

BOER ZOEKT VROUW en de Nederlandse culturele identiteit

Een studie naar representaties van de Nederlandse culturele identiteit in BOER ZOEKT VROUW



Bachelor Eindwerkstuk
Annabel van Heesbeen
Studentnummer: 4024583
Begeleider: Rob Leurs
Studiejaar: 2014-2015
Blok: 2
Inleverdatum: 23-01-2015

ABSTRACT

In dit onderzoek wordt geanalyseerd op welke manier 'de' Nederlandse culturele identiteit wordt gerepresenteerd in BOER ZOEKT VROUW. Dit naar aanleiding van de brief 'Toekomst van het publieke mediabestel' van staatssecretaris Dekker van 13 oktober 2014. Daarin stond dat programma's als BOER ZOEKT VROUW te weinig bijdragen aan het verspreiden van de Nederlandse culturele identiteit. In dit onderzoek zijn met behulp van een semiotische analyse de leader, de personages en de sfeerbeelden geanalyseerd van aflevering vijf van BOER ZOEKT VROUW 2012. Deze analyse laat zien dat 'de' Nederlandse culturele identiteit op meerdere manieren wordt gerepresenteerd in BOER ZOEKT VROUW en daardoor kan bijdragen aan een gedeelde culturele identiteit.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	7
2.1 Cultuur en identiteit	7
2.2 'Imagined Communities'	9
3. Methode	11
3.1 Aflevering vijf BOER ZOEKT VROUW	11
3.2 Semiotische analyse	11
4. Analyse	13
4.1 Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in de leader van BOER ZOEKT VROUW?	14
4.2 Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd door de personages van BOER ZOEKT VROUW?	17
4.3 Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in de sfeerbeelden van BOER ZOEKT VROUW?	20
5. Conclusie	23
6. Discussie	25
7. Bibliografie	26
8. Bijlagen	30
Bijlage 1. Accenten	30
Bijlage 2. Gesprekspatroon	31
Bijlage 3. Shotlist sfeerbeelden	32

1. INLEIDING

“Wat voor de een plat amusement is, is voor de ander culturele verbondenheid,” zei PvdA’er Mohammed Mohandis in de Volkskrant.¹ Dit was een reactie op de brief ‘Toekomst van het publieke mediabestel’ van Sander Dekker, staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Op 13 oktober 2014 presenteerde Dekker deze brief waarin staat dat er volgens het kabinet binnen de Nederlandse Publieke Omroep (hierna NPO) verandering moet optreden. Er is op dit moment volgens het kabinet geen of te weinig content op de Nederlandse televisie die het publieke belang dient, daarom moet de taak worden aangescherpt: meer informatie, educatie en cultuur op de NPO.²

Dekker noemt de publieke omroep één van de cultuurdragers van Nederland: “[De NPO] heeft de taak om series, films, programma’s en andere content te maken die de culturele diversiteit van de samenleving weerspiegelt en geeft daarmee ook mede vorm aan die identiteit”.³ Zo vervult de publieke omroep volgens het kabinet een verbindende rol in onze samenleving. De nadruk van de programma’s bij de publieke omroep moet onder andere komen te liggen bij het “[...] raken aan onze culturele identiteit”.⁴ Hiermee bedoelt Dekker dat het televisieaanbod van de NPO de pluriformiteit van Nederland en diens grote diversiteit aan overtuigingen, opvattingen en interesses moet laten zien.⁵ Volgens Dekkers voldoet de NPO dus op dit moment te weinig aan het vervullen van zijn taak om de culturele identiteit van Nederland te raken met televisieprogramma’s. Hij noemde hierbij expliciet een aantal entertainmentprogramma’s die wat hem betreft voortaan door commerciële omroepen geproduceerd zouden kunnen worden, zoals de kijkcijferhit BOER ZOEKT VROUW.⁶

Programma’s zoals BOER ZOEKT VROUW dragen volgens Dekker te weinig bij aan de culturele identiteit van Nederland. BOER ZOEKT VROUW trekt één van de hoogste kijkcijfers binnen de NPO.⁷ Dit betekent dat het programma een breed publiek bereikt in Nederland. Het is belangrijk om na te gaan op welke manier programma’s zoals BOER ZOEKT VROUW op dit moment de taak vervullen om bij te dragen aan de culturele identiteit van Nederland, omdat het een breed publiek bereikt en hierdoor een belangrijke functie in de samenleving kan vervullen. Van den Bulck beschreef dat het van belang is te kijken naar de manier waarop de publieke omroep bijdraagt aan een gemeenschappelijke

¹ Maartje Bakker, “Lachen mag voorlopig nog bij de publieken,” *De Volkskrant*, 25 november, 2014.

² “Media en publieke omroep: Kabinetsplannen publieke omroep,” Rijksoverheid.nl, geraadpleegd op 12 november 2014. <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/publieke-omroep>.

³ Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, *Toekomst van het publieke mediabestel* (Den Haag, 13 oktober 2014), 5.

⁴ *Ibid.*, 8.

⁵ *Ibid.*

⁶ TV-kijkers: Amusement moet bij de publieke omroep blijven,” AD.nl, geraadpleegd op 13 november 2014. <http://www.ad.nl/ad/nl/5601/TV-Radio/article/detail/3768785/2014/10/14/Tv-kijkers-Amusement-moet-bij-publieke-omroep-blijven.dhtml>.

⁷ Stichting KijkOnderzoek, *Jaarrapport 2012* (18 januari 2013), 7.

https://kijkonderzoek.nl/images/SKO_Jaarrapport/SKO_Jaarrapport_2012.pdf.

cultuur, waarmee alle leden van de gemeenschap zich kunnen identificeren.⁸ Het is volgens haar belangrijk te onderzoeken op welke manier de nationale cultuur, waar de culturele identiteit een onderdeel van is, aangeboden wordt in de media. Een dergelijk onderzoek vormt een belangrijk onderdeel in het beter inzicht krijgen in de processen van identiteitsvorming en de rol die media hierin spelen.⁹ Volgens Van den Bulck werd aan *public service broadcasting* de taak gegeven om bij te dragen aan het creëren en ontwikkelen van een nationale identiteit en cultuur.¹⁰ Zeker in de huidige tijd is nationale identiteit een belangrijk onderwerp in het maatschappelijk debat over onze multiculturele samenleving. Betekenis geven aan onze culturele en nationale identiteit is continu in ontwikkeling, zoals afgelopen jaar te merken was bij de nationale discussie rondom Zwarte Piet en recentelijk bij de aanslagen in Parijs.¹¹ Een studie naar de culturele identiteit van televisieprogramma's zoals *BOER ZOEKT VROUW* draagt bij aan het inzicht in de processen in deze nationale identiteitsvorming. Dit brengt mij tot de volgende hoofdvraag:

Hoe wordt 'de' Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in *BOER ZOEKT VROUW*?

Bij het beantwoorden van deze vraag zal ik mij aansluiten bij de wetenschappelijke benadering van de *British Cultural Studies*. Hierin wordt cultuur gezien als het alledaagse en wordt gekeken hoe media- en cultuurcommunicatie meewerken aan het reproduceren van het sociale en culturele leven.¹² Dit vind ik een bruikbare definitie voor mijn analyse naar *BOER ZOEKT VROUW*, omdat ik hier ook cultuur analyseer die tot uiting komt in het alledaagse (en niet wordt gezien als iets van de elite). Voor de definitie van 'culturele identiteit' zal ik mij aansluiten bij de definitie van Stuart Hall, die culturele identiteit ziet als punt van identificatie waarbij die identiteit is geconstrueerd door geheugen, fantasie, narratief en mythe.¹³ Bij deze definitie wordt er dus van verschillende factoren uitgegaan die bij kunnen dragen aan de culturele identiteit. Ik vind deze definitie bruikbaar voor mijn analyse, omdat culturele identiteit hier wordt gezien als een dynamisch proces in plaats van een stabiel en onveranderlijk kader. Daarnaast zal ik aansluiten bij het concept *imagined communities* van Anderson, waarin identiteit wordt gezien als een gemeenschappelijke verbeelding.

⁸ Hilde van den Bulck, "Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television," *Media, Culture & Society* 23, no. 1 (2001), 55.

⁹ Van den Bulck, "Public service television," 54.

¹⁰ *Ibid.*, 57-58.

¹¹ "Zwarte Piet-discussie niet geluwd," NOS.nl, geraadpleegd op 19 januari 2014. <http://nos.nl/artikel/2003382-zwarte-piet-discussie-niet-geluwd.html>.

"Nederland staat stil bij aanslag Charlie Hebdo," NOS.nl, geraadpleegd op 19 januari 2014. <http://nos.nl/artikel/2012223-nederland-staat-stil-bij-aanslag-charlie-hebdo.html>.

¹² Elihu Katz et. al., *Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these?* (Cambridge: Polity Press, 2003), 214-215.

¹³ Stuart Hall, "Cultural Identity and Diaspora," in *Identity: Community, Culture, Difference*, ed. Jonathan Rutherford (Londen: Lawrence and Wishart, 1990), 226.

Vanwege de omvang van mijn onderzoek zal ik mij beperken tot één programma van de NPO, BOER ZOEKT VROUW. BOER ZOEKT VROUW stond met de uitzending van 23 september 2012 op nummer één in de top 25 meest bekeken programma's in 2012, met meer dan vier miljoen kijkers.¹⁴ BOER ZOEKT VROUW is een datingprogramma van de KRO waarin Nederlandse boeren op zoek gaan naar de ware liefde. Ik heb dit programma gekozen omdat naar mijn mening (in contrast met Dekker) hierin wel degelijk aspecten van de Nederlandse culturele identiteit worden uitgedragen. Ik zal door middel van een semiotische analyse onderzoeken op welke manier BOER ZOEKT VROUW de Nederlandse culturele identiteit representeert.

Ik wil mijn hoofdvraag beantwoorden aan de hand van de volgende drie deelvragen:

1. Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in de leader van BOER ZOEKT VROUW?
2. Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd door de personages van BOER ZOEKT VROUW?
3. Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in de sfeerbeelden van BOER ZOEKT VROUW?

