

5.

Boeren en cultuur**Het imago van agrarisch Nederland**

Het imago van de boer is de afgelopen decennia veranderd. Werd hij vlak na de Tweede Wereldoorlog door de stedeling nog gezien als de buitenissige man op klompen, met rode halsdoek en blauwe kiel, tegenwoordig is hij de hard werkende, vakkundige ondernemer geworden, die volledig onderdeel is van de Nederlandse samenleving. De boer zelf voelt zich miskend door het grote publiek, want behalve lof is er ook kritiek op hem. Hij leert echter steeds beter het door hem gewenste imago als groep of als individu in de buitenwereld te profileren. Niet alleen de boerderij werd gemoderniseerd, ook het beeld van de boer werd opgewaardeerd.

Inleiding

Bennie Bartels, een jonge Drentse boer, wordt op een dag verliefd op zijn oude buurmeisje Jenny Voorthuizen. Zij is teruggekeerd uit de grote stad, waar ze een marketingopleiding heeft gevolgd. Op het land van haar ouderlijke boerderij begint ze een *wellness resort*. De Hunzehoef, waar westerlingen graag ontspannen, wordt een daverend succes en Jenny wil uitbreiden. Ze heeft daarvoor echter het land van de goedgegelovige Bennie nodig. Die laat zich door haar inpalmen als hem een wat vage managersfunctie in het vooruitzicht wordt gesteld. Te laat dringt het tot hem door dat hij de familieboerderij, en daarmee het levenswerk van zijn ouders, heeft verkwanseld.

Het verhaal is niet echt gebeurd, maar is het thema van de *Drentse Bluesopera* die in de zomer van 2011 in de velden bij Gieterveen door een theatergezelschap, begeleid door rock- en bluesmuzikanten, werd vertoond. Eigenlijk gaat de Drentse Bluesopera over het dilemma waar zoveel jonge boeren zich de afgelopen decennia mee geconfronteerd zagen: zet je het ouderlijk bedrijf voort en ga je mee in het proces van voortschrijdende modernisering door schaalvergroting en specialisering, of zoek je elders een zinvol bestaan? Veel boeren kiezen noodgedwongen voor alternatieven, waardoor het platteland de speelbal van projectontwikkelaars wordt: recreatieparken, bejaardenoord en ontspannings-

centra vervangen de boerderijen. De Drentse Bluesopera toonde deze thematiek op een satirische en vrolijke manier aan het publiek. De opera was een vat vol tegenstellingen: stedelijke levensstijl tegenover plattelands nuchterheid, housemuziek versus blues, maar bovenal modernisering versus traditie. Het Drentse platteland, eeuwenlang het domein van boeren, wordt overspoeld door projectontwikkelaars en door westerlingen die na hun pensionering komen drenteren. Zij verwarren traditie en nostalgie. Voor Drentse boeren was traditie voortbouwen op het verleden, zo nodig door aanpassing aan de moderne tijd, voor de nieuwkomers is traditie de verheerlijking van het verleden. Hun voorstelling van het platteland is er een van geparfumeerde koeienmest en pastorale stilte. De soms wat rauwe (economische) werkelijkheid van de boerderij als luidruchtig en landelijk riekend bedrijf past daar niet in.

Veel boeren, zeker niet allen, voelen zich gedwongen aan de voorstelling van ‘nostalgië’ te voldoen, daarmee toegevend aan de modieuze grillen van de stedeling. Want hoe dynamisch zijn het imago en de verbeelding van het boerenbestaan? In 1956 verzuchtte het toenmalige hoofd voorlichting van het Landbouwschap: ‘In de Nederlandse literatuur zijn tussen het leerdicht van Jan van Boendale’s “Jans Teestije” (ca 1330) en het vers van Werumeus Buning “Ballade van den boer” (ca 1935) slechts weinig woorden van lof voor de boer te vinden’.¹ De zelfbewuste burgers in de steden zouden neerkijken op de armzalige plattelanders. In de literatuur zijn inderdaad talloze passages te vinden waarin de boer als de ietwat goedmoedige, domme sukkel wordt verbeeld. Op grond daarvan alleen kan echter de aanname dat eeuwenlang een dominant negatief beeld over boeren bestond niet worden gestaafd. Wie bijvoorbeeld kijkt naar de verbeelding van de boer aan het eind van de 19^e eeuw in de schilderkunst kan tot een heel andere conclusie komen. In 1882 schilderde Jozef Israëls het doek *Een boerengezin aan de maaltijd*. Het laat een eenvoudig boerengezin zien, dat in een sobere omgeving de maaltijd nuttigt. De donkere achtergrond geeft het tafereel een somber karakter. Niet lang daarna schilderde Vincent van Gogh in navolging van hem *De aardappeleters*. Van Gogh en ook Israëls moeten de stellige indruk hebben gehad dat zij het authentieke boerenleven schilderden, het platteland ‘zoals het was’, de ware boerencultuur. Die suggestie komt nog sterker tot uiting in de schilderijen van hun tijdgenoten die het dorpje Vries als uitvalsbasis gebruikten om het authentieke boeren- en plattelandleven te vereeuwigen. Het naturalisme van deze Drentse variant van de Haagse School bevat voor de kijker tegenwoordig veel romantische elementen, maar voor de schilders van toen was het een reflectie van de werkelijkheid.

De verbeelding van het boerenleven in de beeldende kunst en literatuur is geenszins een tijdloos en onveranderlijk gegeven. Een werkelijk diepgaand on-

¹ NAHI, Archief Stichting Public Relation Land- en Tuinbouw (PRLT), map Historie: Oude stukken en documenten, ‘De landbouw en de openbare mening ca 1956’.

derzoek naar de verbeelding van de boer in het voorbije verleden is nog nooit gedaan en dat zal in dit essay ook niet gebeuren. We volstaan hier met de constatering dat in de 20^e eeuw de stellige indruk bestond dat het imago van de boer al eeuwenlang negatief was. Dat laatste zegt echter meer over de 20^e eeuw dan over de eeuwen daarvoor. De herinnering van dat verleden is een substantieel onderdeel van het heden, maar die herinnering hoeft niet een correcte reflectie van dat verleden te zijn. Het veronderstelde ‘eeuwenlange’ negatieve imago van de boer is echter een beleefde werkelijkheid die zeer reëel van aard is. In dit essay gaan we op zoek naar imago en identiteit van het boerenbestaan na de Tweede Wereldoorlog, zoals die in de Drentse Bluesopera in een notendop werd weergegeven: het spanningsveld tussen modernisering, traditionalisme en nostalgie.

De jaren vijftig: tussen mesthoop en tractor

De Stichting voor de Landbouw, de voorloper van het Landbouwschap, stelde in 1945 een voorlichtingsfunctionaris aan om de publieke opinie ten gunste van de land- en tuinbouw te beïnvloeden. Een voorlichter die zich niet op de boeren zelf richtte, maar op het algemene publiek was een betrekkelijk nieuw fenomeen in de agrarische sector. Imagoverbetering was om verschillende redenen op dat moment wenselijk. Een van de belangrijkste was ongetwijfeld het wegpoetsen van het vooroorlogse beeld van radicale boeren. Een niet onaanzienlijke groep boeren was immers in de jaren dertig en gedurende de bezettingjaren in nationaalsocialistische organisaties beland. Ook leefde bij menig burger nog wrevel hoe sommige boeren zich tijdens de Hongerwinter weinig vaderlandslievend hadden opgesteld bij de verkoop van voedsel. Kortom: het imago van de boer verdiende verbetering.

Lang duurde de nieuwe gerichtheid op de externe voorlichting niet. Het Stichtingsbestuur veranderde de opdracht aan de voorlichters spoedig weer in een interne: in plaats van de publieke opinie moesten de bedrijfsgenoten bewerkt worden.² Nadat de stichting in 1954 definitief was ongevormd tot het Landbouwschap, stond de bevordering van de belangen van de boerenstand in Nederland centraal.³ Het Landbouwschap had daarom behoefte aan een zo gesloten mogelijk boerenfront, waarbij eensgezindheid onder boeren belangrijker was dan een goed imago van hen bij het Nederlandse publiek. Interne voorlichting won het daarom van de externe beïnvloeding van de opinie. Deze tegenstelling tussen de interne en externe voorlichting zou vrijwel in alle organisaties in de landbouwsector de gehele naoorlogse periode, wellicht tot nu, aanwezig blijven.

² NAHI, Archief Stichting PRLT, map Historie: Oude stukken en documenten, ‘De landbouw en de openbare mening ca 1956’.

³ Evert Jan Krajenbrink, *Het Landbouwschap. ‘Zelfgedragen verantwoordelijkheid’ in de land- en tuinbouw 1945-2001* (s.l.: s.n., [2005]), 95.

