

Culturele leefstijlen: It ain't what you do, it's the way that you do it

Rede, uitgesproken bij de openbare aanvaarding van het ambt van bijzonder hoogleraar *Culturele Leefstijlen, in het bijzonder trends en sociale differentiatie in culturele praktijken* bij de afdeling Kunst- en Cultuurwetenschappen van de Erasmus School of History, Culture and Communication van de Erasmus Universiteit Rotterdam op donderdag 6 juni 2013.

door Prof. dr. Koen van Eijck

Geachte decaan,

Beste collega's, studenten, familie en vrienden,

“Vaartocht langs mix van hoge en lage cultuur”, kopte de Volkskrant op 30 april om aan te geven wat het kersverse koningspaar te wachten stond op het IJ. De krant beweerde in het artikel dat de ‘gewetensbezwaren van de hoge kunsten om de deuren te openen naar het brede publiek’ de laatste jaren verdampt zijn en dat er, mede vanwege de bezuinigingen op het cultuurbudget, ‘concessies moeten worden gedaan en een drempel worden verlaagd’.

De termen hoge en lage cultuur worden in de media en het alledaagse taalgebruik nog volop gehanteerd, ook als men wil beweren dat ze minder relevant worden. We begrijpen wat er wordt bedoeld met de mededeling dat de hoge kunsten gewetensbezwaren hebben of hadden tegen een al te massale toestroom. Dan gaat het over parels voor de zwijnen. ‘Concessies’, ‘drempels’, het jargon is u bekend. U weet dus wel ongeveer wat ik wil zeggen als ik termen als hoge en lage of populaire kunst in deze oratie bezig. Maar u trekt zich er niet altijd veel van aan. U laat zich niet graag opsluiten in culturele hokjes. En de kans is reëel dat u de term lage cultuur denigrerend vindt en de term hoge cultuur snobistisch.

Toch kan het gebruik van zulke hokjes soms handig zijn om verschillen en ontwikkelingen in cultureel gedrag te verhelderen. Guy Bellavance (2008) heeft maar vier hokjes nodig om het enorme aanbod aan kunst en cultuur te ordenen. Daarvoor onderscheidt hij twee assen: hoog versus laag en oud versus nieuw. Simpel kon hij het niet maken. Zo kunnen we kunstvormen als klassieke muziek of barokke schilderkunst met een gerust hart in het kwadrant hoog-oud plaatsen. Het enthousiasme voor dat kwadrant is vooral onder jongeren nogal beperkt; met name klassieke muziek heeft het tegenwoordig ronduit moeilijk

met een slinkend, vergrijzend publiek (SCP, 2009: 50). Helemaal daar tegenover vinden we het kwadrant laag-nieuw, met populaire, eigentijdse cultuur. Denk aan popmuziek, bioscoopfilms of comedy; genres die zich in een ruime en jeugdige belangstelling mogen verheugen. Laag en oud, het derde kwadrant, daar doen we eigenlijk opvallend weinig gericht onderzoek naar. Twee maanden geleden verscheen een boek over fanfares van de Franse sociologen Dubois, Méon en Pierru, maar verder is er binnen het soort onderzoek dat ik vandaag met u wil bespreken niet zoveel over dit kwadrant te vinden. Het hier tegenover liggende kwadrant, hoog en nieuw, staat wel volop in de cultuursociologische belangstelling. Daar vinden we de hedendaagse kunst. Het is een dynamische wereld waar globalisering, nieuwe productie- en distributiewijzen en het komen en gaan van veelbelovende kunstenaars een aantrekkelijk studie-object vormen voor onderzoekers. Het publiek voor deze kunstvormen is over het algemeen echter niet zo groot. Het kent een sterke oververtegenwoordiging van kunst- en cultuursociologen.

Zowel hoge cultuur als oude of traditionele cultuur leggen het steeds vaker af tegen wat populair en nieuw is. Dat klinkt inmiddels als een open deur, maar is toch niet altijd het geval geweest. Populair en nieuw, dat klinkt naar de markt die oprukt en volgens sommigen naar vervlakking. Hoog en oud klinkt naar de canon der klassiekers, naar een visie op cultuur die Matthew Arnold in de 19e eeuw omschreef als “a pursuit of our total perfection by means of getting to know, on all the matters which most concern us, the best which has been thought and said in the World”. Deze vorm van – en visie op – kunst kan zich in de commerciële wereld van de popcultuur niet altijd goed staande houden. Populariteit en vernieuwing zijn als kernwaarden van de markteconomie diep doorgedrongen in de vezels van de hedendaagse samenleving. Het idee van een culturele canon, waarvoor we eerder in alle rust achterom moeten kijken, steekt daarbij in de ogen van velen al snel wat dor en bleekjes af.

Hoge of complexe kunst, waarbij u naar believen aanhalingstekens om de bijvoeglijke naamwoorden mag denken, is echter niet per definitie veroordeeld tot een klein publiek. Met de nodige publiciteit kan zij zelfs enorm veel belangstelling genereren. Door gebruik te maken van de *star power* van kunstenaars als Van Gogh, Rembrandt, Dali of Damien Hirst lukt het musea om publiek in lange rijen aan te laten schuiven om het werk van deze beroemdheden in het echt te zien. Grote, bekende musea zijn op zichzelf vaak geweldige publiekstrekkers die toeristen massaal met een bezoek vereren. Onlangs nog was de heropening van het Rijksmuseum een media-evenement van jewelste. Het kan dus wel,

publiek massaal naar de kunsten brengen. Als je Oprah Winfrey heet, kun je zelfs de verkoopcijfers van moeilijke schrijvers als Tolstoj en Faulkner omhoog laten vliegen. Dat betekent nog niet dat die kunst het publiek bereikt op de manier waarop deze volgens de makers of behartigers bedoeld is. Echte liefhebbers vragen zich soms af of al dat toestromende publiek eigenlijk wel genoeg begrijpt van die kunst. Maakt dat publiek überhaupt nog wel een onderscheid tussen hoge en populaire cultuur, of tussen kunst en amusement? Is die matrix van Bellavance in dat opzicht nog wel relevant in de echte wereld? En zo niet, kunnen we het huidige kunstpubliek dan nog wel goed begrijpen? Hokjes als die van Bellavance zijn namelijk nogal belangrijk geweest voor sociologen om grip te krijgen op hun onderzoeksobject. Hun belangrijkste theorieën zijn erop gebaseerd. Wat hebben die sociologen nog te vertellen in een tijd waarin steeds meer aan de bruikbaarheid van die hokjes wordt getwijfeld? En wat is er nu eigenlijk aan de hand met het kunstpubliek?

Meer specifiek wil ik vandaag ingaan op de vraag: wat is de bijdrage van de cultuursociologie aan het begrijpen van culturele smaken en gedragingen en de richting waarin deze veranderen. In deze oratie zal ik ten eerste stilstaan bij de bestaande verklaringen voor culturele leefstijlen. Een aantal van de aannames die aan deze verklaringen ten grondslag liggen, zal ik bekritisieren op basis van recente theorievorming en onderzoek. De nieuwste ontwikkelingen in het vakgebied zal ik vervolgens beschrijven als stappen op weg naar een steeds beter begrip van culturele leefstijlen.

Terugkijkend ben ik er tijdens het schrijven van deze oratie meer en meer achter gekomen dat mijn onderzoek al vanaf mijn promotie voor het overgrote deel cirkelt rond de vraag: hoe komt het toch dat leden van de hogere statusgroepen, en dan met name hoger opgeleiden, meer aan kunst en cultuur doen dan lager opgeleiden? Dat loopt als rode draad door wat Giddens (1991) mijn academische *narrative of the self* zou noemen. Deze zoektocht wil ik vandaag voor u reconstrueren. Daarbij moet ik u waarschuwen dat ik mij vooral wil richten op kwantitatief onderzoek naar culturele leefstijlen. Ik maak in mijn werk vooral gebruik van statistische analyses van grote databestanden. Dat is waar mijn bijdrage grotendeels uit bestaat. Dat type onderzoek ligt regelmatig onder vuur. De kritiek die wordt geuit, vooral door Britse sociologen met een kwalitatieve inslag, laat zich als volgt samenvatten: “Vanwege de grensvervaging tussen culturele genres wordt de betekenis van specifieke culturele smaken of activiteiten minder eenduidig. Het via enquêtes in kaart brengen van wat mensen aan cultuur doen, leert ons daarom steeds minder over de betekenis van dat gedrag. Daar komt bij dat culturele leefstijlen steeds meer een kwestie zijn van

persoonlijke keuzes. Die keuzes kunnen alleen binnen specifieke sociale en tijd-ruimtelijke contexten worden begrepen en worden steeds minder bepaald door sociale klasse of traditie. Als er een relatie tussen smaak en sociale achtergrondkenmerken wordt vastgesteld, is deze te complex en dynamisch om begrepen te worden via het toch wat onbehouwen wetenschappelijke gereedschap van de gestandaardiseerde vragenlijst.”

