

Voordracht 4

Hoe aanvaardt de boer nieuwe landbouwmethoden?

door

ir. A.W. van den Ban

De belangrijkste wijze, waarop velen van U meewerken aan het veranderen van de plattelandssamenleving, is door het ontwikkelen van nieuwe landbouwmethoden of door deze methoden door te geven aan de boeren. Nu leert de ervaring, dat als U meent, dat een nieuwe landbouwmethode ver genoeg ontwikkeld is om in de praktijk algemeen toegepast te worden, niet alle boeren dit ook onmiddellijk doen. Soms is dit heel verstandig van hen, want we vergissen ons wel eens. Ongetwijfeld zouden toch veel boeren hun inkomen kunnen vergroten door de nieuwe methoden, die U heeft helpen ontwikkelen, wat sneller toe te passen.

Als we ons afvragen, waarom deze boeren de vorderingen van de landbouwwetenschap niet zo snel mogelijk volgen, dan zullen we het antwoord voor een belangrijk deel moeten zoeken in de inleiding van Wichers. In de traditionele denkwijze van de boeren in de vorige eeuw past het immers niet om veel waarde toe te kennen aan de landbouwwetenschap. Daar ook nu nog de denkwijze van heel wat boeren min of meer onder invloed staat van deze traditionele opvattingen, kunnen zij hun bedrijf moeilijk snel aanpassen aan alle nieuwe ontwikkelingen van de wetenschap. De gedachtenwereld van ieder mens is immers min of meer een eenheid, zodat er moeilijkheden ontstaan, als iemand tegelijk zeer traditionele en zeer moderne opvattingen heeft. Daardoor hebben de traditioneel ingestelde boeren weinig belangstelling voor de nieuwe ontwikkelingen, want die zouden door de eenheid van hun gedachtenwereld te verbreken hen maar in moeilijkheden brengen.

Ongetwijfeld is het belangrijk om te begrijpen, waarom veel boeren er niet zo snel toe overgaan nieuwe methoden toe te passen, als U misschien wel graag zoudt willen. Hierdoor ziet U immers ook een mogelijkheid om via de beïnvloeding van de gedachtenwereld van de traditionele boeren hun belangstelling voor de resultaten van de landbouwwetenschap te vergroten. Het zal U duidelijk zijn, dat deze methode slechts op lange termijn succes kan hebben. Daarnaast is echter ook een iets andere aanpak van dit probleem mogelijk. In de praktijk passen de meeste boeren de nieuwe landbouwmethoden wel toe, zij het dan ook dat dit soms wat langzaam gaat. We kunnen dus ook kijken langs welke wegen de boeren er toe komen deze methode toe te passen in de hoop een mogelijkheid te vinden het verkeer langs deze wegen wat te versnellen.

Een groot deel van de gegevens van deze inleiding berust op vraaggesprekken, die de afgelopen winter zijn gehouden met 3 groepen van een 100 boeren elk op Noord-Beveland, in Milheuze in de Brabantse Peel en in Dwingeloo in Drenthe. Daarnaast heb ik echter ook gebruik gemaakt van de resultaten van een groot aantal andere onderzoekers.

Als iemand voor het eerst hoort van het bestaan van een nieuwe methode bijv. van de spitploeg, dan zal hij deze methode niet vaak direct gaan toepassen. Heel vaak vindt hij het zelfs een raar idee. Maar als hij hier later nog eens wat meer van hoort dan begint hij hier toch wel wat belangstelling

-2-

voor te krijgen en na enige tijd gaat hij zich zelf eens afvragen of het ook wat voor hem zou zijn. Als hij het gevoel heeft, dat er wel eens wat in zou kunnen zitten, zal hij er zo mogelijk nog niet volledig op overgaan, maar het eerst eens op kleine schaal proberen. Pas als deze proef goed uitvalt, zal hij de nieuwe methode volledig aanvaarden. Tussen het moment, dat men voor het eerst gehoord heeft van het bestaan van een nieuwe methode en het moment dat deze methode op grote schaal wordt toegepast kan een lange tijd verlopen, niet zelden meer dan 5 jaar.

