platteland in het algemeen? De vier onderzochte gebieden zijn namelijk in het onderzoek van Bijker en Haartsen (2009) als 'minder populair' bestempeld. De vraag rijst dan ook: bestaat deze perceptie ook binnen de inwoners? Om achter het antwoord op deze vraag te komen is gekeken naar de lading (positief, negatief of neutraal) die gegeven is aan de associaties die genoemd zijn bij het eigen gebied en bij het platteland in het algemeen. Als alle overige factoren gelijk blijven is de verwachting op basis van Bijker en Haartsen (2009) dat de associaties bij het eigen gebied negatiever zijn dan de associaties bij het platteland in het algemeen. Echter: er is een heel belangrijke omstandigheid die hier verandering in brengt: het eigen woongebied wordt door mensen vaak per definitie als hoger gewaardeerd, mede omdat de inwoners een keuze hebben gemaakt voor dat gebied en die keuze niet willen verloochenen (Boyle et al., 1998). Toch zijn er bij het gebied meer negatieve associaties gegeven en minder positieve dan bij het platteland (zie afbeelding 3). Om de significantie te meten is gebruik gemaakt van een Wilcoxon tekentest. Hieruit bleek dat de associaties bij het eigen gebied significant negatiever zijn dan die van het platteland. Het eigen gebied wordt dus negatiever gerepresenteerd dan het platteland in het algemeen. De vergelijking is dus tussen de vier minder populaire plattelandsgebieden en het platteland in het algemeen. Hierbij moet dus weer rekening gehouden worden met het proces dat hierboven ook beschreven is van de concretisering van een algemener concept. Doordat er over 'het platteland' meer algemene beelden bestaan, die vaak de vorm van mythen hebben en grove stereotypingen zijn, valt een concretisering daarvan vaak negatief uit. De harde realiteit blijkt namelijk anders dan het mythische beeld.

Afbeelding 3/ Lading bij de associaties van het platteland (l) en het gebied (r)



Respondentenkenmerken

In de enquête is ook gevraagd naar de ervaring die mensen al met het gebied hadden. Omdat ervaring een beeld erg kan veranderen is er gekeken naar de invloed hiervan op representaties. Noemen de mensen met ervaring andere associaties dan mensen zonder ervaring met het gebied? Mensen met ervaring zouden, in theorie, een specifiekere representatie van het gebied hebben dan mensen zonder ervaring. Daarom zijn de associaties ingedeeld in twee groepen: ten eerste de associaties die specifiek met het gebied te maken hebben en ten tweede de associaties die algemener van aard zijn en ook voor een ander landbouwgebied gelden.

Een significant verschil tussen de mensen mét of zonder woonervaring met het gebied is niet gevonden. Mensen mét woonervaring hebben niet een specifiekere representatie van het gebied dan mensen zonder ervaring. Mogelijke reden hiervoor is dat ook de respondenten zonder ervaring al enige tijd in het gebied woonden toen ze naar de associaties werd gevraagd. Hierdoor hadden ze per definitie al ervaring met het gebied.

Vergelijking met eerder onderzoek.

In hoofdstuk 3 is al gerapporteerd over eerder onderzoek naar plattelandsbeelden. Het is interessant hoe dit onderzoek past in de eerdere onderzoeken naar hetzelfde onderwerp. Daarom volgt hieronder een vergelijking tussen dit onderzoek en de eerdere onderzoeken.

Vergeleken met Halfacree (1995) waren de sociale associaties voor de inwoners van de vier minder populaire plattelandsgebieden belangrijker bij het associëren met het platteland. Volgens Halfacree (1995) was vijftien procent van de respondenten die een sociale associatie noemt weinig. Door de respondenten is 200 keer een sociale associatie genoemd. Het totaal aantal respondenten was 642, dus 31 procent. De respondenten konden in de enquête die in dit onderzoek gebruikt is vier associaties noemen, waarvan er mogelijk meerdere een sociale dimensie hebben. Hierdoor is het zo dat minder dan 31 procent van de respondenten één of meer sociale associatie(s) hebben gegeven. Toch is wel duidelijk dat de sociale associaties in dit onderzoek belangrijker zijn dan de vijftien procent van de respondenten van Halfacree (1995).

In Haartsen et al. (2003) waren rust en ruimte beiden met tien procent vertegenwoordigd in de top

tien meest genoemde associaties. Ze stonden dan ook op nummer één en twee. Het grote verschil is echter dat nieuwkomers in de vier onderzochte gebieden in deze thesis veel *vaker* “rust” en “ruimte” hebben gezegd (20 en 17 procent). Ook de volgorde is omgekeerd: waar in Haartsen et al. (2003) eerst “rust” en dan “ruimte” komt, is het in dit onderzoek precies andersom. Een ander opvallend verschil heeft te maken met de boeren. In mijn onderzoek zijn “boeren” en “boerderijen” bij elkaar gevoegd. Samen maakten ze zes procent uit van het totaal aantal associaties. In het onderzoek van Haartsen et al. (2003) namen “boerderijen” alleen al zeven procent van de associaties in. “Boeren” had vijf procent van de associaties. Ook de dieren zijn bij Haartsen et al (2003) door de respondenten veel meer geassocieerd met het platteland dan de inwoners van minder aantrekkelijke plattellandsgebieden (koeien: vijf procent tegenover 0.4 procent).

Het verschil zou kunnen liggen in het opleidingsniveau van de respondenten. Haartsen et al (2003) hebben geprobeerd zoveel mogelijk hoger opgeleiden in de enquête te betrekken. In mijn onderzoek is dit niet gebeurd. Ook zou de woonplaats van de respondenten van deze thesis een verklaring kunnen zijn. Ze wonen namelijk zelf in een plattellandsgebied. Hierdoor speelt de stad-platteland tegenstelling waarschijnlijk minder mee in representaties van het platteland. Ook werden in hun eigen gebied de dieren weinig gerepresenteerd. Waarschijnlijk baseren veel respondenten het beeld van het platteland in het algemeen op het beeld dat ze van hun eigen plattellandsgebied hebben. Omdat in hun eigen plattellandsgebied weinig dieren voorkomen (volgens hun) komen die ook weinig voor op het platteland in het algemeen. De representatie van de boeren en plattellandsvrouwen uit Haartsen (2002) komt het meest overeen met representaties van de respondenten uit dit onderzoek (zie tabel 1). Bij de onderzochte boeren staat vrijheid hoog (net als bij mijn respondenten) en bij plattellandsvrouwen staat gemoedelijkheid hoog (zoals bij mijn respondenten). Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de boeren en plattellandsvrouwen inwoners zijn van het platteland, net als de respondenten van mijn onderzoek. Het meest opvallende verschil is het ontbreken van de associaties “ver/afgelegen” en “weinig voorzieningen” in de representaties die door Haartsen (2002) zijn onderzocht.

In Van Dam et al. (2002) werd duidelijk dat de helft van de associaties morfologisch waren en 37 procent sociaal-cultureel. Helemaal goed te vergelijken met mijn onderzoek is dat niet. Wel is te zeggen dat de top 2 van de associaties die door nieuwkomers in minder populaire plattellandsgebieden genoemd zijn (rust en ruimte), in de tweede categorie vallen. Ook nummers vijf, zes en negen (vrijheid, gezelligheid en sociaal) vallen onder deze categorie. Onder de morfologische categorie vallen de nummers drie, vier, acht en tien (boeren, natuur, groen en (vrij) uitzicht). De functionele categorie bevat de associaties “ver” (nummer zeven) en “weinig voorzieningen” (negen).

De verschillen kunnen worden verklaard door te kijken naar *wie* dit beeld hadden. Bij Van Dam et al. (2002) waren dit namelijk stadsbewoners, terwijl in mijn onderzoek de bewoners van de minder aantrekkelijke plattellandsgebieden zijn gevraagd.

5.2 De nieuwkomersrepresentaties per gebied beschreven

Hieronder zal per gemeente besproken worden welke associaties de nieuwkomers gegeven hebben en wat daarin opvalt. Vooral de verschillen zijn daarin belangrijk. Tabel 6 vormt hiervoor het uitgangspunt.

