

CENSAS

Centre for Sustainable Animal Stewardship

Dierendialoog 2022: Dieren in Beeld

Publieksverslag



Universiteit Utrecht

Diergeneeskunde



WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH

Colofon

© Centre for Sustainable Animal Stewardship (CenSAS), 2023

Niets uit deze publicatie mag worden overgenomen zonder voorafgaande toestemming van CenSAS. Verwijzen naar deze publicatie kan onder vermelding van "Centre for Sustainable Animal Stewardship (CenSAS), Dierendialoog 2022: dieren in beeld, publieksverslag, 2023".

Tekst en opmaak: S.M.G. Verweij, M.F. Giersberg, F.L.B. Meijboom

Foto's: CenSAS

Figuren: beelden opgenomen om een indruk te geven van de media uiting, voor bronvermelding zie pagina 27

Contact

E-mail: CenSAS@uu.nl

Website: www.censas.org



Inhoudsopgave

▶ Colofon	2	▶ Samenvatting	24
▶ Inhoudsopgave	3	▶ Stof tot nadenken	26
▶ Voorwoord	4	▶ Bronvermelding	27
▶ Over CenSAS	6	▶ Dankwoord	29
▶ Thema Dieren in Beeld	7		
▶ Dierendialoog 2022	9		
De gespreksthema's:			
▶ Dieren in reclame (1)	10		
▶ Dieren in reclame (2)	13		
▶ Dieren als figuranten	16		
▶ Dieren als acteurs	18		
▶ Dieren met social media accounts	21		



Voorwoord

Een kat met zijn eigen Twitteraccount, een reclame met een hond gewikkeld in wc-papier of dieren als acteur in een film. In een wereld waarin beelden steeds belangrijker worden, komen we ook vaak dieren tegen in de media. Maar wat zijn eigenlijk de effecten daarvan? Zorgen beelden van dieren voor meer begrip en inzicht of leidt het juist tot een vertekend beeld? Mag je dieren eigenlijk wel voor reclame gebruiken?

Hierover gingen ruim 85 deelnemers met elkaar in gesprek op 29 november 2022 in het Koninklijke Burgers' Zoo. Wij kijken terug op een geslaagde CenSAS Dierendialoog. De gespreksthema's leidde tot uiteenlopende vragen omtrent het verantwoord inzetten van dieren voor communicatiedoeleinden. In de dialoog kwam duidelijk naar voor dat beelden van dieren aanzetten tot gesprek. Beelden helpen om over dieren te praten en te denken. Ze laten ook zien hoe we tegen dieren aankijken en hoe we zoeken naar een verantwoorde omgang met dieren. Tijdens de dialoog werd duidelijk dat dieren - als onderdeel van de samenleving - niet weg te denken zijn in media. Het roept wel de vraag op hoe je een goed beeld geeft van dieren. Hoe kun je media inzetten om belangen van dieren en respect voor dieren te bevorderen?

Met dit verslag geven we u een indruk van de inhoud van de gesprekken. Niet om een compleet beeld te geven, maar wel om verschillende concepten en achterliggende waarden te benoemen die de deelnemers hebben genoemd bij het thema 'dieren in beeld'. Wij sluiten dit publieksverslag af met vragen voor de toekomst, zodat het gesprek over de omgang met dieren breder wordt opgepakt.

Veel leesplezier gewenst!

Franck Meijboom | Hoofd CenSAS





Over CenSAS

CenSAS staat voor het duurzaam en verantwoord samenleven van mens en dier. Het is een samenwerking tussen de faculteit Diergeneeskunde van Universiteit Utrecht en de Animal Sciences Group van Wageningen University & Research.

In Nederland leven veel mensen en dieren op een klein oppervlak. Mensen houden dieren voor productie, als gezelschap en voor onderzoek. Naast de 17,5 miljoen mensen in 2021, telde Nederland 116 miljoen landbouwhuisdieren, 9,7 miljoen gezelschapsdieren (vissen niet meegerekend), minder dan 0,5 miljoen proefdieren en een onbekend aantal wilde dieren.

De omgang met dieren is een thema dat breed leeft in de samenleving en dierenwelzijn gaat mensen aan het hart. Maar hoe moeten wij op een goede manier met dieren samenleven en met ze omgaan? En wat is eigenlijk goed? Over deze vragen is een maatschappelijk debat gaande, waaraan personen en organisaties met uiteenlopende standpunten deelnemen. Denk aan kwesties als het scheiden van melkkoeien en van hun kalveren, het vestigen van de wolf of het fokken van rashonden. Wat willen we hier als samenleving mee?

Zoveel mensen, zoveel meningen en visies. De een vindt dat dieren gebruikt en gedood mogen worden voor de productie van voedsel, de ander is van mening dat mensen dieren helemaal niet mogen

gebruiken. Deze uiteenlopende standpunten maken het lastig om simpele antwoorden en oplossingen te vinden. Laat staan oplossingen waarin iedereen zich kan vinden.

Tijd voor dialoog

CenSAS wil een dialoog tot stand brengen over de omgang met dieren, waarin alle partijen op een constructieve manier deelnemen en waarin verschillende belangen (inclusief die van dieren) worden meegenomen. De dialoog moet wetenschap, bedrijfsleven en maatschappij met elkaar verbinden. Er moet ruimte en respect zijn voor verschillende visies.