Je zou voor minder de handdoek in de ring gooien. Hoewel deze punten van kritiek op onderdelen hout snijden, geloof ik dat kwantitatief onderzoek in staat is ze deels te ondervangen en deels te pareren. Ook dat zie ik als deel van mijn zoektocht. In de mate waarin dat lukt, is de winst dat een meer genuanceerde benadering van het onderzoeksobject kan worden gecombineerd met een cijfermatige onderbouwing van de aard en omvang van ongelijkheid in culturele leefstijlen en de meerjarige trends die zich op dit terrein voordoen. Dat laatste lukt nu eenmaal niet met kwalitatief onderzoek. Dat grote voordeel van een meer systematisch overzicht, waarmee ook de maatschappelijke betekenis van cultuurvormen in kaart kan worden gebracht, zou ik niet graag opgeven. Mijn voorkeur voor kwantitatief onderzoek is in die zin pragmatisch: laten we zien hoe ver het ons kan leiden naar een beter begrip zonder de voordelen van generaliseerbaarheid en vergelijkbaarheid door de tijd te verliezen. Als dat niet meer lukt, richt ik mij graag op kwalitatief of multi-methods onderzoek in een poging om het denken over leefstijlen verder te helpen, zoals u aan het eind van deze oratie zult horen.

Vaardigheden en hulpbronnen

Maar goed, de vraag was dus: hoe proberen cultuursociologen culturele smaken en gedragingen te begrijpen? Ik wil beginnen met de meest gangbare manieren waarop sociologen de afgelopen decennia culturele leefstijlen hebben onderzocht en wat hun voornaamste conclusies zijn. Ongelijkheid in culturele leefstijlen kan ten eerste theoretisch worden verklaard op basis van verschillen in vaardigheden en hulpbronnen. In de termen van Pierre Bourdieu (1984) worden culturele leefstijlen hoofdzakelijk gevormd op basis van cultureel kapitaal. Dit cultureel kapitaal wordt opgebouwd gedurende de vroege socialisatie en stolt als het ware in de habitus, die vervolgens iemands culturele praktijken structureert. Die habitus is feitelijk de belichaamde vorm van cultureel kapitaal, die kan worden beschouwd als een set van duurzame disposities, “een vorm van eigendom die tot lijfelijke eigenschap van een persoon is geworden [...] een ‘hebben’ dat is veranderd in een ‘zijn’”, aldus Bourdieu (1989: 125). Anders geformuleerd: men krijgt culturele kennis en

vaardigheden van huis uit met de paplepel ingegoten en dat proces bepaalt voor een groot deel de smaken en voorkeuren die iemand gedurende de rest van zijn leven zal hebben. Zo ontwikkelt men vanuit een cultureel kapitaalkrachtig milieu een esthetische dispositie die zich zou uiten in een voorkeur voor complexiteit, een gevoeligheid voor vorm boven functie, een tolerantie voor ambiguïteit en een neiging tot voortdurende reflexiviteit.

Achter deze redenering schuilt de aanname dat hoge cultuur complexer is dan populaire cultuur. Om complexe kunst te kunnen waarderen, moeten mensen beschikken over behoorlijk wat cognitieve hulpbronnen of vaardigheden. Zie hier de hulpbronnentheorie in een notendop: personen en culturele activiteiten kunnen aan elkaar worden gekoppeld omdat mensen verschillen in hun informatieverwerkingscapaciteit en culturele activiteiten op hun beurt verschillen in de vaardigheden die ze vergen om te kunnen worden gewaardeerd. Daarom kan de ene persoon wel van complexe kunst genieten en de andere niet.

Status en sociaal prestige

Het tweede bekende perspectief op ongelijkheid in culturele leefstijlen ziet die leefstijlen vooral als uitdrukking van status. Culturele leefstijlen zeggen iets over iemands sociale positie. De samenleving als geheel kent een bepaalde mate van prestige of eer toe aan leden van specifieke sociale klassen. Die leden kunnen hun klasse 'tonen' door er een passende leefstijl op na te houden. En juist omdat die leefstijlen laten zien over welke vaardigheden en hulpbronnen mensen beschikken, hebben ze een communicatieve functie, waarmee ze een bepaalde status kenbaar kunnen maken, aldus wederom Bourdieu. In deze optiek worden culturele leefstijlen vooral gezien als afspiegeling van de status-genererende kenmerken van de bijbehorende smaken en culturele gedragingen. Zolang anderen geloven dat het genieten van dit type cultuur speciale talenten, vaardigheden of gevoeligheden vereist, draagt cultuurdeelname ook bij aan het legitimeren van de hoge sociale posities van het cultuurpubliek. Dat demonstreert met zijn exquisite smaak immers terloops over buitengewone kwaliteiten te beschikken. Cultureel kapitaal kan dus worden gezien als een bundel kennis en vaardigheden *en* als statussymbool.

Kanttekeningen bij de hulpbronnen- en de statutheorie

De hier geïmpliceerde relaties tussen culturele leefstijlen en achtergrondkenmerken komen tot uiting in een reeks effecten die vaak zijn gevonden in onderzoek. Cultuurdeelname en sociale klasse van de ouders hangen positief samen met cultuurdeelname van hun kinderen. Ouderlijk cultureel kapitaal heeft een positieve invloed op de onderwijsloopbaan van hun kinderen. Het

hoogst behaalde opleidingsniveau van die kinderen hangt weer positief samen met hun eigen culturele activiteit. Hoger opgeleiden doen nog steeds meer aan kunst en cultuur dan lager opgeleiden (Van Eijck & Bargeman 1994; Fischer & Mattson, 2009; Kraaykamp & Van Eijck 2010). Deze onderzoeksresultaten lijken dus op het eerste gezicht overeen te stemmen met zowel de culturele hulpbronnentheorie als de statutheorie.

Kritieken

Laten we een eerste stap richting een beter begrip van culturele leefstijlen zetten. Een kanttekening bij de culturele hulpbronnentheorie is hier op zijn plaats. Hoewel verschillen tussen hoger en lager opgeleiden er niet minder op geworden zijn, is het met de cultuurdeelname van hoogopgeleiden toch niet meer wat het vroeger was. Het aantal hoogopgeleiden is de afgelopen decennia enorm gestegen dankzij opwaartse sociale mobiliteit (Van Eijck, 1999), maar de gemiddelde academicus van vandaag is veel minder vertrouwd met hoge kunst dan de gemiddelde academicus van pakweg 50 jaar geleden. Per saldo is de culturele belangstelling onder de Nederlandse bevolking redelijk op peil gebleven, maar onderhuids is er veel veranderd, zoals ik heb aangetoond in een recente trendanalyse met Gerbert Kraaykamp (Van Eijck & Kraaykamp 2012). Academici en andere hoogopgeleiden zijn steeds meer te typeren als incidentele bezoekers. Daarvan zijn er dus meer gekomen, terwijl de harde kern van fanatieke, frequente cultuurbezoekers klein is gebleven. Een hoge opleiding mag dan nog steeds een *noodzakelijke* voorwaarde voor belangstelling voor hoge kunst zijn, een *voldoende* voorwaarde is het zeker niet meer.

Kennelijk garandeert een hoge opleiding dus steeds minder dat degenen die deze hebben genoten zich op hoge cultuur oriënteren. Hun culturele socialisatie bereidt hoog opgeleiden steeds minder voor op het aanbod binnen de hedendaagse kunstwereld. Dat gebrek aan aansluiting kan voor een deel worden toegeschreven aan een vermindering van relevant cultureel kapitaal dat via het hoger onderwijs wordt aangereikt.