Om antwoord te kunnen geven op mijn hoofdvraag is dit verslag als volgt opgebouwd: allereerst zal ik in hoofdstuk 2 een theoretisch kader schetsen. Hierna zal ik in hoofdstuk 3 mijn gekozen onderzoeksmethode, een semiotische analyse, uiteenzetten en verantwoorden. Vervolgens zal ik in hoofdstuk 4 een semiotische analyse maken van één aflevering van BOER ZOEKT VROUW, waarin ik antwoord zal geven op mijn drie deelvragen. In hoofdstuk 5 trek ik conclusies naar aanleiding van mijn bevindingen. Tenslotte zal ik in hoofdstuk 6 een kritische reflectie geven op mijn uitgevoerde analyse.

¹⁴ Stichting KijkOnderzoek, *Jaarrapport 2012*, 7.

2. THEORETISCH KADER

2.1 Cultuur en identiteit

Voor mijn analyse sluit ik aan bij de wetenschappelijke benadering van de *British Cultural Studies*, waarin (populaire) cultuur wordt gezien als een proces waarin veel factoren samenkomen. Twee sleutelfiguren in de totstandkoming van deze benadering zijn Stuart Hall en Raymond Williams.¹⁵ Voor mijn analyse zal ik me aansluiten bij de sociale definitie van cultuur van Williams. Williams definieert een 'sociale cultuur' als een bepaalde manier van leven waarin bepaalde betekenissen en waarden niet alleen worden uitgedrukt in kunst en educatie, maar ook in instellingen, het dagelijks leven en gedrag. De analyse van deze sociale cultuur is zo een verduidelijking van impliciete en expliciete betekenissen en waarden in een bepaalde manier van leven, een bepaalde cultuur.¹⁶ Williams ziet cultuur op deze manier als het alledaagse en gaat in tegen de traditionele opvatting waarbij cultuur is verbonden aan de elite.¹⁷

Stuart Hall was ook een sleutelfiguur in de totstandkoming van de *British Cultural Studies* benadering. Hall en Williams analyseerden beiden hoe media- en cultuurcommunicatie meewerken aan het reproduceren van het sociale en culturele leven.¹⁸ Onderdeel van het sociale en culturele leven zijn culturele identiteiten. Hall beschrijft dat er op zijn minst twee soorten manieren zijn om te denken over 'culturele identiteit': "The first position defines 'cultural identity' in terms of one, shared culture, a sort of collective 'one true self', hiding inside the many other, more superficial or artificially imposed 'selves', which people with a shared history and ancestry hold in common".¹⁹ Het is een cultuur van één volk met stabiele, onveranderlijke en continue referentiekaders en betekenissen.²⁰ De identificatie wordt opgebouwd door erkenning van een gemeenschappelijke oorsprong of gemeenschappelijke kenmerken met een andere persoon of groep.²¹ Bij deze vorm van culturele identiteit wordt volgens Lawrence Grossberg vaak geprobeerd om de 'authentieke' en 'originale' content van de culturele identiteit te ontdekken.²² Bij deze benadering speelt zo de geschiedenis van een gemeenschap een belangrijk rol bij culturele identiteitsvorming. Jonathan Friedman schrijft dat culturele identiteiten altijd worden geconstrueerd door specifieke sociaalhistorische contexten.²³ Het

¹⁵ Brett Mills en David M. Barlow, *Reading Media Theory: Thinkers, Approaches & Contexts* (Harlow: Pearson, 2012), 226 en 428.

¹⁶ Mills en Barlow, *Reading Media Theory*, 434.

¹⁷ Katz et. al., *Canonic Texts*, 214-215.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Hall, "Cultural Identity and Diaspora," 223.

²⁰ Ibid.

²¹ Stuart Hall en Paul du Gay, *Questions of Cultural Identity* (Londen: SAGE Publications Ltd, 1996), 2.

²² Lawrence Grossberg, "Identity and Cultural Studies: Is That All There Is?" in *Questions of Cultural Identity*, bewerkt door Stuart Hall en Paul du Gay (Londen: SAGE Publications Ltd, 1996), 89.

²³ Jonathan Friedman, *Cultural identity and global process* (Londen: Sage Publications Ltd, 1994), 118.

gaat bij deze benadering om een culturele identiteit die de vorm heeft van een volledige geconstitueerde, aparte en eigen identiteit ten opzichte van andere identiteiten.²⁴

Hiernaast definieert Hall een andere opvatting over culturele identiteit. Deze opvatting erkent naast vele punten van overeenkomsten, ook kritische punten die belangrijke verschillen vormen over wat we werkelijk zijn of wat we door de geschiedenis zijn geworden.²⁵ Volgens Grossberg ligt bij deze benadering de nadruk op de veelheid aan identiteiten en verschillen, in plaats van op een unieke identiteit en de connecties en articulaties tussen bestaande verschillen. Grossberg schrijft: "Identity is always a temporary and unstable effect of relations which define identities by marking differences".²⁶ De culturele identiteit is volgens Hall niet iets wat al bestaat, maar iets wat plaats, tijd, geschiedenis en cultuur overstijgt.²⁷ Het is zo een constructie die wordt bepaald door geheugen, fantasie, narratief en mythe. Volgens Hall zijn culturele identiteiten punten van identificatie die gemaakt zijn binnen het discours van geschiedenis en cultuur.²⁸ Ik zal me in deze analyse dan ook aansluiten bij deze tweede opvatting van culturele identiteit, omdat ik cultuur ook zie als een dynamisch proces in plaats van als een stabiel en onveranderlijk kader. Een culturele identiteit is naar mijn mening een constructie van verschillende factoren die tevens veranderbaar zijn.

In de wetenschappelijke literatuur is er een debat gaande over of televisie wel kan bijdragen aan de vorming van culturele identiteit. Er heersen verschillende opvattingen over de effecten van televisie. Baudrillard, vaak geassocieerd met een postmodernistische benadering, ziet televisie als pure ruis. Door de veelheid en snelheid van de beelden gaat volgens hem elke betekenisvolle functie verloren.²⁹ Met mijn analyse positioneer ik me echter bij de tegenovergestelde opvatting van Kellner. Hij schrijft dat "[...] television and other forms of media culture play key roles in the structuring of contemporary identity and shaping thought and behavior".³⁰ Hieruit kun je afleiden dat de televisie wel degelijk betekenissen uitdraagt en dat deze een belangrijke rol spelen in het vormgeven van identiteit. Een mediacultuur, waaronder de televisie, biedt beelden en figuren waarmee het publiek zich kan identificeren en die het kan nabootsen. Op deze manier bezit de televisie dus belangrijke socialiserende en culturele effecten, waarbij door middel van bepaalde rolmodellen en de verscheidenheid van onderwerpen waarde wordt gegeven aan bepaalde vormen van gedrag en stijl,

²⁴ Grossberg, "Identity and Cultural Studies," 89.

²⁵ Hall, "Cultural Identity and Diaspora," 225.

²⁶ Grossberg, "Identity and Cultural Studies," 89.

²⁷ Hall, "Cultural Identity and Diaspora," 225.

²⁸ Ibid., 226

²⁹ Baudrillard, zoals geciteerd in Douglas Kellner, *Media Culture: cultural studies, identity and politics between the modern and the post-modern* (Londen: Taylor & Francis Group, 2003), 236-237.

³⁰ Kellner, *Media Culture*, 237.

en aan andere vormen van gedrag en stijl juist niet.³¹ Door deze manier van valoriseren (een bepaalde waarde geven) kan de televisie zorgen voor een bepaalde sociale en culturele identiteit.

2.2 'Imagined Communities'

De sociale en culturele identiteit zijn onderdeel van de nationale identiteit. Volgens Schlesinger speelt massacommunicatie, zoals televisie, een centrale rol bij de verspreiding van representaties van een land en het verbeelden van de bevolking als een hechte gemeenschap met gedeelde waarden.³² Anderson verwees met het concept *imagined communities* naar het belang van gemedieerde communicatie voor de vorming van nationaal bewustzijn en nationale identiteit. Williams en Hall zien communicatie ook als gemeenschapsvormend, wat overeenkomt met de denkwijze van Anderson.³³ Het nationale bewustzijn vindt volgens Anderson zijn oorsprong in de opkomst van de massapers, die zorgde voor de standaardisatie van een volkstaal.³⁴ Dit leidde tot een "extraordinary mass ceremony": de bijna gelijktijdige consumptie van de krant door duizenden of zelfs miljoenen lezers, waarbij elke lezer zich bewust is van het bestaan van die duizenden of miljoenen andere medelezers in de gemeenschap, zonder de identiteit van deze leden te kennen.³⁵ Anderson gebruikt de term *imagined* omdat de leden van zelfs de kleinste landen hun landgenoten vaak nooit zullen kennen, ontmoeten, of zelfs ervan zullen horen. Het beeld van de gemeenschap zal zo alleen in hun gedachten leven.³⁶ Bij het concept *imagined communities* wordt identiteit op deze manier gezien als een gemeenschappelijke verbeelding waarin media een belangrijke rol spelen.

Anderson kaart met zijn concept van *imagined communities* het belang van gemedieerde communicatie aan bij de vorming van een nationale identiteit. Aslama en Pantti gaan hierop door, door te stellen dat de nationale identiteit moet worden geconstrueerd en gereproduceerd door middel van discursieve praktijken in plaats van door werkelijke ervaringen: "The aim of various socializing institutions, most importantly education and the media, is to spread knowledge of national symbols, narratives, traditions, and rituals to people and fuse personal experiences with the national experience so that discourses of national identity become part of people's everyday life [...]".³⁷

³¹ Kellner, *Media Culture*, 240.

³² Schlesinger, zoals geciteerd in Minna Aslama en Mervi Pantti, "Flagging Finnishness: Reproducing National Identity in Reality Television," *Television & New Media* 8, no. 1 (2007): 53.