De CenSAS Dierendialoog is een jaarlijks terugkerend evenement voor iedereen die wil meedenken over de omgang met dieren. Of je nu vanuit je werk of privé met dieren bezig bent, iedereen is welkom. Tijdens de Dierendialoog gaan deelnemers in groepjes met elkaar in gesprek over verschillende situaties waarin mens en dier elkaar tegenkomen. De dialoog is de plek waar ruimte is voor verschillende visies, meningen en expertises. Het is de plek waar verbinding tot stand komt en in gezamenlijkheid wordt gezocht naar duurzame en verantwoorde oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken.



overzicht

Thema | Dieren in beeld

Dieren zijn niet meer weg te denken binnen de audiovisuele cultuur. Mensen die zelf geen dieren in huis hebben, zien nog dagelijks dieren op televisie of op billboards langs de weg. De toestroom aan kattenfilmpjes op social media is enorm en die vallen nog eens bij velen in de smaak. Dieren zijn daarmee in de cultuur van mensen verweven. Ze maken er onderdeel van uit. Maar het dier op deze manier een podium geven heeft ook gevolgen. Beelden construeren en reflecteren de werkelijkheid. In de wetenschap is er dan ook telkens meer aandacht voor het analyseren van dieren als cultureel gedaante. De manier waarop wij mensen dieren vastleggen in beeld, zegt niet alleen veel over hoe wij naar ze kijken, maar heeft ook effect op hoe wij met ze omgaan. Als we spreken van een duurzame en verantwoorde omgang met dieren, wat betekent dat dan voor het gebruik van dieren in media? Deze vraag stond centraal tijdens De Dierendialoog 2022.

Het thema 'dieren in beeld' voor deze vierde CenSAS Dierendialoog ontstond vanuit de betrokkenheid bij het project '**Dierbaar Dubbelzinnig**', waarin initiatiefnemers Liesbeth Feikema en Wieke Eefting verschillende perspectieven op mens-dier relaties onderzoeken. Een van de doelen van het project is het aanmoedigen van het gesprek over verschillende relaties tussen mens en dier, die soms ook tegenstrijdig lijken te zijn. Beeld vormde een belangrijk onderdeel binnen het project. Tijdens de fototentoonstelling in 2021 werden deelnemers uitgenodigd hun mening te geven over stellingen die aan de beelden werden gekoppeld. De eerste onderzoeksresultaten van het

project presenteerden de initiatiefnemers voorafgaand aan de dialoog. Maarten Reesink was de 'keynote speaker' van deze dag en is verbonden aan de afdeling Mediastudies en het Instituut voor Interdisciplinaire Studies (ISS) van de Universiteit van Amsterdam. Hij liet aan de hand van allerlei voorbeelden zien hoe dieren binnen de audiovisuele cultuur op verschillende manieren worden neergezet. In onder andere films en kinderboeken zien we dat dieren verschillende rollen krijgen aangemeten en worden hen allerlei eigenschappen en emoties toegedicht die eigenlijk typisch menselijk zijn. Dit wordt ook wel **antropomorfisme** genoemd. Maar bestempelen we dit eigenlijk als goed of fout? Of is er ook een middenweg? Deze vraag werd (indirect) beantwoord aan de verschillende gesprekstafels.

De Dierendialoog 2022, bestond uit vijf verschillende gespreksthema's:

1. Dieren in reclame (1)
2. Dieren in reclame (2)
3. Dieren als figuranten
4. Dieren als acteurs
5. Dieren met social media accounts

In dit publieksverslag worden deze afzonderlijk besproken, met eerst de context en vervolgens de vragen en ideeën die dit bij de deelnemers opriep.



overzicht



Dierendialoog 2022

Voor een constructieve dialoog in de omgang met dieren, ziet het CenSAS het als haar taak de maatschappij in volle breedte te laten deelnemen in gesprekken. Dit jaar spraken 85 mensen met elkaar over 'Dieren in Beeld', mensen met verschillende achtergronden. De meerderheid daarvan werkzaam bij een organisatie die op enige wijze te maken heeft met dieren, vertegenwoordiging was sector breed. Daarnaast waren er mensen aanwezig die vanuit privé geïnteresseerd waren.

De deelnemers waren ingedeeld in 12 afzonderlijke groepen van max. 8 personen. Na een korte kennismaking, introduceerde de gespreksleider het thema aan de hand van een videofragment of geprinte media (afhankelijk van thema). Bij een dialoog is het belangrijk dat het gesprek zo natuurlijk mogelijk verloopt. De gespreksleiders hadden wel als houvast een paar voorbeeldvragen ontvangen, welke zij mogelijk konden stellen voor verdere diepgang. Daarnaast waren er een paar stappen geformuleerd:

Stap 1: Eerste indrukken (inventarisatie)

Stap 2: Inhoudelijke diepgang

Stap 3: Ideaalbeeld voor de toekomst

Het doel van de gespreksleider was dan ook niet om de leiding te nemen in het gesprek, maar om de voorwaarden te scheppen van een constructieve dialoog. Zodat de groep kan werken als één mechanisme en iedereen de ruimte krijgt meningen en visies te delen.

Daarnaast kent een dialoog nog een aantal andere kenmerken:

- *Geen discussie: visies kunnen naast elkaar bestaan*
- *Bereidheid om eigen mening aan te passen*
- *Open voor diversiteit*
- *Vermogen tot luisteren en doorvragen*
- *Er bestaat geen goed of fout*

Dit publieksverslag is geschreven naar aanleiding van notulen (5 groepen), aantekeningen van deelnemers op flipover vellen (6 groepen) en nabeschouwing van enkele moderatoren (3 groepen).



Introductie thema 1 | dieren in reclame

Klik [hier](#) voor de reclame 'Volkswagen Zit', het vertrekpunt voor thema 1. Onderstaand een korte samenvatting van wat u te zien krijgt.