Zowel thuis als op school zijn de huidige hoogopgeleiden veel minder dan de generaties voor hen opgevoed met aandacht voor hoge kunst. Met Wim Knulst heb ik in 2005 laten zien dat een hogere opleiding met name sinds de invoering van de Mammoetwet veel minder tot cultuurdeelname leidt dan daarvoor (Van Eijck & Knulst, 2005). Socialisatie in een opener, minder hiërarchisch onderwijsregime leidt tot minder cultureel kapitaal van het soort dat bevorderlijk is voor een interesse in hoge cultuur. Het feit dat dat onderwijsregime minder hiërarchisch werd, had alles te maken met het stimuleren van opwaartse sociale mobiliteit. Het moest voor talentvolle kinderen gemakkelijker worden om tijdens hun schoolloopbaan

naar hogere niveaus over te stappen. Dat streven naar mobiliteit was zeer succesvol: de gezinsachtergrond van degenen die hoger onderwijs volgden werd alsmaar minder elitair. Daardoor voelden de sociaal mobiele nieuwkomers ook minder dwang om zich aan bepaalde culturele standaarden aan te passen (Groenman, 1961; Ultee & De Graaf, 1991). Er was minder noodzaak en daarmee minder bereidheid om in cultureel kapitaal te investeren. Dat maakte hoge kunst minder toegankelijk voor de gemiddelde hoger opgeleide. Het lastige en het mooie met kunst is namelijk dat het, dankzij de vereiste habitus die wordt gevoed door kennis en ervaring, interessanter wordt naarmate je er meer van weet, maar dat het daarmee ook forse drempels kan opwerpen voor wie die habitus niet heeft. Dus waarom moeite doen om Ibsen, Arvo Pärt of Dostojevski te doorgronden als je meer genoeg put uit het werk van Maria Goos, Mumford and Sons of Nico Dijkshoorn. Daar kun je tegenwoordig toch ook prima mee voor de dag komen? Er zijn immers steeds minder mensen die hardop beweren dat het ene veel beter is dan het andere en het ontbreken van bekendheid met de eerste drie maakt de keuze voor de herkenbaardere tweede drie eigenlijk vrij voor de hand liggend. Minder ingewikkeld misschien, maar van voldoende kwaliteit geacht om als liefhebber voor best intelligent en cultureel up-to-date door te kunnen gaan. Om een cultureel adequaat figuur te slaan, hoef je je echt niet meer te verdiepen in de grote klassiekers of de onnavolgbare avant-gardes binnen de kunst. Zoals Wim Knulst, Jos de Haan en ik het in 2002 in de titel van ons artikel uitdrukten: snobisme hoeft niet meer (Van Eijck, De Haan & Knulst, 2002). Binnen de hogere statusgroepen was de instroom aan nieuwkomers zo massaal dat zij zich niet meer hoefden te richten naar de bestaande culturele normen van de slinkende elite. Zij konden die normen ombuigen naar standaarden die beter pasten bij wat ze zelf in huis hadden.

Er is volgens mij nog een andere reden waarom hoger opgeleiden niet meer vanzelfsprekend aan hoge cultuur doen. Het vergaarde cultureel kapitaal, gesteld dat het aanwezig is, lijkt minder relevant te worden bij de confrontatie met kunstuitingen. De hogere kunst zelf is er namelijk bepaald niet toegankelijker op geworden. Terwijl bijvoorbeeld het conceptualisme in de jaren 60 opbloeide met de bedoeling om kunst te redden uit de klauwen van een als arrogant en oppermachtig beschouwde kunstelite, werd de bijbehorende kunst al snel zelf buitengewoon obscuur en evengoed onderdeel van de institutionele kunstwereld waartegen men zich juist wilde verzetten (Van Winkel, 2012). Intussen kon het grote publiek het niet meer volgen. Veel hedendaagse kunst is moeilijk te doorgronden, zelfs voor het geïnteresseerde publiek. Terwijl de incidenteel bezoekende academicus wel denkt; hee, die kunst was toch eigenlijk voor mijn soort mensen bedoeld? Waarom snap ik er dan zo weinig van? Als het deelnemen aan cultuur niet meer verklaard kan worden uit de vaardigheid om die

cultuur de doorgronden, dan komt de hulpbronnentheorie mogelijk toch in de problemen. Die theorie gaat er namelijk van uit dat waarderen alleen mogelijk is via doorgronden. Maar daar staat de academicus dan (het is trouwens vaker een zij), met haar mooie diploma en haar algemene ontwikkeling. Die academica is van goede wil, maar loopt vaak een beetje verloren door het museum en staat gemiddeld slechts negen seconden stil bij elk kunstwerk dat zij daar ziet. En de curator en de kunstenaar zeggen: dat is te kort, die kunst verdient beter... Dat zou kunnen, maar die wanhopig naar betekenis en schoonheid zoekende academica verdient misschien ook beter. Zij zal overigens niet erg geneigd zijn om haar wanhoop te etaleren vanuit het idee dat het een beetje dom staat om kunst niet te begrijpen. Kunst hoort er toch wel bij als je hoger opgeleid bent, ook als het lastig te doorgronden is. Of juist daarom.

Dat brengt me terug bij de tweede gangbare verklaring voor leefstijlverschillen, namelijk het streven naar status. Ook daarop valt een en ander af te dingen. We kunnen op theoretische gronden bereid zijn om aan te nemen dat de relatie tussen klasse en leefstijl verklaard wordt door de wens om een bepaalde maatschappelijke status te tonen. Daarmee wordt dat statusmotief echter veeleer *geponeerd* dan *getoetst*. Dat statusmotief is namelijk nauwelijks direct te toetsen. Net als de hulpbronnentheorie, leunt de statutheorie op een aantal peilers die voor een verklaring van de huidige situatie te abstract, te weinig empirisch onderbouwd zijn. Het betreft enerzijds de vraag of culturele activiteiten inderdaad geordend kunnen worden op een statusdimensie. Zo'n dimensie zou eenduidig van laag naar hoog moeten lopen en alle cultuurvormen zouden daarop een eigen plekje krijgen in overeenstemming met hun algemene sociale prestige. Dat lijkt niet het geval. Het veronderstelt een eenduidigheid in de betekenis van cultuur die niet bestaat, zoals ik zo meteen zal toelichten.

Daarnaast is status een motief waarmee mensen niet te koop lopen. Behalve dat het voor veel mensen *not-done* is om zo expliciet naar status te streven – of dat toe te geven, is het ook voorstelbaar dat men zich lang niet altijd bewust is van de statusconnotaties van bepaalde smaken of gedragingen. Klassenongelijkheid is in hoge mate geïndividualiseerd, of wordt althans als zodanig beleefd door mensen (Bottero, 2004). Hun culturele keuzes voelen als eigen, persoonlijke keuzes, juist omdat de habitus tot een tweede natuur is geworden. Als mensen al bewust iets willen uitdrukken met hun culturele smaken en gedragingen, dan zal dat in hun eigen ogen vermoedelijk eerder hun persoonlijkheid zijn dan hun maatschappelijke status. Dat blijkt ook uit recent onderzoek onder cultureel actieve jong-volwassenen van mijn promovenda Janna Michael (Michael, in druk).

Schulze: een nieuwe oriëntatie

Deze kritiekpunten op zowel de hulpbronnen- als de statutetheorie komen samen in de manier waarop de Duitse socioloog Schulze (1995) de veranderende relatie tussen individu en samenleving onder hoger opgeleide jongeren beschrijft. Gerhard Schulze heeft deze omslag in de relatie tussen individu en kunst weergegeven als het verschil tussen een ego-wereld relatie die verankerd is in de wereld en een ego-wereld relatie die verankerd is in het ego. In geval van een ego-wereld relatie verankerd in de wereld, liggen de belangrijkste doelen die moeten worden nagestreefd in het leven reeds besloten in de buitenwereld, wachtend op het individu om de bijbehorende verantwoordelijkheden op zich te nemen. Voor de leden van wat Schulze het hoge milieu noemt, is een oriëntatie op hoge cultuur, contemplatie, perfectie en status een gegeven waaraan niet valt te ontkomen. De doelen zijn heilig en verankerd in de samenleving, de standaarden gezet; nu is de het aan het individu om zich hiernaar te voegen door zich deze hoge cultuur toe te eigenen in wat Arnold omschreef als de ‘pursuit of our total perfection’.

