

Culturele consumptie en de habitus

De rol van kennis en esthetische disposities

Koen van Eijck & Janna Michael¹

Summary

Cultural consumption and the habitus: The role of knowledge and aesthetic dispositions

The habitus is a crucial concept in Bourdieu's theory of taste. In this article, we assess the relations between cultural taste or participation and two measured elements of habitus: aesthetic dispositions and domain-specific knowledge. To this end, we have analyzed a sample of 2,500 Flemings in 2003-2004. Active culture lovers attach more significance to the form of cultural products than to their function and are more interested in serious societal issues such as science and politics, but also in lifestyle topics. The results further show that these indicators of elements of the habitus greatly increase the explanatory power of the models for predicting cultural taste and consumption while their addition to the models diminishes the impact of more general socioeconomic background characteristics.

1. Inleiding

In talloze studies is onderzoek verricht naar de invloed van achtergrondkenmerken als klasse, opleiding, leeftijd en geslacht op smaken en cultuurdeelname (Bourdieu, 1984; Chan, 2010; Katz-Gerro, 2002). Hoewel dit het bestaan van sterke onderlinge correlaties heeft aangetoond, doet dergelijk onderzoek te weinig recht aan het feit dat culturele smaken en activiteiten van mensen sterk zijn ingebed in een culturele habitus die niet volledig worden gedetermineerd door hun sociaaleconomische positie (Bennett e.a., 2009). Om meer grip op culturele smaken en gedrag te krijgen is het nodig om naast standaard sociaaldemografische achtergrondkenmerken te kijken naar de wijze waarop mensen zich verhou-

den tot legitieme, populaire en alledaagse cultuur en naar hun kennis of interessegebieden. Op die manier hopen we de evidente verschillen in smaak en participatie tussen – en binnen – sociale groepen beter te kunnen interpreteren. In dit onderzoek wordt cultuurdeelname daarom gekoppeld aan meer algemene culturele oriëntaties (kennis en esthetische disposities) die we opvatten als elementen van de habitus. De onderzoeksvraag luidt: *In hoeverre worden de effecten van achtergrondkenmerken op culturele smaken en gedragingen gemedieerd door de habitus en in hoeverre levert de habitus een zelfstandige bijdrage aan de verklaringskracht van bestaande modellen?*

Dit is om een aantal redenen theoretisch relevant. Ten eerste veronderstelt Bourdieus smaaktheorie sterke, observeerbare relaties tussen alledaagse keuzes die mensen maken, hun kennis en de wijze waarop zij de wereld interpreteren enerzijds en hun culturele smaken en voorkeuren anderzijds. Deze relaties zijn te danken aan de onderliggende habitus die impliceert dat deelname aan legitieme cultuur positief samenhangt met het belang dat men hecht aan zaken als vorm, stijl, complexiteit en vernieuwing. Leden van de lagere klassen vertonen traditioneel minder interesse in dit type cultuur, wat past bij een dispositie die functie (denk aan comfort, plezier, spanning) boven vorm stelt en die zich eveneens doet gelden in voorkeuren voor, bijvoorbeeld, voedsaam eten in plaats van mooi opgemaakte borden of comfortabele in plaats van modieuze kleding. Deze studie richt zich direct op deze tweedeling in disposities om vast te stellen in hoeverre deze inderdaad verantwoordelijk is voor verschillen in culturele smaken en gedragingen.

Ten tweede willen we de rol van kennis onderzoeken. De invloed van cultureel kapitaal op kunstzinnige smaken en consumptiepatronen is vaak geïnterpreteerd als bewijs dat kennis een essentiële voorwaarde voor cultuurdeelname is (Ganzeboom, 1982; Prieur, Rosenlund & Skjott-Larsen, 2008). In lijn met deze opvatting heeft eerder onderzoek laten zien dat het type kennis waarover mensen beschikken hun culturele voorkeur beïnvloedt (Van de Werfhorst & Kraaykamp, 2001). We zullen de invloed van kennis toetsen door in kaart te brengen over welke onderwerpen mensen gericht informatie zoeken. Dit maakt het mogelijk om te laten zien welke domeinspecifieke kennis samenhangt met welke smaak of welke vormen van cultureel gedrag.