Korte omschrijving beeld

Een Bordeaux dog springt uit de achterbak van een auto. Deze loopt met twee volwassenen en twee jonge kinderen een bosrijke omgeving in. De zon schijnt. De volwassenen zitten op een bankje en kijken naast zich. De hond zit met zijn billen op een houten bankje, maar zijn voorpoten nog op de grond (*Figuur 1: Beeld 1*). Een onnatuurlijke houding, voor het dier, die wel normaal zou zijn voor de mens. Ze lopen verder. De man fluit op zijn vingers. Vervolgens zie je de hond met zijn billen op de grond zitten, met zijn rug tegen een boomstam. Het dier kijkt omhoog en bromt. Een onbekende vrouw kijkt op en fronst.



Figuur 1: Stilstaand beeld van reclamevideo waarin de Bordeaux dog een rol speelt (Volkswagen Nederland, 2017)

De hond zit met zijn billen in een kinderwagen. Opnieuw een onnatuurlijke houding, welke wel overeenkomt met de houding van mensen. Het dier maakt een brommend geluid, terwijl de man de kinderwagen beweegt en omhoog doet, stapt de hond er uiteindelijk uit. In de volgende scene zie je de hond zitten in een tuinstoel. De hond valt vervolgens met de tuinstoel achterover. De onbekende vrouw en de vier mensen kijken allen op.

Weer terug bij de auto wijst de man naar de achterbak, maar de hond loopt vervolgens naar de bijrijdersstoel en gaat daar zitten. De vrouw kijkt de man aan, de man fronst. De hond bromt en kijkt naar de mensen. De auto rijdt, de hond zit op de bijrijdersstoel, raam open, zijn/haar gezicht in de zon en wind. Tekst: "Een nieuwe Volkswagen. Wie wil daar nou niet in zitten?".

overzicht

Gespreksverslag thema 1 | dieren in reclame

Eerste indruk

Wat gelijk opvalt is dat de hond onnatuurlijke (maar menselijke) houdingen aanneemt in het filmpje. Een groep was het erover eens dat hierdoor het filmpje 'niet helemaal ethisch juist is'. De reclamemakers hebben een voorbeeldfunctie. Het is voor de kijker en de deelnemers niet te achterhalen of het beeld (de hond) digitaal bewerkt is. Dat hoeft niet perse uit te maken, want volgens twee deelnemers is de rijderstoel een onveilige plek voor de hond, die je niet moet willen toejuichen. Zowel de hond als de auto kan de mens een bepaald gevoel van status geven. De Bordeaux dog past bij de tijdsgeest, waarin de consument een 'happy family' wil zien. Het dier wordt duidelijk 'gebruikt' in deze reclame.

Inhoudelijke diepgang

Het 'gebruik' van het dier in deze reclame wordt door enkele deelnemers afgewezen. De handelingen (het kieperen van de hond uit de kinderkwagen) wordt als grappig neergezet. Maar deze 'maakbaarheid' en 'gebruik' van dieren in de reclame (waarin geen authentiek diergedrag wordt getoond) zien deelnemers als zorg. Het geeft indirect een signaal af dat het normaal is om zo met dieren om te gaan. De makers dragen hier volgens hen hun verantwoordelijkheid voor.

Ideaalbeeld

Moet je dieren wel in reclames willen? Een deelnemer noemt dat je deze vraag niet zwart-wit kan beantwoorden, sommige honden werken bijvoorbeeld met veel enthousiasme voor mensen. Een andere deelnemer denkt na over de mogelijkheid om dieren niet meer te gebruiken in reclames maar vraagt zich af hoe praktisch toegepast kan worden en waar de grens ligt. Een andere deelnemer geeft aan dat het niet altijd slecht is om dieren te laten zien in marketing en dat je op zoek kunt gaan naar win-winsituaties (gebruik voor educatie). Een deelnemer noemt dat het gebruik van een disclaimer kan helpen bij reclames als deze. Ook wordt de Wet dieren genoemd, waarin wordt aangegeven dat dieren niet mogen worden belemmerd in hun natuurlijke gedrag. Twijfels zijn over de toepasbaarheid ervan, want wat is eigenlijk 'natuurlijk'?



Introductie thema 2 | dieren in reclame

Klik [hier](#) voor de reclame SKECHERS – GO RUN Mr. Quiggly! Big Game Commercial 2012. WATCH NOW, het vertrekpunt voor thema 2. Onderstaand een korte samenvatting van wat u te zien krijgt.

Korte omschrijving beeld

Verschillende windhonden worden door trainers op een hondenrenbaan (zandbaan) geleid richting het startblok. De trainers dragen witte kleding en hesjes met startnummer van de honden. Ook de honden dragen hesjes met nummers. Commentatoren tijdens de race hoor je: "And there is the latest silver prince, with a late entry named Mr. Quiggly". Een blonde Franse bulldog komt in beeld, deze is aangelijnd en loopt met zijn trainer over het raceterrein. De hond heeft een rood dekje om met aan alle vier de poten schoenen, die op kindersportschoenen lijken. "Is he wearing running shoes? It is legal I believe". De wedstrijd start, de zeven windhonden en de Franse bulldog

beginnen te rennen "Hurricane up front, silver on his heels. But wait, Mr Quiggly is coming around now" . De Franse Bulldog komt voorop te lopen tijdens de wedstrijd. Een deel van het stadion komt in beeld, waarin mensen opstaan, de handen in de lucht steken en juichen. "It's gonna be Quiggly!". Vlak voor de finishlijn remt Mr Quiggly in het zand af waarna hij zich omdraait. Mensen in het stadion houden zich stil, handen zijn niet meer in de lucht. Vervolgens maakt Mr Quiggly 'moonwalk' danspassen, waarmee hij met eerst zijn achterhand over de finishlijn gaat (*Figuur 2*). "He is walking accross the finish line". Schoenen komen nu afzonderlijk in beeld, tekst gesproken door voice-over: "The new midline strike Skechers go run, Go like never before". Een man staat nu in pak in beeld, met in de achtergrond de renbaan en bloemenkransen. De man houdt Mr Quiggly in zijn armen, de hond heeft de schoenen aan en heeft een medaille om zijn nek. Eigenaar zegt: "What do you mean, you want a new contract?".