Het omgekeerde, een ego-wereld relatie verankerd in het ego, ziet Schulze bij de jongere generatie in zijn steekproef. Het hoger opgeleide segment daarbinnen noemt hij het zelfverwerklijkingsmilieu. Voor hen geldt dat allerlei richtlijnen over wat wel en niet zou moeten of mogen in cultureel opzicht niet erg serieus worden genomen. Men streeft weliswaar naar ontwikkeling van het zelf, maar plukt uit de wereld wat men denkt te kunnen gebruiken om in de eigen sociaal-culturele behoeften te voorzien en bepaalt zelf wat al dan niet bruikbaar is. Kunst kan daar, in het geval van de hoger opgeleide zelfontplooiers, een rol spelen, maar ook populaire cultuur. Bovendien: als er kunst aan te pas komt, is dat niet omdat het unaniem als superieur wordt erkend of op een bepaalde manier, vanuit een specifieke esthetica, genoten moet worden. Kunst wordt gebruikt voor het ontwikkelen van vaardigheden of een identiteit en de rol die de kunst daarin speelt hangt sterk af van het persoonlijke project waarbinnen er een beroep op wordt gedaan.

Dit inzicht van Schulze is cruciaal. Als kunst op deze manier een manipuleerbaar middel wordt voor de ontwikkeling van de identiteit, moeten we dus via het publiek onderzoeken wat kunst betekent. Dat is een implicatie van wat Schulze beweert met zijn stelling dat hedendaagse leefstijlen, waarin traditionele grenzen worden overschreden, hun verankering vinden in het ik en niet in de wereld daarbuiten. Het is ook wat de filosoof John Dewey (1934) eigenlijk zegt wanneer hij in *Art as Experience* stelt dat het kunstwerk pas betekenis krijgt in de ervaring. De unanieme toekenning van een bepaalde status aan kunst gaat op de helling en de daarmee gepaard gaande subjectivering van betekenis toekenning maakt ook de

veronderstelde verbinding tussen culturele hulpbronnen en smaakvoorkeuren minder vanzelfsprekend.

Het is interessant te bedenken dat juist wanneer mensen de vrijheid opeisen om hun eigen identiteit vorm te geven, zij gemakkelijker dan ooit worden beïnvloed door hun sociale omgeving (Spruyt, 2012). In plaats van koersvast op een innerlijk kompas te varen, oriënteren mensen zich in zo'n situatie juist voortdurend op anderen. David Riesman zou zeggen: we zijn radarmensen geworden. Vroeger wees het innerlijke kompas onder hoogopgeleiden als vanzelfsprekend richting Kunst met een grote K. Nu scant de radar steeds opnieuw wat er om ons heen gebeurt en hoe we ons daartoe moeten verhouden, hoeveel genoeg we eraan zouden kunnen beleven, zonder de richtingvastheid of ijking die een kompas kenmerkt.

De radarmens is als super-pragmaticus gevoelig voor hypes. Daarbij is kunst niet per sé tegengesteld aan populaire cultuur in de functies die het kan vervullen. Volgens Timothy Taylor (2009) valt ook in de hoge kunst – hij richt zich als musicoloog op klassieke muziek – steeds meer een marketinglogica te ontwaren die hij omschrijft als ‘the logic of the trendy’. Men promoot graag supersterren en organiseert prijzenfestivals om populaire aandacht te genereren voor het klassieke genre. Op meer fundamenteel niveau ontwaarde Daniel Bell in de kunst al in 1976 (p.33) een ontwikkeling die hij omschreef als “a dominant impulse toward the new and original, a self-conscious search for future forms and sensations, so that the idea of change and novelty overshadows the dimensions of actual change”. Hij stelde daarbij dat deze culturele impuls zodanig gemeengoed is geworden dat de avant-garde inmiddels volkomen geïnstitutionaliseerd is en men van kunstenaars verwacht dat ze voortdurend met iets nieuws komen. In de kunst, zo meende Bell, “[s]tyle has become synonymous with fashion” (ibid. 135) en “[t]he game of high-low-and-middle became *démodé* once the middlebrows caught on, to be quickly replaced by the new game of in-and-out” (ibid. 44). De eminente kunsthistoricus Sir Ernst Gombrich (1996: 616) benoemt dezelfde trend. Hij schrijft: “De nieuwe verdraagzaamheid en de bereidheid van critici en fabrikanten nieuwe ideeën en kleurencombinaties uit te proberen, hebben zeker ertoe bijgedragen dat onze omgeving is verfraaid, en de snelle wisseling van modetrends verhoogt de pret. Ik geloof dat vele jonge mensen in deze geest zoeken naar wat voor hun gevoel de kunst van hun eigen tijd is, en zij maken zich daarbij niet al te druk over de mysterieuze en duistere formuleringen in het Woord vooraf van de tentoonstellingscatalogus”.

In deze situatie illustreert cultuurdeelname niet alleen cultureel kapitaal in de vorm van min of meer gecanoniseerde voorkennis, maar ook – of vooral - de wens om up-to-date te

blijven. Dit sluit aan bij de recente bevinding van Gerbert Kraaykamp en mijzelf (2012) dat de belangrijkste trend in culturele leefstijlen sinds 1975 niet de dalende deelname aan hoge cultuur is, noch een groei van smaakbreedte, maar het aantal activiteiten dat men binnen een bepaalde hoeveelheid vrije uren onderneemt. Kortom, meer dan wat dan ook, wordt cultuurdeelname jachtiger. Tegelijk wordt cultuurdeelname meer dan ooit gezien als een uitdrukking van persoonlijke voorkeuren.

Uitdagingen

Deze inzichten stellen de onderzoeker van culturele leefstijlen voor een aantal uitdagingen. Ten eerste: beperk je niet tot hoge cultuur, maar neem ook populaire cultuur serieus. Ten tweede: onderzoek patronen van culturele smaken en gedragingen in hun geheel. Mensen voelen zich vrijer om diverse elementen uit het aanbod te combineren om hun leefstijl gestalte te geven. In deze situatie kan de betekenis van die leefstijlen pas duidelijk worden wanneer we als het ware het gehele pakket bestuderen. Leefstijlen zijn niet noodzakelijk homogeen, dus een gedeelte van het repertoire in kaart brengen als *pars pro toto* leidt al snel tot verkeerde diagnoses. Ten derde impliceert dit dat de betekenis van specifieke culturele voorkeuren of activiteiten binnen een leefstijl afhankelijk zal zijn van de overige elementen waarmee deze worden gecombineerd. Voor wie zich qua muziek puur op klassiek stort, zal deze muziek een andere betekenis hebben dan voor iemand die klassieke muziek combineert met meer populaire of volkse genres. Ten slotte: de habitus. Dat was altijd al een buitengewoon schichtig concept, maar als theoretische lijn tussen klasse en cultuur wordt dit begrip intussen almaar grilliger, als black box alsmaar duisterder. Het is daarom volgens mij meer dan ooit nodig om als onderzoekers onze netten uit te werpen om die habitus te vangen of, nog mooier, zoals Michaël Berghman heeft gedaan, op heterdaad te betrappen.

Leefstijlpatronen

Ik begin kort met de eerste twee uitdagingen, waarmee we al ver gevorderd zijn en die tegelijk zijn opgepakt: 1] neem populaire cultuur mee in een bestudering van culturele leefstijlen, zodat 2] patronen in kaart kunnen worden gebracht.

De hausse aan sociologisch onderzoek met culturele leefstijlen in bredere zin als te beschrijven en verklaren variabelen was te danken aan de ontdekking van de culturele omnivoor door Richard Peterson en Albert Simkus in 1992. Ze vonden dat leden uit de hogere statusgroepen niet alleen meer van de traditioneel als highbrow aangeduide muziekgenres als opera of kamermuziek hielden, maar ook van de populaire genres zoals pop en rock. De leden

van de hogere statusgroepen hebben dus eigenlijk eerder een brede smaak dan een exclusieve highbrow smaak. Sterker nog: slechts een minderheid van de hogere statusgroepen, zo blijkt uit verscheidene onderzoeken, houdt van hedendaagse kunst of bezoekt met enige regelmaat klassieke concerten, opera, toneel of dansvoorstellingen (Bennett et al. 1999; Bennett et al. 2009; Halle 1993; Lahire 2008; Peterson & Simkus 1992: 162). Het feit dat we binnen dit sociale segment vooral omnivoren vinden, en dat in een enorm aantal landen waaronder ook Nederland (Van Eijck, 1999; Peterson, 2005; Virtanen, 2006), maakt de kritieken op de twee theoretische perspectieven nog pregnanter. De elitaire smaak, die qua complexiteit en status nog als homogeen zou kunnen worden gedacht, is vervangen door de omnivore smaak, die wordt gedefinieerd door culturele grensoverschrijding.