De voorlichters binnen het Landbouwschap vonden het kortzichtig alle kaarten op de interne voorlichting te zetten. In 1956 stelde W. van Eyck, hoofd van de afdeling Voorlichting van het Landbouwschap, voor om onderzoek te laten verrichten naar de ideeën over de agrarische sector die onder het publiek leefden. Hij kreeg zijn zin. Het Amsterdamse voorlichtingsbureau Vorm n.v. ontving in 1957 de opdracht een rapport te schrijven over het beeld van de Nederlanders over de boeren. Doel van de opdracht was inzicht te verschaffen ‘in de houding, meningen en gevoelens van stedelingen ten aanzien van de agrarische bevolking in Nederland’.⁴ Het onderzoek was uniek voor Nederland: nooit eerder was het imago van boeren op deze manier onderzocht. Het eindverslag van het onderzoek verscheen in 1958 onder de titel *Stedeling en Boer*. Het bureau had in een zevental steden (Amsterdam, Leiden, Alkmaar, Hoorn, Leeuwarden, Enschede en 's-Hertogenbosch) in totaal 540 personen tussen de achttien en zeventig jaar geïnterviewd. In de vragenlijsten werd een groot aantal thema's aangesneden, onder meer over werk en leven van de boer, over regionale verschillen tussen boeren en over de beloning die zij ontvingen. De mate waarin de resultaten werkelijk een representatief beeld presenteerden van de mening van de Nederlanders is discutabel, maar het rapport gaf wel een indruk wat stedelingen in zowel middelgrote als grote gemeenten vonden van plattelanders in het algemeen en boeren in het bijzonder. In elk geval was de geënquêteerde groep wat betreft leeftijd, geslacht en burgerlijke staat een redelijke afspiegeling van de Nederlandse bevolking.

De resultaten van het onderzoek waren tamelijk onthutsend, niet in de laatste plaats omdat in één van de bijlagen een bloemlezing van weinig verhullende antwoorden werd gepubliceerd, zoals: ‘Lomp, hij drinkt altijd zo, ze zijn zo lelijk, ze schreeuwen altijd zo’.⁵ Het rapport vormde voor voorlichters jarenlang het belangrijkste argument dat de land- en tuinbouw hoognodig iets aan zijn imago moest doen.⁶ De stedeling bleek over het algemeen een uitgesproken mening te hebben over de boer. Daarbij overheersten allerlei negatieve kwalificaties als inhalig, opvliegend en eigenwijs. Gunstige kenmerken (gastvrij, gaat op in zijn werk, betrouwbaar) werden veel minder genoemd. De onderzoekers concludeerden dat een uitermate positief imago bestond zolang de geënquêteerden werd gevraagd naar de boer in zijn hoedanigheid van bedrijfsleider. Zodra de boer echter in zijn algemeenheid ter sprake kwam, kantelde het beeld volledig.⁷ De boer als mens werd in de kern omschreven als: egoïstisch, materialistisch ingesteld en minder intelligent. Veel stadsmensen meenden de boer al aan zijn ui-

⁴ *Stedeling en boer. Empirisch onderzoek naar de meningen en gevoelens van stedelingen over de agrarische bevolking in Nederland. Rapport in opdracht van het Landbouwschap, uitgebracht door Vorm n.v. te Amsterdam ([Amsterdam], [1958]), 1.*

⁵ *Stedeling en boer*, 166.

⁶ *Stedeling en boer*, 122-131.

⁷ *Stedeling en boer*, 123.

terlijk te kunnen herkennen: hij had een typische houding, lichaamsbouw, huis-
kleur, kleding en spraak. De meeste stedelingen (zeventig procent) vonden het
inkomen van boeren redelijk en slechts zeven procent te laag. In werkelijkheid
was in die jaren vooral het inkomen van veel kleine boeren onvoldoende. Het
overheidsbeleid, zowel wat betreft de structurele verbetering van de positie van
de landbouwsector als het gehanteerde prijs- en productiebeleid, streefde ernaar
de boeren te verzekeren van een inkomen dat op zijn minst gelijk was aan dat
van een fabrieksarbeider. Keuterboeren konden echter vaak alleen het hoofd bo-
ven water houden wanneer hun kinderen in de fabriek gingen werken en hun
inkomen afdroegen aan de ouders, die het gebruikten om het onrendabele boe-
renbedrijf in stand te houden.⁸ Stedelingen hadden in deze problematiek weinig
inzicht. Zij relateerden hun kennis over de prijzen van de landbouwproducten in
de winkel aan het veronderstelde inkomen van de boeren. Over de verdiensten
van landarbeiders was hun mening veel ongunstiger. Volgens de stedelingen ver-
dienden zij te weinig, waarvoor impliciet de schuld werd gelegd bij de boeren.
De afstand tussen boeren en stedelingen was blijkbaar zo groot dat het de laatst-
genoemden aan adequate kennis over het platteland ontbrak.

Sommige aspecten van het boerenbestaan werden uiterst negatief beoordeeld.
Gebondenheid aan het bedrijf (ook 's zondags en 's avonds werken), het zware
en vuile werk en het sociale en culturele isolement traden telkens op de voor-
grond. Stedelingen oordeelden overigens niet louter negatief over de landbou-
wers. Over het algemeen vond men dat boeren beschikten over goede vakken-
nis. Sommige facetten van het boerenleven spraken erg tot de verbeelding. Eigen
baas-zijn, omgang met de dieren, buitenleven in het algemeen, gezond leven en
het ontbreken van jakkeren en jagen waren aspecten van het boerenbestaan die
de stedelingen noemden als bijzonder positief. Het mag duidelijk zijn dat deze
aspecten niet geheel vrij waren van een romantisering van het boerenleven.
Toch beseftte ook de stedeling dat het boerenleven veranderde. Zo werden de
modernisering van het leven en het bedrijf, het doordringen van stedelijke ge-
woonten en van het culturele leven op het platteland en het afnemende isole-
ment genoemd als factoren die het aanzien van de boerendorpen veranderden.
De stedeling aarzelde, zo merkten de onderzoekers op, in zijn gezindheid ten
aanzien van de boer 'tussen mesthoop en tractor', waarbij het eerste aspect het
onaangename van het boerenleven symboliseerde en het tweede de deskundig-
heid van de moderne beroepsbeoefenaar. Overigens oordeelde de stedeling over
de tuinder veel gunstiger. Blijkbaar werd die als meer verwant aan de stedelijke
cultuur beschouwd dan de 'echte' boer.

Het onderzoeksbureau concludeerde dat de enquête duidelijk maakte hoe
weinig het publiek van de landbouw af wist. De weinige kennis die er wel was,

⁸ Zie ook: Erwin H. Karel, "De maakbaarheid van boer en gezin. Streekverbetering in Nederland 1956-1970," *Tijdschrift voor Economische n Sociale Geschiedenis* 4, afl. 4 (2007): 161-184.

bleek in hoge mate vertekend. De visie van de stedeling op de boer hing van de stereotypen aan elkaar. Het meest verontrustend was dat de stedeling de boeren zag als een aparte bevolkingsgroep: ze waren anders dan de meeste Nederlanders.⁹ Boeren werden dus feitelijk beschouwd als een slecht geïntegreerde bevolkingsgroep in de samenleving. De onderzoekers adviseerden het Landbouwschap de tegenstelling tussen boer en stedeling te overbruggen: ‘Een poging daartoe zal erop gericht moeten zijn de boeren te leren zien als gewone mensen, die zich enkel door de aard van het bedrijf wezenlijk van andere Nederlanders onderscheiden’.¹⁰ Een voorlichtingscampagne, die naar verwachting een tiental jaren zou moeten gaan duren en jaarlijks 250.000 gulden zou gaan kosten, moest het imago van de boeren verbeteren. Daarbij wilden de onderzoekers vooral inzetten op moderne media als beeld en geluid (radio, tv en film). Het voorstel was ingrijpend, niet alleen wat de kosten betreft. Het zou dan ook enige tijd duren alvorens de plannen daadwerkelijk ter hand werden genomen.

Het rapport *Stedeling en boer* kreeg opvallend veel aandacht in de pers. Over het algemeen was de toon van de artikelen licht verbaasd. *De Gelders-Overijsselse Courant* sprak van een ‘Een slordig en overbodig rapport’, het *Nieuwsblad van Zuid-Holland en Utrecht* vond het ‘Een duur maar waardeloos rapport’ en *Dagblad Kennemerland* kopte: ‘In het oog van de stedeling is de boer geen mens’.¹¹ De *Provinciale Drentsche en Asser Courant* sprak zelfs van een ‘Zwartboek over de landbouw’ en de *Emmer Courant* van ‘Beledigingen zonder tal’.¹² Het *Algemeen Handelsblad* meende dat er sprake was van een ‘eenzijdig oordeel’ en *De Maasbode* ten slotte vond het ‘geen prettige lectuur voor de agrariërs’.¹³ De columnist Jacques Gans, van wie bekend was dat hij geen blad voor de mond nam, opende zijn artikel in *De Telegraaf* zelfs met de kop: ‘Landbouwschap organiseert anti-boerenhetze’.¹⁴ Volgens hem ging het om ‘een achterbakse socialistische hetze tegen de boerenstand’, aangezien één van de samenstellers van het onderzoek tevens medewerker was bij het sociaaldemocratische dagblad *Het Vrije Volk*. ‘Het afschuwelijke van dit boek is echter’, zo vervolgde Gans, ‘dat het met het geld van de boeren – buiten hun weten om natuurlijk – tot stand is gekomen. (...) Want de PBO ontmaskert zich op deze wijze steeds duidelijker voor wat zij altijd is geweest is, de stoottroep voor de staatsdictatuur’. Hij had er een persoonlijke zaak van gemaakt om behalve socialisten ook het Landbouwschap en de PBO (Publicsrechtelijke Bedrijfsorganisatie) te vuur en te zwaard te bestrijden. Het leverde hem in elk geval onder de titel ‘Anti-boerenhetze met geld van de

⁹ *Stedeling en boer*, 133.