*Figuur 2:
Stilstaand
beeld van
reclamevideo
waarin een Franse
bulldog een rol
speelt
(IrelandSKECHERS
Henrystreet,
2012)*

Gespreksverslag thema 2 | dieren in reclame

Eerste indruk

"We moesten toch lachen" was een van de reacties van de deelnemers op het filmpje. Dit impliceert dat de reclame goed inspeelt op de emotie van mensen, maar (onderdelen) van de reclame niet als correct beschouwd worden. Het grote contrast tussen de windhond en de kortsnuit, maakt de reclame 'grappig'. De vraag die dit filmpje bij de deelnemers oproept is of de keuze voor deze rassen in een reclame als deze wel verantwoord is? De typische korte snuit heeft voor de vele individuen ademhalingsproblemen tot gevolg. Ook zijn deelnemers bezorgd over het welzijn van windhonden binnen deze sport.

Inhoudelijke diepgang

De Franse bulldog is een populair ras, de hond wordt gefokt om 'schattig' te lijken (menselijke kernmerken). Deze beelden werken in op emoties (grote ogen van de hond en lachend gezicht door de korte snuit). Deelnemers zijn bezorgd dat deze reclame leidt tot grotere vraag naar dit ras. Een aantal geeft aan gebruik van deze dieren in reclame niet juist te vinden. Een aantal deelnemers geeft aan dat zij het gebruik van kleding niet problematisch vinden, zolang het functioneel is. Er ligt wel een grens op het moment dat men het dier meer als een 'ding' gaat behandelen. "Dieren moeten in hun waarde worden gelaten". Evenals dat respect getoond moet worden en dieren te blijven zien als individu. Een mogelijk verbod op het aantrekken van kleding? De scheidslijn is te vaag en daarmee wordt de haalbaarheid betwist. Daarnaast is de vraag welke reacties dit zal opwekken.

Deelnemers noemen problemen rondom het welzijn van de windhonden (kleine hokken voorafgaand aan de wedstrijden en mogelijke blessures). Vraag is of we deze sport nog aanvaardbaar vinden en past binnen ons wereldbeeld? Hoe staat het met dierenwelzijn in een situatie waar sprake is van competitie en winstbejag? Het positief neerzetten van dieren die geen goed/gezond leven leiden is 'raar'.

Ideaalbeeld

Wanneer is een dier een acteur? Wat is eigenlijk het verschil tussen thuis commando's aanleren of een dier dit voor een camera te laten doen? Het gebruik van een hond met een gebrek is hier problematisch. Het voordeel van een cartoon is, dat dieren niet hoeven te worden gebruikt. Echter, de kracht van aanwezigheid echte dieren wordt door deelnemers ook erkend. Een reclame waarin minder sprake is van vermenschelijking en het dier 'geen gekke dingen hoeft te doen' wordt als minder problematisch ervaren. Het doel van de reclame vinden deelnemers belangrijk om te oordelen of het gebruik van dieren voor reclame 'juist' is. Maar hoe laat je een dier in zijn waarde? Een moeilijk te beantwoorden vraag.



Introductie thema 3 | dieren als figuranten

Het vertrekpunt voor thema 3, bestond uit het bekijken van twee fragmenten uit *Boer zoekt vrouw – KRO-NRCV (2021)* (klik [hier](#) voor link). Onderstaand een korte samenvatting van wat u te zien krijgt.

Fragment 1: Melkveehouder Jouke: 56:19 t/m 1:01:20

Als kijker zie je Jersey kalveren lopen in de wei. In een nieuw beeld staat de boer met presentatrice stro te verspreiden voor kalveren in groepsverblijven, maar ook dieren die individueel gehuisvest zitten. De boer vertelt dat hij vanwege de economische voordelen Jersey's houdt en dat hij bij het ondernemen het graag anders doet dan anderen. Je ziet een kalf snuffelen aan de materialen en aan de presentatrice terwijl zij beiden samen een gesprek voeren. Presentatrice zegt: "Sorry ik gooi het op je kop". Boer kijkt naar het hok, "dat is dan weer niet de bedoeling en de emmer hoeft op zich ook niet vol", verwijst naar het stro wat in de melkemmer terecht komt. Vervolgens zien we volwassen koeien in een wei lopen in de zon. De twee mensen lopen achter hen aan. Je ziet opnieuw kalveren die melk ontvangen in de emmers. Ze hebben het over het vroege opstaan waar de boer aan gewend is en dat hij het bedrijf heeft overgenomen van zijn vader wat door omstandigheden eerder werd dan gedacht. In de melkstal zie je links en rechts achterbenen van koeien met achterin koeien die staan te herkauwen. Beide sluiten melkapparatuur aan onder de uiers van de koeien. Je ziet koeien weglopen uit de melkstal "Kom op". Je ziet een rij koeien ruwvoer eten in de stal. Ze hebben het over het overnemen van het bedrijf en over relaties.