Ten derde beschouwen we onze analyse als een poging om cruciale elementen van de habitus te operationaliseren. Hoewel de relatie tussen culturele leefstijlen en sociaaleconomische achtergrondkenmerken nog altijd sterk is (Chan, 2010), is de interpretatie ervan complexer geworden, omdat klassenbewustzijn de afgelopen decennia sterk is verminderd (Bottero, 2004) en culturele levensstijlen steeds vaker een mengvorm zijn van legitieme en populaire cultuur (Peterson, 2005). In veel kwantita-

tieve studies wordt de habitus als niet nader gespecificeerd theoretisch bruggetje tussen de sociale achtergrond en de culturele leefstijl geschoven om de relatie tussen deze concepten te 'verklaren'. Volgens Bourdieu (1984: 101) is de habitus namelijk een 'practice-unifying and practice-generating principle [...] the internalized form of class condition and of the conditionings it entails'. Die habitus zelf blijft echter in veel onderzoek een black box. Door esthetische disposities en kennis, als centrale aspecten van belichaamd cultureel kapitaal en daarmee van de habitus, daadwerkelijk te meten, proberen we de rol van de habitus nader te expliciteren. Zo verwachten we effecten van sociale achtergrondkenmerken deels weg te verklaren, omdat deze voor een deel indirect via de habitus tot uiting komen in culturele consumptie. Maar er zit vermoedelijk meer in; omdat we er niet van uitgaan dat deze aspecten van de habitus perfect correleren met de sociaaleconomische achtergrond, zullen zij ook unieke verklaringskracht toevoegen. Dat zou niet het geval zijn indien de habitus inderdaad puur geïnternaliseerde klassecondities representeerde, zoals Bourdieu beweert. We gaan dus uit van een meer flexibele, zelfstandige rol voor de habitus, zoals ook gesuggereerd door Featherstone (1991), Lahire (2008) en Bennett e.a. (2009).

2. De habitus als belichaamd cultureel kapitaal

Hoewel het begrip 'habitus' tamelijk abstract klinkt, is het zeer nauw verwant aan Bourdieus concept van belichaamd cultureel kapitaal: 'Geïncorporeerd kapitaal is een vorm van eigendom die tot lijfelijke eigenschap van een persoon is geworden, tot een habitus: een "hebben" dat is veranderd in een "zijn".' (Bourdieu, 1989: 125). Ook Portes (1998: 5) stelt belichaamd cultureel kapitaal onomwonden gelijk aan 'the habitus of cultural practices, knowledge, and demeanors learned through exposure to role models in the family and other environments'. Jeanotte (2003) spreekt van 'embodied capital (or habitus), the system of lasting dispositions that form an individual's character and guide his or her actions and tastes'. Om de betekenis van de habitus voor culturele smaken en gedragingen te onderzoeken, kunnen we die habitus dus opvatten als belichaamd cultureel kapitaal. Deze vorm van cultureel kapitaal ontwikkelt zich deels via overerving, dus onbewust, en deels via bewuste leerprocessen. Dit kapitaal is niet alleen een hulpbron op zichzelf; het is ook bepalend voor de wijze waarop men zich nieuwe kennis en vaardigheden toe-eigent en hiervan profijt heeft. Er is dus sprake van een potentieel zelfversterkend accumulatieproces dat, zeker waar het om de meer verfijnde culturele vaardigheden gaat, altijd ook een zekere investering vergt. Belichaamd cultureel kapitaal is, juist vanwege dit langdurige proces van inlijving, niet direct overdraagbaar op ande-

ren, maar wel van grote invloed op iemands kansen in het onderwijs en op de arbeidsmarkt.

66 Als inderdaad kan worden gesteld dat belichaamd cultureel kapitaal bestaat uit de vaardigheden, disposities, praktijken en kennis belichaamd in het individu (zie ook Carrington & Luke, 2010), dan wordt duidelijk wat er nodig is om de habitus empirisch in kaart te brengen. Hieronder zullen we nader ingaan op twee aspecten van de habitus die we empirisch willen onderzoeken, omdat ze bij uitstek van belang zijn voor de verklaring van cultuurconsumptie: esthetische disposities en kennis.