¹⁰ *Stedeling en boer*, 133.

¹¹ *Gelders-Overijsselse Courant* 17 maart 1958; *Nieuwsblad van Zuid-Holland en Utrecht*, *Schoonhovense Courant* 14 februari 1958; *Dagblad Kennemerland* 5 februari 1958

¹² *Provinciale Drentsche en Asser Courant* 22 februari 1958; *Emmer Courant* 29 januari 1958

¹³ *Algemeen Handelsblad* 17 februari 1958; *Maasbode* 29 januari 1958.

¹⁴ *De Telegraaf* 6 februari 1958. Zie ook: Willem Maas, *Jacques Gans. Biografie* (Amsterdam: De Prom, 2002) 225-226.

boer, door het Landbouwschap georganiseerd' een instemmend artikel in *De Vrije Boer* van boer Koekoek op.¹⁵

Gans' felle commentaar kon zich meten met de ingezonden brieven in veel dagbladen. Waar de artikelen in de kranten over het algemeen een rustige toon aansloegen, was de mening in veel ingezonden brieven van zowel voor- als tegenstanders van het rapport tamelijk uitgesproken. Een boer vroeg zich in het *Fries Landbouwblad* af: 'Hoeveel boeren zien de stedeling vooral als degene met het witte boordje om, niet als iemand die een bedroefd beetje presteert? Met een broek, vaal van het zitten en met vingers, bruin van het roken, strijkt hij zijn geld op'.¹⁶ In *Het Vrije Volk* stelde een Gelderlander retorisch: 'Mag ik allen, die aan de enquête meewerkten de vraag stellen: Dacht u in de afgelopen oorlog ook zo over de boer?'¹⁷ Dat was prompt aanleiding voor sommigen om de houding van de boeren tijdens de bezetting te kritiseren. Een Alkmaarse huisvrouw schreef: 'Wat menselijkheid betreft staat de boer wel op het laagste peil. Bedenkt, dat bij de boer de gedachten altijd aan de oppervlakte liggen: er is maar één ik, en dat ben ik zelf'.¹⁸

De vraag is natuurlijk waarom dit rapport zoveel losmaakte in de publieke opinie. In de eerste plaats werd de meningsvorming gecontroleerd door de zuilen. De Katholieke Nederlandse Boeren- en Tuindersbond (KNBTB) bijvoorbeeld, probeerde al jaren via de katholieke dagbladers en via de eigen radio-omroep aandacht te besteden aan boeren. Het is echter twijfelachtig of de verzuilde organisaties daarbij oog hadden wat buiten hun eigen kring leefde. Door de ontluikende ontzuiling in de jaren vijftig borrelden her en der wat minder gecensureerde meningen, ook over boeren, op. Ook toen het rapport verscheen, poogde de verzuilde pers het af te doen als een weinig representatief onderzoek. Zelfs aarzelde men niet om te veronderstellen dat 'een belangrijk deel van de vragen de pet van wellicht de meeste ondervraagden ongetwijfeld te boven moet zijn gegaan'.¹⁹ Voor de verzuilde organisaties was het een aanval op hun machtspositie en een teken van het eigen falen om een publieke opinie buiten de eigen kring aan de man te kunnen brengen.

In de tweede plaats schrok men in landbouwkringen enorm van iets wat men eigenlijk al jarenlang wist. Nu het zwart op wit stond, was een reactie geboden. Hoewel velen binnen de landbouwsector beseften dat de negatieve boodschap opgepikt moest worden door een positieve pr-campagne te starten, gaven anderen de voorkeur aan een direct tegenoffensief door de stedeling en het Landbouwschap in een kwaad daglicht te stellen. Blijkbaar voelden veel boeren en sympathisanten zich intens beledigd en gaven daar via de pers lucht aan. Ze wer-

¹⁵ *De Vrije Boer* 15-2-1958.

¹⁶ *Fries Landbouwblad* 7-2-1958.

¹⁷ *Het Vrije Volk* 11-2-1958.

¹⁸ *Alkmaarse Courant* 10-2-1958

¹⁹ *Boer en Tuinder* 14 februari 1958

den daartoe ongetwijfeld aangezet door de niet al te vleiende bloemlezing die bij het rapport was gevoegd en die ook voor de pers dankbaar materiaal vormde om uit te citeren. In die zin was ook sprake van een kortstondige hype en was men het rapport buiten de vakkringen al weer snel vergeten.

Naar aanleiding van het rapport *Stedeling en Boer* werd door de drie Centrale Landbouworganisaties (KNBTB, NCBTB en KNCL) een studiec commissie in het leven geroepen die concludeerde dat de landbouw niet 'die waardering ontvangt van de publieke opinie en de leidende groep, die overeenkomt met zijn culturele en sociale betekenis'.²⁰ Men besloot daarom een gezamenlijke Werkgroep 'Public Relations' op te richten. Deze gaf onder andere het blad *Landbouw nu* uit, dat zich richtte op een niet-agrarisch publiek. Ook Het Landbouwschap was na het verschijnen van het rapport *Stedeling en Boer* overtuigd geraakt dat het imago van de land- en tuinbouw opgevijseld diende te worden. Nadien zal ongetwijfeld ook de negatieve publiciteit in de affaire Hollandscheveld hebben meegespeeld in de overwegingen aandacht te besteden aan de beïnvloeding van de publieke opinie. In 1958 was het niet gelukt geld vrij te maken voor een uitgebreide publiciteitscampagne, niet in de laatste plaats omdat velen de toen genoemde kwart miljoen gulden exorbitant hoog vonden. In de loop van 1963 werden echter het Landbouwschap, de drie boerenorganisaties, de drie landarbeidersbonden en de Agrarisch Coöperatieve Instellingen het eens over de oprichting van de Stichting Public Relations Land- en Tuinbouw (PRLT), die de externe voorlichting centraal ter hand moest nemen.

De PRLT startte op 1 januari 1964 haar activiteiten. Directeur werd de PR-man F.A.M. Wilbers, die stad en land afreisde met een missie. In zijn woorden wilde hij een brug slaan tussen stad en platteland met name door het geven van objectieve voorlichting over de maatschappelijke en economische betekenis van de Nederlandse land- en tuinbouw en aanverwante handel en industrie.²¹ De stichting nam de uitgave over van het blad *Landbouw nu* onder de nieuwe naam *19 nu*. Doel bleef de niet-agrarische wereld op de hoogte te houden van de landbouwontwikkelingen. Later gaf ze ook het blad *Het kleine Loo* (in 1974 verscheen het eerste proefnummer) uit, dat zich speciaal richtte op het basisonderwijs en voorgezet onderwijs. Aanvankelijk wilde de PRLT zich richten op de buitenwereld, maar al spoedig communiceerden de medewerkers meer met de eigen achterban dan met het publiek. Ook het nieuwe voorlichtingsbureau ontsnapte niet aan dat merkwaardige spanningsveld tussen interne en externe voorlichting dat in de landbouwsector zo nadrukkelijk aanwezig was. De PRLT voelde maar al te goed dat de eigen achterban overtuigd moest worden van de noodzaak van een goede presentatie aan de buitenwereld. Daarom propageerde

²⁰ NAHI, Archief Stichting PRLT, map Historie: Oude stukken en documenten, 'K.J. Vrijling, Public Relations voor de landbouw' (1958); zie ook: W.F. Gerhardt, "Landbouw en Public Relations," *Prevue*, (juni 1962).

²¹ Zie ook: 'Statuten, in: F. Wilbers, *Repetitie voor reputatie* (s.l.: s.n., 1969).

het voorlichtingsbureau niet alleen bezoeken van stedelingen aan boerderijen, maar wilde men de boer en zijn gezin ook laten zien wat ‘de prestaties van de huisvrouw zijn op zeshoog in Slotermeer, hoe het gezin daar leeft, werkt, zich ontspant’.²² Feitelijk past de interne strategie veel meer bij de opvattingen van de landbouwmoderniseerders in deze tijd dan bij een externe strategie. Deze moderniseerders beschouwden een aanzienlijk deel van de agrarische bevolking als ‘achterlijk’, ook al noemden zij dat niet expliciet zo en prefererden zij de term achtergebleven.²³ Niet de samenleving, maar de boer moest veranderd worden. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de PRLT, hoewel aanvankelijk bedoeld om de externe voorlichting te stimuleren, vanzelf terugviel in een strategie die meer gericht was op de boeren zelf.