Meerduidige betekenissen

Via de bestudering van culturele smaakpatronen die een grotere diversiteit aan culturele items omvatten dan alleen highbrow of alleen populair, komen we weer een flinke stap dichterbij het publiek. Het wordt via dit onderzoek enerzijds duidelijk dat culturele voorkeuren niet netjes geordend kunnen worden in patronen op basis van complexiteit of status. Anderzijds kunnen culturele voorkeuren binnen verschillende leefstijlpatronen passen en daarom ook een verschillende betekenis hebben (Van Eijck, 2001). Smaken zijn niet eenduidig, maar meerduidig. Kwalitatief onderzoek wijst hier terecht op en meent dat dit punt in survey-onderzoek stelselmatig wordt veronachtzaamd (Holt, 1997a, 1997b; Atkinson, 2011; Rimmer, 2012). Het empirisch bestuderen van bredere smaakpatronen maakt het echter mogelijk om in belangrijke mate aan deze kritiek tegemoet te komen. Sterker nog: het is mogelijk om een dergelijk meerduidigheid in kaart te brengen en zo verschillende manieren van omgaan met dezelfde kunst aan te wijzen en aan sociale segmenten te koppelen.

Een voorbeeld. Met Michaël Berghman vond ik in 2009 aanwijzingen dat dezelfde kunstvormen vanuit verschillende perspectieven anders gewaardeerd worden (Berghman & Van Eijck, 2009). Het onderzoek was opgezet als studie naar smaakpatronen binnen de beeldende kunst, waarbij we niet zozeer geïnteresseerd waren in hoog-laag grenzen, maar in het onderscheid klassiek of figuratief versus modern of abstract. Respondenten kregen afbeeldingen van kunststijlen te zien en hen werd gevraagd deze te beoordelen. De uitkomsten waren helder: de kunstwerken konden worden gegroepeerd in een set klassieke/figuratieve werken en een set moderne/abstracte werken. De respondenten vonden ofwel één van deze sets van kunstwerken interessant, ofwel geen van beide, ofwel allebei.

De groep die het allebei mooi vond, was veruit de meest cultureel actieve groep. Zij voldeden het meest aan Bourdieu's omschrijving van een culturele elite; een brede belangstelling voor hoge cultuur en beduidend minder interesse in populaire cultuurvormen. Ze leken wat betreft zowel hun sociale achtergrond als hun culturele leefstijl nauwelijks op de groep die enkel de traditionele kunstvormen waardeerde. Dat waren namelijk vooral laag opgeleide ouderen met een weinig actieve culturele leefstijl. De wijze waarop zij werk van Rubens of Caravaggio evalueren of beleven, zal vermoedelijk sterk verschillen van de esthetische ervaring die dit werk bij de culturele elite oproept. Degenen die alleen modern werk waardeerden, waren wel hoog opgeleid, maar relatief jong. Ook hun leefstijl was niet bepaald doordrenkt met hoge cultuur: favoriete vrijetijdsbestedingen waren shoppen, feestjes en popmuziek. Hun waardering voor moderne beeldende kunst bleek tamelijk terloops en nauwelijks gestoeld op ervaring met kunst. Het is de groep die, zo stel ik mij voor, tijdens een gezellig dagje in de stad met de meiden (het waren vooral vrouwen) tussen het winkelen en terrasjes pikken door ook even cultuur wil 'snuiven'. Ook hier geldt dus dat we nog niet zoveel weten over kunstpubliek wanneer we hebben vastgesteld dat ze waardering kunnen opbrengen voor het werk van kunstenaars als Mondriaan, Duchamp, Pollock of Rothko. Het kan verwoede, ervaren kunstliefhebbers betreffen, maar ook mensen die vanuit een voorliefde voor meer populair tijdverdrijf af en toe iets interessants willen meepikken door een museumbezoek op te nemen in hun actieve, uithuizige levensstijl. Dat incidentele bezoekers inderdaad andere motivaties hebben dan frequente bezoekers van hetzelfde aanbod, liet Henk Roose in 2008 direct zien. Incidentele bezoekers worden meer gedreven door sociale motieven en zijn eerder op zoek naar herkenning dan de harde kern van het culturele publiek.

De resultaten van dit onderzoek met Michaël Berghman zijn om nog een andere reden interessant. Ze vertellen en passant iets over de bruikbaarheid van de hulpbronnentheorie en de statutheorie wanneer we zo dicht inzoomen op smaakpatronen. De meeste onderzoekers op het terrein van kunstwaardering veronderstellen dat abstracte kunst complexer is dan meer klassiek werk (Ganzeboom, 1989; Halle, 1993; Hekkert & Van Wieringen, 1996). Van daaruit verwachtten we dat mensen met minder cultureel kapitaal eerder enkel de klassieke werken zouden appreciëren dan de moderne. Dat klopte voor de oudere laagopgeleide respondenten. Het tegenovergestelde gold echter voor de hoogopgeleide jongedames die juist dat soort werk niet aantrekkelijk vonden en als het ware meteen doorstootten naar de moderne en hedendaagse kunst. Als kunstwaardering vooral een kwestie van complexiteit zou zijn, zouden ze volgens de hulpbronnentheorie moeten blijven steken bij de klassieke kunst. Maar juist omdat kunst op zulke uiteenlopende manieren genoten kan worden, is het idee van

complexiteit, zo het al objectief meetbaar zou zijn, niet altijd bruikbaar om vast te stellen welke culturele producten passen bij welke publiekssegmenten. Voor het waarderen van modern werk is cultureel kapitaal kennelijk niet per sé nodig. Ook zonder noemenswaardig verstand van zaken kan men een voorkeur hebben voor werken die deskundigen als relatief complex bestempelen. Wat trekt deze groep dan in in die moderne kunst?

Voor een antwoord daarop moeten we ook hun afkeer van klassieke kunst meewegen. Onze voorlopige interpretatie luidde dat ze zich daarmee, als jonge hoogopgeleiden, afzetten tegen alles wat traditioneel en niet hip is. Het meest traditionele genre uit het onderzoek, de oude landschapsschilderijen, waardeerden zij zelfs minder dan de groep die eigenlijk helemaal nergens enthousiasme voor kon opbrengen. Ze trokken hier een duidelijke culturele grens tussen zichzelf, hippe, jonge levensgenieters, en de leden van oudere generaties wier smaak in hun ogen te elitair of te ouderwets is. Overwegingen rond status en identiteit lijken zowel de voorkeur voor moderne als de afkeer van traditionele kunst beter te verklaren dan cultureel kapitaal als hulpbron die toestaat om kunst te doorgronden. Mensen onderscheiden zich niet alleen van anderen door wat ze wel doen en waarderen, maar ook, en misschien vooral, door wat ze niet waarderen (Bryson, 1996; Douglas, 1996; Warde, 2011). Daarbij spelen niet alleen vermeende complexiteit of sociaal-economische status een rol. Het gaat ook om verschillen tussen groepen die samenhangen met sekse, leeftijd en meer algemene waardenpatronen of, zo u wilt, definities van het goede leven.

Het in kaart brengen van de habitus

We gaan, vanwege dit vermoeden, nog een stapje dichterbij de leefstijlen zitten. De betekenis van kunst voor het publiek is niet eenduidig, zo leert het onderzoek ons (Atkinson, 2011; Bennett et al., 2009; Rimmer, 2012; Warde et al., 2007). De complexiteit van kunst determineert maar zeer ten dele wie welke voorkeuren heeft. De status die kunst verschaft, is niet een algemeen erkende maatschappelijke status, maar lijkt afhankelijk van de mate waarin kunst past bij identiteiten die op meer dan klassenposities gebaseerd zijn. Om culturele leefstijlen te begrijpen, kunnen we niet langer voortborduren op aannames over de habitus als resultaat van automatisch ‘geïnternaliseerde’ klassencondities. De volgende stap om dichterbij een goed begrip van culturele leefstijlen te komen, moet zich dan ook richten op pogingen om die habitus zelf in kaart te brengen.