Bij het onderzoek moeten we dus rekening houden met de mogelijkheid, dat niet alle inlichtingenbronnen even belangrijk zijn in elk stadium van het proces, waarbij nieuwe landbouwmethoden aanvaard worden. Daarom hebben we de boeren zowel gevraagd langs welke weg zij gewoonlijk voor het eerst horen van het bestaan van nieuwe methoden, als welke inlichtingenbron het belangrijkste is om uiteindelijk te beslissen deze methoden al dan niet toe te passen. Uit Tabel 1 ziet U, dat er zeer grote verschillen zijn in de antwoorden op deze beide vragen. Voor onstreeks driekwart van de boeren zijn de massa-media, vooral de landbouwbladen en de radio, het belangrijkste om voor het eerst te horen van het bestaan van een nieuwe methode, maar deze massa-media worden volkomen onbelangrijk tegen de tijd, dat de beslissing hierover genomen moet worden. Dan vindt weer ongeveer driekwart van de boeren de persoonlijke contacten met de rayonassistent en vooral met de andere boeren het belangrijkste.

Doordat dus het aanvaarden van nieuwe landbouwmethoden niet op één moment plaats vindt, maar een langdurig proces is, zal de voorlichting niet veel bereiken als slechts met één voorlichtingsmiddel of methode werkt. Het is noodzakelijk met een systematisch opgebouwd voorlichtingsprogramma de boeren achtereenvolgens te helpen in alle stadia van het aanvaardingsproces. Eerst kan men met de massa media belangstelling voor een bepaalde nieuwe methode opwekken om dan later met groepsmethoden en bedrijfsbezoek gebruik te maken van deze gewekte belangstelling. Ook de aard van de inlichtingen, waar de boerer belangstelling voor hebben is niet hetzelfde in elk stadium van het aanvaardingsproces. In het begin gaat het erom of er wat in deze methode zit en niet om de details van de toepassing van deze methode. Deze worden pas in een veel later stadium belangrijk.

Het is ook aardig om eens te kijken of de vooruitstrevende boeren de vragen van tabel 1 op dezelfde wijze beantwoorden als de minder vooruitstrevende boeren. Dit blijkt niet het geval te zijn. Zoals te verwachten was, heeft de rayonassistent meer invloed op de beslissingen van de vooruitstrevende boeren dan op die van de minder vooruitstrevenden; dit blijkt met de demonstraties ook het geval te zijn. Het hoeft ons ook niet te verwonderen, dat vooral de weinig vooruitstrevende boeren nogal eens van andere boeren voor het eerst horen van het bestaan van een nieuwe methode. Ook de radio wordt door eerstgenoemde groep vaak genoemd.

Bereik verschillende voorlichtingsmiddelen.

We kunnen niet alleen een inzicht krijgen in de betekenis van de verschillende voorlichtingsmiddelen door de boeren te vragen welk middel voor hen het belangrijkste is, maar ook door hen van elk middel te vragen of ze hier gebruik van hebben gemaakt. Het resultaat vindt U in Tabel 2, waarin U meteen ziet welke invloed de vooruitstrevendheid van de boer heeft op het gebruik, dat hij maakt van verschillende voorlichtingsmiddelen. Het blijkt duidelijk, dat de vooruitstrevende boeren van alle middelen meer gebruik maken dan de minder vooruitstrevenden. Het is dus eigenlijk zo, dat de voorlichting de boeren, die haar het hardste nodig hebben het minst bereikt. We komen straks nog terug op de wenselijkheid hiervan. Opmerkelijk is echter, dat dit voor de radio in veel minder sterke mate geldt dan voor de meeste andere voorlichtingsmiddelen. Zou juist is al gezegd, dat de minder vooruitstrevende boeren veel waarde toekennen aan de radio. Dit is dus een goed middel om deze moeilijk bereikbare groepen te bereiken. Amerikaans onderzoek geeft de indruk, dat de

landbouwprogramma's voor de televisie ook veel aandacht krijgen van de minder vooruitstrevende boeren. Bovendien blijkt, dat onderwijs via de televisie vaak minstens zoveel effect heeft als een leraar, die voor de klas staat. Als de landbouwvoorlichting binnenkort een goed gebruik gaat maken van de televisie, zou zij dus wel eens een groot aantal boeren kunnen bereiken, waar zij nu nog maar weinig contact mee heeft.