Fragment 2: Schapenhouster Janine: 37:32 t/m 41:55

Schapen lopen in een kudde buiten, als kijker zie je afwisselend beelden vanuit de lucht over een glooiend landschap met daarin kuddes schapen. Voice-over van de presentatrice "met de verschillende kuddes zorgen ze voor duurzaam natuurbeheer". Je ziet de boerin met de presentatrice in het weiland staan tussen de schapen. De hond wordt geroepen. Ze praten samen in het veld tussen de schapen, ze lachen, de zon schijnt. Dit is een kudde van 400 schapen waar ze nu bij staan, maar de schapenhouster vertelt dat er meerdere kuddes zijn (in totaal 3000 schapen). Ze is hier opgegroeid op het bedrijf. Je ziet de haar achter de computer zitten. In een volgend beeld voert ze de schapen in de stal. Beelden zijn te zien van het erf met de verschillende stallen en de camping. Krachtvoer wordt verdeeld over een groep schapen. Ze staan in de stal te praten, afwisselend zie je beelden van schapen die aan het eten zijn. Ze houden border collie pups in de armen, waarmee de boerin fokt. Ze praten ondertussen verder over relaties.



Figuur 3: Dieren die deel uitmaken van beeld in een televisieprogramma. (Boer zoekt vrouw KRO-NRCV, 2019).

overzicht

Introductie thema 3 | dieren als figuranten

Eerste indruk

De kalfjes met de grote ogen zorgden voor een groot bambi-gehalte. Terwijl de boer een technisch verhaal vertelt, gaat het verloren in een romantisch en vreedzaam beeld. "Je ziet alleen de mooie/leuke dingen en alle nare zaken zie je niet". Een andere deelnemer reageert dat er in dit programma ook fragmenten zitten waar ze wel meer van de werkelijkheid tonen. Het thema lokte uit om te praten over instrumentalisering en objectivering van dieren. Deelnemers waren kritisch over de visie van koeien als puur economisch middel. Ook over het houden van dieren werden zorgen geuit, zoals het grote aantal schapen. Maar wat is dan wel een natuurlijke manier van omgaan met dieren? Wat zegt dit eigenlijk over de omgang met een hond als huisdier?

Inhoudelijke diepgang

Dat dieren figurant waren, vonden deelnemers over het algemeen geen probleem, omdat de dieren niet gemanipuleerd werden of hier last van ondervonden. Maar er waren wel deelnemers die de context onwenselijk vonden, zoals het weghalen van het kalf bij de koe. Het dier wordt als figurant 'misbruikt' om een systeem aan te prijzen, wat vervolgens door de makers wordt geromantiseerd.

Net als in andere documentaires selecteert de regisseur beelden. Dit maakt dat je bepaalde dingen wel en niet ziet, een deelnemer noemde

dit 'misleiding'. In dit geval vonden deelnemers dit problematisch omdat het gaat om een 'sentient' wezen. Deelnemers gaven aan dat er bij dit programma een disclaimer nodig is, die aangeeft dat wat wordt getoond geen volledige weergave van de werkelijkheid is.

Ideaalbeeld

Gericht op het ideaal kwam er niet een helder beeld naar voren. Deelnemers noemden dat het beeld meer een weergave van de werkelijkheid moet zijn en dat anders een disclaimer op zijn plaats is. Een aantal vond dat er geen veehouderij zou moeten bestaan en je dit dus ook niet weer hoeft te geven in beeld. Andere deelnemers zien geen probleem met de veehouderij als zodanig, maar wel met bepaalde aspecten (zoals scheiden koe en kalf en het doen van ingrepen).

Introductie thema 4 | dieren als acteurs

Commissaris Rex

Commissaris Rex is een Oostenrijkse krimiserie die tussen 1996 en 2005 in Nederland werd uitgezonden. De hoofdrol, met in totaal meer dan 100 afleveringen, wordt gespeeld door de politiehond "Rex". De actie speelt zich af bij de recherche, waar Rex samen met een agent daders van misdrijven opspoor. In de serie voert de hond onder andere de volgende trucs uit: op bevel janken, blaffen, likken, personen neerwerpen, zich dood houden, gapen, schoenen verstoppen, koelkast openen, deuren openen, en voorwerpen oppakken. In de 10 seizoenen wordt de rol van Rex gespeeld door twee herdershonden: BJ (seizoen 1-5) werd op de leeftijd van 20 maanden gedurende 5 maanden getraind voordat hij voor het eerst voor de camera stond. Na zijn pensionering woonde hij met zijn trainer in Hollywood, waar hij in 2013 overleed; Rhett (seizoen 5-10) speelde al als puppy in de spin-off film "Baby Rex", hij overleed in 2011.



Figuur 4: Duitse herder speelt één van de hoofdrollen 'Rex' in politieserie (Sat1, 2023)

Free Willy

Free Willy is een Amerikaanse film die in 1994 in Nederland is verschenen. Het verhaal gaat over een pleegkind dat bevriend raakt met Willy de orka tijdens strafwerk in het dolfinarium. Tijdens een incident redt Willy het leven van de jongen, waarna de jongen uiteindelijk de orka redt van een moordaanslag door de directeur van de dierentuin en hem vrijlaat in de oceaan. In 1995 en 1997 kwamen er vervolgfilms. In de film wordt de rol van "Willy" gespeeld door de orka Keiko. Keiko werd als jonge orka gevangen genomen. Daarna leefde hij in pretparken in Ontario en Mexico-stad. Fans van de film richtten een actie op om Keiko uit te laten zetten in de natuur. Keiko werd in 2002 vrijgelaten, maar overleed in 2003 aan de gevolgen van een longontsteking.