2.1 Esthetische disposities als elementen van de habitus

In *Distinction* maakt Bourdieu een onderscheid tussen twee elementaire, tegengestelde smaakschemata: de legitieme smaak en de smaak voor het noodzakelijke ('taste for necessity', ook wel noodwendigheidshabitus genoemd; Caen, 2009: 19). Deze schemata komen tot stand door verschillen in cultureel kapitaal, en dan met name cultureel kapitaal in de belichaamde staat, ofwel 'duurzame disposities van het organisme' (Bourdieu, 1989: 123). Belichaamd cultureel kapitaal, neergeslagen in de habitus, stuurt de manier waarop culturele producten worden begrepen en de criteria die men hanteert bij hun evaluatie. Terwijl leden van de hogere klassen volgens Bourdieu geneigd zijn om culturele of artistieke producten vanuit esthetisch oogpunt te beoordelen, is men in de lagere klassen eerder uit op praktisch nut en de vervulling van meer basale behoeften. De reden voor dit verschil zoekt Bourdieu in sociaal bepaalde verschillen in het relatieve gewicht van ethische en esthetische overwegingen bij de beoordeling van culturele artefacten: 'The aestheticism which makes the artistic intention the basis of the 'art of living' implies a sort of moral agnosticism, the perfect antithesis of the ethical disposition which subordinates art to the values of the art of living' (Bourdieu, 1984: 46). Deze esthetische dispositie kan volgens Bourdieu enkel tot stand komen wanneer men niet wordt belemmerd door praktische beslommeringen en zodoende voldoende gelegenheid heeft ervaring op te doen met activiteiten die geen ander doel dienen dan hun eigen genot (ibid. 54). Het waarderen van legitieme kunst vereist wat Bourdieu de zuiver esthetische blik noemt, maar tevens culturele kennis om iets te begrijpen van de ideeën van kunstenaars en de manieren waarop zij deze materieel vormgeven (zie ook Silvia, 2005).

De esthetische dispositie komt niet alleen tot uiting in een traditionele of highbrow smaak. Wat de verschillende klassen nog het duidelijkst onderscheidt is, alweer volgens Bourdieu (1984: 40), juist de 'capacity to constitute aesthetically objects that are ordinary or even "common"

[...] or to apply the principles of a “pure” aesthetic in the most everyday choices of everyday life, in cooking, dress or decoration, for example’. Dit vereist het vermogen om te differentiëren tussen de meest uiteenlopende culturele producten en datgene te identificeren dat het meest de moeite waard is (zie ook Johnston & Baumann, 2007). De esthetische dispositie kan daarom zowel tot uiting komen in een legitieme smaak als in een brede culturele smaak.

Bij een snel veranderend cultureel aanbod wordt van de actieve consument evenzeer alertheid verwacht als een focus op kwaliteit. Op het terrein van de popcultuur, maar ook in de snel bewegende wereld van de hedendaagse kunst, vraagt dit om up-to-date kennis. We willen ook aan deze belangrijke dimensie van cultureel gedrag, en aan de bijbehorende dispositie, aandacht besteden. Bourdieu (1984: 292) ontwaarde bij de culturele elite een ‘commitment to novelty’. Waar de vernieuwingsdrang van deze groep vooral betrekking heeft op veranderingen binnen het veld van de legitieme cultuur, veronderstellen anderen dat het hele strijdtoneel zich verplaatst en men andere symbolische wapens ter hand neemt om distinctie te bewerkstelligen. In de constante zucht naar innovatie zullen traditionele statushiërarchieën volgens Chaney (2002) ‘ontdoken’ worden en ontstaat ruimte voor nieuwe vormen van cultureel kapitaal. Taylor introduceerde het verlangen om trendy te zijn recentelijk als een structurerend principe achter de vorming van levensstijlen. Taylor (2009) stelt dat in de hedendaagse culturele hiërarchie niet kennis van legitieme cultuur het summum vormt, maar dat het vooral van belang is om te weten wat ‘trendy’ is. Voor leden van de middenklassen levert een smaak voor datgene wat trendy, cool of hip is volgens Taylor meer symbolisch kapitaal op dan een voorkeur voor ‘hoge’ cultuur. Op meer fundamenteel niveau ontwaarde 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, such that the idea of change and novelty overshadows the dimensions of actual change’. In de kunst, zo meende Bell, werd stijl steeds meer een synoniem voor mode 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’ (ibidem, p. 44). In deze situatie reflecteert cultuurdeelname niet alleen min of meer gecanoniseerde voorkennis, maar ook – zo niet vooral – de wens om bij de tijd te blijven. Het gaat hier dan niet per se om artistiek-inhoudelijke vernieuwing, zoals deze in de geschiedenis van de moderne kunst door diverse avant-gardes in manifesten werd vastgelegd, maar ook om vernieuwing als doel op zich, een verlangen naar datgene wat het recentst is geproduceerd of wat aansluit bij de actuele modetrends (zie ook Baricco, 2012; Bauman, 1995). Met dit criterium voor ogen is het waarschijnlijk dat grenzen tussen legitieme