Eén van de redenen, maar zeker niet de enige, dat de voorlichtingsdienst vooral contact heeft met de vooruitstrevende boeren, is dat zij zich met verschillende voorlichtingsmethoden in veel gebieden uitsluitend richt op de leden van de Verenigingen voor Bedrijfsvoorlichting of daaraan de voorkeur geeft. Dit is o.a. het geval met het bedrijfsbezoek, de excursie en verschillende publicaties. Het komt zelfs voor in gebieden, waar de contributies van de Vereniging voor Bedrijfsvoorlichting nog geen 5% bedragen van de kosten van de voorlichting aan haar leden. Hier staat echter tegenover, dat de voorlichtingsdienst op deze wijze over wat geld kan beschikken voor doeleinden, waarvoor op de rijksbegroting geen of weinig geld beschikbaar wordt gesteld.

In Brabant kent men in plaats van de Verenigingen voor Bedrijfsvoorlichting Studieclubs, waarvan de leden omstreeks één keer in de drie weken worden uitgenodigd voor een bijeenkomst met de rayonassistent en vaak een specialist van het consultantschap. Deze Studieclubs richten er zich dus meer op de belangstelling van hun leden voor de voorlichting te stimuleren en hebben niet als taak om de voorlichting financieel te steunen.

Massa media.

De landbouwbladen blijken dus van grote betekenis te zijn om belangstelling te wakken voor nieuwe methoden, maar gewoonlijk zal men met een artikel in een landbouwblad nog niet direct een belangrijke verandering in de bedrijfsvoering kunnen bereiken. Waarom nu is dit laatste zo moeilijk? In de eerste plaats, omdat geen enkele boer alles leest wat er op zijn gebied wordt geschreven, maar ieder wel gedwongen is te selecteren. De praktijk is nu, dat men veel meer geneigd is, datgene te lezen wat in overeenstemming is met zijn eigen opvatting dan wat daarmee in strijd is. Als er dus in een plaatselijk blad een artikel verschijnt over de voordelen van een ruilverkaveling dan zal dit artikel door een groter deel van de voorstanders worden gelezen dan van de tegenstanders. Dit maakt het uiteraard moeilijk om met een dergelijk artikel van een tegenstander een voorstander te maken.

Zelfs als een tegenstander van een ruilverkaveling een dergelijk artikel zou lezen dan zal hij het nog vaak uitleggen op een wijze, die in overeenstemming is met zijn eigen opvattingen, ook al moet hij het daarvoor heel anders uitleggen dan de bedoeling van de schrijver was. Als hij dit niet zou doen, bleven hem immers nog slechts 2 mogelijkheden over: of een voorstander worden van de ruilverkaveling of er tegelijk twee opvattingen op na houden, die met elkaar in strijd zijn. Het is duidelijk, dat dit laatste onaangename spanningen opwekt, die men gewoonlijk tracht te vermijden. Het eerste daarentegen is moeilijk, omdat een opvatting over de ruilverkaveling gewoonlijk niet los staat van allerlei andere opvattingen. Wichers heeft er bijv. al iets van gezegd, dat een traditioneel denkende boer niet graag met credit werkt. Daarom is hij vaak ook tegen een ruilverkaveling, want hij ziet zijn ruilverkavelingsrente als een nieuwe hypotheek, die hij op zich krijgt net nu hij met veel moeite tracht zo snel mogelijk van zijn oude hypotheek af te komen. Als tegenstander van een ruilverkaveling dus een voorstander wil worden, zou hij tal van opvattingen moeten herzien. Hiervoor geeft een enkel artikel gewoonlijk lang niet voldoende steun, zodat het veel prettiger is voor een tegenstander om een artikel voor de ruilverkaveling te negeren of niet als juist te aanvaarden.