Tabel 6/ Top tien van de meest genoemde associaties bij het gebied en platteland, per gemeente

FERWERDERADIEL					MENTERWOLDE				
FERWERDERADIEL (n=440)		PLATTELAND (n=458)			MENTERWOLDE (n=697)		PLATTELAND (n=747)		
Nr Associatie	%	Nr Associatie	Genoemd	%	Nr Associatie	%	Nr Associatie	%	
1 Rust	11	1 Rust	85	19	1 Rust	13	1 Rust	20	
2 Ruimte	11	2 Ruimte	78	17	2 Ruimte	12	2 Ruimte	17	
3 Natuur	5	3 Natuur	24	5	3 Gezellig	4	3 Boeren	5	
4 Dorp(s)	4	4 Boeren	22	5	4 Weinig vrzienenen	4	4 Gezelligheid	4	
5 Uitzicht	3	5 Vrij(heid)	21	5	4 Natuur	4	5 Natuur	4	
6 Vrijheid	3	6 Stil	15	3	5 Sociaal	3	6 Afgelegen	3	
6 Zee	3	7 Uitzicht	12	3	6 Vrijheid	2	7 Vrij(heid)	3	
7 Ver/Afgelegen	3	7 (Frisse) Lucht	11	2	7 Kaal	2	8 Weinig vrzienenen	3	
8 Wind/Storm	3	8 Gezelligheid	10	2	8 Centraal	2	9 Groen	2	
9 Sociaal/cohesie	2	9 Sociaal	9	2	9 Groen	2	10 Sociaal	2	
9 Gezelligheid	2	9 Goedkoop	9	2	10 Mooi	2			
10 Sociale controle	2	9 Ver	9	2		0			
10 Water	2	10 Vee/koeien	8	2		0			
10 Klein	2								
<i>Overig</i>	45	<i>Overig</i>	145	32	<i>Overig</i>	51	<i>Overig</i>	38	
Totaal	100	Totaal	458	100	Totaal	100	Totaal	100	

DE MARNE					REIDERLAND				
DE MARNE (n=603)		PLATTELAND (n=631)			REIDERLAND (n=558)		PLATTELAND (n=590)		
Nr Associatie	%	Nr Associatie	Genoemd	%	Nr Associatie	%	Nr Associatie	%	
1 Rust	14	1 Rust	127	20	1 Rust	16	1 Rust	20	
2 Ruimte	12	2 Ruimte	109	17	2 Ruimte	14	2 Ruimte	17	
3 Natuur	5	3 Natuur	39	6	3 Natuur	6	3 Natuur	8	
4 Vrij(heid)	3	4 Boeren/agrariërs	30	5	4 Sociaal	3	4 Vrij(heid)	4	
5 Gezelligheid	2	5 (Frisse) lucht	20	3	4 Vrij(heid)	3	5 Boeren	3	
6 (Frisse) lucht	2	6 Ver/Afgelegen	16	3	5 (Frisse) lucht	3	6 Groen	3	
6 Ver/Afgelegen	2	7 Gezelligheid	15	2	6 Afgelegen/ver	3	7 Gezelligheid	2	
7 Weinig vrzienenen	2	7 Vrij(heid)	15	2	7 Gezelligheid	3	8 Afgelegen	2	
8 Mooi	2	8 Weinig vrziening	14	2	8 Water	2	9 Sociaal	2	
8 Sociaal	2	9 Groen	11	2	9 Arm	1	10 Veilig	1	
9 Vriendelijkheid	1	10 Weids/wijds	10	2	10 Communisten	1	10 Stil	1	
10 Klein	1				10 Stilte	1			
10 Landelijk	1				10 Voorzieningen (neutraal)	1			
<i>Overig</i>	49	<i>Overig</i>	225	36	<i>Overig</i>	44	<i>Overig</i>	37	
Totaal	100	Totaal	631	100	Totaal	100	Totaal	100	

Ferwerderadiel

Bij Ferwerderadiel worden de associaties ‘dorpen’, ‘water’, ‘wind’ en ‘zee’ veel genoemd. In vergelijking met de andere gebieden worden deze elementen meer gerepresenteerd. Deze vier elementen zijn zowel in de andere gebieden veel minder genoemd, als in de eigen plattelandsrepresentatie van de respondenten uit Ferwerderadiel. Verder valt op dat stilte vaak genoemd werd als associatie met het platteland in het algemeen. Stilte staat voor het platteland volgens de Ferwerderadielsters op de zesde plaats, terwijl het, bij de plattelandsrepresentaties van alle gemeenten bij elkaar opgeteld, niet in de top tien voorkomt. Volgens de inwoners van Ferwerderadiel is het platteland stiller dan volgens de andere respondenten. Vervolgens komt stilte in representaties van Ferwerderadiel niet in de top tien. Ferwerderadiel is dus volgens de respondenten, in vergelijking met het platteland in het algemeen een minder rustig gebied. Hierbij moet vermeld worden dat stilte met zeven keer genoemd op nummer elf zou komen.

In vergelijking met de andere onderzochte gebieden spelen de dorpen, de zee, het water en de wind een grote rol in het beeld van respondenten bij het platteland. In vergelijking met het platteland volgens de Ferwerderadielsters is het gebied een minder rustig gebied.

De Marne

Het enige dat de Marne onderscheidt van andere gebieden is het woordje “mooi”. Dit woord wordt in representaties van de Marne 12 keer gebruikt, terwijl het, vooral bij Ferwerderadiel en Reiderland, veel minder wordt gebruikt. Ook respondenten uit Menterwolde gebruiken het woord vaak als associatie met hun gebied.

Ook wat het beeld van het platteland betreft is de gemeente Menterwolde vrij doorsnee. Hun top tien van het platteland komt grotendeels overeen met de algemene top tien van het platteland. Het enige verschil is dat “sociaal” net buiten de top tien valt. Vergeleken met het eigen gebied, valt weer het woord “mooi” op, dat voor het platteland als minder kenmerkend werd beschouwd dan voor de Marne.

De Marne is volgens de respondenten een doorsnee, maar mooi plattelandsgebied.

Menterwolde

Bij de respondenten van Menterwolde komen de voorzieningen opvallend vaak terug in de associaties. Het gaat dan vooral om het gebrek aan voorzieningen (vier procent van de associaties). Dit gebrek aan voorzieningen wordt in Menterwolde twee keer zoveel genoemd als in andere gebieden. Hierbij moet aangetekend worden dat de voorzieningen ook relatief vaak op een positieve manier genoemd werden. Qua betekenis streept dit elkaar weg. Het lege karakter van het gebied en de openheid komt naar voren in het vaak noemen van het woord “kaal” in vergelijking met andere gebieden en het platteland. Ook valt op hoe vaak “centraal” genoemd is. Daarnaast valt op dat “groen” hier een keer *wel* in de top tien staat.

Naast de hierboven ook al besproken aspecten, is er weinig verschil tussen representaties van het platteland en representaties van Menterwolde.

Menterwolde is een relatief kaal en centraal gebied met weinig voorzieningen.

Reiderland

De associaties die Reiderland onderscheiden van andere gebieden zijn de armoede en het communisme. Beide termen werden bij Reiderland veel genoemd en bij andere gebieden niet. Ook “water” en “stilte” vallen, zij het in mindere mate, op om deze reden. Deze associaties staan in de

top tien ten koste van “uitzicht”, die wel in de opgetelde representatie van het platteland in de top tien staat.

Naast de hierboven genoemde associaties is er niks dat het gebied onderscheidt van het platteland. Ook het platteland op zichzelf verschilt weinig van de andere representaties van het platteland.

Reiderland is een communistisch en arm gebied, met veel water en stilte.

5.3 Conclusie nieuwkomersrepresentaties

De algemene conclusie van de nieuwkomersrepresentaties moet zijn dat deze per gebied niet ver uiteen lopen. De kleine dingen maken echter het verschil. Want áls er een verschil is, heeft dit veel te betekenen voor het beeld. De verschillen maken het *unieke* van de gebieden zichtbaar. Vooral bij Ferwerderadiel en Reiderland zijn deze verschillen duidelijk. Bij de Marne en Menterwolde zijn de verschillen minder zichtbaar.

Dit geldt voor zowel de vergelijking tussen het gebied en de andere gebieden als de vergelijking tussen representaties van het gebied met representaties van het platteland.

Boeren

Een opvallend resultaat was dat het plattelandsbeeld anders was dan het beeld van het gebied. In het plattelandsbeeld kwamen 'boeren' en 'groen' duidelijk naar voren, en in het beeld van het gebied niet. Een respondent denkt bij het eigen woongebied dus niet aan boeren, en bij het platteland wel. Blijkbaar denken de respondenten bij het eigen gebied niet direct aan een typisch aspect van het platteland zoals boeren en groen.

De vraag is: vinden mensen dat boeren niet thuishoren in hun beeld van hun gebied, of hebben ze daar gewoon niet aan gedacht? Uit de data blijkt dat het tweede niet het geval is. Er is namelijk eerst gevraagd naar associaties met het platteland en later naar associaties met het eigen woongebied. Bij representaties van het eigen woongebied is er dus alle gelegenheid geweest om te denken aan boeren. De conclusie moet dus zijn dat de respondenten de boeren dus echt niet associëren met hun eigen woongebied, terwijl ze dat wel doen bij het platteland in het algemeen. Respondenten vinden hun eigen woongebied als het om de aanwezigheid van boeren gaat, dus niet doorsnee platteland. Dit terwijl waarschijnlijk buitenstaanders de besproken gebieden wel als doorsnee platteland beschouwen, en dus wel 'boeren' zouden noemen als associatie met het gebied. Een verklaring hiervoor kan zijn dat 'het platteland' een breed begrip is, waarover een algemeen beeld bestaat, terwijl het eigen gebied veel concreter is, en daardoor een meer concreet beeld ontstaat. Het algemene beeld bij het platteland (bijvoorbeeld de rurale idylle) blijkt, wanneer het toegepast wordt op een concreet gebied niet helemaal op te gaan, waardoor er andere associaties worden genoemd. De associatie “boeren” gaat bij het concrete gebied dus verloren.