Figuur 5: Orka speelt één van de hoofdrollen 'Willy' in film (Warner Bros. Entertainment Inc., 2023)

Gespreksverslag thema 4 | dieren als acteurs

Eerste indruk

Aan de ene kant noemen deelnemers dat het mooi is dat een dier een rol krijgt, maar de kanttekening daarbij is wel dat de mens het dier iets oplegt. Een terugkomende vraag in het gesprek is of het welzijn van het dier voldoende kan worden beschermd. "Hoe weet je of het dier het leuk vindt om te acteren? Is het dier voldoende in staat om aan te geven als hij/zij iets niet wil?". Het doel is daarbij ook van belang. "Heeft het dier er iets aan?"

Inhoudelijke diepgang

Welzijn is een belangrijk punt in het gesprek over de dieracteurs. Een trainer kan mogelijk gemotiveerd worden tijdelijk discomfort bij een dier te veroorzaken. De verwachtingen in combinatie met de financiële prikkel, kan gedrag uitlokken dat schade brengt aan de integriteit van het dier. Het gebruik van dieren als acteur zien sommigen niet als per definitie fout. Maar mag het dier als ambassadeur fungeren voor de bescherming van de gehele soort? Het opofferen van het individu ten goede van de populatie zien we in onze geïndividualiseerde samenleving als een probleem. Ook het verheerlijken en populairder maken van een soort of ras kan problematisch zijn (door toename van de vraag naar het dier). Geld kan positief werken (betalen voor bescherming dierenwelzijn), maar kan ook gevaarlijk zijn wanneer mensen dieren gaan gebruiken: exploitatie (minder oog voor dierenwelzijn). En wat ziet het dier hier eigenlijk terug van zijn verdienste? Kan er bij dieren een gevoel van zingeving opgewekt worden?

Ideaal beeld

Het gebruik van dieren als acteur wordt door sommigen niet gezien als per definitie fout. Maar hoe het verantwoord kan, daar kwam nog geen eenduidig antwoord op. In ieder geval moet er kritisch gekeken worden naar de effecten van de presentatie van dieren. Een deelnemer noemt het gevaar voor stereotypering voor bepaalde rassen, waardoor men mogelijk de individuele variatie in karakter uit het oog verliest. Er wordt een bepaalde verwachting gekweekt en geassocieerd met een ras of soort. Dit gevaar geldt ook voor 3D-geanimeerde dieren. Vraag is of 3D-beelden dezelfde emoties kunnen opwekken dan echte dieren. Daarnaast noemen deelnemers supervisie verplicht (net als strikte regels rondom kind-acteurs), om het belang van het dier te bewaken. Er is zorg dat als we de vraag alleen vanuit een welzijnsaspect benaderen, dat als we garantie kunnen geven dat het dier zich er prettig bij voelt, dat we dan het gebruik van het dier 'goedpraten'. "Kan je dieren conditioneren om geen last te hebben van de stress op een filmset? Is dit het voorkomen van eventuele ongemakken die je kan veroorzaken, of is het eerder een kwestie van een dier ongevraagd en ongewild te dwingen om een ongemakkelijke situatie te tolereren?" Mensen vinden het soms moeilijk geconfronteerd te worden met realiteiten wat betreft omgang met dieren (zoals de bioindustrie). We laten vooral graag zien wat we willen zien in dieren en negeren graag (bewust of onbewust) wat we liever niet willen zien.



Introductie thema 5 | dieren met social media accounts

Introductie

“Malcolm & Baby Dog” is een Twitter-account uit het Verenigd Koninkrijk met 38.600 volgers, opgericht in 2019. De hoofdacteurs (en twitteraars) zijn Malcolm, een kat en Baby Dog, een hond, die samenwonen met hun eigenaar “mum”. Elke dag verschijnt er een nieuwe video van de twee, waarop ze te zien zijn in alledaagse situaties in hun thuis. De begeleidende tweets zijn geschreven vanuit het oogpunt van de dieren. In najaar 2022 werd ook een ziekte van Malcolm in detail en met video’s gedeeld met de volgers en van commentaar voorzien door “mum” omdat Malcolm te zwak was om te twitteren. Het account heeft een website waar fans kunnen doneren en een webshop waar fans kalenders, kaarten en bekertjes met foto’s van Malcolm en Baby Dog kunnen kopen.

Figuur 6 & 7: Hond en kat die van borden op tafel eten (6) en tegen elkaar aan liggen (7). (Stilstaande beelden van video op social media: Malcolm the Cat and Baby Dog, 2022).



Overzicht

Gespreksverslag thema 5 | dieren met social media accounts

Eerste indruk

De deelnemers vonden de wijze waarop de dieren werden neergezet opvallend kinderlijk. De eigenaresse doet daarbij verschillende interpretaties, bijvoorbeeld dat een bordje favoriet is van haar dier. Maar is dit wel zo? Sommige deelnemers vinden het toeschrijven gemoedstoestanden (antropomorfisme) gevaarlijk, doordat het vertekend beeld kan geven over het dier en dit kan leiden tot misverstanden tussen mensen en dieren.

Inhoudelijke diepgang

Een groep was het erover eens dat het aantrekken van kleding niet te rechtvaardigen is. Ook het kinderlijk neerzetten van het dier was problematisch. Maar het neerzetten van het dier op social media kan ook educatief zijn. Het biedt de mogelijkheid om dieren in de schijnwerpers te zetten waar mensen nog weinig over weten, een varken bijvoorbeeld of dieren die we 'vies' vinden. Een spin kun je ook weergeven als kunstenaar. Het herkennen van gedrag van dieren spreekt mensen vaak ook aan. Social media maakt het mogelijk om dingen in huis te halen, die mensen normaal niet snel zien. Het kan dan ook bijdragen aan een positievere relatie tussen mens en dier. Daarnaast kan social media informatief zijn, bijvoorbeeld waar je het beste een krabpaal kunt plaatsen. Een deelnemer noemt dat selfies exploitatief zijn en daarom problematisch. Een ander keurt puur instrumenteel gebruik af (bijvoorbeeld merchandise). Iemand anders gaf aan dat het dier zelf profijt van moet hebben (zoals betalen dierenartsenrekening).