Bedrijfsbezoek.

Als de voorlichtingsdienst de bedrijfsvoering van de boeren wenst te beïnvloeden werkt zij dan ook niet alleen met artikelen, maar ook met allerlei

andere voorlichtingsmethoden. De belangrijkste methode is wel het bezoek van de bedrijfsvoorlichter aan het bedrijf van de boer, Dozo bedrijfsvoorlichter of rayonassistent, zoals hij vroeger heette, is eigenlijk de enige man bij de voorlichtingsdienst, die voor de gewone boer belangrijk is en hij besteedt ongeveer de helft van zijn tijd aan contact met individuele boeren. De overgrote meerderheid van de boeren stelt een dergelijk contact zeer op prijs; bij ons laatste onderzoek in drie plaatsen, die niet geheel representatief zijn voor Nederland, verklaarde zelfs 80% van de boeren, dat het voor hen nuttig is, als de bedrijfsvoorlichter eens ongevraagd aan komt lopen. Veel boeren zouden dan ook graag zien, dat dit wat vaker gebeurde, maar hiervoor ontbreekt de tijd bij de huidige omvang en organisatie van de landbouwvoorlichting.

Toch is het zeker niet zo, dat een bedrijfsvoorlichter bij een bedrijfsbezoek altijd kan bereiken, wat hij graag zou willen bereiken. Eén boer tekende de moeilijkheden hierbij heel aardig toen hij zei: "Voor de assistent is het vaak niet gemakkelijk om zich een positie te verwerven. Hij komt als een jong broekje in een vreemd dorp en moet dan de oude ervaren boeren vertellen, dat zij het verkeerd doen op zodanige wijze, dat zij hun fouten nog gaan verbeteren ook." Het zal U duidelijk zijn, dat het heel wat takt vereist om een dergelijk gesprek op zodanige wijze te voeren, dat de boeren hun haren niet overeind gaan zetten, omdat zij het gevoel hebben, dat hun iets opgedrongen wordt. Uiteraard is deze takt voor een belangrijk deel een kwestie van aanleg, maar de ervaring met de cursussen, die hierover het laatste jaar aan voorlichters worden gegeven, leert toch wel dat velen hier ook wel iets van kunnen leren. Rinsma zal in zijn inleiding nog wel nader terug komen op het principe van deze cursussen.

Je krijgt wel eens de indruk, dat in de praktijk veel bedrijfsvoorlichters de moeilijkheden in het contact met de boeren oplossen door niet ongevraagd te gaan naar de boeren op wier bedrijf nog veel te verbeteren zou zijn, omdat zij menen, dat daar toch niet mee te praten valt. Als zij wat tijd over hebben, gaan zij liever eens met een vooruitstrevende boer praten in de hoop, dat die hun voorlichting wel aan de anderen door zal geven. Is deze hoop gerechtvaardigd?

Onderlinge beïnvloeding.

Als wij rondkijken, zien we dat twee boeren, die elkaar ontmoeten op een verjaarsvisite, bij de kapper of waar dan ook heel vaak een praatje over hun bedrijf beginnen. Bij een onderzoek van Wichers verklaarde 60% van de tuindersvrouwen in de Streek, dat haar man door dergelijke gesprekken wel eens wat in zijn bedrijf veranderd had. Doorgeven van ervaringen is er dus wel degelijk, maar toch is het duidelijk, dat de praktijk veel meer waarde toekent aan de woorden van de ene boer dan aan die van de andere. Zijn de vooruitstrevende boeren nu ook bijzonder invloedrijk? Om dit te onderzoeken hebben we getracht te bepalen, welke boeren veel invloed hebben in hun omgeving. Hiervoor hebben we een aantal plaatselijke deskundigen een lijst voorgelegd van alle boeren in hun dorp en gevraagd hen een beoordelingscijfer te geven voor de invloed, die zij hebben in onderlinge gesprekken over het bedrijf. Bovendien hebben we in deze dorpen aan elke boer gevraagd ons 2 boeren te noemen met wie hij waarschijnlijk eens zou gaan praten, als hij niet goed wist wat een nieuwe methode waard is, 2 boeren te noemen, die hij als goede boeren beschouwd en 2 boeren met wie hij veel praat. Hierdoor is het mogelijk te tellen hoe vaak elke boer door zijn dorpsgenoten wordt genoemd. Velen worden door niemand genoemd, maar een enkeling werd zelfs door 40% van de boeren genoemd als een goede boer. De boeren, die vaak bij één vraag worden genoemd, worden gewoonlijk ook bij de andere vragen veel genoemd en worden beoordeeld als boeren met veel invloed.