³³ Katz et. Al., *Canonic Texts*, 223-225.

³⁴ Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism* (New York: Verso, 2006), 46.

³⁵ Anderson, *Imagined Communities*, 35-36.

³⁶ *Ibid.*, 6.

³⁷ Billig, zoals geciteerd in Aslama en Pantti, "Flagging Finnishness," 53.

Van den Bulck sluit aan bij de opvatting dat de nationale identiteit een systeem is van culturele representaties.³⁸ Zij toont aan dat publieke televisie wordt ingezet om bij te dragen aan een gedeelde nationale cultuur waaraan alle leden van de gemeenschap kunnen refereren en zich mee kunnen identificeren.³⁹ Deze nationale cultuur bestaat niet alleen door nationale instituties, maar ook door symbolen en representaties. Zij stelt dat nagenoeg alle publieke omroepen in moderne, industriële gemeenschappen hebben bijgedragen aan het creëren van een *imagined community* voor de moderne natiestaat. Ze schrijft: “Public broadcasting [...] was designed as a service to the public and to the social institutions within national boundaries, was organized centrally and was expected to protect national language and culture and to represent (no matter how implicitly) the national interest”.⁴⁰ De kijker werd geadresseerd als een burger van een natiestaat door het continu verschaffen van mogelijkheden voor identificaties met de natie. Op deze manier werd aan *public service broadcasting* de taak gegeven om bij te dragen aan het creëren en ontwikkelen van een nationale identiteit en cultuur.⁴¹

³⁸ Van den Bulck, “Public service television,” 56.

³⁹ Ibid., 55.

⁴⁰ Ibid., 57.

⁴¹ Ibid., 57-58.

3. METHODE

3.1 Aflevering BOER ZOEKT VROUW

Om mijn hoofdvraag te kunnen beantwoorden zal ik een semiotische analyse uitvoeren van één aflevering van BOER ZOEKT VROUW uit het seizoen 2012. Ik heb voor dit seizoen gekozen omdat dit het meest recente seizoen is dat zich afspeelt in Nederland. In 2013 ging BOER ZOEKT VROUW internationaal en gezien het doel van dit onderzoek kan er beter naar de nationale versie gekeken worden. Ik zal de aflevering van 23 september 2012 analyseren. Dit is de vijfde aflevering uit het seizoen en heet "Uit logeren".⁴² In deze uitzending krijgen de vijf boeren hun logees voor een week op hun eigen boerderij. De eerdere afleveringen bestaan uit het voorstellen van de boeren, het brengen van de brieven en het maken van keuzes, de *speeddates* en de *dagdates*. Deze afleveringen zijn meer gestructureerd door de continue aanwezigheid van de presentatrice Yvonne Jaspers. De vijfde aflevering is de eerste aflevering van het seizoen waarbij de boeren thuis, in hun eigen omgeving, de 3 gekozen logees ontvangen die een week blijven logeren op de boerderij. Vanaf dit moment maken de logees onderdeel uit van het leven op de boerderij en alles wat daarbij komt kijken. De boeren worden voor het eerst in hun 'natuurlijke leefomgeving' gefilmd, waardoor er weinig sturing vanuit het programma zelf is wat betreft locatiekeuze. Hierdoor is deze aflevering naar mijn mening de meest bruikbare aflevering om de culturele identiteit te analyseren. In deze aflevering wordt namelijk geprobeerd de "ware identiteit" van de boeren en het boerenleven bloot te leggen, wat bruikbaar is voor mijn analyse. Tevens was dit ook de uitzending die, met meer dan vier miljoen kijkers, de hoogste kijkcijfers had.⁴³ Dit betekent dat het een breed publiek bereikt en hierdoor een belangrijke functie in de samenleving kan vervullen. Op deze manier kan het programma namelijk bijdragen aan een gemeenschappelijke cultuur, waarmee alle leden van de gemeenschap zich kunnen identificeren.⁴⁴

3.2 Semiotische analyse

Ik zal als uitgangspunt voor de analyse het concept 'mythe' van Barthes hanteren, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen de denotatieve en connotatieve betekenis.⁴⁵ Barthes maakte met het concept 'mythe' duidelijk dat cultuuruitingen verborgen betekenissen (tweede betekenissen) hebben. Wanneer we advertenties, nieuws, televisie of films bekijken, wordt duidelijk dat de linguïstische, visuele of andere soorten tekens niet alleen gebruikt worden om iets weer te

⁴² Blue Circle, "Uit logeren," *Boer zoekt Vrouw*, seizoen 2012, aflevering 5, geregisseerd door Armando de Boer, 23 september 2012 (Hilversum, KRO, 2012), televisie.

⁴³ Stichting KijkOnderzoek, *Jaarrapport 2012*, 7.

⁴⁴ Van den Bulck, "Public service television," 55.

⁴⁵ Jonathan Bignell, *Media Semiotics: An Introduction* (Manchester: Manchester University Press, 2002), 16.

geven, maar ook om een reeks van betekenissen te activeren die verbonden zijn met het teken.⁴⁶ Deze verborgen betekenissen worden vaak als vanzelfsprekend beschouwd, maar zijn geconstrueerd en vastgelegd door de dominante burgerlijke ideologie.⁴⁷ Barthes noemt de eerste (letterlijke) betekenis de denotatieve betekenis en de tweede (achterliggende) betekenis de connotatieve betekenis. Met connotaties verwijst hij naar de extra associaties die tekens met zich meebrengen.⁴⁸ Het maatschappelijke fenomeen waarbij tekens en connotaties worden samengebracht in een bepaalde boodschap, noemt hij "the making of myth".⁴⁹ Met een semiotische analyse is het mogelijk om deze tekens (denotatief) en connotaties (connotatief) te analyseren binnen één bepaalde boodschap. Ik ga de denotatieve en connotatieve betekenissen onderzoeken in BOER ZOEKT VROUW die samen aspecten van de Nederlandse culturele identiteit representeren. Ik wil deze betekenissen achterhalen door op een semiotische wijze betekenissen bloot te leggen uit een aflevering van BOER ZOEKT VROUW. Zo wil ik niet alleen letterlijk kijken naar wat er gezegd of in beeld gebracht wordt, maar ook naar waar het verwijst waardoor het een bepaalde betekenis krijgt in relatie tot de Nederlandse culturele identiteit. Ik denk dat een semiotische analyse het meest bruikbaar om deze dubbele betekenissen te kunnen blootleggen.

Een semiotische analyse wordt vaak gebruikt voor reclameadvertenties of foto's, maar is volgens Jonathan Bignell ook geschikt voor televisie.⁵⁰ BOER ZOEKT VROUW is een zogeheten 'docusoap' waar Bignell over schrijft. In dit soort programma's wordt er een link gelegd tussen televisie, de realiteit en het publiek.⁵¹ Dit wordt gedaan doordat het documentaire genre wordt gecombineerd met een *soap opera*: er worden 'echte' mensen geobserveerd, maar deze observatie wordt gestructureerd door middel van een dramaturgische narratieve vorm.⁵² Bignell schrijft dat een semiotische analyse in detail kan uitleggen hoe deze links tussen televisie, realiteit en het publiek worden gemaakt. Volgens Bignell is realisme in televisie namelijk gebaseerd op een aantal televisiecodes waarbij het publiek die codes erkent als 'realistisch'.⁵³ Op deze manier worden denotatieve uitingen in *docusoaps* connotatief geïnterpreteerd als representaties van de 'echte' wereld. Een semiotische analyse kan deze vervaagde scheidinglijn tussen televisie en het alledaagse leven in een *docusoap* verduidelijken.⁵⁴

⁴⁶ Bignell, *Media Semiotics*, 16.

⁴⁷ *Ibid.*, 24.

⁴⁸ Roland Barthes, "Rhetoric of the image," in *Image, Music, Text*, bewerkt door Stephen Heath (Londen: Fontana Press, 1977), 34.

⁴⁹ Bignell, *Media Semiotics*, 16.

⁵⁰ *Ibid.*, 136-147.

⁵¹ *Ibid.*, 140.

⁵² *Ibid.*, 144.

⁵³ *Ibid.*, 132.

⁵⁴ *Ibid.*, 147.

Ik zal bij mijn semiotische analyse vooral ingaan op de symbolische tekens die naar voren komen in BOER ZOEKT VROUW. Bij het symbolische teken is het verband tussen het teken en de betekenis willekeurig. Het vereist op deze manier een interpretatie van de ontvanger. De betekenis is afhankelijk van afspraken en conventies van een bepaalde cultuur.⁵⁵ Kennis van culturele conventies is zo vereist om de betekenis te kunnen achterhalen. Door te focussen op symbolische tekens zou geanalyseerd kunnen worden hoe tekens bepaalde aspecten van de Nederlandse culturele identiteit representeren.

In paragraaf 4.1 zal ik analyseren hoe de leader is vormgegeven en of dit een bepaald aspect van de Nederlandse culturele identiteit representeert. De leader drukt namelijk de sfeer van het programma uit en is op deze manier een belangrijk onderdeel van de *branding* van het programma.⁵⁶ In paragraaf 4.2 zal ik analyseren of de personages bepaalde aspecten van de Nederlandse culturele identiteit representeren. Onder personages versta ik de boeren, hun gekozen logees en de presentatrice Yvonne Jaspers. Allereerst zal ik het taalgebruik analyseren door te letten op dialecten en gesprekspatronen. Hierna zal ik de kleding analyseren en als laatst het gedrag. In het programma zelf draait het om de personages, zij geven betekenis aan het programma en zijn daarom belangrijk om te analyseren. De taal, kleding en het gedrag zijn naar mijn mening de belangrijkste betekenisdragende uitingen van de personages. Tenslotte zal ik in paragraaf 4.3 de sfeerbeelden van het programma analyseren. Onder sfeerbeelden versta ik de beelden waarin geen personages van BOER ZOEKT VROUW te zien zijn en er geen diegetisch geluid te horen is. Vaak is er non-diegetisch geluid toegevoegd; geluid dat niet afkomstig is uit de narratieve wereld, zoals muziek. De sfeerbeelden dragen naar mijn mening sterk bij aan de vormgeving van het programma. Op deze manier betrek ik al het beeldmateriaal van één aflevering in mijn analyse en naar mijn mening de belangrijkste betekenisdragende onderdelen die bruikbaar kunnen zijn voor mijn analyse.