en populaire cultuur minder relevant worden, omdat men het culturele blikveld breed houdt om zo weinig mogelijk te missen.

Op grond van bovenstaande overwegingen kan worden verwacht dat – naast het stellen van vorm boven functie – ook een voorliefde voor vernieuwing en artistieke experimenten een belangrijk kenmerk zal zijn van de habitus van de fanatiekste cultuurminnaars. We verwachten daarom dat naarmate de waardering voor vorm en vernieuwing groter is, culturele smaakpatronen zowel meer ‘highbrow’ als breder zullen zijn.

Hypothese 1: *Hoe meer de esthetische dispositie wordt gekenmerkt door een voorkeur voor vormelementen en vernieuwing, hoe groter de voorkeur voor legitieme cultuur en hoe breder het palet van culturele smaken en activiteiten.*

2.2 Kennis als element van de habitus

Hierboven noemden we kennis als element van belichaamd cultureel kapitaal. Bepaalde levensstijlen veronderstellen cultureel kapitaal in de vorm van kennis en stellen mensen in staat om deze kennis aan anderen te laten zien. Erickson (1996) beweert zelfs dat culturele ongelijkheid meer te maken heeft met een kennishiërarchie dan met een smaakhiërarchie. Prieur e.a. (2008) zijn van mening dat de competenties die als cultureel kapitaal kunnen gelden weliswaar contextafhankelijk zijn, maar dat zaken waar tijd, moeite en historische kennis voor nodig zijn hoger worden aangeslagen dan activiteiten gericht op een onmiddellijke bevrediging van behoeften. De historische kennis die hier wordt genoemd, is uiteraard vooral bruikbaar voor het decoderen van klassieke, gecanoniseerde kunstvormen. Wanneer we culturele smaken en consumptie echter breder opvatten, worden ook andere soorten kennis relevant, met name kennis van de maatschappelijke actualiteit en consumentennieuws.

Volgens Ganzeboom (1982) vloeit de grote rol van kennis bij cultuurdeelname voort uit de veronderstelde verschillen in complexiteit tussen uiteenlopende vormen van cultuur. De kennis die men via diverse media vergaart, fungeert dan als intellectuele hulpbron die het genot dat men aan die cultuur ontleent, verhoogt. Esthetisch genot is namelijk niet alleen een emotionele ervaring, maar ook een cognitief proces waarbij bestaande kennis al dan niet bewust wordt ingezet om de aandacht te richten op (bepaalde aspecten van) specifieke stimuli (Csikszentmihalyi & Robinson, 1990; Goodman, 2011; Nakamura & Csikszentmihalyi, 2002). Vanuit dit perspectief worden de grote verschillen tussen hoger en lager opgeleiden in cultuurparticipatie geïnterpreteerd als verschillen in het cognitieve vermogen om cultuur te begrijpen en waarderen.