De publieke opinie in de jaren zeventig en tachtig

In de periode na het verschijnen van het rapport *Stedeling en boer* onderging de publieke opinie ten aanzien van de boeren een substantiële verandering. Deze komt duidelijk aan het licht als men het onderzoek uit 1958 vergelijkt met twee opinie-onderzoeken over het beeld van de Nederlandse bevolking van de boeren uit de jaren zeventig. Het eerste onderzoek werd in 1975 uitgevoerd door het Instituut voor Sociaalwetenschappelijk en Economisch Onderzoek (ISEO). Het ondervroeg 1969 huisvrouwen en gezinshoofden uit heel Nederland, waaronder ook personen uit de agrarische wereld.²⁴ Een reeks vooroordelen bleek beduidend minder nadrukkelijk aanwezig te zijn dan in 1958. Slechts een gering percentage ondervraagden dacht, wanneer het boeren betrof, nog in stereotypen. Het beeld van stugge en onbetrouwbare boeren, van conservatieve denkers en mensen die herkenbaar waren omdat ze op klompen liepen, werd nog slechts door zeer weinigen onderschreven. De meerderheid van de ondervraagden (60 tot 75 procent) associeerde het boerenleven met een gezond bestaan, gastvrijheid, vakkundigheid en behulpzaamheid. Ruim negentig procent vond de boeren hardwerkende en voor het voortbestaan van Nederland onmisbare landgenoten. De Nederlander was uitermate tevreden over de goede producten die zij leverden. Merkwaardigerwijs meende echter nog steeds ongeveer veertig procent een boer aan zijn uiterlijk te kunnen herkennen. De enquête liet verder in het midden wat die opvallende kenmerken dan wel waren. Als negatieve kenmerken werden genoemd dat boeren veel klaagden en bovendien (intellectueel) niet goed ontwikkeld waren.

In 1977 deed het Nederlands Instituut voor de Publieke Opinie (NIPO) in opdracht van het Ministerie van Landbouw een vrijwel identiek onderzoek,

²² *De Boerderij* 16 maart 1966.

²³ Erwin H. Karel, *De maakbare boer. Streekverbetering als instrument van het Nederlandse landbouwbeleid 1953-1970* (Groningen/Wageningen: Nederlands Agronomisch Historisch Instituut, 2005), 7.

²⁴ *Omnibus onderzoek. Een onderzoek naar het beeld dat bestaat van de boer bestaat* (Bussum: ISEO, november 1975).

hoewel nu ook vragen over milieu en landschap een belangrijk onderdeel vormden.²⁵ De resultaten verschilden niet wezenlijk van het onderzoek in 1975. Tweeduizend Nederlanders in de leeftijd van 18 jaar en ouder werden geënquêteerd. De grote meerderheid was positief over de bijdrage van het boerenbedrijf aan het behoud van natuur en landschap en neigde ernaar de stelling dat te weinig rekening werd gehouden met de belangen van de boeren in de Groene Ruimte te onderschrijven. Dat laatste werd sterker naarmate de geënquêteerde zelf meer betrokken was bij het agrarische bedrijfsleven. Net als in het onderzoek van het ISEO was negentig procent van mening dat het agrarisch bedrijf een belangrijke rol speelde voor de economische positie van Nederland, en vond de subsidiering van de bedrijven terecht. Overigens schatte men de inkomens van boeren tamelijk laag en het aantal werkuren nogal hoog. Maar dit laatste toont wel aan dat het beeld in vergelijking met 1958 volledig gekanteld was.

Wat was er gebeurd in de twee decennia na 1958? Waarom was de mening over boeren zo sterk veranderd? De verbeelding van het boerenbestaan onderging, mede onder invloed van de modernisering, een scherpe wijziging. In de eerste plaats veranderde natuurlijk het boerenleven daadwerkelijk. Het aantal boeren nam snel af en onder degenen die verdwenen waren veel boeren die juist de voedingsbodem vormden voor allerlei clichébeelden. De overblijvers waren moderne boeren die vaak veel langer dan hun ouders in de schoolbanken hadden gezeten om het vak te leren. Ook de afstand tussen boeren en stedelingen werd geringer. Door de toenemende vrije tijd brachten stedelingen meer tijd door op het platteland, waardoor hun kennis van het boerenbestaan meer op de werkelijkheid was gebaseerd. De toneelboer, zoals een journalist van *Het Vrije Volk* hem in 1958 noemde, met zwarte pet, rode halsdoek en blauwe kiel kwam nu enkel nog als typetje voor.

Dat wil niet zeggen dat het nostalgische beeld verdween. De nieuwe media, met name de televisie, slaagden erin een nieuw sterk gedramatiseerd beeld van het boerenbestaan te creëren, dat als zodanig ook herkend werd door de burger. ‘Ik bid nie veur brune bonen’ is een gevleugelde zin uit Willy van Hemerts tv-serie *Bartje* (1972–1973) en voor een hele generatie Nederlander de verbeelding van het begin-20^e-eeuwse plattelandsleven. Die zin van de auteur van het oorspronkelijke *Bartje*, Anne de Vries, verwees in diens werk naar de psychologie van een opstandig kind en was in het geheel niet bedoeld om het boerenbestaan te verbeelden. Wat bij Anne de Vries nog het decor was, werd in de televisieserie echter het toneelstuk: het schamele bestaan van een Drentse boer. In de loop van de jaren zijn nogal wat televisieseries gemaakt over het platteland. Deels waren ze geïnspireerd door de vele streekromans die in de eerste helft van de 20^e eeuw grote populariteit genoten, zoals *Wij heren van Zichem* (1969–1972) en *Dagboek van een herdershond* (1978–1980). Net als bij *Bartje* waren de meeste primair

²⁵ *Nederland en zijn boeren* (Amsterdam: NIPO, 1977) 2 delen.

psychologische drama's, maar regelmatig trad het boerenleven dusdanig op de voorgrond dat we feitelijk konden spreken van een boerendrama. In de moderne tijd zijn, mede onder invloed van het streven naar het behoud van de streektaal en de opkomst van regionale televisie, streektaal series populair geworden. Deze spelen zich meestal af op het platteland. Het boerenbestaan wordt hier getoond in een eigentijds jasje. Niet het bijzondere van het boerenbestaan is van belang, maar het laten zien dat het boerenleven in essentie niet veel anders is dan het leven van de burger in de stad. Het stereotype beeld van het boerenleven veranderde mede door de televisie in een gedramatiseerd en geromantiseerd beeld.

Duidelijk is dat de publieke opinie over de landbouwsector in de jaren tachtig verder in positieve richting evolueerde, zowel ten aanzien van het geromantiseerde imago als ten opzichte van de reële voorstelling van het boerenbestaan. In september 1983 deed de Nederlandse Stichting voor Statistiek (NSS) een onderzoek dat zij publiceerde onder de titel *Boeren, Burgers en Buitenlui*. De NSS wees er in haar inleiding op dat twee soorten beelden bestonden. Enerzijds namen de onderzoekers een soort bewondering voor en een nostalgisch verlangen naar 'het boerenleven' waar.²⁶ De commercie sprong daarop in door haar producten te sieren met een boerenimago. Anderzijds was er nog het beeld van de boer zoals die in onze taal leefde, vooral in spreekwoorden en gezegden. Daarin verscheen de boer als achterlijk, dom en lomp, sluw, oneerlijk, klagerig en schraperig. Het leek de NSS nu wel 'aardig' te onderzoeken wat de Nederlander anno 1983 vond van de boeren en in hoeverre dat beeld overeenstemde met de beelden in de taal over de boerenbevolking. Daartoe enquêteerde zij 773 personen van 18 jaar en ouder die zelf niet afkomstig waren uit een boeren- of tuindersgezin.

Een derde van hen leek een bestaan op de boerderij aantrekkelijk voor zichzelf. Men associeerde het leven daar met 'vrijheid', 'gezondheid' en 'natuur'. De anderen zagen niks in een bestaan op de boerderij. Zij dachten in de eerste plaats aan 'zwaar werk', 'gebondenheid' en 'zorgen'. Overigens was de overgrote meerderheid het er mee eens dat boeren belangrijk waren voor de Nederlandse economie. De vraag over de inkomens van de boeren werd echter sterk verdeeld beantwoord. Van de geënquêteerden had 40 procent de indruk dat de agrariërs goed verdienden en 46 procent vond dat zij tamelijk tot heel weinig inkomen hadden. Minder te spreken was men over de omgang van de landbouwers met het milieu. Driekwart vond dat boeren slordig omgingen met het gebruik van mest en bestrijdingsmiddelen en meer dan de helft vond dat ze ook te weinig rekening hielden met het welzijn van dieren en met het landschap. De NSS vatte het beeld van de boeren door de bevolking in de volgende woordwolk samen: hardwerkend, mensen met een hard bestaan, commercieel, zwijgzaam, vriendelijk, sociaal voelend, individualist, conservatief, godsdienstig, pessimistisch, na-

²⁶ *Boeren, Burgers en Buitenlui. Hoe de Nederlanders over de boeren denken* ('s-Gravenhage: NSS Opinie Analyse, 1984).

tuurlijkhebbers, ontwikkeld en intelligent. De onderzoekers concludeerden dat sommige 'spreekwoordelijke' kenmerken nog steeds werden onderstreept door de Nederlander (bijvoorbeeld het conservatisme), maar dat de boer niet langer als dom en achterlijk werd beschouwd. Het boerenbedrijf was zeker niet onbekend bij de stedeling: bijna zeventig procent had in de voorbije tien jaar wel eens een bezoek gebracht aan een boerderij, meestal om melk, kaas of groente te kopen. Opvallend was dat dit percentage hoger lag naarmate de geënquêteerde jonger was. De eindconclusie van het onderzoeksbureau was dat de feitelijke houding van Nederlanders tegenover de boeren aanmerkelijk positiever was dan over het algemeen geloofd werd.