⁵⁵ Marita Sturken en Lisa Cartwright, *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture* (Oxford: Oxford University Press, 2009), 32.

⁵⁶ Kevin J. Donnelly, *The Spectre of Sound: Music in Film and Television* (Londen: British Film Institute, 2005), 145.

4. Analyse

4.1 Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in de leader van BOER ZOEKT VROUW?

De aflevering van 23 september 2012 begint na ongeveer 30 seconden sfeerbeelden (zie bijlage 3) met de leader van het programma. Deze leader is in het hele seizoen 2012 hetzelfde en bestaat uit grafisch vormgegeven beelden. De leader begint met een aantal enveloppen dat in beeld verschijnt (zie figuur 1).



Afbeelding 1
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.

Na het verschijnen van de enveloppen gaat het beeld over op een blauw-wit tafelkleed, waar alle boeren in een getekende afbeelding met naam verschijnen (zie afbeelding 2 en 3). De leader eindigt wanneer alle boeren zijn voorgesteld door middel van afbeeldingen op het tafelkleed. In de leader is zowel een boterham met kaas (afbeelding 2) als een stuk kaas (afbeelding 3) te zien. Connotatief verwijst de boterham met kaas naar een product dat 'typisch' Nederlands is. Zo wordt Nederland ook wel het 'kaasland' genoemd. De Edammer en Goudse kaas uit Nederland hebben een beschermd status vanuit de EU, waardoor deze kaas alleen nog maar in Nederland geproduceerd mag worden.⁵⁷ De extra associaties die kaas met zich meebrengt, representeren bepaalde Nederlandse culturele



Afbeelding 2
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.



Afbeelding 3
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.

⁵⁷ "Edammer en Goudse Kaas nu beschermd," NOS.nl, geraadpleegd op 29 december 2014.
<http://nos.nl/artikel/189770-edammer-en-gouda-kaas-nu-beschermd.html>.

waarden. Deze culturele waarden van 'kaas en brood' bestaan al eeuwen in Nederland. In de late middeleeuwen was er zogeheten opstand van het 'Kaas- en Broodvolk' in Holland. Met de naam 'Kaas- en Broodvolk' werd verwezen naar de Noord-Hollandse boeren van die tijd.⁵⁸ Ook is in de huidige tijd de bijnaam 'kaaskop' als bijnaam voor een Nederlander niet onbekend.⁵⁹ Op deze manier verwijst de kaas en de boterham op de keukentafel connotatief naar de culturele waarden van kaas en brood die verweven zijn met de Nederlandse geschiedenis. Het is bij dit teken nodig om de culturele conventies te kennen om de betekenis te kunnen achterhalen, wat kenmerkend is voor het symbolische teken.⁶⁰ Daarnaast wordt de kaas gerepresenteerd als iets wat bij veel Nederlanders op de keukentafel ligt. Zo wordt de kaascultuur gerepresenteerd als het alledaagse, iets wat overeenkomt met de British Cultural Studies. Zij zien immers cultuur ook als het alledaagse, die niet alleen wordt uitgedrukt in de kunst en educatie, maar ook in instellingen en het dagelijks leven.⁶¹

Daarnaast speelt de vormgeving van het tafelkleed een belangrijke rol bij de representatie van een aspect van de Nederlandse culturele identiteit. Denotatief is dit een blauw-wit geblokt tafelkleed (zie afbeelding 4), maar connotatief kun je dit interpreteren als een verwijzing naar het Nederlandse Delfts blauw.



Afbeelding 4
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.



Afbeelding 5
Bron: <http://static.digischool.nl/ckv2/burger/burger17de/kakimon./porselein.html>, geraadpleegd op 29 december 2014.

De vormgeving van de leader van BOER ZOEKT VROUW roept associaties op met het Delfts Blauw (zie afbeelding 5). Het Delfts aardewerk was in 1602 een reactie op het porselein uit China dat werd meegebracht door de VOC.⁶² Het Chinese porselein werd zo populair in De Republiek der Nederlanden dat het een grote concurrent werd voor de 'Nederlandse' plateelbakkers. Om dit tegen te gaan imiteerden Delftse plateelbakkers het Chinese porselein en creëerden zij het Delftse

⁵⁸ F. N. W. Hugenholtz, "Het kaas- en broodvolk," *Bijdragen en Mededelingen van het Historisch Genootschap*, no. 81 (1967), 14.

⁵⁹ "Kaaskop," *Encyclo.nl*, geraadpleegd op 21 januari 2014. <http://www.encyclo.nl/begrip/kaaskop>.

⁶⁰ Sturken en Cartwright, *Practices of Looking*, 32.

⁶¹ Mills en Barlow, *Reading Media Theory*, 434.

Katz et. al., *Canonic Texts*, 214-215.

⁶² Marie-Cornélie Roodenburg, *De Delftse pottenbakkersnering in de Gouden Eeuw (1575-1675): De produktie van rood pottengoed* (Hilversum: Uitgeverij Verloren, 1993), 12.

aardewerk.⁶³ Dit werd al snel enorm populair, vooral bij de gegoede burgerij. Later groeide de afzetmarkt van dit Delftse aardewerk tot over de grenzen van de Republiek.⁶⁴ Zo werd het Delfts aardewerk één van de beeldbepalende aspecten van de Nederlandse Gouden Eeuw.⁶⁵ De Gouden Eeuw staat voor een bloeitijd in de Nederlandse geschiedenis op het gebied van economie, cultuur en wetenschap. Het Delfts porselein maakt hier onderdeel van uit, waardoor de leader connotatief verwijst naar een van de welvarendste eeuwen uit de Nederlandse geschiedenis.⁶⁶ Het laatste shot in de leader (afbeelding 4) is een verwijzing naar een typisch traditioneel Nederlands symbool. Deze traditionele Nederlandse symbolen kennen we uit de toeristensector zoals de tulp, de klomp en de molen. Sinds het einde van de negentiende eeuw worden ze al erkend door het buitenland als een verwijzing naar Nederland.⁶⁷ Het zijn vaak symbolen die als typisch Nederlands worden beschouwd omdat ze verwijzen naar producten die al lange tijd in Nederland worden gemaakt of gebruikt, zoals de decoraties op Delfts aardewerk (Delfts blauw).⁶⁸ De laatste afbeelding in de leader van BOER ZOEKT VROUW, de twee ‘poppetjes’, verwijst naar een van de vier traditionele Nederlandse symbolen uit de toeristensector (zie afbeelding 6, linksonder). Doordat deze betekenis niet voortvloeit uit de vorm, is een interpretatie van de ontvanger vereist. De betekenis is afhankelijk van Nederlandse culturele context, het is hierbij nodig om de Nederlandse culturele identiteit te kennen om de betekenis te kunnen achterhalen. Zo representeert de leader van BOER ZOEKT VROUW beeldbepalende aspecten van de Nederlandse geschiedenis, zoals het Delfts blauwe porselein en traditionele rustieke Nederlandse symbolen die verweven zijn met de Nederlandse culturele identiteit.



Afbeelding 6

Bron: <https://www.weddingdeco.nl/servetten-delfts-blauw>, geraadpleegd op 29 december 2014.

⁶³ “Ontstaansgeschiedenis,” Delft.nl, geraadpleegd op 29 december 2014.

http://www.delft.nl/Toeristen/Highlights/Delfts_Blauw/Wat_is_Delfts_blauw/Ontstaansgeschiedenis.

⁶⁴ Roodenburg, *De Delftse pottenbakkersnering in de Gouden Eeuw*, 24.

⁶⁵ C. Jörg, “Recensie Delfts aardewerk: Geschiedenis van een nationaal product,” *BMGN-Low Countries Historical Review* 118, no. 1 (2003): 93.

⁶⁶ Roodenburg, *De Delftse pottenbakkersnering in de Gouden Eeuw*, 24.

⁶⁷ Tessa Ver Loren van Themaat, “Symbolische bouwstenen voor identiteitsbesef? Het succes van Holland-symbolen op gebruiksvoorwerpen,” *Quotidian* 3, no. 1 (2012): 54.

⁶⁸ Ibid.

4.2 Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd door de personages van BOER ZOEKT VROUW?

TAALGEBRUIK

Een aantal boeren en hun logees spreken in BOER ZOEKT VROUW met een bepaald dialect, ook wel regionaal gekleurd Nederlands genoemd (voor een overzicht van alle personages zie bijlage 1). Dit betekent dat kijkers aan het ‘soort’ Nederlands dat wordt gesproken kunnen horen waar iemand vandaan komt.⁶⁹ Vooral bij de vrouwelijke boerin Henrieke en haar logees Bert en Rick-Jan is dit goed te horen, ze spreken met een noordelijk accent. Dit brengt connotatief extra associaties met zich mee. Uit eerder onderzoek (Pinget et. al. 2014) komt naar voren dat sprekers uit de regionale gebieden Noord- en Zuid-Nederland beter worden herkend dan sprekers uit de Randstad en Midden-Nederland. Dit komt omdat deze regionale varianten minder standaard worden gevonden.⁷⁰ Daarom is het dus aannemelijk dat kijkers het accent van Henrieke, Bert en Rick-Jan gemakkelijk zullen herkennen en daardoor zullen kunnen plaatsen waar zij vandaan komen. Ook brengen accenten vaak, naast regionale associaties, andere associaties met zich mee. Boer Henk heeft drie logees uitgekozen die alle drie een Brabants accent hebben. In Nederland worden sprekers met een Brabants accent vaak voorgesteld en gezien als dom, gezellig en aardig.⁷¹ Deze associaties zouden kijkers van BOER ZOEKT VROUW dus ook kunnen krijgen bij het horen van zijn logees. Het accent zou je op deze manier kunnen interpreteren als een symbolisch teken die een reeks van andere betekenissen kan activeren, zoals woonplaats of andere associaties. Het geluid (of het accent) is zo de denotatieve betekenis en de associaties die worden opgeroepen de connotatieve betekenis.