Het blijkt nu inderdaad, dat de boeren, die veel contact met de voorlichting hebben in het algemeen veel invloed hebben in hun omgeving. Maar toch als we deze cijfers iets nauwkeuriger bekijken, zien we dat dit niet steeds in dezelfde mate het geval is. (Tabel 3).

In een vooruitstrevende plaats als Milheeze zijn de boeren, die veel contact met de voorlichting hebben veel invloedrijker dan in het meer traditioneel ingestelde Dwingeloo. Juist daar waar het het belangrijkste zou zijn, dat de voorlichting aan de vooruitstrevende boeren doorsijpelt naar de minder vooruitstrevende mag U er dus het minst op rekenen, dat dit zal gebeuren.

Ook binnen een dorp kunnen we eens kijken wie wie beïnvloedt. Het blijkt dan dat vooral vrienden worden opgegeven, die ongeveer evenveel contact met de voorlichting hebben als de boer zelf of iets meer, maar minder vaak vrienden, die veel meer contact hebben en slechts zelden boeren, die veel minder contact met de voorlichting hebben. Het is ook wel begrijpelijk, dat een zeer vooruitstrevende boer en een zeer conservatieve boer niet gemakkelijk vriendschap met elkaar sluiten. Ook hierdoor zal datgene, wat aan de vooruitstrevende boeren verteld wordt, slechts langzaam naar de minder vooruitstrevende boer doorsijpelen. Het lijkt dus wel wenselijk, dat de voorlichtingsdienst meer contact heeft met de vooruitstrevende boeren dan met de meer traditioneel ingestelde boeren, maar misschien gebeurt dit nu wel wat in een te sterke mate.

Voorbeeld-bedrijf.

Eén van de manieren om in de praktijk van de voorlichting gebruik te maken van dit idee van vooruitstrevende boeren is door middel van voorbeeld-bedrijven. Dit lijkt een zeer effectieve methode daar immers de meeste boeren niet graag wat in hun bedrijfsvoering veranderen, voordat zij in de praktijk hebben gezien, dat dit goed bevalt. Toch geeft Tabel 2 niet de indruk, dat het effect van de voorbeeldbedrijven bijzonder groot is, want slechts 9% van de boeren zegt ze het laatste jaar bezocht te hebben. In Milheeze was een voorbeeldbedrijf, terwijl er in Dwingeloo één was op enkele kilometers van het onderzochte gebied. Eén van de oorzaken van dit geringe effect van een voorbeeldbedrijf, werd geïllustreerd door de boer, die wel erkende dat het voorbeeldbedrijf bij hen hard vooruitgegaan was, maar ze hadden dan ook een keer met subsidie een grote gierkelder gebouwd en daar zouden ze wel flink wat van over hebben gehouden. In feite had de voorbeeldbedrijfshouder hier omstreeks 30% subsidie op gehad en dus zeker niets overgehouden, maar er zijn voor een boer, die ziet, dat het voorbeeldbedrijf harder vooruit gaat dan zijn eigen bedrijf twee mogelijkheden. Hij kan erkennen, dat dit bedrijf beter geleid wordt dan zijn eigen bedrijf of hij kan de oorzaak zoeken in een verschil in omstandigheden, waardoor het voorbeeldbedrijf veel harder vooruit kan gaan. Het is duidelijk dat deze laatste oplossing de prettigste is voor het gevoel van eigenwaarde van de boer. Als er nu niet precies bekend wordt gemaakt hoeveel subsidie een voorbeeldbedrijf krijgt, dan is het al heel gemakkelijk om deze oplossing te volgen, want dan ontstaan hierover vanzelf wel overdreven geruchten. Ik ben er dan ook niet van overtuigd, dat de voorlichtende waarde van een bedrijf, dat nauw met de voorlichting samenwerkt groter wordt, als men hier het etiquette voorbeeldbedrijf opplakt en het daarmee anders maakt dan de gewone bedrijven.