Een enquête die vier jaar later werd gehouden week hier weinig vanaf. In 1987 lieten het weekblad *Boerderij* en de Stichting PRLT een onderzoek uitvoeren door het NIPO, omdat ze registreerden dat vele boeren en boerinnen zich zorgen maakten over het beeld dat er in de burgermaatschappij zo langzamerhand van hen bestond.²⁷ Het NIPO enquêteerde achthonderd mensen die in de landbouw werkzaam waren. Het idee dat boeren en aparte bevolkingsgroep vormden, was helemaal verdwenen: 'Bij een boer denkt men in eerste instantie aan een hardwerkende persoon, die verder een gewoon, doorsnee mens is, een ondernemer die gebruik maakt van moderne technologieën'.²⁸ De ondervraagden onderkenden ook het belang van de Nederlandse boeren voor de economie, hoewel ze hun bijdrage aan de export onderschatten. Overigens verwachtte nvooral jongeren dat het relatieve belang voor de economie zou krimpen. Wel vond men dat boeren die moesten stoppen, ondersteund dienden te worden door de overheid. Onverminderd stellig was de mening dat boeren hard moesten werken, althans in vergelijking met een kantoor- of fabrieksbaan. Verdeeld was men over de milieu-aspecten. Slechts een klein deel hield de boeren verantwoordelijk voor de zure regen. Veertig procent meende dat de boeren de productie belangrijker vonden dan het welzijn van dieren. Ook het NOS-journaal besteedde aandacht aan de enquête en meldde dat boeren ondanks de slechte publiciteit een goede indruk maakten bij het Nederlandse publiek. Overigens volgde direct na het enquête-onderwerp op het journaal een onderzoek uit Duitsland dat stelde dat de uitstoot van ammoniak meer schade aan gebouwen veroorzaakte dan de zure regen van de industrie.²⁹ Daarmee leek de redactie de conclusies uit het rapport ongewild(?) te bevestigen.

Bij deskundigen bestond de stellige indruk dat sinds de jaren zeventig het zogenaamde authentieke boerenbeeld van de krachtige onverzettelijke boer, hard voor personeel en kinderen, streng gelovig, overtuigd van zijn plaats in de we-

²⁷ *Boerderij en maatschappij. Een onderzoek naar het beeld van de boer* (Den Haag/Doetinchem: NIPO, augustus 1987), 1.

²⁸ *Boerderij en maatschappij*, 9.

²⁹ *NOS-journaal* 20 augustus 1987.

reld en bewust van zijn onmisbaarheid snel veranderde.³⁰ Anders dan de enquêtes deden vermoeden zagen zij een negatief imago ontstaan, waarin boeren werden geassocieerd met subsidiestromen, milieuvervuiling, kistkalveren, groeihormonen en gierkarren.³¹ De enquêtes hadden vragen over het beeld van het sociaal-culturele leven van de boeren laten vallen. De vraag bijvoorbeeld of ouders hun dochter met een boer wilden laten trouwen kwam sinds de jaren tachtig niet meer voor. In plaats daarvan spitsten de vragen zich toe op de economische rol van de boeren en hun gedrag ten aanzien van het milieu. Een voorbeeld daarvan is het in 1991 gepubliceerde onderzoek onder 409 personen door een aantal studenten van de Hogeschool Eindhoven.³² Hun onderzoek mondde uit in de conclusie dat het werk van boeren en tuinders als economisch zeer belangrijk werd ervaren. Ten aanzien van de productiemethoden verschilde het publieke oordeel: de invloed van de land- en tuinbouw op het milieu was mild en die op het landschap naar tevredenheid. Boeren voelden echter steeds meer negatieve druk over hun omgang met het milieu, ook al werd dat negatieve beeld niet bevestigd in de publieksenquêtes. In een enquête in 1992 van Inter/View vond maar vijf procent van de ondervraagden dat de landbouwsector de belangrijkste vervuiler was.³³ In de media stond het thema echter wel volop in de belangstelling. Vooral op televisie was de aandacht voor dierenwelzijn en milieu bij sommige omroepen een belangrijk thema. Daartegenover stond dat omroepen als de TROS en AVRO ook veel aandacht besteedden aan innovatie in de landbouwsector. Ook de sector zelf maakte volop gebruik van nieuwe media als televisie om het imago van de boeren te verbeteren. Zo zond de NOS in samenwerking met PRLT de tv-serie *Van eigen bodem* uit, waarvan ook een gelijknamig boek verscheen van de hand van Alfred van Dijk, medewerker van de Stichting PRLT.³⁴ Er zat dus wel degelijk een discrepantie tussen wat het Nederlandse publiek dacht over de boeren en de landbouwthema's die in de media veel aandacht trokken.³⁵ Daardoor schatten veel boeren hun imago slechter in dan in werkelijkheid het geval was.

De crisis van de jaren negentig

Begin jaren negentig verkeerde de landbouwsector in een ernstige dip. Economisch stagneerde de sector, de organisatie ervan verkeerde door het verdwij-

³⁰ *De Stem* 8-11-1997; zie ook: Anne van der Meiden, "Boeren boeren communicatief niet goed," *CBS-Index*, (1997).

³¹ Zie bijvoorbeeld: Stysck Amerins Kiestra, *Hoe denken de leerkrachten verbonden aan het gewoon lager onderwijs in Friesland, over de Friese boer. Verslag van het onderzoek tijdens een projectstage 1982* (s.l.: s.n., [1982]).

³² Joyce Ommen e.a. *Het imago van land- en tuinbouw. Een onderzoek in Noord-Brabant, Zeeland en Zuid-Gelderland* (Eindhoven: s.n., 1991).

³³ *Algemeen Dagblad* 2-4-1992.

³⁴ Alfred van Dijk, *Van eigen bodem* ('s-Gravenhage: Staatsuitgeverij, 1987).

³⁵ Zie bijvoorbeeld: Magda de Vetten, "De giertank is symbool geworden," *Nieuwsbrief Nederlandse Vereniging van Landbouw Journaals*, (december 1997): 2.

nen van het Landbouwschap en de verdeeldheid tussen de landbouworganisaties in ernstige moeilijkheden, het liberaliseringsbeleid van de EU vereiste een enorme aanpassing en de boeren meenden dat hun imago ernstig te wensen over liet. Mede naar aanleiding van dit crisisgevoel werd in 1994 een Nationaal Landbouwdebat georganiseerd. Het initiatief daartoe werd eind 1993 genomen door de groep 'Ter Zake'. De groep bestond onder andere uit Rabobank-directeur Herman Wijffels, de CDA'ers Bernard Koeckhoven (algemeen secretaris KNBTB) en Jos van Gennip, de sociaaldemocraat Rob Tazelaar (voorzitter Productschap voor Vee en Vlees) en de hoogleraar Gert van Dijk, tevens directeur van de Nationale Coöperatieve Raad voor de land- en tuinbouw (NCR). Later werden daar nog aan toegevoegd het CDA-Tweede Kamerlid Klaasje Eisses-Timmerman, de hoogleraar Agrarische Economie G. Meester en de oud-minister van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening, en Milieubeheer (VROM) Pieter Winsemius. Iedereen zat er op persoonlijke titel. Het debat moest gaan over de toekomst van de agrarische sector (land- en tuinbouw en agribusiness), zoals over de milieuproblematiek, de toekomstige vorm van de landbouworganisaties en het natuurbeheer.³⁶ In een brief van mei 1994 aan de formateurs schreef het bestuur van Ter Zake: 'De aanleiding daartoe is de fundamentele omwenteling, die de agrosector ondergaat. Door verzadigingsverschijnselen op de afzetmarkten en door de scherpere eisen aan de duurzaamheid van de agrarische productiemethoden zijn de inkomens in de meeste segmenten van de land- en tuinbouw al enkele jaren zeer laag'.³⁷ In wezen wilde men de situatie omkeren: niet de overheid moest een debat organiseren, maar het debat moest van onderop komen, uit de boeren zelf. De landbouwsector verkeerde volgens Ter Zake in verwarring en desoriëntatie. Het uiteenvallen van het Landbouwschap en de meningsverschillen tussen de landbouworganisaties over de toekomstige organisatievorm maakten dat duidelijk. De initiatiefnemers stuitten zowel op lof als tegenwerking. CBTB'er Dirk Duijzer verklaarde in *Ons Platteland* niet bestuurd te willen worden 'door een soort ondemocratische Rotary, die de zaken nog wel eens zal regelen'.³⁸ Vooral de landbouworganisaties voelden zich gepasseerd.