Naast bepaalde accenten van de boeren en hun logees is er ook een gesprekspatroon te ontdekken. ‘Het weer’ is in de aflevering bij meerdere boeren het onderwerp van gesprek (zie bijlage 2). Deze gesprekken representeren de gesprekken van vele Nederlanders over ‘het weer’.⁷² Hoewel het gesprekspatroon van ‘het weer’ een erg klein onderdeel is van de Nederlandse culturele identiteit, zou je dit toch als een punt van identificatie kunnen zien voor een grote groep Nederlanders. Veel mensen zullen zich herkennen in het feit dat het gemakkelijk is om een praatje te maken over ‘het weer’ en het staat dan ook symbool voor de typische eigenschap van Nederland om te praten over het weer. Hier zie je de opvatting van Stuart Hall over culturele identiteit terug. Hij ziet

⁶⁹ Myriam Meyerhoff, *Introducing Sociolinguistics* (Londen: Routledge, Taylor & Francis Group, 2006), 11-13.

⁷⁰ Anne-France Pinget, Marjolein Rotteveel en Hans van de Velde, “Standaardnederlands met een accent- Herkenning en evaluatie van regionaal gekleurd Standaardnederlands in Nederland,” *Nederlandse Taalkunde* 19, no. 1 (2014): 41.

⁷¹ Pinget et.al., “Standaardnederlands,” 8.

⁷² “Het weer als gespreksonderwerp,” InfoNU.nl, geraadpleegd op 3 januari 2015. <http://mijn-kijk-op.infoanu.nl/mens-en-samenleving/145016-het-weer-als-gespreksonderwerp.html>.

“Waarom hebben alleen Nederlanders een weer-obsessie?” HPdetijd.nl, geraadpleegd op 3 januari 2014. <http://www.hpdetijd.nl/2013-05-27/waarom-hebben-alleen-nederlanders-een-weer-obsessie/>.

culturele identiteiten als punten van identificatie.⁷³ ‘Het weer’ als gespreksonderwerp kun je op deze manier zien als een punt van identificatie.

KLEDING

De kleding van de boeren, de logees en Yvonne Jaspers is naar mijn interpretatie niet erg extravert (zie afbeeldingen). Alle personages dragen veelal een (spijker)broek met een blouse of shirt erboven.



Afbeelding 7
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.



Afbeelding 8
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.



Afbeelding 9
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.



Afbeelding 10
Bron: "Uit logeren", 23 september 2012.

Denotatief staat de kleding voor een broek en een blouse, maar connotatief kun je dit interpreteren als een representatie van de ‘gemiddelde Nederlander’. Een zin waarmee de mentaliteit van Nederlanders vaak omschreven wordt is: “Doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg”. Kaldenbach schrijft hierover: “Nederlanders houden er niet van om te laten merken dat ze rijker zijn dan een ander. Aan kleding kunt u vaak niet zien wie rijk of arm is. [...] Het is voor veel Nederlanders een deugd om ‘gewoon’ te doen en niet af te wijken van anderen”.⁷⁴ Dit beeld komt naar mijn interpretatie overeen met de personages van BOER ZOEKT VROUW. De personages dragen kleding waar een groot aantal Nederlanders zich mee zou kunnen identificeren. Op deze manier draagt de kleding uit BOER ZOEKT VROUW bij aan de opvatting van Van den Bulck. Zij stelt dat de publieke televisie wordt ingezet om bij te dragen aan een gedeelde nationale cultuur waaraan alle leden van de gemeenschap

⁷³ Hall, “Cultural Identity and Diaspora,” 226.

⁷⁴ Hans Kaldenbach. *Doe maar gewoon* (Amsterdam: Prometheus, 2009), 13.

kunnen refereren en zich mee kunnen identificeren.⁷⁵ Tevens zie in de kleding de positie van Kellner terug. De waarde voor Nederlanders om zich op deze manier te kleden wordt vergroot door het verspreiden van deze bepaalde kledingstijl, wat overeenkomt met de valoriserende effecten waar Kellner over schrijft.⁷⁶

GEDRAG

In de aflevering wordt benadrukt dat het op het boerenbedrijf hard werken is. Aan boer Martin wordt bijvoorbeeld door Yvonne gevraagd of hij genoeg tijd heeft gehad om alles voor te bereiden voor de logeerweek. Al snel blijkt dat Martin die week een nacht heeft overgeslagen om al zijn werk af te krijgen.⁷⁷ Een ander voorbeeld: bij het voorstellen van de logees van Henrieke komt Rick-Jan aan het woord. Hij zegt: "Ik ga meer interesse proberen te tonen in Henrieke. Niet alleen keihard werken zeg maar, maar ook gewoon iets meer aandacht geven". Ook wordt het harde werken geïllustreerd door de mok die boer Aan als cadeautje krijgt van zijn logé Jeanet. Op de mok staat geschreven: "super hardwerkende boer". Deze voorbeelden representeren het harde werken van Nederlandse boeren. Dat het altijd hard werken is op het boerenbedrijf is een stereotype dat bestaat over het boerenleven en dat de orde komt in BOER ZOEKT VROUW.⁷⁸ Connotatief zou je dit 'harde werken' kunnen interpreteren als een verwijzing naar een van de eigenschappen van het calvinisme in Nederland. Het calvinisme is een subcultuur die deel uit maakt van de Nederlandse cultuur.⁷⁹ Het calvinisme is ontstaan in de 16^{de} eeuw en heeft een stempel gedrukt op de Nederlandse levensstijl.⁸⁰ Een van de eigenschappen van het calvinisme is een hoog arbeidsethos: "[...] in en door het calvinisme is een arbeidsmoraal tot ontwikkeling gekomen, die handel en nijverheid krachtig heeft bevorderd".⁸¹ Het 'harde werken' staat zo representatief voor de calvinistische levensstijl die typerend is voor Nederland. De uitdrukkingen van de boeren zou je op deze manier kunnen interpreteren als een verwijzing naar het calvinisme, als een onderdeel van de Nederlandse culturele identiteit.

⁷⁵ Van den Bulck, "Public service television," 55.

⁷⁶ Kellner, *Media Culture*, 240.

⁷⁷ Blue Circle, "Uit logeren,". Het gesprek: Yvonne: "En af en toe een nachtje slapen?" Martin: "Ja. [lacht]. Yvonne: "Dat is er bij in geschoten?" Martin: "Nou, dat heb ik wel een keer overgeslagen, ja, inderdaad." Yvonne: "Een hele nacht toch niet!" Martin: "Ja." Yvonne: "Niet!". Martin: "Ja, ook voor me controle voor m'n melkdingen ook enzo allemaal, weet je wel. Medicijnregistratie."

⁷⁸ Iris Hilferink, Henk Westerik en Ruben Koning, "Mean world of Arcadië? Het effect van 'Boer Zoekt Vrouw' op vooroordeel ten aanzien van boeren," *Etmaal voor de Communicatiewetenschap: invloed van populaire media* (Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen, 2008): 8.

⁷⁹ Johanne Tennekes, *De onbekende dimensie: over cultuur, cultuurverschillen en macht* (Leuven/Apeldoorn: Garant, 1990), 55.

⁸⁰ "Hoe zouden we zijn zonder Calvin? Blijer!" Elsevier.nl, geraadpleegd op 3 januari 2015. <http://www.elsevier.nl/Algemeen/nieuws/2009/1/Hoe-zouden-we-zijn-zonder-Calvin-Blijer-ELSEVIER220051W/>.

⁸¹ F.L. van Holthoorn, "Max Weber en de arbeidsmoraal: kanttekeningen bij *die protestant-ethik und der geist des kapitalismus*," *Groniek* 85, no. 5 (1983): 17.

Een ander onderdeel van de Nederlandse cultuur en zo de Nederlandse culturele identiteit is openheid en tolerantie, bijvoorbeeld tegenover de homocultuur. Volgens recent onderzoek van TNS NIPO kennen Nederlanders de hoogste waarden toe aan openheid en tolerantie binnen Europa⁸². Dit laat zien dat Nederlanders belang hechten aan culturele diversiteit, wat naar mijn mening een onderdeel is van de Nederlandse culturele identiteit. Een voorbeeld van deze culturele diversiteit kun je terug zien in de verschillende seksuele geaardheden van de boeren. De seksuele voorkeur van Boer Willem gaat uit naar mannen, niet naar vrouwen zoals bij de andere boeren in het programma. Willem is zo te interpreteren als een verwijzing naar de open en tolerante cultuur van Nederland, waarbinnen de homocultuur sterk genormaliseerd is. In geen enkel land ter wereld is zo'n grote groep mensen het eens met de stelling 'homoseksualiteit is normaal'. In Nederland kan het homohuwelijk rekenen op de instemming van zo'n negentig procent van de bevolking⁸³, wat een kenmerkend aspect is van de Nederlandse culturele identiteit. *BOER ZOEKT VROUW* draagt op deze manier bij aan de normalisering van de homocultuur. Dit wordt tevens bevestigd in recent onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP). Het SCP stelt dat jongeren nu positiever over homoseksualiteit denken dan negen jaar geleden. Dit komt onder meer doordat televisieprogramma's als *BOER ZOEKT VROUW* het onderwerp bespreekbaar hebben gemaakt.⁸⁴ Deze valoriserende effecten van televisie zie je terug in de positie van Kellner. Hij stelt dat de televisie belangrijke socialiserende en culturele effecten bezit, waarbij door middel van bepaalde rolmodellen en de verscheidenheid van onderwerpen waarde wordt toegekend aan bepaalde vormen van gedrag of stijl.⁸⁵ Daarnaast komt ook de uiting van Aslama en Pantti hierin terug. Zij stellen dat sociale instituties zoals de televisie kunnen bijdragen aan het proces om discoursen van nationale identiteit deel te laten uitmaken van het dagelijks leven van mensen.⁸⁶

4.3 Hoe wordt de Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in de sfeerbeelden van *BOER ZOEKT VROUW*?

De sfeerbeelden zijn vaak beelden die tijdens het programma fungeren als overgangen tussen de verschillende verhaallijnen van de boeren (voor een shotlist van alle sfeerbeelden, zie bijlage 3). Het zijn daarom vaak beelden van de boerderijen van de verschillende boeren. Toch zijn er ook andere

⁸² "Vrede en respect voor het milieu zijn de meest gekoesterde waarden voor Europeanen," TNS-NIPO.com, geraadpleegd op 12 januari 2014. <http://www.tns-nipo.com/nieuws/nieuwsberichten/vrede-en-respect-voor-het-milieu-zijn-de-meest-gek/>.