Een andere deelnemer reageert dat het dier er geen last van heeft als je er geld aan verdient, maar de grens is dat het dier er niet onder lijdt.

Ideaalbeeld

Een groep was het erover eens dat er altijd sprake is van een bias (de maker selecteert en er is altijd sprake van een interpretatie). Kritische reflectie is nodig op de mogelijke effecten van het plaatsen van het beeld. Beeld mag niet manipulatief zijn, maar moet een weergave zijn van de werkelijkheid. Het hele verhaal moet verteld, maar de vraag is hoe doe je dat? Wat zet je er dan op? Dood hoort bij het leven, maar kan ook shockerend zijn. Ideeën hierover liepen in een groep uiteen. Hoe staat het dan eigenlijk met privacy en consent voor het dier? Een deelnemer antwoorde hierop dat een kind en dier niet te vergelijken zijn. Een kat weet niet wat er op social media staat een kind (later) wel.

Deelnemers noemden ook het belang van poging tot objectiviteit, transparant zijn over het gekozen perspectief en kritisch zijn in taalgebruik. Niet teveel interpretaties doen (vanuit het dier spreken), maar je wel als toezichthouder opstellen. Ook werd waarde gehecht aan het dier laten zien in zijn eigen leefomgeving, mogelijk een camera aan het dier hangen. Deelnemers vonden ook dat de berichten nuttig moeten zijn en betrouwbare informatie moeten bevatten (door gecertificeerde instructeurs of autoriteitsfiguren).

overzicht



Samenvatting

Vijf verschillende gespreksthema's, met ieder hun eigen context. Over het algemeen spraken de deelnemers over het dier in kwestie, de situatie waarin hij/zij verkeerde (context en welzijn) en vervolgens over de mogelijk effecten van het portretteren. Ondanks mogelijke bezwaren en opmerkingen over mogelijke effecten van het portretteren van het dier in relatie tot het thema, kwamen vele deelnemers tot de conclusie dat media ook een positieve bijdrage kan leveren voor dieren en de relatie tussen mens en andere dieren. Door bijvoorbeeld herkenning te creëren, maar ook door bij te dragen aan begrip en kennis over andere dieren. Verschillende deelnemers gaven aan dat het doel van het gebruik van dieren 'juist' moest zijn, maar vulden dit vervolgens op verschillende manieren in. De gesprekken gingen dan ook al snel van de vraag of het gebruik van dieren in media gerechtvaardigd is, naar het bespreken van de voorwaarden. Vele deelnemers waren erover eens dat voor dieren in beeld er **geen** sprake mocht zijn van:

- directe welzijnsaantasting van het dier
- promotie van een onjuiste omgang met dieren (bijv. verdinglijking)
- promotie van rassen/soorten/omstandigheden die welzijn van andere dieren in dezelfde situatie mogelijk aantast
- promotie van systemen met mogelijk welzijnsaantasting van dieren (bijv. veehouderij, hondenrennen)

De deelnemers kwamen niet tot een algemeen gedeeld beeld voor het 'ideaalplaatje'. Wel noemden zij verschillende punten, die kunnen


bijdragen aan een meer verantwoorde omgang met dieren in media (met ook in achtning van een kritische reflectie op eerder genoemde punten):

- gebruik van een disclaimer
- verplichte supervisie voor dieracteur tijdens opnames
- kritische reflectie op taalgebruik en filmtechnieken (bijv. camerastandpunt en selectie beelden)
- kritische reflectie op mogelijke neveneffecten (vraag en aanbod van bepaalde diersoorten of praktijken)
- betrekken autoriteitsfiguur: informatie moet betrouwbaar zijn
- objectiviteit: oppassen met antropomorfisme
- poging doen tot het weergeven van de werkelijkheid (evenwichtige weergave, geen misleiding)
- transparantie: helder zijn over eigen perspectief

Al met al maakte het thema veel vragen los bij de deelnemers en gingen de gesprekken vele verschillende kanten op. Het thema liet ook zien dat normen en waarden in loop van de tijd in de samenleving veranderen. Deelnemers van het thema dieracteurs vroegen zich bijvoorbeeld af of een film als Free Willy in deze tijd nog zou worden uitgebracht. De samenleving is in beweging, waarmee ook de grenzen verschuiven van wat beschouwd wordt als 'juist'. Des te belangrijker dat wij als mensen de relatie met andere diersoorten en de omgang met hen kritisch blijven bevragen.

* Waarom een hond in een reclame voor mensen schoenen?

ik wil leven ten midden van leven dat leven wil — alles mag er zijn

Wat vind je ervan? 