De eerste poging daartoe ondernam ik in 2008 samen met mijn Gentse collega John Lievens (Van Eijck & Lievens, 2008). Het doel van onze analyse was na te gaan in hoeverre muzikale smaakpatronen samenhangen met een set van sociale waarden die we als onderdeel

van de habitus opvatten. We vonden een aantal sterke verbanden waarbij smaakpatronen soms verrassend samenhangen met sociale oriëntaties. Houdingen die wezen op een hang naar traditie of gevoelens van ontheemding in de hedendaagse samenleving hingen niet alleen negatief samen met een voorkeur voor popmuziek, maar ook voor klassieke muziek. Het verband tussen deze traditionele waarden en een volkse muzieksmaak was, zoals verwacht wel positief. Het grote verschil tussen de liefhebbers van pop en klassiek zat in hun mate van individualisme, waar de popliefhebbers beduidend hoger op scoorden.

Daarnaast namen we specifieke smaakpatronen onder de loep door apart te kijken naar elke mogelijke combinatie van klassieke, volkse en popgenres waaruit smaakpatronen konden worden opgebouwd. Ik pik er een illustratief resultaat uit. Het publiek dat klassiek met pop combineerde, liet een ander waardenpatroon zien dan het publiek dat klassiek met volks combineerde. De klassiek plus pop groep was beduidend minder traditioneel en meer individualistisch dan de klassiek plus folk groep. Opnieuw: dezelfde culturele voorkeur – hier: klassieke muziek - kan zijn ingebed in uiteenlopende smaakpatronen die uiteenlopende segmenten van liefhebbers impliceren. En de betekenis van een genre hangt inderdaad af van de culturele constellatie waarbinnen dat genre gewaardeerd wordt. Zo vonden we ook dat een voorkeur voor volkse muziek negatief samenhangt met gevoelens van sociale isolatie, maar inzoomend op de specifieke patronen bleek dat alleen het geval te zijn wanneer die volkse voorkeur werd gecombineerd met pop. Smaakpatronen geven als geheel uitdrukking aan bepaalde centrale waarden en zijn daarbij meer dan de som der delen. In onderzoek naar de relatie tussen waarden, religie en voorkeuren voor beeldende kunst, kwam ik in 2012 tot gelijksoortige conclusies (van Eijck, 2012). Via moderne kunst geeft men bijvoorbeeld uitdrukking aan een eigentijds waardenpatroon; men voelt zich thuis in een dynamische wereld, staat open voor anderen en verlangt niet bepaald terug naar meer traditionele of voorspelbare tijden. Onze eerdere interpretatie van de beweegredenen van de hippe dames om juist wel moderne beeldende kunst en juist niet klassieke kunst te waarderen, kreeg zo in 2012 een steuntje in de rug.

Een meer complete poging om de habitus empirisch in kaart te brengen publiceerde ik begin dit jaar samen met Janna Michael (Van Eijck en Michael, 2013). Meer compleet, omdat deze zich enerzijds richtte op een breed arsenaal van culturele activiteiten en voorkeuren, anderzijds omdat we die habitus gerichter konden operationaliseren in termen van kennis en esthetische disposities. Smaakverschillen, zo bleek, werden sterk beïnvloed door esthetische disposities: wie vorm boven functie stelt is veel actiever op alle onderzochte culturele

terreinen, dus zowel hoge als populaire cultuur. Een behoefte aan actie en ontspanning verminderde over het algemeen de culturele activiteit, of beperkte deze tot popmuziek. Algemene kennis had ook sterke positieve effecten: wie interesse voor wetenschap en politiek aan de dag legde, bleek cultureel actiever dan wie deze interesse niet had. Opvallend genoeg hing ook de belangstelling voor zogenaamde *lifestyle* onderwerpen (koken, reizen, mode, interieurontwerp) positief samen met bijna alle onderzochte leefstijlelementen.

Groot was onze vreugde toen bleek dat we met deze expliciete meting van de habitus een flink deel van de bestaande opleidingseffecten inhoudelijk konden duiden. Dit laat zien welke kenmerken van hoger opgeleiden nu feitelijk verantwoordelijk zijn voor hun intensievere cultuurdeelname: oog voor formele aspecten, een wens om nieuwe dingen mee te maken en een brede kennis van zowel wetenschap en politiek als van lifestyle onderwerpen. Het lukte ons om vaak meer dan de helft van de effecten van opleidingsniveau op leefstijlen toe te schrijven aan verschillen in habitus. Tegelijk slaagden we erin om die leefstijlen zelf voor 25 tot 50% beter te verklaren dan modellen met alleen de gebruikelijke sociologische achtergrondkenmerken. We hadden iets van de habitus in kaart gebracht en daarmee lukte het behoorlijk goed om effecten van sociaal-economische achtergrond deels te interpreteren en deels te overtreffen in termen van verklaringskracht.

Reden om de moed erin te houden en op dit parcours voort te borduren. Ook omdat dit geen puur theoretische onderneming is. Van culturele instellingen wordt steeds meer verlangd dat zij hun publiek leren kennen en rekening houden met de wensen van de bezoekers. Inzicht in motieven, esthetische disposities en de ervaringen die mensen zoeken via cultuur is daarvoor cruciaal. Toen Chan Mi Schouten, een masterstudent van mij vorig jaar aanklopte bij WORM, een Rotterdamse instelling die naar eigen zeggen ‘avantgardistische recreatie’ biedt, met de vraag of ze publieksonderzoek mocht doen, was de reactie tamelijk lauw: “We weten al wel ongeveer hoe oud en hoog opgeleid onze bezoekers zijn”. Toen we aanboden verder te willen gaan door ook motieven, beleving en leefstijlen van het publiek in kaart te brengen, werd men wel enthousiast en bleek dat er nog veel te leren was over het publiek. We hadden het richting WORM niet over het operationaliseren van de habitus, maar noemden deze exercitie – niet ten onrechte - een psychografische publiekssegmentatie. Dat klinkt al heel anders: het betrof dan ook inderdaad een onderzoek dat zeer bruikbaar was voor concrete culturele marketingdoeleinden.

Stapje dichterbij: experimenten en onbewuste habitus meten.

Het lastige bij elke poging om de habitus empirisch te vangen, blijft dat deze goeddeels op onbewust niveau functioneert. Niemand van u herinnert zich het toegediend krijgen van de spreekwoordelijke paplepel die ik eerder noemde. Toch begint het daar al. Mensen doen datgene waarvan ze aanvoelen dat het bij hen past en zijn zeker niet voortdurend bezig om bewust een bepaalde status uit te drukken of na te streven. Niettemin lijken ze gevoelig voor de sociale status-connotaties van allerlei objecten en gedragingen waarmee ze worden geconfronteerd. Zoals eerder gezegd, is het ontzettend moeilijk om statusstreven, of zelfs maar statusbewustzijn, empirisch boven water te krijgen. Een hele andere manier om die habitus te vangen, is dan om te proberen het onbewuste deel ervan zichtbaar te maken wanneer het in actie komt.

Daarin is mijn Leuvense aio Michaël Berghman geslaagd, door het uitvoeren van experimenten. Over 20 dagen zal hij het proefschrift waarin hij hiervan verslag doet verdedigen. Ik kan geen recht doen aan de nuance van Michaël's theoretische onderbouwing of de rijkheid van zijn bevindingen, maar wil kort laten zien wat dit type onderzoek vermag. Vanuit de lastige vraag welke onbewuste rol de habitus speelt bij de waardering voor kunst, heeft hij de symbolische waarde van kunstwerken gemanipuleerd. Respondenten kregen schilderijen te zien van zowel erkende kunstenaars als amateurs. Vervolgens veranderden we de symbolische context van een aantal werken door ze aan een andere maker toe te schrijven. Zo werd een deel van de amateurwerken toegeschreven aan erkende kunstenaars, sommigen echt bestaand, zoals Luc Tuymans of Matisse, anderen verzonnen, zoals Sergei Barakov of Antoine Fourmil. Omgekeerd werden schilderijen van erkende kunstenaars in de helft van de gevallen toegeschreven aan al dan niet bestaande amateurs als Leona Holvoet uit Renkum of Danny van Veen uit Winterswijk. Ook de titels en teksten bij de kunstwerken werden gemanipuleerd; voor het ene deel van de respondenten werden ze beperkt tot beknopte feitelijke beschrijvingen ("Het schilderij toont een vrouw met een hoed en rode sjaal"), andere respondenten kregen het zelfde werk te zien met een beschrijving die het werk kaderde in de 19^e eeuwse romantiek van Friedrich en de kijker opmerkzaam maakte op een aantal symbolische betekenissen, af te leiden uit veelzeggende contrasten in het werk. Daarnaast heeft Michaël in een ander experiment nog de fysieke context van kunstwerken gemanipuleerd door dezelfde schilderijen onder de ene conditie in het Museum van Hedendaagse Kunst Antwerpen tentoon te stellen en onder de andere in een parochiezaaltje te Heverlee.