Kennis is echter niet iets waarvan men alleen meer of minder kan hebben. Het is nodig om kennis ook inhoudelijk te specificeren, omdat kennis van verschillende domeinen samenhangt met verschillende culturele smaken en gedragingen. Bourdieu (1984) liet zien hoe de economische en culturele elite er sterk uiteenlopende leefstijlen op nahouden, omdat ze zich in andere kennisdomeinen hebben gespecialiseerd en daarmee ook verschillende posities in het sociale veld innemen. Van de Werfhorst en Kraaykamp (2001) laten zien dat verschillende typen kennis niet alleen kunnen worden beschouwd als verschillende hulpbronnen, maar ook preferenties sturen. Wie een meer economisch getinte opleiding volgt, toont met diens opleidingskeuze reeds een bepaalde preferentie, maar zal gaandeweg ook die kennis en vaardigheden ontwikkelen die maken dat men meer belang hecht aan materiële zaken en deze ook met meer succes zal verwerven dan iemand met bijvoorbeeld een opleiding op het terrein van communicatie of cultuur. Dit verband weerspiegelt vermoedelijk een combinatie van domeinspecifieke intellectuele hulpbronnen en preferenties, die elkaar overigens over en weer zullen versterken.

Of kennis daadwerkelijk een voorwaarde is voor het waarderen van met name legitieme cultuur, is niet geheel duidelijk. Een hoog kennisniveau garandeert niet dat men zich enkel met complexe cultuurvormen bezighoudt; hoger opgeleiden hebben eerder een brede dan een elitaire smaak (Peterson, 1992). Daarnaast is het mogelijk om hoge cultuur te waarderen zonder al te veel achtergrondkennis (Bennett e.a., 2009; Berghman & Van Eijck, 2009; Halle, 1993). Wel is het waarschijnlijk dat met name opleidingseffecten op culturele smaken en gedragingen deels tot stand komen via het stimuleren van kennis en interesse in bepaalde domeinen. De onderwerpen waarvoor men in het dagelijks leven belangstelling toont, zullen samenhangen met de wensen en interesses die men probeert te bevredigen via culturele consumptie (Weibull, 1992). Een meer legitieme culturele belangstelling zal dan positief samenhangen met pogingen geïnformeerd te blijven over onderwerpen die, net als die legitieme cultuur, bepaalde cognitieve vaardigheden veronderstellen en getuigen van een belangstelling voor zaken die de eigen onmiddellijke leefwereld overstijgen. Eerder onderzoek heeft laten zien dat de (inter-) nationale actualiteit en politiek nieuws aansluiten bij de interesses van die leden van de hogere middenklasse die eveneens het meest geïnteresseerd zijn in legitieme cultuur (Van Eijck & Van Rees, 2000; Van Rees & Van Eijck, 2003). Kennis van deze onderwerpen betekent dat men een brede algemene ontwikkeling heeft die het begrip van legitieme cultuur ten goede zal komen. Interesse in trends of mode zal eerder samenhangen met een breed smaakpatroon en voorkeuren voor populaire of vernieuwende cultuur (Taylor, 2009). Interesse in populaire onderwerpen

die zich dicht bij huis afspelen of het persoonlijke leven van anderen betreffen, zal negatief samenhangen met een voorkeur voor legitieme cultuur.

Hypothese 2: *Het zoeken naar informatie over de brede maatschappelijke actualiteit hangt positief samen met belangstelling voor legitieme cultuur.*

Hypothese 3: *Het zoeken naar informatie over trends en lifestyle hangt positief samen met belangstelling voor populaire cultuur, vernieuwende of hedendaagse kunst en met een breder smaakpatroon.*

Hypothese 4: *Het zoeken naar informatie over populaire of persoonlijke onderwerpen hangt negatief samen met belangstelling voor legitieme cultuur.*