Dood. Hart bij leven

- 10 jaar geleden geen maatschappelijk issue.
- wat vinden we nu? En morgen? Over 10 jaar? Wetenschap gaat vooruit
Naemen & Waarden

- lederen heeft een verantwoordelijkheid

NIET te defineren fant



Stof tot nadenken

Het feit blijft dat dieren op dit moment geportretteerd worden in media. De manier waarop wij mensen dit doen heeft effect op hoe wij tegen hen aankijken en hoe wij met hen omgaan. De technologische ontwikkelingen gaan ook nog eens in sneltreinvaart en komen er steeds nieuwe manieren van communiceren met en over dieren bij. Het onderschrijft het belang van een goed gesprek over hoe hiermee om te gaan. Dialoog zorgt voor verbinding en is van grote waarde om te komen tot een breed gedragen visie en rolverdeling tussen mensen en andere dieren. Daarmee is het de stap voorwaarts voor het werken aan een toekomst waarin zij in harmonie kunnen samenleven. Voor een goede voortzetting van de dialoog, hebben wij hier alvast een paar vragen op een rij gezet:

- Hoe kunnen we een dier neutraal presenteren (zonder te vermenschlijken, maar niet de individuele eigenschappen te ontkennen)?
- Hoe zit het met consent en privacy voor dieren?
- Is het gerechtvaardigd een dier als ambassadeur op te laten treden voor zijn soort?
- Is er een toezichthouder nodig voor fictieve dieren?
- Moet de dier(acteur) er zelf iets aan hebben?
- Hoe weten we of het dier het leuk vindt om te acteren?



Bronvermelding

Figuur 1: IrelandSKECHERS Henrystreet (5 februari 2012). *SKECHERS – GO RUN Mr. Quiggly! Big Game Commercial 2012.. WATCH NOW*. [Video]. YouTube. Geraadpleegd op 8 november 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=kMCKvnaFcXgOW!> – YouTube

Figuur 2: Volkswagen Nederland (12 jan 2017). *Volkswagen Zit*. [Video]. YouTube. Geraadpleegd op 8 november 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=NLaW9iHWOQYagen 'Zit' - YouTube>

Figuur 3: Boer zoekt Vrouw – KRO-NCRV (2019). *Dit zijn de boeren van seizoen 2019-2020!* [Online afbeelding]. Facebook. Geraadpleegd op 8 november 2022. <https://www.facebook.com/boerzoektvrouwkroncrv/photos/pb.100064551765198.-2207520000./2558490224173330/?type=3ook>

Figuur 4: Sat 1 (onbekend). *Flucht in den tod*. Seizoen 1, aflevering 3. 1994. [Online afbeelding]. Geraadpleegd op 22 mei 2023. <https://www.sat1gold.de/tv/kommissar-rex/staffel-01/episode-03>

Figuur 5: Warner Bros Entertainment Inc. (2023). *Free Willy*. 1993. [Online afbeelding]. Geraadpleegd op 22 mei 2023. <https://www.warnerbros.com/movies/free-willy>

Figuur 6: Malcolm the Cat and Baby Dog. [@Malcolm_theCat]. (5 november 2022). Chums! Mum let Malcy and I have our Snack Time using the very special Mugs from our Shop. It was very exciting as she hasn't let us use them before. I discovered that they taste quite nice too. I could get used to this life of luxury! [#aturday #BabyDog #Malcy](https://twitter.com/Malcolm_theCat/status/1591234567890). [Video]. [Tweet]. Twitter. Geraadpleegd op 12 januari 2023. <https://t.co/bEVxAdeOuv> / Twitter

Figuur 7: Malcolm the Cat and Baby Dog. [@Malcolm_theCat]. (30 september 2022). *Friends! We have helped Mum package so many Calendars (we help by kissing each one to send it happily on its way) that we are EXHAUSTED and will not be doing much today. When Baby Dog is tired, he wants to use me as a Comfort Pillow (and I secretly like it) #brotherlylove* [Video]. [Tweet]. Twitter. Geraadpleegd op 22 mei 2023. <https://t.co/NbbusO47kz> / Twitter

Boer zoekt vrouw – KRO-NCRV (29 augustus 2021). Seizoen 15 Afl. 1-Kickoff. [Video]. Geraadpleegd op 8 november 2022. [Kickhttps://www.npostart.nl/boer-zoekt-vrouw/29-08-2021/KN_1726991_offgemist? Start met kijken op NPO Start](https://www.npostart.nl/boer-zoekt-vrouw/29-08-2021/KN_1726991_offgemist?Start%20met%20kijken%20op%20NPO%20Start)

Centre for
Sustainable
Animal
Stewardship



Dankwoord

CenSAS wil bij deze graag alle deelnemers hartelijk bedanken voor hun openheid en het meebrengen van vragen, twijfels, visies, normen en waarden in de gesprekken. Wij zijn ons ervan bewust dat het gesprek opzoeken met onbekenden met mogelijk andere visies ingaat tegen onze dagelijkse zoektocht naar herkenning en veiligheid. Wij waren dit jaar dan ook weer blij verrast met de grote interesse voor deelname aan De Dierendialoog. De Dierendialoog van 2022 heeft laten zien dat gesprekken tussen mensen met andere perspectieven niet altijd moeizaam hoeven te verlopen, als wij gezamenlijk het belang blijven onderschrijven van een goede dialoog.

Wij willen alle gespreksleiders en notulisten bedanken voor hun voorbereiding en inzet tijdens de Dierendialoog. Zonder hen was de Dierendialoog en het schrijven van dit publieksverslag niet mogelijk. Sprekers Liesbeth Feikema, Wieke Eefting en Maarten Reesink willen wij daarbij in het bijzonder bedanken voor de inhoudelijke bijdrage aan het evenement.

Tot slot, bedanken wij Koninklijke Burgers'Zoo voor wederom het hartelijk ontvangst en service tijdens de Dierendialoog. CenSAS gaat met veel enthousiasme voorbereidingen treffen voor de volgende Dierendialoog in het najaar van 2023. Suggesties voor invulling van het thema zijn natuurlijk van harte welkom op mailadres: censas@uu.nl

Duurzame groet,

Het CenSAS team



Universiteit Utrecht

Diergeneeskunde



WAGENINGEN
UNIVERSITY & RESEARCH