Heel kort een paar belangrijke conclusies: wanneer eenzelfde kunstwerk wordt toegeschreven aan een bekende kunstenaar of voorzien van een symbolische lading in esthetisch vakjargon, wordt het meer gewaardeerd. Vooral de beoordeling op bij uitstek esthetische criteria als origineel, interessant, complex, uitdagend of krachtig ging onder die condities omhoog. Keken we echter naar wie de schilderijen echt hadden gemaakt, dan was de voorkeur voor de amateurwerken gemiddeld sterker. Mensen waarderen de ‘echte’ kunstenaars eigenlijk minder, maar waarderen werken waarvan ze denken dat ze door echte kunstenaars gemaakt zijn meer. Status lijkt hier dus opnieuw belangrijker dan cultureel kapitaal, maar het ligt iets ingewikkelder. Want wie over meer cultureel kapitaal beschikt, trekt zich meer aan van de al dan niet fictieve symbolische context waarin de werken worden gepresenteerd. Cultureel kapitaal versterkt de mate waarin die context, dus het prestige van de maker of het werk zelf, wordt meegewogen in de waardering. Het betreft dan echter eerder kennis van de symbolische waarde van die context, dan kennis van het soort op basis waarvan men een autonoom oordeel over de kunstwerken kan vellen. Michaël kon deze mensen namelijk van alles wijsmaken met onze zelfbedachte symbolische contextualisering; zo lang het interessant klonk, bevorderde het de waardering. Moeten we dit dan als ordinaire bluf interpreteren? Dat zou wat te gemakkelijk zijn. Bij hedendaagse of conceptuele kunst is het idee erachter daadwerkelijk vaak belangrijker dan het fysieke werk zelf. Dat vooral de meer ervaren kunstbeschouwer dat idee heel serieus neemt, is dus niet verwonderlijk. Bovendien was de voorkeur voor werken die echt door amateurs waren gemaakt minder zichtbaar onder degenen die over meer cultureel kapitaal beschikten. Zij lijken dus inderdaad wat meer verstand van zaken te hebben, maar tegelijk vatbaarder voor de status van de context die veelal voor zoete koek wordt geslikt. Er gebeurt dus iets wezenlijks wanneer we – binnen de grenzen van het geloofwaardige – gaan morrelen aan de symbolische context. We observeren resultaten van onbewuste processen die aantonen dat kunst nog altijd een zeker aanzien geniet onder veel van de respondenten en dat men graag laat merken dat men weet wat men behoort te waarderen.

Laatste stapje: desiderata

Michaël Berghman heeft de werking van onbewuste waarnemings- en beoordelingsprocessen, ofwel de habitus, heel slim en overtuigend in beeld gebracht. En hoewel we hier nog steeds sociologie bedrijven, zijn we in de loop van mijn verhaal wel opgeschoven van stratificatiesociologie met vragen over cultuurdeelname en status op het niveau van de samenleving als geheel naar steeds meer een microsociologie. We kwamen steeds dichterbij

de wijze waarop kunst en cultuur wordt geïnterpreteerd en beleefd en welke eigenschappen daarbij een rol spelen. Daar valt nog veel te ontdekken. Zo zou ik graag toewerken naar een meer theoriegestuurde operationalisering van de habitus. Janna en ik hebben gewerkt met de mooiste cultuurdata die beschikbaar zijn in het Nederlandse taalgebied, verzameld door het Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen, maar het blijft een secundaire analyse. Een meer gerichte meting van waarden, esthetische disposities en sociale zelfplaatsing zou ons nog verder op weg helpen. Wat dit betreft valt zeker ook nog één en ander te halen uit de met Michaël verzamelde data van het LISS panel.

Daarnaast verheug ik me erg op de projecten die momenteel en binnenkort lopen. Met Julian Schaap en Pauwke Berkers hebben we net een beurs gekregen voor onderzoek naar het deels onbewuste hoe en waarom achter de witheid van rockmuziek. Promovendus Niels van Poecke stort zich al enige tijd vol overgave op de rol van authenticiteit in de productie en receptie van folk muziek. Onze interne stagiairs Julia Peters en Lotte van der Jagt onderzoeken samen met Pauwke Berkers, Janna Michael, Laura Braden en mij de rol van ironie in culturele consumptie. De eerste resultaten hebben we vorige week gepresenteerd op een Nijmeegse conferentie. Ironie kenmerkt zich, net als de huidige culturele wereld, door ambiguïteit. Ironie staat mensen toe om juist dankzij die ambiguïteit te communiceren op een manier die enkel voor insiders begrijpelijk is. Is ironische consumptie een manier om jezelf te distantiëren van de populaire cultuur waar je je als omnivoor aan laaft? Of helpt het ironiseren van culturele statusverschillen bij het overschrijden van culturele grenzen omdat het een grotere verscheidenheid toelaat? Dat je dus gerust aan karaoke kunt doen of *Bloed, Zweet & Tranen* kunt kijken en je tegelijk onderscheiden van degenen die dat soort cultuur echt serieus nemen? Ironie is een veelbelovend concept om hedendaagse leefstijlen mee te lijf te gaan. Met dat concept gaan we heel ver in het bestuderen van de *manier* waarop cultuur wordt genoten in plaats van te focussen op de vermeende vanzelfsprekende aard of status van specifieke objecten of activiteiten. Ook deze lopende projecten zullen hopelijk verder bijdragen aan het begrip en de betekenis van culturele leefstijlen, doordat we steeds dichter op het publiek komen te zitten en beter snappen of, hoe en waarom ze van kunst en cultuur genieten. Duidelijk is dat *wat* men doet niet altijd centraal staat. *Hoe* men het doet, vanuit welke motieven, als onderdeel van welk patroon en binnen welke context, is minstens zo belangrijk voor een helder begrip. *It ain't what you do it's the way that you do it*. Ella Fitzgerald wist het allemaal al in 1939, het geboortjaar van mijn vader.

Dankwoord

Dat brengt mij bij het meer persoonlijke slot van deze oratie. Dames en heren, ik wil u allemaal hartelijk danken voor uw aanwezigheid hier vanmiddag. Dank aan de decaan, Dick Douwes, voor het vertrouwen dat spreekt uit het initiëren van deze bijzondere leerstoel Culturele Leefstijlen. Dank aan het College van Bestuur en de Vereniging Trustfonds Erasmus Universiteit, die het mogelijk hebben gemaakt om dit initiatief te realiseren.

Het was natuurlijk ook nooit zo ver gekomen als ik niet tijdens mijn loopbaan de juiste, inspirerende mensen tegen het lijf was gelopen, die mijn enthousiasme voor de sociologie en het leefstijlonderzoek voortdurend hebben aangewakkerd. Dank daarom op deze plaats aan de drie heren die ik in verschillende fases van mijn loopbaan achtereenvolgens als mijn leermeesters heb beschouwd: Paul de Graaf, Kees van Rees en Wim Knulst.

Ook dank aan Susanne Janssen, Nel van Dijk en Ton Bevers die mij in 2007 naar Rotterdam lokten. Hier voel ik mij in alle opzichten op mijn plek. Dank daarom aan de studenten en ex-studenten, die ervoor zorgen dat ik hier al 6 jaar graag ben, en ook dank aan mijn collega's van Cultuurwetenschappen. Sinds ik afdelingshoofd ben, en omdat de recente visitaties zo goed zijn verlopen, mag ik ook zeggen dat ik trots ben op het onderwijs en onderzoek dat wij hier samen neerzetten en op het feit dat jullie – ondanks je eigen drukte – als teamleden zo vaak bereid zijn om een tandje bij te zetten wanneer de omstandigheden daarom vragen. Dank aan mijn promovendi Michaël, Janna, Jaco en Niels voor het samen vormgeven van jullie spannende onderzoeken. En een bijzonder woord van dank voor de naaste collega's die een grote rol spelen als mijn persoonlijke steun en toeverlaat in het draaiend houden van de afdeling: Mariëlle, Marije, Filip en Pauwke.