Aan het begin van het debat werd door het bureau R&M uit Heerlen een enquête gehouden onder 753 boeren en tuinders, die vervolgens door de vakgroep Sociologie van de Landbouwuniversiteit te Wageningen nader werd geanalyseerd.³⁹ In dit geval werd dus niet de publieke opinie gemeten, maar het beeld dat de boeren zelf hadden van hun imago in de samenleving. De enquête

³⁶ *Oogst* 7-1-1994.

³⁷ NAHI, archief Stichting PRLT, Map Nationaal Landbouw Debat, Brief aan de kabinetsformateurs 25 mei 1994 van Stichting Ter Zake.

³⁸ *Ons Platteland* 4 maart 1994.

³⁹ Jan Douwe van der Ploeg, Maarten Ettema, Joek Roex, *De crisis. Een bespreking van de eerste Boerderij-enquête voor het Nationaal Landbouwdebat* (Doetinchem: Misset, 1994).

bevestigde de aannames van Ter Zake. Bijna twee derde van de ondervraagden weet de actuele crisis in de landbouw niet aan het ondernemerschap van boeren, maar aan andere omstandigheden. Over het algemeen was men nogal somber gestemd: 'Er heerst een breed gevoel van pessimisme en tweespalt over de vraag waar het met de Nederlandse land- en tuinbouw naar toe moet, en dus over de toekomst van het eigen bedrijf'.⁴⁰ Veel boeren geloofden niet meer in de oude weg van modernisering, waarin het model van zogenaamde selectiviteit er voor zorgde dat ongezonde bedrijven werden opgeheven. De enquête toonde in elk geval dat een groot aantal boeren behoefte had aan een nationaal landbouwdebat, niet in de laatste plaats omdat boeren zich onbegrepen voelden door consumenten en overheid en omdat ze hun greep meenden te verliezen op de hen omringende organisaties en instituties.⁴¹ De boeren zelf waren dus van mening dat de consument (feitelijk dus de publieke opinie) hun werk te weinig waardeerde. Bijna tachtig procent was van mening dat het economische belang van de land- en tuinbouw te weinig onderkend werd. Dat terwijl eerdere enquêtes onder de Nederlanders juist het volstreekte tegendeel lieten zien! Rond de zeventig procent van de tuinders en boeren meende dat met name hun bijdrage op het gebied van milieu, landschap en natuur ondergewaardeerd werd.⁴²

De discussierondes begonnen op 26 mei 1994 met een debat over de varkenshouderij. Er volgden nog onder andere bijeenkomsten over de akkerbouw, pluimveehouderij en de tuinbouw. Tijdens de ongeveer tachtig debatten die in de periode daarna werden georganiseerd, discussieerden naar schatting tienduizend mensen mee.⁴³ Op 19 oktober 1995 werd een slotmanifestatie in Zwolle georganiseerd. De discussierondes leverden uiteindelijk weinig concreets op. De organisatoren meenden dat de onderlinge tegenstelling tussen de boeren was verminderd, maar goed beschouwd was men het er vooral over eens dat eenstemmigheid over allerlei thema's in de hele sector overbodig was. Het eindoordeel van de boeren was ook niet onverdeeld positief. Bij aanvang van het debat had nog tachtig procent van hen geantwoord wel eens over het Nationaal Landbouw Debat gehoord te hebben, maar na afloop was dat percentage gedaald naar zestig. Aanvankelijk vond ook bijna zestig procent dat het debat noodzakelijk was, maar in 1995 was dat nog maar dertig procent. Boeren waren helemaal niet te spreken over de invloed van hun eigen inbreng in het marathondebat: halverwege vond 75 procent dat die onvoldoende was en na afloop was dat nog steeds 51 procent.⁴⁴ De Wageningse sociologen pikten twee punten uit de en-

⁴⁰ Van der Ploeg, Ettema, Roex, *De crisis*, 9.

⁴¹ Van der Ploeg, Ettema, Roex, *De crisis*, 17.

⁴² Van der Ploeg, Ettema, Roex, *De crisis*, 12-13.

⁴³ Corry Velder, "Uitkomsten Nationaal Landbouw Debat," *Platform. Extern magazine over het beleidsterrein van het ministerie van LNV*, nr. 10 (november 1995): 3-5.

⁴⁴ Maarten Ettema, Ad Nooij en Gert van Dijk, *De toekomst. Een bespreking van de derde Boerderij-enquête voor het Nationaal Landbouwdebat* (Doetinchem: Misset, 1995), 40-42.

quêtes. In de eerste plaats wilden de meesten boer of tuinder blijven en vonden ze het ook belangrijk dat zoveel mogelijk boerenbedrijven bleven bestaan. In de tweede plaats zochten vrijwel alle boeren naar vernieuwing, echter niet de welbekende eenvormige modernisering, maar naar een vernieuwing die paste bij het eigen bedrijf. Dat waren de thema's die de Wageningse sociologen zelf het meest na aan het hart lagen. Ook zij moesten echter constateren dat het aanvankelijke enthousiasme onder boeren voor zaken als grondgebonden varkenshouderij, krimp in de veesector en bereidheid om te participeren in coöperaties aanzienlijk was geslonken na anderhalf jaar Nationaal Landbouw Debat.⁴⁵ De discussie legde daarmee vooral bloot dat de landbouwsector – in tegenstelling tot wat de organisatoren van het Debat meenden – onderling sterk verdeeld was, nauwelijks nog gemeenschappelijke belangen kende en in een moordende concurrentiestrijd was verwickeld. Van een gemeenschappelijke identiteit was in de Nederlandse landbouw nauwelijks nog sprake.

In 1996 liet de net opgerichte LTO door een zogenaamde positioneringsgroep een onderzoek doen naar de beeldvorming van boer en tuinder.⁴⁶ In dit onderzoek ging het vooral om het zelfbeeld van boeren en tuinders. De conclusie luidde dat het imago van de agrarische sector over het algemeen redelijk was, maar dat de kennis in de samenleving sterk beïnvloed werd door incidenten en hypes. De agrarische sector voelde zich vaak aangevallen en soms ook miskend. Ze kampte al jaren met een slechter wordend imago, door de ruime aandacht die de media besteedden aan dierenwelzijn en milieu. De landbouworganisaties beseften dat iets aan de beeldvorming moest worden gedaan en gingen zelf op zoek naar een nieuwe identiteit. In 1997 startte LTO-Nederland een publiciteitscampagne om het imago van boeren te verbeteren. Ze wilde daarbij niet langer gebruik maken van de Stichting PRLT. Na de opheffing van het Landbouwschap was deze stichting een belangrijke geldschieter kwijt geraakt. In het algemeen vond men dat de Stichting PRLT teveel op de eigen achterban was gefixeerd, terwijl LTO nu juist de buitenwereld wilde beïnvloeden. Dat deed ze door middel van de campagne *Ondernemers van Nature*, die geleid werd door de speciaal in het leven geroepen Stichting Hart voor het Land.⁴⁷ De campagne startte in 1998 met een Nationaal Ontbijt. In de periode daarna werd onder andere via een campagne op televisie en in huis-aan-huisbladen geprobeerd het imago van de boer te verbeteren. De boer werd geportretteerd als een diervriendelijke en milieubewuste ondernemer. In de *Volkskrant* legde een woordvoerder van land- en tuinbouworganisatie LTO-Nederland de reden van de campagne uit: 'Met onze campagne willen we de Nederlanders laten zien wat er de laatste jaren is bereikt

⁴⁵ Ettema, Nooij en Van Dijk, *De toekomst*, 42-45.

⁴⁶ NAHI, Archief Stichting PRLT, 'Onderzoek naar beeldvorming Nederlandse boer en tuinder ten behoeve van LTO-Nederland. Eerste resultaten deskresearch & interviews 16-8-1996'.

⁴⁷ Daniël Broersma, *Het Groene Front voorbij. De agrarische belangenbehartiging door LTO Nederland 1995-2005* (Groningen/Wageningen: NAHI, 2010), 211-212.

in het boerenbedrijf. Uit onderzoek van ons is gebleken dat de kennis van het publiek over de landbouw gering is. Als men een beeld heeft, dan is het dat achterhaalde, romantische beeld. Verder blijkt dat jongeren geen betrokkenheid met onze sector hebben. De campagne gaat drie jaar duren en moet minimaal tien miljoen gulden kosten. In documentaires op televisie, zo'n zestien per jaar, willen we de kijkers meenemen door agrarisch Nederland'.⁴⁸ Naast deze campagne organiseerde LTO meer activiteiten om het imago bij de Nederlandse bevolking te verbeteren.