6/Representaties van minder populaire plattelandsgebieden in de krant

In dit hoofdstuk wordt het beeld geanalyseerd dat in de kranten gerepresenteerd wordt. Het belangrijkste doel van een krant is het overbrengen van nieuwsfeiten. Alleen door deze nieuwsfeiten komt het gebied in de krant. Daarom wordt eerst per gebied een korte schets gegeven van de nieuwsfeiten die in dat gebied in de onderzochte periode gebeurd zijn. Vervolgens wordt gekeken hoe het gebied (dóór de nieuwsfeiten heen) gerepresenteerd wordt.

6.1 Representaties in de krant per gebied besproken

Ferwerderadiel

Welke nieuwsfeiten?

- Krimp.

Krimp is een tijdje in de kranten een veelbesproken onderwerp geweest. Krimp (daling van het bevolkingsaantal) zou vooral voorkomen in afgelegen (ten opzichte van de stad) plattelandsgebieden. Om het onderwerp een gezicht te geven is veel gebruikt gemaakt van de gebieden waar krimp voorkwam. Zo is ook Ferwerderadiel als voorbeeld gebruikt, zij slechts in een paar artikelen.

- Paardendrama.

In het begin van november 2006 was het weer in Nederland onstuimig. Daarbij hoorde onder andere een storm in het Noord-Friese. De dijk hield het water buiten, maar buiten de dijk stonden de lagere gedeelten al snel onder water. Boer Lootsma had een aantal paarden. Deze liepen buiten de dijk. Met de storm heeft hij ze niet binnendijks gehaald, zodat de honderd paarden op een klein eilandje belandden, omringd met water. Het leger probeerde ze te bereiken met pontons, maar deze liepen vast door de geringe diepte van het water. Vier amazones met hun paarden lukte het wel om de paarden te lokken naar veilig gebied. De amazones werden als helden onthaald. Einde verhaal, ware het niet dat er een nare nasleep kwam: er waren veel kosten gemaakt om de paarden te redden (29000 euro) en de burgemeester vond dat boer Lootsma daar ook wel wat (7500 euro) van kon betalen. Boer Lootsma vond van niet, omdat hij niet de opdracht heeft gegeven om de paarden te redden. Later duiken de paarden nog een keer op in de kranten omdat er geruchten gaan dat ze bestemd zijn voor de slacht (TG2 en VK2), omdat het tafereel verfilmd lijkt te worden (TG1) en over de vraag of Lootsma vervolgd wordt of niet (TG8, P1, ND1 en VK4)

- Landelijke lijsten.

Ferwerderadiel is in 2008 de veiligste gemeente geworden volgens de Gemeentelijke Veiligheidsindex. Daarnaast zijn de gemeentelijke grafkosten in Ferwerderadiel het laagst. Verder is de huizenprijs in Ferwerderadiel in 2006 het meest gestegen van Nederland.

- Overige onderwerpen.

De overige onderwerpen zijn de, voor de verre lezer, wat minder belangrijke onderwerpen als het geboren worden van een lam met twee koppen, het sluiten van een verswinkel en het chemiebedrijf BASF dat proeven doet met gen-aardappelen.

Verdeling.

Wanneer er gekeken wordt naar de verdeling van de onderwerpen valt het op dat het paardendrama overheerst in zowel de landelijke als de regionale kranten over Ferwerderadiel. Een eerste analyse van de onderwerpen die in de kranten voorkomen leert ook dat de 'kleine' gebeurtenissen, zoals ongelukken, bijna niet voorkomen in de geanalyseerde artikelen (slechts 1 keer, over een geplunderde supermarkt). De verklaring hiervoor ligt onder andere in de gebruikte zoekwoorden bij de regionale krant (artikelen met het woord "landschap" erin gaan meestal niet over ongelukken). Daarnaast is het onwaarschijnlijk dat de grote kranten over kleine onderwerpen berichten.

Van de 68 artikelen gingen 37 over de paardenstorm. Er blijven dus 31 artikelen over die over andere onderwerpen gaan. De rest van de onderwerpen is redelijk gelijkmatig verdeeld. Wanneer gekeken wordt naar de landelijke kranten is het beeld nog extremer; 12 artikelen gaan niet over de paardenstorm. Het overgrote deel van 74 procent ging dus over de paardenstorm. De conclusie die hieruit te trekken is dat het gebied door de landelijke media vrij eenzijdig gerepresenteerd is. In de woorden van Avraham (2000) ééndimensionaal. De plaats komt daarbij alleen aan bod als er een bepaald soort nieuws aan de hand is. In dit geval is het nog extremer: de plaats komt steeds in beeld bij één bepaald nieuwsfeit, dus niet eens een soort.

Hoe wordt het gebied gerepresenteerd?

- Paarden.

De meest voorkomende woorden over het gebied Ferwerderadiel hebben te maken met paarden. De paarden zijn 37 keer getagd, maar het woord kwam veel vaker voor (246 keer). Daarmee is "paard" het meestgenoemde woord (met uitzondering van lid- en koppelwoorden en andere voor de hand liggende woorden) in de steekproef. "Marrum" volgt op 109 treffers, met daarna "water" (91 treffers). Deze top 3 is terug te voeren op het paardenstormverhaal, die vond plaats in Marrum en het hoge water was het probleem.

Het beeld van het gebied dat door het nieuwsverhaal van de paarden wordt overgebracht is dus dat van een landschap met veel water, zee, wind, polders en paarden. Een artikel over het paardendrama gaat automatisch ook over de zee, de polders en de wind. Een typisch voorbeeld van een zin uit een artikel zien we in NRC2:

"Ruim 100 paarden zitten nog steeds vast in een ondergelopen polder achter de zeedijk bij het Friese Marrum."

Zo'n soort zin komt in vrijwel alle artikelen over de paarden voor.

Daarnaast moet hier vermeld worden dat het paardenverhaal zelf voor de representatie van Ferwerderadiel van groot belang is.

Het feit dat dit verhaal zelfs in artikelen die in de eerste plaats niet over het paardendrama gaan genoemd wordt, geeft aan dat het verhaal zo groot is geworden dat je er niet omheen kan bij dit gebied (TR3 en TR9). Een ander ondersteunend argument hiervoor is dat het overgrote deel van de artikelen over het gebied, over het verhaal gaan (totaal: 54 procent, landelijk 74 procent en in de Telegraaf zelfs 84 procent) of het verhaal noemen. Je zou kunnen zeggen dat het gebied het paardendrama *is*. Wanneer je het over Marrum, of het buitendijkse gebied hebt, dan heb je het over de geredde en gestorven paarden. Het verhaal is zo belangrijk geworden dat het het beeld van dat gebied bepaalt.

- Zee

Wanneer verder gekeken wordt naar hoe het gebied Ferwerderadiel gerepresenteerd wordt door de kranten valt de rol van de zee op. Ferwerderadiel is natuurlijk een gemeente die grenst aan de Waddenzee. Dit is te merken in de geanalyseerde artikelen. Als er over het landschap gesproken

werd, was dat voor het overgrote deel over elementen die te maken hebben met de aanwezigheid van de zee. Daarbij ging het niet zozeer over de Waddenzee zelf (5 keer genoemd) maar vooral over de dijken (12 keer) en buitendijkse gebieden (25 keer). Het beeld dat bij deze buitendijkse gebieden hoort is dat van leegte en verlatenheid. Deze leegte heeft 2 kanten; aan de ene kant is het gebied niet nuttig voor landbouw of bewoning doordat het vaak overstroomt (alle artikelen over de paardenstorm geven hier bewijs van). Aan de andere kant wordt ook de “weidse pracht” (LC3) genoemd.

- Landbouw

Het valt op dat er opvallend weinig landbouwgerelateerde elementen aan bod komen. De uitzondering hierop zijn de paarden, die natuurlijk veelvuldig genoemd werden in verband met het paardendrama. Het gebrek aan landbouwactiviteiten in het beeld is misschien wel te verklaren met de overdaad aan representatie van de buitendijkse kwelders.

De Marne

Welke nieuwsfeiten?

Voor de gemeente de Marne geldt dat de onderwerpen die besproken worden vrij regelmatig verdeeld zijn. Er zijn slechts enkele onderwerpen die meer worden besproken, voor de rest kon er aan een nieuwsfeit vaak maar één artikel gekoppeld worden. De onderwerpen die op vielen omdat ze meer aandacht kregen waren:

- De zeehondencreche Pieterburen.