Groepsmethoden.

We hebben er zojuist al over gepraat, dat de bedrijfsvoering van een boer vaak in sterke mate wordt beïnvloed door zijn vrienden en door de boeren, waar hij tegen opkijkt. Daarnaast heeft waarschijnlijk ook de dorpsgemeenschap in zijn geheel hierop een belangrijke invloed. We hebben de boeren ook gevraagd hoe men er in hun dorp in het algemeen over denkt als een boer er altijd vlug bij is om wat nieuws te proberen. Vindt men dat een reden om gunstig over deze man te denken of niet? In Milheeze blijkt men in het algemeen gunstiger over dergelijke boeren te denken en in Dwingeloo ongunstig. Dit maakt het natuurlijk voor een boer in Dwingeloo veel moeilijker om eens wat nieuws te proberen dan voor iemand in Milheeze, vooral als hij nog niet helemaal zeker weet of deze methode goed zal bevallen of niet. Niemand heeft immers graag dat zijn hele omgeving ongunstig over hem denkt. U ziet dan ook inderdaad dat

de boeren in Milheeze veel vooruitstrevender zijn dan die in Dwingeloo.

Als nu de groepen, waartoe de boer behoort, zo'n grote invloed hebben op zijn bedrijfsvoering dan lijkt het voor de voorlichting wenselijk om van deze groepen gebruik te maken. Ook in Tabel 1 zit al een aanwijzing, dat dit nuttig kan zijn. Daaruit bleek immers, dat de meeste boeren, nadat ze iets over een nieuwe methode gehoord hebben, eerst nog eens met hun collega's gaan praten, voordat ze beslissen of ze deze methoden zelf ook zullen toepassen. Nu kan de voorlichter twee dingen doen: hij kan dit gesprek volledig aan de boeren overlaten of hij kan trachten hierbij te zijn in de hoop het door een enkele opmerking of een vraag in de gewenste richting te kunnen sturen. Het lijkt wel waarschijnlijk, dat de laatste methode, als hij met tact gespeeld wordt, het meeste effect zal hebben.

We hebben getracht om na te gaan of deze veronderstelling juist is door de boeren in Milheeze en Dwingeloo te vragen wanneer zij er eerder toe zouden komen iets in hun bedrijfsvoering te veranderen: na een lezing of na een praatavond waar dit onderwerp met een groepje van ± 10 boeren besproken is. De meerderheid, 66%, meende dat een praatavond het meeste effect zou hebben, terwijl maar 10% van een lezing het meeste effect zou hebben; de overigen zagen hiertussen weinig verschil. Nu kunt U zich natuurlijk nog afvragen of deze boeren wel weten, waardoor zij beïnvloed worden. Over dit effect van lezingen en groepsdiscussies zijn in Amerika echter ook heel wat proeven genomen en daarbij bleek inderdaad, dat een goed geleide groepsdiscussie een grotere verandering in het gedrag kan bereiken dan een lezing. Zelfs bleek een groepsdiscussie hiervoor effectiever te zijn dan een persoonlijk gesprek. Het gedrag van de mens wordt nl. in zo sterke mate door de normen van zijn groep bepaald, dat het vaak gemakkelijker is om de groep in zijn geheel te veranderen dan om het individu er toe brengen van de groepsnormen af te wijken. Belangrijk is nog, dat dit gunstige effect met groepsdiscussies alleen behaald werd door bekwame discussieleiders. Daarom zijn verschillende voorlichtingsdiensten de laatste jaren begonnen met cursussen in het leiden van discussies.