⁸³ Paul Mepschen en Laurens Buijs, "Naar een seksueel antinationalisme," *Waterstof: Krant van Waterland* 56, (2011): 4.

⁸⁴ "Jongeren positiever over homoseksualiteit," NOS.nl, geraadpleegd op 19 januari 2015. <http://nos.nl/artikel/2013528-jongeren-positiever-over-homoseksualiteit.html>.

⁸⁵ Kellner, *Media Culture*, 240.

⁸⁶ Billig, zoals geciteerd in Aslama en Pantti, "Flagging Finnishness," 53.

shots die fungeren als sfeerbeelden, opvallend hierbij is het aantal shots met koeien in beeld. De sfeerbeelden bestaan voor 21% uit beelden met een of meerdere koeien.⁸⁷ Connotatief kun je de koe interpreteren als een symbool van het Nederlands landschap. Trouw schreef: “De koe in de wei staat symbool voor belangrijke waarden: een fraai landschap, goed dierenwelzijn”.⁸⁸ Ook Jesse Klaver van GroenLinks schreef over de koe: “Ik zie de zwartbonte koeien grazen in de groene weilanden onder de schapenwolken. Wat is dit landschapsbeeld kenmerkend voor Nederland. De koe is veel meer dan een dier dat melk en vlees produceert. De koe staat symbool voor Nederland en de waarden die met ons land verbonden zijn”.⁸⁹ Deze voorbeelden laten zien dat de sfeerbeelden van koeien naast een denotatieve betekenis ook een duidelijke connotatieve betekenis hebben. Connotatief kun je deze sfeerbeelden interpreteren als een representatie van het Nederlandse landschap. Het Nederlandse landschap wat in BOER ZOEKT VROUW wordt getoond is het ‘platteland’. Uit onderzoek van Tjalda Haartsen blijkt dat Nederlanders het platteland het meest associëren met: ‘ruimte’, ‘rust’, ‘boerderijen’, ‘koeien’, ‘boeren’, ‘natuur’, ‘groen’, en ‘landbouw’. Voor boeren en plattelandsvrouwen zijn ‘frisse lucht’ en ‘vrijheid’ ook belangrijke associaties.⁹⁰ Sommige van deze associaties worden direct weergegeven zoals ‘boerderijen’ en ‘koeien’, maar ‘ruimte’, ‘rust’ en ‘vrijheid’ zijn connotaties die de kijkers zelf kunnen construeren bij het zien van de sfeerbeelden. Op deze manier representeren de sfeerbeelden van BOER ZOEKT VROUW de ‘rust’ en ‘ruimte’ dat het Nederlandse platteland voor velen uitstraalt. Daarnaast worden door middel van de sfeerbeelden in BOER ZOEKT VROUW beelden van nationale symbolen zoals de koe verspreid. Aslama en Pantti schrijven hierover dat mensen op deze manier persoonlijke ervaringen kunnen gaan versmelten met de nationale ervaring. Zo gaan discoursen van de culturele identiteit van Nederland deel uit maken van het dagelijks leven van kijkers.⁹¹

Daarnaast komen er veel sfeerbeelden voor waarin boerderijen, stallen en weilanden worden weergegeven. Denotatief staan de sfeerbeelden van de boerderijen, stallen of weilanden vaak voor het huis of terrein van een boer uit BOER ZOEKT VROUW. Maar connotatief kun je dit interpreteren als een representatie van Nederland als landbouwland. Nederland is de op een na grootste landbouwexporteur ter wereld⁹², wat naar mijn interpretatie onderdeel uit maakt van de

⁸⁷ Zie bijlage 3: “Shotlist sfeerbeelden”.

⁸⁸ “Nederlandse koe dreigt het haasje te worden,” Trouw.nl, geraadpleegd op 5 januari 2015. <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/3782467/2014/11/04/Nederlandse-koe-dreigt-het-haasje-te-worden.dhtml>.

⁸⁹ “Kom op voor de koe in de wei: ik pleit voor een verplichte weidegang,” Joop.nl, geraadpleegd op 5 januari 2015. http://www.joop.nl/opinies/detail/artikel/19185_kom_op_voor_de_koe_in_de_wei/.

⁹⁰ Tjalda Haartsen, “Samenvatting: Platteland: boerenland, natuurterrein of beleidsveld? : een onderzoek naar veranderingen in functies, eigendom en representaties van het Nederlandse platteland,” (Proefschrift, Rijksuniversiteit Groningen, 2002) 138, <http://irs.ub.rug.nl/ppn/241860636>.

⁹¹ Billig, zoals geciteerd in Aslama en Pantti, “Flagging Finnishness,” 53.

⁹² “Nederland landbouwland,” PBL.nl, geraadpleegd op 12 januari 2015. <http://www.pbl.nl/infographic/nederland-landbouwland>.

Nederlandse culturele identiteit. Naast de thematiek van het programma (boeren en het boerenleven) dragen ook de sfeerbeelden zo hieraan bij.

5. Conclusie

In dit onderzoek stond de vraag centraal: 'Hoe wordt 'de' Nederlandse culturele identiteit gerepresenteerd in BOER ZOEKT VROUW?'. Om antwoord te geven op deze vraag kan gesteld worden dat 'de' Nederlandse culturele identiteit op verschillende manieren wordt gerepresenteerd in BOER ZOEKT VROUW. Allereerst door culturele waarden te representeren die verbonden zijn met de Nederlandse geschiedenis, zoals de Nederlandse kaas en het brood, het Nederlandse Delfts blauw en de landbouwexport. Daarnaast wordt de culturele identiteit weergegeven door culturele symbolen te representeren die verbonden zijn met de Nederlandse culturele identiteit zoals traditionele rustieke symbolen als de twee 'poppetjes' en de koe als symbool van het Nederlandse landschap. BOER ZOEKT VROUW draagt ook bij aan het uitdragen van Nederlandse sociale en culturele waarden, zoals de "doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg" mentaliteit, de calvinistische levensstijl en de openheid en tolerantie tegenover de homocultuur.

Mijn analyse laat zien dat 'de' Nederlandse culturele identiteit bestaat uit een constructie van verschillende aspecten, zoals geschiedenis en symbolen. Er is niet één identiteit, maar het bestaat uit punten van identificatie die gemaakt zijn binnen het discours van geschiedenis en cultuur. Dit komt overeen met de stelling van Hall die stelt dat de culturele identiteit een dynamisch proces is dat bestaat uit vele punten van overeenkomsten, maar ook verschillen over wat we werkelijk zijn of wat we door de geschiedenis zijn geworden.⁹³ Mijn analyse kan als aanvulling worden gezien op de aannames van Van den Bulck. Zij toont aan dat publieke televisie wordt ingezet om bij te dragen aan een gedeelde nationale cultuur waaraan alle leden van de gemeenschap kunnen refereren en zich mee kunnen identificeren.⁹⁴ Deze nationale cultuur bestaat niet alleen door nationale instituties, maar ook door symbolen en representaties. Hoewel de culturele identiteit maar een onderdeel is van de nationale cultuur, laat mijn onderzoek ook zien dat deze culturele identiteit niet alleen wordt vormgegeven door nationale instituties, maar ook door symbolen en representaties (weergegeven op de publieke televisie). Kellner stelt dat de televisie kan bijdragen aan het valoriseren van bepaalde culturele waarden komt ook terug in. Dit is terug te zien in mijn analyse bij de normalisering van de homocultuur door de uitingen in BOER ZOEKT VROUW. Op deze manier kan televisie zorgen voor een bepaalde sociale en culturele identiteit.⁹⁵

Mijn onderzoek laat zien dat BOER ZOEKT VROUW op een bepaalde manier wel degelijk bijdraagt aan bepaalde aspecten van de culturele identiteit van Nederland. Dit komt niet overeen met de mening van staatssecretaris Dekkers. Doordat BOER ZOEKT VROUW punten van identificatie

⁹³ Hall, "Cultural Identity and Diaspora," 225.

⁹⁴ Van den Bulck, "Public service television," 55.

⁹⁵ Kellner, *Media Culture*, 240.

biedt aan de kijkers kan het zorgen voor culturele verbondenheid. Aspecten van de culturele diversiteit van Nederland worden ook weerspiegeld, bijvoorbeeld door zowel de hetero- als homocultuur weer te geven. Tevens laat mijn analyse zien dat er verschillende Nederlandse culturele waarden worden uitgedragen die de 'onze culturele identiteit raken', wat volgens Dekker niet het geval was. Het is interessant om te onderzoeken in hoeverre andere programma's van de NPO bijdragen aan de culturele identiteit van Nederland. Hierna is het pas mogelijk om conclusies te trekken of programma's zoals BOER ZOEKT VROUW te weinig bijdragen aan de culturele identiteit van Nederland. Als je nu naar de uitkomsten van dit onderzoek kijkt zijn er namelijk wel degelijk aspecten van de Nederlandse culturele identiteit die worden gerepresenteerd in BOER ZOEKT VROUW.