In 2006 komen er plannen naar buiten van de zeehondencreche om uit te breiden en in verband daarmee te verhuizen. Aangezien de zeehondencreche een grote invloed heeft op het dorpsleven in Pieterburen ontstaat hier aandacht voor. De gemeente wil de zeehondencreche niet kwijt en middenstanders in het dorp zien hun toekomst somber in, maar de directrice wil uitbreiden en naar Delfzijl. De zeehondencreche van Lenie 't Hart zit op het moment van schrijven nog steeds in Pieterburen.

- Schipholbrand.

Op 27 oktober 2005 vindt een brand plaats in een deel van Schiphol waar illegale asielzoekers vastzitten. Er gaat van alles mis en elf mensen konden niet ontsnappen aan het vuur. Een deel van de overlevenden werd overgebracht naar het asielzoekerscentrum in Ulrum.

- Mansholt.

Een belangrijk man in de beleidvorming, zowel nationaal als Europees, op het gebied van landbouw was Sicco Mansholt. Verschillende gebeurtenissen geven aanleiding te schrijven over Mansholt, zoals het uitkomen van een biografie, het referendum over de Europese grondwet en zijn honderdste geboortedag. In veel van de artikelen wordt Ulrum genoemd omdat dat de geboorteplaats was van Mansholt.

- Aanklacht tegen asielzoeker.

Een 17-jarig meisje doet aangifte tegen een Libanese asielzoeker die in het asielzoekerscentrum zit. Hij zou haar hebben mishandeld en bedreigd. Later bleek de aangifte vals te zijn.

Verdeling

Van de 47 artikelen uit nationale kranten zijn 14 een achtergrondverhaal bij een actueel onderwerp. Hierin worden nieuwsfeiten in een context geplaatst. Dit kan een historische context zijn, maar kan ook een verhaal over voorbeelden zijn. Bij de artikelen bij de gemeente de Marne blijkt dit laatste vooral het geval te zijn. Zo wordt de gemeente als voorbeeld gebruikt voor het stemgedrag bij het referendum over de Europese grondwet (NRC3), bij de monumentenlijst (AD5), het reilen en zijlen in een verzorgingstehuis (TG7) en een asielzoekerscentrum (VK2). Het grootste gedeelte van deze achtergrond artikelen ging dus over niet-lokale actuele onderwerpen. Naast deze 14 achtergrondartikelen bij een actueel onderwerp, gingen er ook nog eens 11 over niet-actuele onderwerpen. Dit waren vaak interviews of reportages over het landschap. Er blijven dus 22 artikelen over die echt het nieuws uit de Marne de wereld in brengen. 11 van deze nieuwsverhalen waren kort (minder dan 300 woorden) en 11 waren lang (meer dan 300 woorden). De onderwerpen van de nieuwsartikelen waren redelijk gelijkmatig verdeeld over de bovengenoemde onderwerpen.

Hoe wordt het gebied gerepresenteerd?

De nieuwsfeiten die over de Marne in de kranten aan bod zijn gekomen lenen zich minder voor een representatie van andere, zoals bijvoorbeeld Ferwerderadiel met het paardendrama. Toch is er gekeken naar hoe het gebied gerepresenteerd werd.

- **Zeehondencreche**

De zeehondencreche wordt in veel artikelen als belangrijk element gezien binnen de gemeente. In VK1 moet door een opsomming van andere bezienswaardigheden worden bewezen dat het gebied buiten de Zeehondencreche ook nog wel wat voorstelt. “Maar zullen die mensen blijven komen als de zeehondencreche naar Delfzijl vertrekt, zoals de voorlopige plannen zijn?” wordt er in dat artikel afgevraagd. De Telegraaf heeft het in TG8 over de “landelijke gemeente de Marne”, die de creche graag in Pieterburen zou willen houden vanwege de bezoekers. De gemeente is in deze artikelen dus een gebied dat de zeehondencreche nodig heeft om zichzelf op de kaart te zetten. Het volgende citaat uit AD6 maakt dit extra duidelijk:

“Je zult maar patatbakker zijn in Pieterburen. En weten dat binnenkort al die hongerige magen van bezoekers van de zeehondencreche niet meer gevoed hoeven te worden. Weg toekomst”.

Doordat de zeehondencreche volgens sommige artikelen zo belangrijk is voor het gebied, wordt het gebied in die artikelen gelijkgesteld aan de zeehondencreche. Pieterburen/de Marne is de zeehondencreche. Andere artikelen ontkrachten dit en stellen dat de Marne meer is dan alleen de zeehondencreche.

- **Zee**

Net als bij Ferwerderadiel valt de dominantie van de zee op in representaties van de Marne. De zee zelf is tien keer getagd en de elementen die met de zee te maken hebben 31 keer. Het belangrijkste landschapselement is de dijk (17 keer getagd). De dijk wordt in de kranten gerepresenteerd als datgene dat de zee buiten houdt. De zee als bedreiging en de dijk als bescherming (P1). De mythe van het gevecht tegen het water wordt veelvuldig aangehaald. In geen van de teksten wordt de dijk als negatief of als verstorend landschapselement ervaren. De dijk is een cruciaal element in het landschap. Het landschap wordt bepaald door de dijken, zo blijkt ook uit het gebruik van de term “wierden- en dijkenlandschap” in DvhN45.

Ook de polders en kwelders getuigen van een gevecht tegen het water. Deze werden “al eeuwen voor Christus veroverd op zee” (TG5). Mede hieruit blijkt het “heroïsche gevecht tegen het water” (DvhN21).

- Wierde

Een ander element dat representaties van het landschap bepaalt is de wierde. Een wierde is de Groningse naam voor een terp; een verhoging om op te wonen. De wierde wordt 62 keer genoemd in 13 verschillende artikelen. In de nationale artikelen wordt uitgelegd wat een wierde is en de regionale artikelen blijft die uitleg meestal achterwege.

Één citaat vat de gemiddelde representatie van het landschap in de Marne op een goede manier samen: “Wakker worden op het Noord-Groningse platteland, achter de dijken van de Waddenzee en het Lauwersmeer, heeft onmiskenbaar charme voor wie het drukke stadsleven gewend is.” (P1). Dit is één van de zeldzame citaten waarin vaakgenoemde associaties als rust en alles dat het tegenovergestelde van het stadsleven is, wordt gerepresenteerd.

Menterwolde

Welke nieuwsfeiten?

- Ongeluk Zuidbroek.

Op 4 juni 2006 gebeurt er een ongeluk waarbij drie 13-jarige meisjes omkomen. In alle kranten wordt hier melding van gemaakt, ook omdat er in dat pinksterweekend meerdere mensen zijn omgekomen in het verkeer (P1). De kranten noemen de grote impact die deze gebeurtenis op het dorp heeft. Het onderwerp is zo belangrijk voor de kranten dat Trouw in oktober 2006 (T1) nog bericht over de uitslag van het onderzoek van het OM (bestuurder had te veel gedronken).

- Windmolens.

De provincie vindt dat er een windmolenpark aan de N33 moet komen. De gemeenten zijn tegen, en verzetten zich. De boeren willen wel meewerken.

Verdeling

Van de landelijke artikelen gaat, afgaande op de koppen, het grootste gedeelte over politiek (11 artikelen) en de ‘kleinere’ gebeurtenissen zoals ongelukken. Daarna volgt beleid met 6 artikelen. Regionaal zijn er zeven koppen over het landschap en acht over het beleid dat de gemeente voert. Dit komt door de zoekwoorden; “landschap” is een belangrijk beleidsonderwerp. Verder moet gezegd worden dat de nieuwsverhalen domineren (23 korte nieuwsverhalen, 25 lange). Verder is er een klein aantal achtergrondverhalen (8) en zijn er drie aankondigingen.

Hoe wordt het gebied gerepresenteerd?

De nieuwsfeiten die in de gemeente Menterwolde zijn gebeurd lenen zich net als bij de Marne niet voor een representatie van het gebied. Slechts 23 keer is een associatie getagd, waarvan slechts vijf in de top tien respondentenassociaties.

- Windmolens

Van de gebiedsrepresentaties was het open landschap de belangrijkste. Door het gedoe met de windmolens is het open landschap van Menterwolde aan bod gekomen. Ook het plan om een outletcentrum te bouwen op het industrieterrein in Zuidwolde hielp mee aan de representatie van het open landschap (DvhN24). Tegenstanders willen die open karakter niet verpesten en voorstanders relativeren de openheid door te stellen dat er toch al windmolens staan en er een snelweg doorheen loopt (DvhN28).

DvhN18 gaat specifiek over het behouden van het landschap. Ook hierin wordt de openheid genoemd, maar dan in combinatie met de geslotenheid. Tevens worden de lintdorpen, de diepen en

de pioniersgeest van het gebied als belangrijke elementen genoemd.