U vraagt zich nu misschien af of het geen enkele zin meer heeft om nog ooit een lezing te houden. Dat nu is wel het geval, want in de eerste plaats kunt U met een lezing veel meer mensen tegelijk bereiken dan met groepsdiscussies en bovendien is een goede lezing niet minder effectief dan een groepsdiscussie, wanneer het gaat om een verandering in kennis en niet om een verandering in gedrag. Wel lijkt het vaak wenselijk om het publiek minder de gelegenheid te geven om passief te luisteren dan gebruikelijk is, maar hen zelf er meer bij te betrekken.

Conclusie.

De onderwerpen, die we de laatste twee weken hebben besproken zijn bezig een belangrijke verandering te veroorzaken in het karakter van de voorlichting op het platteland. Zoals U weet werd er vóór de oorlog vooral voorlichting gegeven over bedrijfsonderdelen: bemesting, rassenkeuze e.d.. Na de oorlog is men onder invloed van het bedrijfseconomisch onderzoek de voorlichting daarnaast ook gaan richten op het bedrijf als geheel. De laatste jaren ziet U nu, dat men zich bewust begint te worden van de grote invloed, die de groep heeft op de bedrijfsvoering van de boeren. Met voorbeelddorpen, streekverbeteringen en rationalisatie-kernen gaat men de voorlichting dan ook direct richten op deze groep. Hierbij tracht men de groep zelf actief te betrekken bij de opstelling van het voorlichtingsprogramma, opdat dit niet alleen een activiteit wordt voor de groep, maar vooral ook van de groep zelf.

Niet alleen de methodiek van de voorlichting is hierbij aan het veranderen, ook de doelstellingen veranderen. Er is immers op gewezen, dat de belangstelling, die een boer voor voorlichting heeft, in belangrijke mate bepaald wordt door de mate waarin hij de gedachtenwereld heeft van de moderne onder-

nemer of nog leeft in de gedachtenwereld van de traditionele boer. Daarom kan de voorlichting zich niet langer uitsluitend richten op het bedrijf, maar verdient ook de boer zelf haar aandacht. Dit is een belangrijke reden geweest voor de oprichting van de agrarisch sociale voorlichting, waarover Bouma nog wel meer zal zeggen in zijn inleiding.

Literatuur:

- J.M. Bohlen en G.M. Beal - Hoe vinden nieuwe landbouwmethoden ingang, Landbouwvoorlichting 15 (1958) 1 (jan) 29-36; herdrukt in Agrarische Voorlichting, onder redactie van J.M.A. Penders, Staatsuitgeverij, 1960 pag. 312-320.
- Beïnvloeden,
Landbouwdocumentatie 16 (1960) 37-38, ref. M 124
- Afd. Sociologie en Sociografie van de Landbouwhogeschool,
Bulletins 1, 3, 5, 9, 10, 11 en 13
- M.G. Ross Gemeenschapsorganisatie, van Lochem en Slaterus, 1957, 281 pag.
- J.P.A. van den Ban Nieuwe werksituatie bij de voorlichting, Landbouwkundig Tijdschrift, 72 (1960), 17 (okt.) 714-723.
- E.M. Rogers Communication of Agricultural Technology: How People accept new ideas, Hoofdstuk 14 van Social Change in Rural Society, Appleton-Century-Crofts, New York, 1960.
- W. Schramm, ed. The Process and Effects of Mass Communications University of Illinois Press, Urbana, 3rd pr. 1960, 586 pag.
- P. von Blanckenburg Bäuerliche Wirtschaftsführung im Kraftfeld der sozialen Umwelt, Schriftenreihe für ländliche Sozialfragen, Heft 26, M. & H. Schaper, Hannover, 1960, 196 pag.
- E. de S. Brunner et.al. An Overview of Adult Education Research, Adult Education Association of the U.S.A., Chicago, 1959, 273 pag.