Begin 2003 richtte ze de Stichting Vrienden van het Platteland op als opvolger van de campagne Ondernemers van Nature.⁴⁹ De stichting, zo lag in de bedoeling, moest uitgroeien tot een brede coalitie van boeren, plattelandsbewoners en stedelingen en zou de economische duurzaamheid van de landbouw centraal stellen.⁵⁰ Daarmee probeerde ze de aandacht af te leiden van de door de milieubeweging centraal gestelde ecologische duurzaamheid. De stichting propageerde zowel de grootschalige landbouw als de kleinschalige. Uiteindelijk voldeed de stichting slechts ten dele aan de verwachtingen. Volgens LTO Nederland slaagde Vrienden van het Platteland er niet in het totale plaatje van de land- en tuinbouw aan de samenleving over te brengen: 'Het ging wel over het welzijn op het platteland, maar onvoldoende over de welvaart die de land- en tuinbouw de samenleving brengt', zo verwoordde een woordvoerder van LTO Noord het.⁵¹ Ook hierin lag weer besloten dat de stichting zich teveel naar de eigen achterban en te weinig naar het grote publiek richtte. De stichting werd vervangen door de organisatie *Nederland bloeit* die opgezet was door de gezamenlijke landbouworganisaties.

De 21^e eeuw: effecten van de modernisering

Het imagovraagstuk bleef in het eerste decennium van de 21^e eeuw onverminderd belangrijk voor de agrarische wereld. De afstand tussen boer en burger bleef ondanks alle campagnes bestaan waar het om het imago van de agrariër ging. De Raad voor het Landelijk Gebied merkte daar in het rapport *Voor boeren, burgers en buitenlui* over op: 'Het publiek is enerzijds gevangene van de romantische mythe van het idyllische landleven als een symbiose van mens, dier en natuur, anderzijds slachtoffer van horrorbeelden over gekke koeien en gekooide varkens. Van hun kant voelen boeren zich tekort gedaan door consumenten die hoge eisen stellen en lage prijzen verwachten'.⁵² Waar deze sociaalpsychologische impressie van De Raad op stoelde is niet helemaal duidelijk. Andere onder-

⁴⁸ *Volkskrant* 9 juni 1998.

⁴⁹ Broersma, *Het Groene Front voorbij*, 213.

⁵⁰ Broersma, *Het Groene Front voorbij*, 115.

⁵¹ Nieuwssite van het *Agrarisch Dagblad* 26 november 2008, www.AGD.nl.

⁵² *Voor boeren, burgers en buitenlui. Advies over de betekenis van sociaal-culturele ontwikkelingen voor het landelijk gebied over het zelfbeeld van boeren* ('s-Gravenhage: Raad voor het Landelijk Gebied, 2002), 71-72.

zoeken wezen juist het tegengestelde uit of vonden een veel diffuser beeld. Het Ministerie van LNV liet bijvoorbeeld in 2005 door TNS NIPO een onderzoek doen onder 515 Nederlanders, teneinde er achter komen wat het imago van de landbouwsector was. Dat bleek veel positiever dan het zelfbeeld van de boeren. De boer werd gewaardeerd als mens en ondernemer. Daarnaast vonden de geënquêteerden de agrarische ondernemer eerlijker, harder werkend en ook dier- en milieuvriendelijker dan de gemiddelde Nederlander. De boeren en tuinders hadden daarentegen het gevoel dat de sector een negatief imago had bij burgers en politici en dat dit zijn weerslag kreeg in veel regelgeving en controle.

Mogelijk speelden ook bij de onderzoekers soms vooronderstellingen een rol bij de uitkomst van het onderzoek. Daardoor konden enquêtes over het boerenbestaan net zo gemakkelijk negatief als positief zijn. Communicatie-onderzoekers van de Nijmeegse Radboud Universiteit bijvoorbeeld bevestigden weer het negatieve beeld van de burgers. Zij onderzochten de positieve en negatieve effecten van het programma *Boer zoekt vrouw* door stedelingen en plattelanders te vergelijken. Zij concludeerden dat men in de stad de sociale vaardigheden van boeren minder hoog achtte dan op het platteland, dat stedelingen het boerenbestaan zwaarder inschatten dan plattelanders en dat de laatsten het boerenleven mooier vonden dan stedelingen. De wat positievere houding van plattelanders werd vooral veroorzaakt doordat zij zich meer aangesproken voelden door het programma. De onderzoekers constateerden dat de vooroordelen van de stedelingen ten aanzien van de boeren eerder versterkt werden door het programma dan verminderd. Opiniepeilingen gaven dus een tamelijk diffuus beeld. Mogelijk werd dat diffuse veroorzaakt door het feit dat deze opinieonderzoeken nog steeds van een eenduidig platteland en boerenleven uitgingen, terwijl beide in de eerste decade van de 21^e eeuw niet meer in die vorm bestonden.

De Raad voor het Landelijk Gebied constateerde in zijn rapport nog een ander merkwaardig verschijnsel: niet alleen de burgers geloofden maar al te graag in de arcadische idylle van het boerenbestaan (eigen baas zijn, vrijheid van dagindeling, leven in de buitenlucht, omgang met dieren, contact met de natuur, het ritme van de seizoenen, deel uitmaken van een lange traditie, samenwerken met het eigen gezin), de boeren zelf gingen er deels óók in geloven. ‘Zij geloven zelf in deze mythe, al zullen ze ook de eersten zijn om toe te geven dat dit met de praktijk van het boerenleven niet zoveel te maken heeft. In ieder geval weten ze zeker dat deze agrarische waarden buiten hun eigen wereld geen deel zijn van het werkende leven. Dat versterkt de aantrekkelijkheid van het eigen bestaan’, concludeerde de Raad.⁵³ Dat bestaan werd ook steeds meer gekenmerkt door het gesloten karakter van de boerenstand, die absoluut en relatief steeds kleiner werd. Alleen wie als boerenzoon of -dochter geboren werd, kon nog een plaatsje verwerven in de wereld van landbouwers: een opvallend fenomeen in een

⁵³ *Voor boeren, burgers en buitenlui*, 71.

moderne samenleving waar beroepsposities worden verworven door opleiding en eigen inzet.⁵⁴ Zo'n gesloten wereld betekende echter ook dat de boeren steeds meer op elkaar waren aangewezen en daardoor in sommige opzichten sociaal geïsoleerd raakten.

De gevolgen van de modernisering dwongen de boeren op zoek te gaan naar een nieuwe identiteit. Door die modernisering waren zij in zekere zin ontworpend geraakt. Het boerenbestaan dat tot aan de Tweede Wereldoorlog sterk geworteld was in de regionale context was door het proces van modernisering een bovenlokaal fenomeen geworden. Een nivellering van waarden en normen had plaatsgevonden tussen stad en platteland, waarbij de stedelijke waarden duidelijk de overhand hadden. De zogenaamde plattelandsmentaliteit moest in de moderne tijd telkens opnieuw uitgevonden en vorm gegeven worden. Ook was de eigen productiesector steeds meer bovenlokaal georganiseerd. Een Groningse varkensfokker was meer betrokken bij zijn Brabantse collega's dan zijn Groningse burens. In plaats van de lokale huis-aan-huisbladen waren de nationale vaktijdschriften nu een belangrijke bron van kennis voor de boeren. Het moderne bestaan kende echter geen geschiedenis, hooguit een tegenstelling met het traditionele bestaan van de eigen ouders. Dat was immers de les van de moderniseerders. Het gaat te ver om de boeren als 'historisch ontheemden' te beschrijven, maar feit blijft dat hun 'identiteitscrisis' mede veroorzaakt werd door het ontbreken van een traditie die ook voor het grote publiek herkenbaar was.

Na 2000 werd een veelheid van grotere en kleinere initiatieven ontwikkeld om het onderling begrip tussen boeren en burgers te verbeteren. Zo stelde minister van Landbouw L. Brinkhorst zich in oktober 2000 de vraag waarom slechts een beperkte groep boeren stopte met het eigen bedrijf, ondanks de aantoonbare misère in de landbouwsector. Paul Schnabel, directeur van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP), poogde deze vraag 'waarom boeren, boeren blijven' te beantwoorden in een essay.⁵⁵ Uiteraard zag hij dat meer factoren dan alleen economische een rol speelden. Ook sociale, culturele en psychologische factoren werden door de boegen bewust of onbewust gewogen. Schnabels essay was voor de Stichting Vrienden van het Platteland aanleiding om een boekje uit te geven waarin zij op zoek gingen naar de 'spirituele' zijde van het boerenbestaan. Daarmee doelde zij niet noodzakelijkerwijs op een godsdienstige beleving, maar evengoed op andere levensbeschouwelijke inspiratiebronnen. Toch heeft het onderzoek uiteindelijk een sterk godsdienstige inslag, niet in de laatste plaats omdat het onderzoek werd uitgevoerd door het katholiek georiënteerde Titus Brandsma Instituut.⁵⁶ De auteurs kozen in hun theoretische benadering wel voor

⁵⁴ *Voor boeren, burgers en buitenlui*, 71–72.

⁵⁵ Paul Schnabel, *Waarom blijven boeren? Over voortgang en beëindiging van het boerenbedrijf* ('s-Gravenhage: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2001).