Andere getagde representaties zijn dorps/sociaal (drie keer), links, voorzieningen en wind (allemaal twee keer).

Reiderland

Welke nieuwsfeiten?

- **Ganzedijk**

Naar aanleiding van een rapport van architectenbureau KAW, wordt door woningcorporatie Acuntus besloten dat het dorp Ganzedijk van de kaart moet verdwijnen. Ganzedijk zou verpauperd zijn en door de krimp op het platteland zullen er huizen gesloopt moeten worden. Het verdwijnen van een dorp spreekt de nieuwsmakers aan, en het onderwerp komt groot in het nieuws. De bewoners protesteren, uiteindelijk met succes. In dit proces is een wethouder afgetreden en een actiegroep opgericht.

- **Blauwestad**

Na tien jaar praten over het plan, wordt in 2004 begonnen met het realiseren van de Blauwestad. Een deel van Oost-Groningen komt onder water te staan, wat een woonomgeving creëert die aantrekkelijk is voor een bepaald publiek. Er wordt vooral gericht op de meer welgestelde mensen. Dit onderwerp spreekt tot de verbeelding, wat blijkt uit de manier waarop dit onderwerp in het nieuws komt. Veel landelijke kranten schrijven een artikel, over het project, maar ook over het verdwijnen van landbouwgrond (bijvoorbeeld T18).

- **Fusie gemeenten.**

Gerelateerd aan de Blauwestad is het samenvoegen van de gemeenten. Om de Blauwestad goed te kunnen besturen is het volgens sommigen goed om daar één gemeente van te maken. Gecombineerd met de schaalvergroting van gemeenten die in het hele land plaatsvindt, komt er een proces op gang van de samenvoeging van de gemeenten Scheemda, Winschoten en Reiderland. De nieuwe gemeente heet Oldambt.

- **Bad Nieuweschans.**

Voormalig Nieuweschans staat vooral bekend om haar kuuroord (Fontana). Om dit verder uit te kunnen buiten en meer mensen te trekken wordt de naam van het dorp veranderd naar Bad Nieuweschans. Zo'n naamsverandering werd door de media interessant gevonden en kwam in de kranten.

Verdeling

Uit de koppenanalyse blijkt dat Ganzedijk een belangrijk onderwerp is geweest in de berichtgeving van landelijke kranten over Reiderland. Van de 66 koppen gingen er 32 over Ganzedijk. Op de tweede plaats staat het communisme (verkiezingen) met 11 koppen en de derde plaats is voor de Blauwestad met 9 koppen. Verder was de gemeentelijke herindeling (7 koppen) nog van belang. Regionaal is de verdeling heel anders als gevolg van de gebruikte zoekwoorden. Tien van de 35 koppen gaan over landschap en de rest over beleidszaken.

Hoe wordt het gebied gerepresenteerd?

Van twee representaties kan gezegd worden dat ze grotendeels horen bij het nieuwsfeit "Ganzedijk". Dit zijn de associaties "leegstand en verpaupering" en "sociale en hechte dorpsgemeenschap".

- Ganzedijk; leegstand en verpaupering

Door de gebeurtenis “Ganzedijk” is het beeld dat Reiderland een gebied is dat veel kampt met leegstand en verpaupering vaak in de krant gekomen. In het rapport over de sloop van Ganzedijk waren de twee begrippen namelijk belangrijk om te onderbouwen waarop het dorp gesloopt zou moeten worden.

“Het gehucht, net voorbij Finsterwolde, heeft iets weg van een oefendorp van defensie. Veel leegstaande woningen, waarvan sommige met houten schotten zijn dichtgetimmerd.”

Dit beeld van leegstand en verpaupering wordt vaak in dezelfde artikelen nog tegengesproken door de andere groep woordvoerders (de inwoners) aan het woord te laten. Toch komt het beeld van verpaupering wel over. In iets dat ontkend wordt zit vaak wel een kern van waarheid, is de redenatie hierachter.

Een ander beeld dat ook door deze woordvoerders naar voren komt is de achterstand van de bewoners. Een citaat dat hierbij past komt uit T8:

“Hietbrink: “Er zijn veel problemen achter de voordeur. Gescheiden gezinnen, kinderen naar het speciaal onderwijs. De mensen doen een relatief groot beroep op gemeenschapsgelden”.”

- Ganzedijk; hechte dorpsgemeenschap.

In de reactie op de sloopplannen komen de inwoners van Ganzedijk vaak aan het woord. Ze zeggen bijna zonder uitzondering dat de dorpsgemeenschap van Ganzedijk zo hecht is dat de sloop van het dorp ondenkbaar en niet wenselijk is.

“Ganzedijk is een hechte gemeenschap waarin ik zelfs als buitenstaander vlot ben opgenomen. Bovendien kunnen mijn kinderen hier veilig buiten op straat spelen.” (RD8)

Een typisch voorbeeld van de opbouw van een artikel is TG14. Het begint met de vaststelling dat het dorp gesloopt wordt omdat er teveel leegstand is en daardoor verpaupering. Vervolgens komen de inwoners aan het woord. Ze zeggen dat er een hele hechte gemeenschap is, dat mensen een bloemetje komen brengen bij iemand die ziek is en dat ze samen zullen voorkomen dat het plan werkelijkheid wordt. Uit zo'n artikel komen twee beelden naar voren; de verpaupering en de hechte dorpsgemeenschap.

Opvallend is de rol van de verschillende woordvoerders. De eerste groep woordvoerders (KAW, Acantus en de wethouder) noemen vooral de leegstand en verpaupering. De tweede groep (inwoners van Ganzedijk) noemen de hechte gemeenschap. Beide groepen woordvoerders hebben er belang bij dat hun beeld overkomt. KAW, Acantus en de wethouder moeten hun beslissing kunnen onderbouwen. De inwoners willen dat het dorp niet gesloopt wordt en het publiek dus het beeld van een hechte dorpsgemeenschap heeft.

De beide beelden staan tegenover elkaar, de ene is een reactie op de andere, maar ze zijn niet helemaal het tegenovergestelde. De beelden zouden naast elkaar kunnen bestaan, en beiden worden overgenomen.

- Blauwestad

De Blauwestad is aanleiding voor “water” als representatie. Het grootste deel van de getagde tekst delen die over water gaan, gaan over de Blauwestad. Het meer dat daarbij hoort heeft een grote invloed op hoe het landschap eruit komt te zien. FD8 geeft de duidelijkste representatie van het nieuwe landschap: “Een groot meer met een zeilbootje, ruisend riet en her en der een grote villa. Dat is het beeld dat over tien jaar dat van de eindeloze akkers vervangt, die nu nog het landschap vormen ten noorden van Winschoten, middenin het Oost-Groningse Oldambt.”

Een andere representatie die met de Blauwestad te maken heeft is dat het een project is voor de rijkere met dure huizen. Hierover wordt in de kranten gesproken, waardoor Reiderland in deze

representatie rijker en duurder wordt. De vraag is of dit beeld niet wordt overschaduwt door de andere representatie van het Reiderland: verpaupering, leegstand en armoede.

- Arm.

Een ander belangrijk kenmerk van het landschap is volgens de kranten dat het een arm gebied is. Vaak werd het nodig gevonden om te zeggen dat Reiderland traditioneel een arm gebied is, of het armste gebied van Nederland (AD8, NRC7, NRC22, T9, TG13, T24, VK7 en VK14). Vaak is dit een inleiding op het artikel om het gebied te introduceren. T9 is een artikel dat over het werk van een dominee gaat, wat vooral het zorgen voor de armen inhoudt. De kop "Arm Drieborg is toch tevreden" suggereert een artikel waarin het gebied als arm wordt gerepresenteerd. Het artikel maakt deze verwachting waar. Het representeert het gebied als arm.

- Communisme

Het communisme is nog steeds een belangrijk element in representaties van Reiderland. Het communisme wordt net als "arm" gebruikt om het gebied te kunnen typeren. In VK14 over Ganzedijk bijvoorbeeld, wordt aan het eind van het artikel nog kort een beeld geschetst van het gebied rond Ganzedijk. Hierin wordt gezegd dat het een arm gebied is, dat Klinkhamer (van de bekende moord op zijn vrouw en het boek daarover) er vandaan komt en dat Reiderland "tot de laatste gemeenteraadsverkiezingen nog een communistische wethouder" had. NRC7, NRC9, RD6 en VK4 gaan zelfs helemaal over het communisme in Reiderland. De aanleiding hiervoor was een scheuring tussen de communisten in het gebied.

In een artikel over het referendum over de Europese grondwet, wordt Reiderland met één zinnetje genoemd. Reiderland wordt in één zinnetje gerepresenteerd als zowel arm en communistisch, zonder enige nuance:

"In Reiderland, de armste gemeente van Nederland en de machtsbasis van de Nieuwe Communistische Partij Nederland, stemde 84,6 procent van de inwoners tegen."