6. DISCUSSIE

Reflecterend op mijn gekozen theorieën was het concept *imagined communities* een logisch uitgangspunt, maar lastig toe te passen in mijn analyse. Bij het concept *imagined communities* wordt identiteit gezien als een gemeenschappelijke verbeelding waarin media een belangrijke rol spelen. De positie van Kellner is wel gerelateerd aan het concept *imagined communities*. Kellner's uitspraken kon ik wel goed toepassen in mijn analyse. Zo fungeert het concept van Anderson binnen mijn onderzoek om de bredere werking en effecten van televisie te kunnen begrijpen. Ik heb dit concept echter alleen gebruikt in relatie tot televisie, terwijl Anderson met dit concept naar meerdere massamedia verwijst, zoals de massapers en literatuur.⁹⁶ Een semiotische analyse is naar mijn mening erg bruikbaar geweest om dubbele betekenissen op een systematische manier te kunnen blootleggen. In mijn hoofdvraag stel ik de vraag hoe de Nederlandse culturele identiteit wordt gerepresenteerd in *BOER ZOEKT VROUW*. Representaties bestaan vaak uit een teken en een daarvan afgeleide betekenis, deze twee elementen zijn naar mijn mening goed te onderzoeken met een semiotische analyse. Ik heb met mijn analyse alleen tekens geanalyseerd die de Nederlandse culturele identiteit kunnen representeren, andere vormen zoals thematiek of narratieve structuur heb ik niet meegenomen in mijn analyse. Om dit te onderzoeken zou een narratieve analyse wel geschikt zijn, dan zou ik elementen van de narratieve structuur zoals 'de zoektocht naar de liefde' kunnen analyseren. Belangrijk om te vermelden is dat mijn analyse berust op mijn interpretaties. De connotatieve betekenissen heb ik zelf geconstrueerd, dit betekent dat niet iedereen dezelfde connotatieve betekenissen zal interpreteren. Daarnaast zijn de uitkomsten van mijn onderzoek gebaseerd op één aflevering van *BOER ZOEKT VROUW*. Om mijn conclusies te kunnen generaliseren zouden er meer afleveringen of seizoenen moeten worden geanalyseerd.

⁹⁶ Anderson, *Imagined Communities*, 35-36.

7. BIBLIOGRAFIE

Literatuurlijst:

Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. New York: Verso, 2006.

Aslama, Minna en Mervi Pantti. "Flagging Finnishness: Reproducing National Identity in Reality Television." *Television & New Media* 8, no. 1 (2007): 49-67.

Barthes, Roland. "Rhetoric of the image." In *Image, Music, Text*, bewerkt door Stephen Heath, 32-51. Londen: Fontana Press, 1977.

Bignell, Jonathan. *Media Semiotics: An Introduction*. Manchester: Manchester University Press, 2002.

Donnelly, Kevin J. *The Spectre of Sound: Music in Film and Television*. Londen: British Film Institute, 2005.

Friedman, Jonathan. *Cultural identity and global process*. Londen: Sage Publications Ltd, 1994.

Grossberg, Lawrence. "Identity and Cultural Studies: Is That All There Is?" In *Questions of Cultural Identity*, bewerkt door Stuart Hall en Paul du Gay, 87-107. Londen: SAGE Publications Ltd, 1996.

Haartsen, Tialda. "Samenvatting: Platteland: boerenland, natuurterrein of beleidsveld? : een onderzoek naar veranderingen in functies, eigendom en representaties van het Nederlandse platteland." Proefschrift. Rijksuniversiteit Groningen, 2002. <http://irs.ub.rug.nl/ppn/241860636>.

Hall, Stuart. "Cultural Identity and Diaspora." In *Identity: Community, Culture, Difference*, bewerkt door Jonathan Rutherford, 222-237. Londen: Lawrence and Wishart, 1990.

Hall, Stuart en Paul du Gay. *Questions of Cultural Identity*. Londen: SAGE Publications Ltd, 1996.

Hall, Stuart. "The Work of Representation." In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, bewerkt door Stuart Hall, 15-64. Londen: SAGE Publications Ltd, 2000.

Hilferink, Iris, Henk Westerik en Ruben Koning. "Mean world of Arcadië? Het effect van 'Boer Zoekt Vrouw' op vooroordeel ten aanzien van boeren." *Etmaal voor de Communicatiewetenschap: invloed van populaire media*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen, 2008.

Holthoon, F.L. van. "Max Weber en de arbeidsmoraal: kanttekeningen bij *die protestant-ethik und der geist des kapitalismus*." *Groniek* 85, no. 5 (1983): 17-25.

Hughenoltz, F. N. W. "Het kaas- en broodvolk." *Bijdragen en Mededelingen van het Historisch Genootschap*, no. 81 (1967): 14-33.

Jörg, C. "Recensie Delfts aardewerk: Geschiedenis van een nationaal product." *BMGN-Low Countries Historical Review* 118, no. 1 (2003): 93-94.

Kaldenbach, Hans. *Doe maar gewoon*. Amsterdam: Prometheus, 2009.

Katz, Elihu, John Durham Peters, Tamar Liebes en Avril Orlof. *Canonic Texts in Media Research: Are there any? Should there be? How about these?* Cambridge: Polity Press, 2003.

Kellner, Douglas. *Media Culture: cultural studies, identity and politics between the modern and the post-modern*. Londen: Taylor & Francis Group, 2003.

Mepschen, Paul en Laurens Buijs. "Naar een seksueel antinationalisme." *Waterstof: Krant van Waterland* 56, (2011): 1-8.

Meyerhoff, Miriam. *Introducing Sociolinguistics*. Londen: Routledge, Taylor & Francis Group, 2006.

Mihelj, Sabina, Veronika Bajt en Milos Pankov. "Television news, narrative conventions and national imagination." *Discours & Communication* 3, no. 1 (2009): 57-78.

Mills, Brett en David M. Barlow. *Reading Media Theory: Thinkers, Approaches & Contexts*. Harlow: Pearson, 2012.

Pinget, Anne-France, Marjolein Rotteveel en Hans van de Velde. "Standaardnederlands met een accent-Herkenning en evaluatie van regionaal gekleurd Standaardnederlands in Nederland." *Nederlandse Taalkunde* 19, no. 1 (2014): 3-45.

Roodenburg, Marie-Cornélie. *De Delftse pottenbakkersnering in de Gouden Eeuw (1575-1675): De produktie van rood pottengoed*. Hilversum: Uitgeverij Verloren, 1993.

Sturken, Marita en Lisa Cartwright. *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

Tennekes, Johanne. *De onbekende dimensie: over cultuur, cultuurverschillen en macht*. Apeldoorn: Garant, 1990.

Van den Bulck, Hilde. "Public service television and national identity as a project of modernity: the example of Flemish television." *Media, Culture & Society* 23, no. 1 (2001): 53-69.

Ver Loren van Themaat, Tessa. "Symbolische bouwstenen voor identiteitsbesef? Het succes van Holland-symbolen op gebruiksvoorwerpen." *Quotidian* 3, no. 1 (2012): 53-71.

Externe bronnen:

Blue Circle. "Uit logeren," *Boer zoekt Vrouw*, seizoen 2012, aflevering 5, geregisseerd door Armando de Boer, 23 september 2012 (Hilversum, KRO, 2012). Televisie.

"Blijft de publieke omroep wel vermakelijk?" NOS.nl. Geraadpleegd op 13 november 2014. <http://nos.nl/op3/artikel/709477-blijft-de-publieke-omroep-wel-vermakelijk.html>.

"Media en publieke omroep: Kabinetsplannen publieke omroep." Rijksoverheid.nl. Geraadpleegd op 12 november 2014. <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/media-en-publieke-omroep/publieke-omroep>.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Toekomst van het publieke mediabestel*. Den Haag, 13 oktober 2014.

Stichting KijkOnderzoek. *Jaarrapport 2012*. 18 januari 2013. https://kijkonderzoek.nl/images/SKO_Jaarrapport/SKO_Jaarrapport_2012.pdf

“TV-kijkers: Amusement moet bij de publieke omroep blijven.” AD.nl. Geraadpleegd op 13 november 2014. <http://www.ad.nl/ad/nl/5601/TV-Radio/article/detail/3768785/2014/10/14/Tv-kijkers-Amusement-moet-bij-publieke-omroep-blijven.dhtml>.

Maartje Bakker. “Lachen mag voorlopig nog bij de publieken.” *De Volkskrant*, 25 november, 2014.

“Zwarte Piet-discussie niet geluwd.” NOS.nl. Geraadpleegd op 19 januari 2014. <http://nos.nl/artikel/2003382-zwarte-piet-discussie-niet-geluwd.html>.

“Nederland staat stil bij aanslag Charlie Hebdo.” NOS.nl. Geraadpleegd op 19 januari 2014. <http://nos.nl/artikel/2012223-nederland-staat-stil-bij-aanslag-charlie-hebdo.html>.

“Edammer en Goudse Kaas nu beschermd.” NOS.nl. Geraadpleegd op 29 december 2014. <http://nos.nl/artikel/189770-edammer-en-gouda-kaas-nu-beschermd.html>.

“Kaaskop.” Encyclo.nl. Geraadpleegd op 21 januari 2014. <http://www.encyclo.nl/begrip/kaaskop>.

“Ontstaansgeschiedenis.” Delft.nl. Geraadpleegd op 29 december 2014. http://www.delft.nl/Toeristen/Highlights/Delfts_Blauw/Wat_is_Delfts_blauw/Ontstaansgeschiedenis.

“Het weer als gespreksonderwerp.” InfoNU.nl. Geraadpleegd op 3 januari 2015. <http://mijn-kijk-op.infonu.nl/mens-en-samenleving/145016-het-weer-als-gespreksonderwerp.html>.

“Waarom hebben alleen Nederlanders een weer-obsessie?” HPdetijd.nl. Geraadpleegd op 3 januari 2014. <http://www.hpdetijd.nl/2013-05-27/waarom-hebben-alleen-nederlanders-een-weer-obsessie/>.