⁵⁶ Zie: http://www.titusbrandsmainstituut.nl/ned/algemeen/het_instituut.htm (geraadpleegd 11 juni 2010).

een sterk actionistische invalshoek, dat wil zeggen dat niet de structuur maar de handelende mens zijn omgeving bepaalt: ‘We krijgen een kader aangereikt waarbinnen we onze eigen weg vinden’.⁵⁷ Met hun werk willen zij een brug slaan tussen natuur en cultuur: ‘Deze waarden bieden henzelf en andere burgers een weg om in contact te komen met de kern van ons bestaan’.⁵⁸

Een soortgelijk initiatief is het project ‘Waarden van het land’, een initiatief van het Verband van Katholieke Maatschappelijke Organisaties (VKMO). Het project startte in 2005 en had tot doel de ‘persoonlijke en maatschappelijke waarden van het land te bevorderen, zowel bij de agrarische bevolking als bij andere plattelandsbewoners en stedelingen’. Daartoe werden talloze dialogen tussen boeren en burgers georganiseerd. Het project moest het imago van boeren verbeteren, echter niet door een ‘gelikte reclamecampagne’, maar door dialoog en zelfreflectie. De landbouwhistoricus Ton Duffhues, de theologisch journalist Franck Ploum en de CDA-politicus Hein Pieper analyseerden aan de hand van 26 korte biografische verhalen de waarden van boeren en burgers ten aanzien van landbouw, voedsel, natuur en platteland. Zij verdeelden de auteurs in een vijftal categorieën: de productiegerichte, de zorggerichte, de natuurgerichte, de cultuurgerichte en de spiritueel gerichte. Zij concludeerden onder meer: ‘De verhalen ademen veel meer de sfeer van dankbaarheid en verlangen dan van teleurstelling en verzet. Ook al worden zondebokken genoemd als de politiek, de ambtenarij of bepaalde organisaties en bedrijven, opvallend is het besef van medeverantwoordelijkheid en het geloof in een duurzame toekomst.’⁵⁹ Anders dan de ‘klassieke’ indeling (zoals varkensboer, melkveehouder, akkerbouwer) probeerden de auteurs het boer-zijn te benaderen vanuit een meer inhoudelijke, zo men wil spirituele kant.

De vraag is echter of het ‘magische’ boer-zijn en boer-willen-blijven’ werkelijk iets met de identiteit van de boer heeft te maken. Ongetwijfeld zullen veel boeren het boer-zijn ervaren als iets wat ze gemeen hebben met andere boeren. De onderzoekers concentreren dat gevoel van gemeenschappelijkheid rond de factoren uitdaging, sociaal, levensstijl en essentie. Wie de beleving van de individuele boeren als uitgangspunt neemt, moet tot de conclusie komen dat een gemeenschappelijk beleefd boer-zijn moet bestaan. De gevoelde gemeenschappelijkheid ontbeert tegenwoordig echter een reële basis. Boeren zijn ook elkaars concurrenten. Uiteraard vinden onderzoekers allerlei ‘tegenbewijzen’. Zo zouden geënquêteerden niet graag een ander beroep willen uitoefenen ook al konden zij er meer mee verdienen.⁶⁰ Dat geldt echter ook voor veel niet-boeren.

⁵⁷ F. Mertens en H. Blommestijn, *Boeren in hart en ziel. Zoektocht naar de diepere drijfveren van agrariërs* (Zutphen: Roodbont, 2004), 16.

⁵⁸ Mertens en Blommestijn, *Boeren in hart en ziel*, 74.

⁵⁹ Ton Duffhues, “Inleiding,” in: *Waarden van het land. Verhalen van boeren en burgers over het platteland*, red. Ton Duffhues, Hein Pieper en Franck Ploum, 10-14 (Kampen, Ten Have 2009), 13.

⁶⁰ Mertens en Blommestijn, *Boeren in hart en ziel*, 68-69.

Boer, imago en nostalgie sinds de Tweede Wereldoorlog

De invloed van een medium als de televisie is onbetwist. De meeste Nederlanders ontvangen hun kennis van het boerenleven hoofdzakelijk via deze weg. Reclamemakers spelen daarop handig in. De laatste twintig jaar is het aantal reclamespotjes dat het boerenbestaan als een eerlijke en gezonde manier van leven voorstelt in rap tempo toegenomen. SCP-directeur Paul Schnabel sprak treffend van de surrealistische wijze waarop het boerenleven door marketingstrategieën van industrie en handel aan het publiek werd getoond.⁶¹ Schnabel somde in zijn essay *Waarom blijven boeren* de bekende positieve kenmerken van het boerenbestaan op zoals die vaak door het publiek genoemd worden: eigen baas, leven in de buitenlucht, omgang met dieren, contact met de natuur enzovoort. ‘Als ergens de geur van mest verandert in de geur van eufemisme en euforie, dan is het wel in de eulogie van het boerenbestaan als kwaliteit zelf. De arcadische idylle die de niet-boer zich graag bij het boerenleven voorstelt en die hem ook in de marketingstrategieën van de agrarische industrie en handel op bijna surrealistische manier voor ogen wordt getoverd, bepaalt ook minstens ten dele de kijk van de boeren op hun eigen werk en leven’.⁶² Hoewel ze er zelf uiteindelijk ook niet echt in geloven, voegde Schnabel er nog aan toe.

Unox vertoont bijvoorbeeld twee Hollandse boeren leunend op een hek in het akkerland met op de achtergrond tomatenplanten, fluitende vogeltjes, een regenbuitje en andere gewaardeerde natuurverschijnselen. De suggestie dat de natuur het werk vanzelf doet, moest de verkoopcijfers van de biologische tomatensoep van Unox opschroeven. Velen ergerden zich eraan dat een beeld werd geschapen van ‘luie’ biologische boeren die nauwelijks iets hoefden te doen voor hun product. Er werd zelfs een klacht ingediend bij de Reclame Code Commissie, die het verzoek overigens niet honoreerde. Het ‘surrealisme’ van de voorstelling reikte echter nog veel verder. In Nederland groeien tomaten in kassen en niet op de volle grond. De klimatologische omstandigheden zijn daarvoor in Nederland ongeschikt. De reclamemakers van Unox toverden dus wel een idyllisch plattelandspaalje op de televisie, maar behalve de Nederlands sprekende boeren was daar weinig Hollands aan te ontdekken. Het VPRO-programma *Keuringsdienst van Waarde* wist na veel spuurwerk te achterhalen dat de opnames in Portugal waren gemaakt.⁶³ Ook in veel andere voedselreclames staan het idyllische platteland en het gezonde boerenleven aan de basis van de commerciële boodschap. Vooral de zuivelindustrie brengt zo haar producten aan de man en de vrouw.

Vlak na de Tweede Wereldoorlog maakten de voormannen in de landbouwsector zich grote zorgen over het negatieve imago van de boer. Stedelingen hiel-

⁶¹ Schnabel, *Waarom blijven boeren?*, 11.

⁶² Schnabel, *Waarom blijven boeren?*, 11.

⁶³ VPRO, “Biologische tomatensoep. Hoe eerlijk is heerlijk?,” *Keuringsdienst van Waarde* (aflevering uitgezonden 12 mei 2011).

den er een allesbehalve positief beeld van de boeren op na. De boeren zelf leken zich nauwelijks bewust te zijn dat ze bijna een 'buitenpositie' in de samenleving innamen. De voormannen namen begin jaren zestig maatregelen, onder andere door zelf de publieke voorlichting ter hand te nemen. De sector raakte echter vanaf dat moment in een spagaat. Jarenlang domineerde de voorlichting aan boeren over hun veranderende positie en identiteit in de samenleving, terwijl de voorlichting aan het Nederlandse publiek over de aard van het boerenwerk en –leven achterbleef. Toch veranderde ook het beeld van de boeren in de samenleving. In de jaren zeventig was van het negatieve beeld van twee decennia eerder weinig meer te herkennen. Wel dienden zich nieuwe thema's in de beeldvorming aan, die zich ook in de jaren tachtig en negentig sterk doorzetten. Zo nam de vermeende milieu-onvriendelijkheid van boeren in de enquêtes een steeds belangrijkere plaats in. Merkwwaardigerwijs meenden boeren vaak dat hun milieuvriendelijke imago sterker was dan in werkelijkheid.

Enerzijds economiseert het beeld van de boeren vanaf de jaren tachtig als gevolg van de doorgevoerde modernisering in de decennia daarvoor. Anderzijds wordt zijn bestaan echter ook geromantiseerd. Televisie, nostalgici en reclamemakers hadden bijna vrij spel om een beeld van het boerenleven te creëren dat een aangename illusie opwekte, maar dat nauwelijks overeenstemde met het gemoderniseerde boerenbestaan. De boeren hebben tijdens het proces van modernisering veel tradities afgezworen, tegelijkertijd worden die tradities vaak door nostalgici aangegrepen om een geïdealiseerde versie van het boerenbestaan voor te stellen. Boeren zouden het misschien wel willen, maar kunnen aan die voorstelling geen recht doen. Het is juist het ontbreken van een traditie in het boerenbestaan in eens snel veranderende wereld die leidt tot verwarring en desoriëntatie over het imago, niet zozeer bij het publiek als bij de boeren zelf.