Wanneer het Reiderland kort getypeerd moet worden zijn communisme en armoede blijkbaar belangrijk (vooral als het om politiek gaat).

- Rust, ruimte en de rurale idylle.

Naast "arm" en "communistisch" zijn rust en ruimte belangrijke termen uit de stereotype mythe van het gebied. De twee woorden worden vaak samen genoemd. Ze horen bij elkaar. Wanneer rust en ruimte genoemd werden in een artikel, waren vooral de inwoners aan het woord. "Het is prachtig hier, zoveel ruimte" (NRC9) en "Wij hebben hier rust en ruimte." (NRC21), zijn citaten van 'nieuwe' bewoners (zogenaamde 'import'). Ook om een typering te geven van het gebied worden de woorden rust en ruimte vaak gebruikt. Een typische introductie van het gebied wordt gegeven in NRC2: "Rust, ruimte en een kilometersver uitzicht.

"Waar vind je dat nog", vraagt Alie Dittrich uit Ganzedijk zich af. Ze wijst naar de uitgestrekte akkers aan de lange H.R. Remmersweg in het Oost-Groningse gehucht. Aan de straat staan twee-onder-één-kapwoningen uit de jaren vijftig."

Veel belangrijke elementen van de rurale idylle komen hierin voor (rust, ruimte, uitgestrektheid en akkers).

6.2 Conclusie krantenrepresentaties

Nieuwsverhalen

Representaties in kranten zijn anders dan representaties door mensen in de vorm van associaties. De voornaamste bezigheid van een krant is natuurlijk het beschrijven van het nieuws. Hierdoor staan in een krant vooral nieuwsverhalen die een gebied niet op zo een directe manier representeren als de respondenten in de enquête. Maar door de nieuwsfeiten heen wordt wel degelijk een gebied gerepresenteerd. Het kost wat moeite om deze eruit te halen, maar voor een lezer wordt in de nieuwsverhalen wel een beeld geschetst van het gebied. In de meeste nieuwsverhalen wordt ingezoomd op een klein onderdeel van de representatie van het gebied, maar bij elkaar opgeteld ontstaat er een vrij compleet beeld dat goed te vergelijken is met representaties van de respondenten.

Gebeurtenissen

Wat opvalt als gekeken wordt naar representaties van de gebieden in de krant, is dat bijna alle representaties te maken hebben met gebeurtenissen. Dit heeft te maken met de manier waarop een krant representeert, namelijk door het vertellen van nieuwsverhalen heen. Dat het nieuws is, is dus een voorwaarde om in de krant te komen (zie voor meer over nieuws hoofdstuk 2.2). Nieuws heeft bijna altijd te maken met een gebeurtenis. Daarom is het voor een representatie alleen mogelijk om in de krant te komen als deze verbonden kan worden aan een gebeurtenis.

Woordvoerders

In een representatie in de krant is het van groot belang wie er aan het woord gelaten worden. Wie er aan het woord is, heeft een grote invloed op welk beeld er naar voren komt. Met Ganzedijk als voorbeeld: welk beeld zou er over zijn gekomen als de inwoners niet aan het woord waren gekomen? Dan waren alleen de beleidsmakers aan het woord gekomen, waardoor automatisch alleen het beeld van die beleidsmakers naar voren zou komen.

Afstand en regionale artikelen.

Zoals in hoofdstuk vier, over nieuwsrepresentaties, duidelijk gemaakt is komt een gebeurtenis die zich voor het publiek dichtbij afspeelt eerder in de krant dan een gebeurtenis ver weg. Terugkomend op die theorie zal hieronder besproken worden hoe dit van toepassing is op het verschil tussen regionale en landelijke kranten. Een regionale krant heeft geografisch een specifiek publiek. Dit betekent dat de geografische locatie van dit publiek maar afgebakend is, ze zitten in een kleiner gebied. Hier kunnen de nieuwsfeiten die besproken worden beter worden afgestemd en komen er dus meer gebeurtenissen in het nieuws die dichterbij gebeurd zijn. Ook 'kleinere' gebeurtenissen, die voor mensen uit een ander werelddeel, of zelfs landsdeel, totaal niet interessant zijn komen dan in de krant. Een regionale krant zal dus, vanwege haar meer afgebakende publiek, meer kleinere nieuwsfeiten bespreken. Een landelijke krant bespreekt alleen nieuwsfeiten die voor het grootste gedeelte van haar publiek interessant zijn. Uit de analyse blijkt dat ook: regionale kranten hebben meer *nieuws*artikelen over de gebieden (die voor de landelijke media nogal perifeer liggen) dan landelijke kranten. De landelijke artikelen hebben meer *achtergrond*artikelen.

Dat afstand ook in overdrachtelijke zin geldt blijkt uit het volgende voorbeeld. De paardenstorm in de buitendijkse gebieden bij Marrum zijn veel besproken, zowel in de regionale (Leeuwarder Courant) als in de landelijke dagbladen. Dat de paarden dood zijn gegaan zou normaal gesproken voor een kort bericht in de kranten gezorgd hebben. Het is immers in de periferie van Nederland en heeft niet veel effect op het leven van een lezer. De enige reden dat het zoveel besproken werd is

omdat het voor de lezer 'dichtbij' kwam, in overdrachtelijke zin. Emotioneel was het een belangrijke gebeurtenis. De lezers 'herkende' zich erin. Hierdoor werd het relevant en kon het zoveel en uitgebreid besproken worden.

Naast dat de nationale kranten minder nieuwsartikelen hebben, gaan die nieuwsartikelen ook voornamelijk over één onderwerp. De nieuwsberichtgeving uit het gebied is éézijdig; in de woorden van Avraham (2000) ééndimensionaal. Dat wil zeggen: het gebied komt niet in het nieuws, tenzij er iets gebeurt. En de drempel is bij landelijke kranten vrij groot (blijkt uit de hierboven gegeven verhandeling over afstand). De berichtgeving is hierdoor vooral gericht op één nieuwsfeit. Hierdoor is de representatie van Reiderland vooral gebaseerd op berichten over Ganzedijk en die van Ferwerderadiel vooral op berichten over de paardenstorm.

Uitleiding

Omdat in een krant de nieuwsfeiten centraal staan en niet het gebied zelf, was het vaak lastig een beeld te destilleren. Er wordt niet een *directe* representatie van het gebied gegeven zoals de respondenten wel doen. Het is dan ook niet gebruikelijk een analyse te doen van de representatie van een *gebied* in de kranten. Veel gebruikelijker is het om de representatie van een bepaald fenomeen te analyseren (Gould, 2004, Sekuur, 2010, Branston en Stafford, 2003).

In het volgende hoofdstuk worden conclusies getrokken door een vergelijking te maken tussen de twee soorten representaties.

7/Conclusies

Om de hoofdvraag van dit onderzoek – wat zijn de overeenkomsten en verschillen tussen representaties van minder populaire plattelandsgebieden van respondenten en in kranten – te beantwoorden is na een bespreking van beide beelden een vergelijking nodig. In dit hoofdstuk wordt bekeken hoe deze vergelijking uitvalt. Daarbij worden niet meer per gemeente alle verschillen en overeenkomsten genoemd de verschillende gemeenten als voorbeeld aan bod.

Associaties die veel door respondenten genoemd zijn, zijn rust, ruimte, natuur, gezelligheid en vrijheid (zie tabel 5 en tabel 6). Per gebied lopen de associaties niet veel uiteen. Maar de verschillen die er zijn, zijn wel belangrijk. Dit zijn juist de associaties die het gebied onderscheiden van de andere gebieden. Voorbeelden hiervan zijn voor Reiderland het communisme, de armoede en de hechte dorpsgemeenschap en voor Ferwerderadiel de zee en het water. In de krant komen de door nieuwkomers meest genoemde associaties niet zoveel voor, en is de volgorde heel anders. Blijkbaar spelen in de krant andere factoren een rol dan bij de nieuwkomers. In de krant komen andere associaties voor. Deze hebben vaak te maken met nieuwsfeiten.

Welke associaties uit de kranten komen ook terug bij de nieuwkomers, en hoe komt dat?