“Hoe zouden we zijn zonder Calvijn? Blijer!” Elsevier.nl. Geraadpleegd op 3 januari 2015. <http://www.elsevier.nl/Algemeen/nieuws/2009/1/Hoe-zouden-we-zijn-zonder-Calvijn-Blijer-ELSEVIER220051W/>.

“Vrede en respect voor het milieu zijn de meest gekoesterde waarden voor Europeanen.” TNS-NIPO.com. Geraadpleegd op 12 januari 2014. <http://www.tns-nipo.com/nieuws/nieuwsberichten/vrede-en-respect-voor-het-milieu-zijn-de-meest-gek/>.

“Jongeren positiever over homoseksualiteit.” NOS.nl. Geraadpleegd op 19 januari 2015. <http://nos.nl/artikel/2013528-jongeren-positiever-over-homoseksualiteit.html>.

“Nederlandse koe dreigt het haasje te worden.” Trouw.nl. Geraadpleegd op 5 januari 2015. <http://www.trouw.nl/tr/nl/4324/Nieuws/article/detail/3782467/2014/11/04/Nederlandse-koe-dreigt-het-haasje-te-worden.dhtml>.

“Kom op voor de koe in de wei: ik pleit voor een verplichte weidegang,” Joop.nl, geraadpleegd op 5 januari 2015. http://www.joop.nl/opinies/detail/artikel/19185_kom_op_voor_de_koe_in_de_wei/.

“Nederland landbouwland.” PBL.nl. Geraadpleegd op 12 januari 2015. <http://www.pbl.nl/infographic/nederland-landbouwland>.

Afbeeldingen:

1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10:

Blue Circle. "Uit logeren," *Boer zoekt Vrouw*, seizoen 2012, aflevering 5, geregisseerd door Armando de Boer, 23 september 2012 (Hilversum, KRO, 2012). Televisie.

5:

"Blauw Wit." Digischool.nl. Geraadpleegd op 29 december 2014.

<http://static.digischool.nl/ckv2/burger/burger17de/kakimon/porselein.htm>

6:

"Servetten Holland." Deverguldekaars.nl. Geraadpleegd op 29 december 2014.

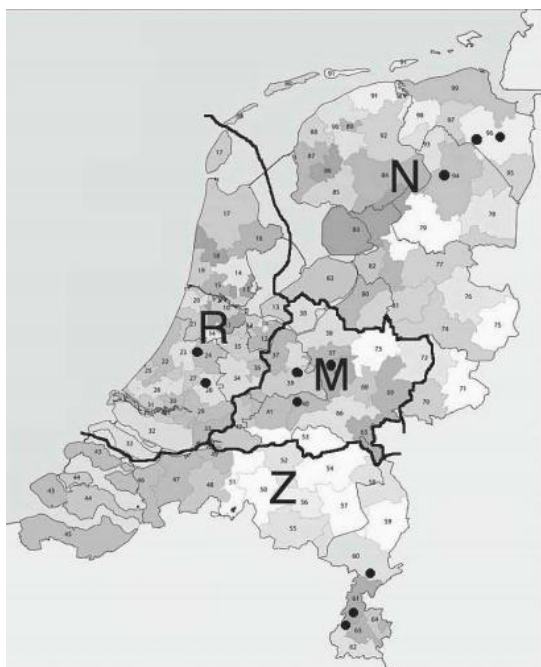
http://www.deverguldekaars.nl/images/servetten_holland_LRG.jpg

8. BIJLAGEN.

Bijlage 1. Accenten

Naam	Regio*	Accent
Henriëke	Noord	Licht
Bert	Noord	Sterk
Rick-Jan	Noord	Licht
Barry	Midden	Neutraal
Henk	Randstad	Neutraal
Lisa	Zuid	Licht
Yoni	Zuid	Licht
Fiona	Randstad	Neutraal
Aad	Randstad	Licht
Linda	Randstad	Neutraal
Jeanet	Noord	Licht
Ina	Randstad	Neutraal
Martin	Randstad	Neutraal
José	Randstad	Neutraal
Swaan	Noord	Licht
Wilma	Midden	Neutraal
Willem	Midden	Neutraal
Jurgen	Midden	Neutraal
Klaas	Randstad	Neutraal
Jacob	Noord	Neutraal

*Regioverdeling gedaan op basis van onderstaande afbeelding:



Kaart van Nederland opgesplitst in vier onderscheiden regio's m.b.t. regionaal gekleurd Nederlands (R=Randstad, M=Midden, N=Noord, Z=Zuid).

Bron: Anne-France Pinget, Marjolein Rotteveel en Hans van de Velde, "Standaardnederlands met een accent-Herkenning en evaluatie van regionaal gekleurd Standaardnederlands in Nederland," *Nederlandse Taalkunde* 19, no. 1 (2014): 12.

Bijlage 2. Gesprekspatroon

1. Het weer

06:00 – 06:23

Bert: 'Maar het is mooi weer...'

Rick-Jan: 'Ja'

Henriëke: 'Ideaal he'

Bert: '28 graden net, zag ik de ..'

Henriëke: '28 ja?'

Bert: 'Zag ik op de auto-thermometer'

Henriëke: 'Oh das wel omhoog gezet, anders kun je haast niet eh'

Bert: 'Nee.' [stilte] 'Maar het wil weer regenen zegt tie, dus ..'

Henriëke: 'Ja he'

Bert: 'Krijgen we weer oud-hollands weer, krijgen we weer terug.'

Henriëke: [lacht]

Rick-Jan: 'Groeizaam weer.'

Henriëke: 'Maar het mag wel een beetje groeien.'

Bert: 'Ja, ja, ja. Nog wat regen kunnen we wel gebruiken.'

Henriëke: 'Zeker wel.'

Bert: 'Tenminste, de meeste mensen wel.'

21:59 – 21:14

Yoni: 'Het is er het weer voor he, om in de auto te zitten.'

Henk: 'Ja, nee inderdaad. Het is wel een beetje, eh, een beetje somber zeg maar nog.'

Yoni: 'Ach ja, het wordt wel beter.'

Henk: 'Maar jullie laten de zon toch weer schijnen straks?' [lacht]

Yoni: 'Ja, zeker wel.'

Henk: [lacht] 'Tenminste, daar ging ik wel vanuit.'

Lisa: 'Ik heb hem proberen mee te nemen uit Brabant, maar ...'

Yoni: 'Nee -'

Lisa: 'Nee dat is ons allebei ..'

Yoni: 'Nee, niet gelukt. Nee.'

Bijlage 3. Shotlist sfeerbeelden

Shot	Tijd	In beeld
1	00:07 – 00:09	Koe weerspiegeling in sloot
2	00:10 – 00:12	Weiland met koeien, daarboven wolken
3	00:12 – 00:13	Melkstal
4	00:13 – 00:15	Vlinder op paardenbloem
5	00:15 – 00:16	Koeien in de stal, eten
6	00:16 – 00:17	Broeikassen in avondlicht
7	00:17 – 00:19	Sloot in avondlicht
8	00:19 – 00:20	Koe in de stal
9	00:20 – 00:22	Weiland met regen
10	00:23 – 00:24	Dak waar regen vanaf loopt
11	00:24 – 00:25	Bloemen in de regen
12	00:25 – 00:27	Weiland in avondlicht
13	00:28 – 00:32	Nok van broeikas
14	01:16 – 01:18	Boerderij Henrieke, stallen
15	01:18 – 01:20	Boerderij Henrieke, stallen
16	02:31 – 02:34	Boerderij Martin, huis en stal
17	03:36 – 03:29	Boerderij Martin, huis
18	04:01 – 04:03	Boerderij Henrieke, huis
19	04:04 – 04:05	Boerderij Henrieke, stal
20	04:06 – 04:07	Boerderij Henrieke, erf
21	05:14 – 05:16	Boerderij Bert, erf
22	07:59 – 08:01	Landschap met weilanden, koeien en molen
23	08:02 – 08:03	Boerderij
24	09:19 – 09:21	Huis en kassen van Aad
25	09:21 – 09:23	Huis Aad
26	10:57 – 11:00	Boerderij Martin
27	16:29 – 16:31	Boerderij Henrieke, huis
28	17:11 – 17:13	Boerderij Willem, stal
29	17:14 – 17:15	Boerderij Willem, huis
30	17:37 – 17:39	Boerderij Willem, huis
31	17:57 – 18:00	Huis Aad
32	18:08 – 18:10	Huis Linda, flat
33	19:18 – 19:20	Huis Aad
34	22:39 – 22:41	Huis Fiona
35	23:58 – 24:00	Boerderij Willem, stallen
36	24:00 – 24:02	Boerderij Willem, koeien in stal
37	24:02 – 24:04	Boerderij Willem, koeien in stal
38	24:50 – 24:51	Boerderij Willem, koe die eet
39	25:41 – 25:43	Huis Jacob
40	26:43 – 26:45	Buitenkant kerk, Delft
41	26:46 – 26:47	Interieur kerk, Delft
42	31:31 – 31:33	Huis Aad
43	35:52 – 35:55	Koeien lopen in een weiland
44	36:02 – 36:06	Koeien lopen een stal in
45	37:21 – 37:23	Boerderij Henrieke, druppende regen van het dak
46	38:56 – 38:59	Boerderij Martin, werkoverals aan de waslijn
47	38:59 – 39:01	Boerderij Martin, huis

48	39:59 – 40:01	Boerderij Martin, stal
49	40:01 – 40:03	Boerderij Martin, in de stal (koeien + trekker)
50	40:04 – 40:05	Boerderij Martin, melk loopt in melkreservoir
51	40:05 – 40:07	Boerderij Martin, uiers van een koe met melkinstallatie eraan
52	40:58 – 41:01	Boerderij Willem, huis
53	42:55 – 42:57	Boerderij Henrieke, weilanden
54	42:58 – 43:00	Boerderij Henrieke, huis
55	44:44 – 44:46	Huis en kassen van Aad
56	45:37 – 45:39	Huis Aad
57	48:52 – 48:54	Weiland, avondlicht