3. Data en methode

Voor het beantwoorden van onze onderzoeksvragen hebben we gebruikgemaakt van het bestand 'Culturele Participatie in Vlaanderen 2003-2004', verzameld onder auspiciën van het Steunpunt Re-Creatief Vlaanderen (Lievens, Waeye & De Meulemeester, 2006). Dit Steunpunt is opgericht door de Vlaamse overheid en voor de verzameling van de hier gebruikte data werkten onderzoekers van drie Vlaamse Universiteiten (Leuven, Gent, VU Brussel) en een hogeschool (EHSAL te Brussel) samen. Via CAPI dataverzameling namen 2849 random geselecteerde Vlaamse gezinnen deel aan het onderzoek. Het response percentage bedroeg 61 procent. Uit elk gezin werd een willekeurige persoon in de leeftijd van 15 tot 85 jaar persoonlijk ondervraagd over diens culturele gedrag (zowel thuis als buiten de deur) en diens houding jegens een breed scala aan activiteiten (kunst, alledaagse cultuur, vrijetijdsactiviteiten, sport en recreatie). De data zijn na weging voor geslacht, leeftijd en opleidingsniveau op deze onderdelen representatief voor de Vlaamse bevolking van 15-85 jaar oud. We gebruikten voor onze analyses enkel respondenten van 18 jaar en ouder, hetgeen resulteerde in een steekproef van 2685 respondenten. Naast de interviews zijn via schriftelijke vragenlijsten ook data verzameld bij gezinsleden. Hiervan gebruiken we alleen informatie over de financiële situatie in het gezin, aangezien deze alleen was verkregen bij het gezinshoofd.

Om de effecten van habitus en een reeks andere kenmerken op culturele smaken en leefstijlen in kaart te brengen, creëerden we een zestal afhankelijk variabelen. We begonnen met twee variabelen voor muzikale voorkeur: klassieke en populaire muziek. Deze schalen zijn gebaseerd op

een lijst van 13 muziekgenres die zijn omgezet in schalen. Respondenten werd gevraagd aan te geven hoe vaak ze elk van de genoemde genres hadden beluisterd in de maand voorafgaand aan het interview. Hun antwoorden werden geregistreerd op een vijfpuntsschaal lopend van 'niet in de voorbije maand' (0) tot 'dagelijks' (4) en konden worden gevat in drie componenten (zie hiervoor Van Eijck & Lievens, 2008, tabel 1), waarvan we er twee gebruikten in de huidige analyse. De eerste schaal, 'klassiek' genoemd, geeft het gemiddelde van de scores op de volgende vijf genres: klassiek werk, opera, barokmuziek, operette, en hedendaagse klassieke muziek ($\alpha = 0,79$). De tweede schaal ('populair') combineert de genres pop/rock, dance, wereldmuziek, en jazz/blues/soul/funk ($\alpha = 0,73$).²

Om ons niet tot smaken te beperken, hebben we ook culturele activiteiten opgenomen. In zekere zin bieden deze een strengere toets van de effecten van kennis en disposities, omdat er vaak praktische belemmeringen moeten worden overwonnen alvorens men deze kennis – of: interessegebieden – en disposities kan omzetten in gedrag. De eerste indicator voor cultureel gedrag is de optelsom van het aantal culturele activiteiten dat respondenten hebben ondernomen. De schaal is opgebouwd uit participatie (ja/nee) gedurende de laatste zes maanden aan een reeks van 42 culturele activiteiten, variërend van concerten, musea, en dansvoorstellingen tot muziekfestivals, films en het circus.³ Deze schaal heeft als label 'aantal culturele activiteiten'.

Vervolgens is het leesgedrag gemeten aan de hand van het aantal romans of poëziebundels dat men gedurende de afgelopen zes maanden had gelezen. Aangezien 67 procent van de respondenten geen enkel werk had gelezen, hebben we deze variabele gedichotomiseerd naar wel of niet romans of poëzie gelezen hebben gedurende het half jaar voorafgaand aan het interview. Leesgedrag is opgenomen, omdat het in zekere zin tegenovergesteld is aan de schaal voor aantal culturele activiteiten. Het behoort tot de meest private vormen van cultuurconsumptie en is vermoedelijk vooral gerelateerd aan kennis-indicatoren en minder aan trendbewustzijn of behoefte aan vernieuwing.