Mijn aanwezige vrienden wil ik zeer vriendelijk bedanken voor de steun en de mooie tijden die ik tussen alle bedrijvigheid door met jullie mag doorbrengen. Ik dank jullie niet voor de boeiende inhoudelijke discussies over mijn werk, want die voeren we gelukkig nauwelijks.

Pap en mam, hier sta ik dan. Jullie zijn vandaag hartstikke trots op mij en dat maakt mij gelukkig. Dat was ik eigenlijk al en dat is voor een heel groot deel aan jullie te danken. Jullie hebben mij altijd de steun en vrijheid gegeven die nodig was en op een dag als deze hoop ik iets aan jullie terug te kunnen geven. Ik wil deze oratie dan ook met liefde aan jullie opdragen.

Liefste Ruben en Susan, jullie zijn helemaal naar Rotterdam gekomen om te zien hoe papa in een rare jurk een onbegrijpelijk verhaal staat te vertellen. En jullie vinden er nog wel

niks aan dat ik professor ben, want ik heb de laatste tijd veel te weinig tijd voor jullie gehad. Dat ga ik na vandaag goedmaken, want jullie zijn natuurlijk duizend triljard keer belangrijker voor mij dan alles waar ik vanmiddag over gepraat heb. En ook veel liever en mooier en grappiger en fijner om mee te stoffelen.

Allerliefste Jolanda, van alles wat ik ooit op de werkvloer voor elkaar heb gekregen is jou versieren nog wel mijn beste en belangrijkste prestatie geweest. Wij zijn al weer bijna 15 jaar samen en het wordt alleen maar mooier. Dank voor al je liefde, steun, en wijze raad. Laten we er samen nog minstens 2 keer 15 jaar aan vastplakken.

Ik heb gezegd.

Literatuur

- Atkinson, W. 2011. The context and genesis of musical tastes: Omnivorousness debunked, Bourdieu buttressed. *Poetics* 39: 169-186.
- Bell, D. (1976). *The cultural contradictions of capitalism*. New York: Basic Books.
- Bellavance, G. 2008. Where's high? Who's low? What's new? Classification and stratification inside cultural "repertoires". *Poetics* 36: 189-216.
- Bennett, T., Emmison, M. & Frow, J. 1999. *Accounting for tastes: Australian everyday culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bennett, T., Savage, M., Silva, E., Warde, A., Gayo-Cal, M. & Wright, D. 2009. *Culture, Class, Distinction*. London: Routledge.
- Berghman, M., Eijck, K. van. 2009. Visual arts appreciation patterns: Crossing horizontal and vertical boundaries within the cultural hierarchy. *Poetics* 37: 348-365.
- Bottero, W. 2004. Class identities and the identity of class. *Sociology* 38: 985-1003.
- Bourdieu, P., 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge and Kegan.
- Bourdieu, P. 1989. Economisch kapitaal, cultureel kapitaal, sociaal kapitaal. In P. Bourdieu: *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip* (pp. 120-141). Amsterdam: Van Gennep.
- Bryson, B. 1996. Anything but heavy metal: Symbolic exclusion and musical dislikes. *American Sociological Review* 61: 884-899.
- Dewey, J. (2005 [1934]). *Art as experience*. New York: Penguin Group.
- Douglas, M. 1996. *Thought styles*. London: Sage.

- Eijck, K. van. 1999. Socialization, education, and lifestyle: How social mobility increases the cultural heterogeneity of status groups. *Poetics* 26: 309-328.
- Eijck, K. van. 2001. Social differentiation in musical taste patterns. *Social Forces* 79: 1163-1185.
- Eijck, K. van. 2012. The impact of religious identity and social orientations on visual arts appreciation. *European Sociological Review* 28: 394-407.
- Eijck, K. van & Bargeman, B. 2004. The changing impact of social background on lifestyle: Culturalization instead of individualization? *Poetics* 32: 447-469.
- Eijck, K. van & Knulst, W. 2005. No more need for snobbism: Highbrow cultural participation in a taste democracy. *European Sociological Review* 21: 513-528.
- Eijck, K. van & Kraaykamp, G. 2012. Highbrow, omnivore and voracious cultural consumption patterns in the Netherlands: An explanation of trends between 1975 and 2005. Paper presented at the ESA Sociology of Culture RN Conference on *Culture, Communication and Creativity*, September 5-7, Berlin.
- Eijck, K. van & Lievens, J. 2008. Cultural omnivorousness as a combination of highbrow, pop, and folk elements: The relation between taste patterns and attitudes concerning social integration. *Poetics* 36: 217-242
- Eijck, K. van & Michael, J. 2013. Culturele consumptie en de habitus: De rol van kennis en esthetische disposities. *Mens en Maatschappij* 88: 63-89.
- Fischer, C.S. & Mattson, G. 2009. Is America fragmenting? *Annual Review of Sociology* 35: 435-455.
- GANZEBOOM, H. 1989. *Cultuurdeelname in Nederland*. Assen: Van Gorcum.
- GIDDENS, A. 1991. *Modernity and self-identity*. London: Routledge
- GOMBRICH, E.H. 1996. *Eeuwige schoonheid*. Houten: Unieboek
- GROENMAN, S. 1961. The movement of culture and people on the social ladder. *International Journal of Comparative Sociology* 2: 42-46.1
- HALLE, DAVID. 1993. *Inside culture: Art and class in the American home*. Chicago: University of Chicago Press.
- HEKKERT, P. & WIERINGEN, P.C.W. van. 1996. Beauty in the eye of the expert and nonexpert beholders: A study in the appraisal of art. *The American Journal of Psychology* 109: 389-407.
- HOLT, D. 1997a. Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of taste from its critics. *Poetics* 25: 93-120.

- Holt, D. 1997b. Poststructuralist lifestyle analysis: Conceptualizing the social patterning of consumption in postmodernity. *Journal of Consumer Research* 23: 326-350.
- Kraaykamp, G. & Eijck, K. van. 2010. The intergenerational reproduction of cultural capital: A threefold perspective. *Social Forces* 89: 209-231.
- Lahire, B. 2008. The individual and the mixing of genres: Cultural dissonance and self-distinction. *Poetics* 36: 166-188.
- Michael, J. (in druk). It's really not hip to be a hipster: Negotiating trends and authenticity in the cultural field. *Journal of Consumer Culture*.
- Peterson, R.A. 2005. Problems in comparative research: The example of omnivorousness. *Poetics* 33: 257-282,
- Peterson, R.A. & Simkus, A. 1992. How musical tastes mark occupational status groups. In M. Lamont & M. Fournier: *Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality* (pp. 152-186). Chicago: The University of Chicago Press.
- Rimmer, M. 2012. Beyond omnivores and univores: The promise of a concept of musical habitus. *Cultural Sociology* 6: 299-318.
- Roose, H. 2008. Many-voiced or unisono? An inquiry into motives for attendance and aesthetic dispositions of the audience attending classical concerts. *Acta Sociologica* 51: 237-253.
- Schulze, G. 1995. *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M: Campus.
- SCP. 2009. *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars: Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Spruyt, B. 2012. *"Living Apart Together?" Over de gevolgen van opleidingsverschillen in de symbolische samenleving*. Brussel: VUB, Vakgroep Sociologie.
- Taylor, T.D. 2009. Advertising and the conquest of culture. *Social Semiotics* 19: 405-425.
- Ultee, W.C. & Graaf, N.D. de. 1991. Cultuurdeelname en opleidingsverschillen in primaire relaties: De invloed van intergenerationele mobiliteit en gemengde huwelijken. *Gezin* 3: 244-258.
- Winkel, C. van. 2012. *During the exhibition the gallery will be closed: Contemporary art and the paradoxes of conceptualism*. Amsterdam: Valiz.
- Virtanen, T. 2006. *Omnivores of what? Cultural domains and omnivores in Finland*. Paper presented at the 'Models of Omnivorous Cultural Consumption' Seminar, ESRC, University of Manchester, November 29.
- Warde, A. 2011. *Cultural hostility reconsidered*. *Cultural Sociology* 5: 341-366.

Warde, A., Wright, D. & Gayo-Cal, M. 2007. Understanding cultural omnivorousness: Or, the myth of the cultural omnivore. *Cultural Sociology* 1: 134-164.