Nieuwsfeiten of nieuwsonderwerpen komen vrijwel nooit letterlijk voor in respondentassociaties. Zelfs niet als ze voor het grootste deel het beeld van een gebied bepalen in de krant. Hét voorbeeld hiervoor is de zehondencrèche in de Marne. Een groot deel van de artikelen over de Marne ging over de zehondencrèche, maar de crèche is als associatie niet één keer genoemd door de respondenten. Ook andere nieuwsfeiten kwamen weinig voor. Van sommige van deze krantenrepresentaties kunnen we zeggen dat aangrenzende concepten wel terugkomen in representaties van respondenten. Zo komen de woorden “wind”, “zee” en “water”, die vaak voorkomen in de krantenrepresentatie van Ferwerderadiel ook in de genoemde associaties van respondenten erg vaak voor (vooral vergeleken met andere gebieden). Ook voor “hechte dorpsgemeenschap” geldt dit, alleen die werd ook vaak bij de gebieden genoemd waar in de krant niet “hechte dorpsgemeenschap” genoemd werd. Aan de andere kant staat de representatie van Reiderland als verpauperd gebied, die wel vaak voorkwam in de krant, maar niet in de respondentenrepresentatie. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat inwoners hun gebied echt als positiever zagen dan de beleidsmakers. Een andere, hieraan gerelateerde verklaring is die van de cognitieve resonantiereductie. Dit houdt, in dit geval, in dat een inwoner altijd zal volhouden dat het gebied mooi is om zijn keuze om dit tot zijn woongebied te maken niet te verloochenen.

Soms komt het voor dat de vergelijking wel heel duidelijk wordt. Bijvoorbeeld als de inwoners zelf onderdeel van het nieuws uitmaken. Dit was bij Ganzedijk het geval. Het beeld dat in de krant over Reiderland naar voren kwam bestond voor een groot gedeelte uit een beeld van een sociale en hechte dorpsgemeenschap. Dit beeld is direct te relateren aan het beeld van de inwoners. Dit komt omdat het ook de inwoners waren die dit beeld in de krant neerzetten.

Zoals in de conclusie van hoofdstuk 6 duidelijk werd is een representatie van een krantenartikel gebonden aan de beperkingen van het krantenartikel. Voor de vergelijking is dit van belang. Door deze beperkingen komen alleen bepaalde representaties voor in de krant. Dit is de belangrijkste verklaring voor zowel de overeenkomsten en verschillen tussen de krantenrepresentatie en de nieuwkomersrepresentatie. Een associatie of beeld komt dus lang niet altijd terug in de krant. Wil een beeld voor kunnen komen in de krant, dan moet het tenminste voldoen aan de volgende voorwaarden:

1. Het beeld kan gerelateerd worden aan een nieuwsfeit
2. Degene die dat beeld heeft, komt ook aan het woord in de krant.

Dit geldt ook voor de nieuwkomersrepresentaties. Uit de vergelijking blijkt ook dat alle overeenkomsten tussen de twee representaties voldoen aan bovenstaande voorwaarden. Hierbij moet de eerste voorwaarde nog worden verbreed. Niet alleen beelden gerelateerd aan nieuwsfeiten komen in de krant, maar ook sterke stereotypen. Het communisme in Reiderland is hier een goed voorbeeld van. Niet altijd was communisme in de krant gerelateerd aan de verkiezingen. Dit stereotype werd dan gebruikt om het gebied te typeren. Daarbij komt gelijk de tweede voorwaarde aan bod: de woordvoerder. Vaak is de journalist de woordvoerder. De gebruikte stereotypen zijn dan het beeld dat onder andere de journalist heeft. Omdat de journalist per definitie in de krant komt, komen de beelden van de journalist ook in de krant.

De invloed van de gebeurde nieuwsfeiten op de associaties die in de krant voorkomen is groot. Zo komt het ook dat de associaties die met het paardendrama te maken hebben in Ferwerderadiel ook zo vaak voorkwamen (zee, polder, buitendijks gebied et cetera).

Ook associaties die wel vaak in de nieuwkomersrepresentatie voorkwamen maar niet in de krant kwamen voor. Zo waren er veel associaties die ontzettend vaak door de respondenten genoemd werden, maar in de krant veel minder voorkwamen. Dit zijn namelijk associaties die voor een krant minder geschikt zijn. Ze zijn moeilijk te verbinden aan een nieuwsfeit en degenen die deze representatie hebben (blijkbaar nieuwkomers) komen in de krant weinig aan het woord. Op bijna de hele top tien van de totale associaties is dit van toepassing. Voorbeelden hiervan zijn “rust”, “ruimte” en “natuur”. De onderscheidende associaties zijn vaak wel in de krant terug te vinden (communisme, armoede, zee, dijken, polders).

Een goed voorbeeld over het belang van woordvoerders bij de vergelijking tussen de representaties is de manier waarop tegen het wonen in de gemeente wordt aangekeken.

Wat opvalt is dat de respondenten voornamelijk een idyllisch beeld schetsen van het gebied. In de top tiens staan veel associaties die horen bij een idyllisch platteland.

Bij Ferwerderadiel geven de kranten een tegenovergesteld beeld. Wanneer er gesproken wordt over wonen, komt het idyllische ruime wonen op het platteland minder bod en gaat het vooral over de leegloop en verpaupering van de huizen (RD1, VK6). Het idyllische beeld dat respondenten over wonen in Ferwerderadiel hebben komt niet terug in representaties in de krant. In Ferwerderadiel zijn vooral de beleidsmakers en een makelaar aan het woord. Die hebben het vooral over de problemen met het wonen in Ferwerderadiel. Hierdoor komt het gebied in de kranten als onaantrekkelijk woongebied over. Een reden hiervoor kan zijn dat de bewoners in de krant bijna niet aan het woord komen. Het wonen in Reiderland bijvoorbeeld, waar bewoners wel vaak aan het woord komen, wordt in de krant namelijk veel genuanceerder gerepresenteerd. In Reiderland komen ook de positieve kanten van het wonen in de gemeente naar voren, omdat de bewoners veel aan het woord zijn. De positieve kanten van het wonen in Reiderland worden dus in de krant meer gerepresenteerd dan de positieve kanten van het wonen in Ferwerderadiel, terwijl er volgens de nieuwkomers niet een groot verschil in zit (zie tabel 5). Welke woordvoerders er aan bod komen, blijkt uit dit voorbeeld, bepaalt voor een groot deel hoe het gebied gerepresenteerd wordt.

Het voorbeeld van Ganzedijk in Reiderland is een extreem voorbeeld van het belang van woordvoerders. De nieuwkomers spelen daar namelijk in het nieuws een belangrijke rol. Ze zijn daar zelf de woordvoerders. Representaties van nieuwkomers komt dus overeen met representaties van deze woordvoerders, zodat representaties van de nieuwkomers in de krant komt.

Het bovenstaande leidt tot de conclusie dat de relatie tussen de krantenrepresentatie en de nieuwkomersrepresentatie moeilijk te beschrijven is. Het ene is niet het gevolg van het andere. Eerder is er sprake van een wisselwerking. De beide representaties worden wederzijds beïnvloed.

De nieuwkomersrepresentatie heeft overeenkomsten met de krantenrepresentatie en de krantenrepresentatie lijkt sommige associaties te lenen van de nieuwkomers. In de minder populaire gebieden waren er zowel overeenkomsten als verschillen. Mercille (2005) onderzocht de invloed van media in Tibet, en ontdekte daar een veel grotere overeenkomst. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat Mercille het beeld van toeristen onderzocht. Dat toeristenbeeld is over het algemeen minder gecompliceerd en compleet dan het beeld van inwoners, en meer beïnvloed door kennis uit een andere bron dan eigen ervaring (Mercille, 2005). Daardoor zouden representaties van toeristen meer overeenkomen met de representaties van de massamedia dan representaties van inwoners. Bij de minder populaire gebieden waren vooral de onderscheidende associaties belangrijk. Dit waren de associaties die het gebied volgens de nieuwkomers uniek maken tegenover het platteland in het algemeen. Dit waren ook de associaties die vooral voorkwamen in de krant (het communisme, de armoede en de sociale dorpsgemeenschap bij Reiderland, het water, dijken en polders bij Ferwerderadiel).

8/Aanbevelingen

Natuurlijk kon in dit onderzoek vanwege tijdgebrek niet alles besproken worden. Veel vragen zijn blijven liggen en sommige dingen zijn niet onderzocht. Daarom volgt hier een serie aanbevelingen van vragen die wel opkwamen in de loop het onderzoek, maar zijn blijven liggen.

Nieuwkomersrepresentaties

Een andere aanbeveling voor verder onderzoek is om het verschil te onderzoeken tussen representaties van buitenstaanders en inwoners van een gebied. In het geval van de associatie 'boeren' was het interessant geweest om te weten of buitenstaanders deze wel zouden noemen als associatie met het gebied. Verder is het mogelijk interessant om net als Halfacree (1995), Haartsen (2002) en Van Dam (2002) de associaties te verdelen in categorieën om zo andere verbanden te kunnen ontdekken. Ook is het interessant om de verhalen achter de associaties te onderzoeken. Waarom noemen mensen bepaalde associaties?

De enquête bevat een schat aan informatie die nog ontdekt kan worden.

Krantenrepresentaties

In onderzoek naar krantenrepresentaties is nog een aantal dingen blijven liggen in dit onderzoek dat wel interessant is om te bekijken. Zo is het verschil tussen regionale en landelijke kranten interessant. Representeren regionale kranten een gebied anders dan de landelijke? De verwachting is dat de regionale kranten een veel gedetailleerder en minder stereotype representatie van het gebied hebben dan de landelijke omdat de regionale dichterbij het gebied staan en dus meer en uitgebreider berichten over het gebied. Verder ligt het voor de hand om meerdere gebieden te onderzoeken en met een langer tijdsbestek. Hierdoor komen meer nieuwsfeiten en gebiedsrepresentaties naar voren waardoor hiertussen misschien een beter verband gelegd kan worden.

Vergelijking

Er kan op basis van dit onderzoek geen uitspraak gedaan worden over de causaliteit. Hebben de kranten invloed op het beeld van de lezers? Of bepaalt het beeld dat de lezers hebben wat er in de krant komt? Deze vragen kunnen alleen beantwoord worden als er vastgesteld wordt dat het ene vooraf gaat aan het andere en als er geen derde variabele in het spel is (Terpstra, 2007). Deze vragen konden niet beantwoord worden met dit onderzoek. Aangezien representeren een ingewikkeld proces is, is het onmogelijk om aan deze voorwaarden te voldoen. Een derde variabele is nooit uit te sluiten, er is van alles dat invloed heeft op een beeld van iets of iemand. Ook de volgorde in de tijd is onmogelijk te achterhalen. Aanbeveling is dan ook om, bij verder onderzoek niet achter een causaal verband proberen te komen.

9/Discussie

Nieuwkomersrepresentatie.

De vergelijking tussen het plattelandsbeeld en het beeld van het gebied is gevoelig voor kritiek. Zo is één verklaring voor het verschil dat er in de enquête gestuurd zou zijn. Het beeld van het eigen woongebied betrok de respondent mogelijk te veel op een te klein woongebied. Er is echter eerst gevraagd naar vier associaties bij het woord “platteland” en vervolgens naar vier associaties bij het eigen woongebied. Het zou dan logischer zijn om voor het eigen gebied ook breed te denken, dus ook de weilanden en boeren bij het beeld te betrekken. Dat mensen andere associaties *noemen* komt dus omdat mensen andere associaties *hebben* bij de twee dingen.

Krantenrepresentatie.

In dit onderzoek is er van uit gegaan dat het beeld van een gebied bestaat uit de optelsom van de beelden die uit de verschillende artikelen naar voren kwamen. Een artikel is in bepaald opzicht natuurlijk een op zichzelf staand beeld. Daar is wel degelijk rekening mee gehouden in de analyse. De bespreking aan de hand van de nieuwsfeiten is hier het gevolg van.

Een ander kritiekpunt zou kunnen zijn dat de beelden die in de artikelen naar voren kwamen vaak niet het beeld van het *gebied* is maar eerder het beeld van het dorp, of van een gebied op groter schaalniveau. Zo is het de vraag of verpaupering, die in de analyse bij Reiderland hoorde, niet alleen geldig is voor Ganzedijk. Is er niet te veel gegeneraliseerd, dat wil zeggen een representatie die geldt voor een dorp op de hele gemeente te betrekken? Misschien, maar hier moet bij bedacht worden dat een lezer van de krant ook generaliseert. Het beeld dat hij van Reiderland krijgt is nou eenmaal een optelsom van de beelden van de verschillende dorpen.

Vergelijking.

Een krantenrepresentatie is heel iets anders dan een representatie door personen gegeven. Zoals ook al eerder gezegd is de manier van representeren heel anders. Daarom rijst de vraag of de vergelijking wel geldig is. Omdat het beide representaties waren over hetzelfde gebied, is de vergelijking geldig.

10/Literatuur

- Avraham, E. (2000). Cities and their news media images. *Cities*, 17(5), 363-370.
- Baarda, D. B., de Goede, M. P. M., & Teunissen, J. (1995). *Basisboek kwalitatief onderzoek : praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek* (1e dr ed.). Houten: Stenfert Kroese.
- Barker, C. (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. London etc.: Sage.
- Barthes, R. (1975). *Mythologieën* (C. Jongenburger Trans.). Amsterdam: Arbeiderspers.
- Bijker, R. A., & Haartsen, T. (2009). Rural migration in the North of the Netherlands: who moves to less popular areas and why? *European Network for Housing Research Conference*, Prague.
- Boyle, P., Halfacree, K., & Robinson, V. (1998). *Exploring contemporary migration*. Harlow: Longman.
- Branston, G., & Stafford, R. (2003). *The media student's book* (3 [rev] ed.). London etc.: Routledge.
- Buikema, R., Meijer, M., & Smelik, A. (1995). Postmoderne cultuur en representatie. In M. Brouns, M. Verloo & M. Grunell (Eds.), *Vrouwenstudies in de jaren negentig : een kennismaking vanuit verschillende disciplines* (pp. 78-106). Bussum: Coutinho.
- de Saussure, F., Bally, C., & Harris, R. (1983). *Course in general linguistics*. London: Duckworth.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1973). Structuring and selecting news. In S. Cohen, & J. Young (Eds.), *The manufacture of news: Deviance, social problems and the mass media* (pp. 62-80). London: Constable.
- Gould, D. (2004). *Writing a Media Analysis*. Washington: Communications Consortium Media Center.
- Haartsen, T. (2002). *Platteland: boerenland, natuurterrein of beleidsveld? : een onderzoek naar veranderingen in functies, eigendom en representaties van het Nederlandse platteland*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Haartsen, T., Groote, P., & Huigen, P. P. P. (2003). Measuring age differentials in representations of rurality in The Netherlands. *Journal of Rural Studies*, 19(2), 245-252.
- Halfacree, K. H. (1995). Talking about rurality: Social representations of the rural as expressed by residents of six English parishes. *Journal of Rural Studies*, 11(1), 1-20.
- Hall, S. (1973). The determinations of news photographs. In S. Cohen, & J. Young (Eds.), *The manufacture of news : social problems, deviance and the mass media* (pp. 176-190). London: Constable.
- Hall, S. (1973). Encoding/decoding. In Center for Contemporary Cultural Studies (Ed.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1973-79* (pp. 128-138). London: Hutchinson.
- Hall, S. (1997). *Representation : cultural representations and signifying practices*. London etc.: Sage.
- Heins, S. (2002). *Rurale woonmilieus in stad en land : Plattelandsbeelden, vraag naar en aanbod van rurale woonmilieus*. Delft: Eburon.

- Hoare, A. G. (1991). Making the News: Spatial and Non-Spatial Biases in British Parliamentary Reports of the Rowntree-Mackintosh Takeover. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, 73(2), 95-109.
- Holloway, L., & Hubbard, P. (2001). *People and place. The extraordinary geographies of everyday life*. Harlow: Pearson.
- Jones, O. (1995). Lay discourses of the rural: Developments and implications for rural studies. *Journal of Rural Studies*, 11(1), 35-49.
- Kuckartz, U. (2007). *MAXQDA 2007 Reference Manual* (J. Poppe Trans.).
- Mercille, J. (2005). Media effects on image: The Case of Tibet. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1039-1055.
- Mingay, G. (ed.) (1989) *The Rural Idyll*. London, Routledge.
- Pellenbarg, P., & Meester, W. (2009). Regional Marketing to Change Regional Images: The Example of the Groningen Province Campaign. *European Spatial Research and Policy*, 16(1), 23-39.
- Rose, G. (2007). *Visual methodologies : an introduction to the interpretation of visual materials* (2nd ed.). London etc.: Sage.
- Schama, S. (1995). *Landschap en herinnering* [Landscape and memory] (K. van Santen, D. Vermeer Trans.). Amsterdam etc.: Contact.
- Sekuur, M. A. Representaties van vogelaarwijken. (Msc., Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen).
- Smith, D. P., & Phillips, D. A. (2001). Socio-cultural representations of greentrified Pennine rurality. *Journal of Rural Studies*, 17(4), 457-469.
- Terpstra, P. R. A. (2007). *Sheets behorende bij het college Methodologie*. Groningen:
- van Dam, F., Heins, S., & Elbersen, B. S. (2002). Lay discourses of the rural and stated and revealed preferences for rural living. Some evidence of the existence of a rural idyll in the Netherlands. *Journal of Rural Studies*, 18(4), 461-476.
- Veldkamp, H., Brouwer, A., Grootjans, N., & Vermeer, D. (2010). *Migratie naar Krimpgebieden: Een onderzoek naar de verhuismotieven van verhuizers naar vier Noord-Nederlandse gemeenten*.
- Wester, F. (2006). *Inhoudsanalyse : theorie en praktijk*. Deventer: Kluwer.
- Wester, F., & Peters, V. (2004). *Kwalitatieve analyse : uitgangspunten en procedures*. Bussum: Coutinho.
- Woods, M. (2005). *Rural geography : processes, responses and experiences in rural restructuring*. London etc.: Sage.