De laatste twee vormen van cultureel gedrag zijn eerder opgenomen in de schaal voor het aantal culturele activiteiten, maar worden ook afzonderlijk onderzocht. Het betreft bezoeken aan musea voor oude of schone kunsten en aan musea voor hedendaagse of actuele kunst. Hiermee willen we eventuele verschillen in klassieke en hedendaagse voorkeuren in kaart brengen, met name ten behoeve van onze derde hypothese. Vanuit het oogpunt van vernieuwing en de wens trendy te zijn, is dit een relevante differentiatie (zie ook Bellavance, 2008; Berghman & Van Eijck, 2009). Ook deze variabelen zijn dichotoom opgenomen vanwege het hoge percentage niet-bezoekers.⁴

De analyse richt zich op twee sets van predictoren waarmee we vita-

le elementen van de habitus operationaliseren; informatie zoeken en esthetische disposities. Voor de eerste set maakten we gebruik van vragen over het zoeken naar informatie over uiteenlopende onderwerpen via media als kranten, tijdschriften, radio, tv of internet. Voor 21 onderwerpen was gevraagd hoe vaak men hierover gedurende de afgelopen maand informatie had opgezocht. Antwoordcategorieën varieerden op een vijfpuntsschaal van 'niet de voorbije maand' tot 'dagelijks'. Om het aantal items te reduceren hebben we deze onderworpen aan een principale componentenanalyse (PCA), hetgeen resulteerde in zeven schalen. We besloten de items die laadden op een factor over het zoeken naar besprekingen van culturele onderwerpen (toneel, ballet, tentoonstellingen, boeken, architectuur, musicals) en de items behorende bij een factor waarin recensies van concerten, cd's, films en dvd's waren ondergebracht uit de analyse weg te laten. Beide schalen lagen inhoudelijk te dicht bij de afhankelijke variabelen waarmee culturele smaak en gedrag gemeten werden. De sterke effecten die dit opleverde, waren daarom bijna tautologisch en dus inhoudelijk weinig interessant. Zodoende bleven voor informatie vijf schalen over, gebaseerd op de PCA en gecalculeerd als de gemiddelde score op de samenstellende variabelen:

Politiek-economisch nieuws: met de items internationaal politiek nieuws; politiek nieuws uit eigen land; en financieel nieuws. Cronbachs α is 0,73, waarmee sprake is van een betrouwbare schaal.

Lifestyle: met wooninrichting; reizen of daguitstappen; lichaamsverzorging; koken en restaurantbezoek; en mode en kledij. Cronbachs α bedraagt 0,71. Hoewel het item over reizen en daguitstappen het zwakst laadt op deze factor, draagt het positief bij aan de betrouwbaarheid van deze schaal.

Human interest: omvat drie items: nieuws uit de eigen streek; rechtszaken; en rampen/ongevallen. Cronbachs α is 0,64.

Sport: hier is sprake van een apart item (sportwedstrijden) dat niet aan een factor werd toegekend en nergens positief bijdroeg aan de ontwikkelde schalen.

Wetenschap en techniek: eveneens een apart item dat niet tot een andere factor werd gerekend.

Politiek-economisch nieuws en wetenschap en techniek scharen we onder de in hypothese 2 genoemde informatie over de maatschappelijke actualiteit, of onderdelen van een brede algemene ontwikkeling. Human interest en sport indiceren juist een tegengestelde interesse voor populaire of persoonlijke onderwerpen die we in hypothese 4 noemen. Met de lifestyle-schaal operationaliseren we uiteraard informatie over trends en lifestyle (hypothese 3).

Om esthetische disposities te meten maakten we gebruik van informatie over de kenmerken die mensen belangrijk vinden wanneer zij culturele producten evalueren, aangevuld met vragen over het belang van stijl en vernieuwing in het dagelijks leven. Voor het eerste kozen we een reeks vragen over film.⁵ Net als muziek, worden films in de meest uiteenlopende genres geproduceerd, variërend van commerciële Hollywoodproducties tot obscure cinema voor een klein publiek. Daarnaast combineert film visuele en narratieve informatie, waardoor het genre zich uitstekend leent om vast te stellen op welke criteria mensen speciaal letten bij het beoordelen van culturele of artistieke producten in bredere zin. Om betrouwbare schalen te maken voerden we ook hier een factoranalyse uit op alle 22 genoemde filmkenmerken waarvan respondenten konden aangeven hoe belangrijk zij deze vonden. Per kenmerk kon men antwoorden op een zevenpuntsschaal lopend van 'nooit belangrijk' tot 'altijd belangrijk'. Twintig items zijn meegenomen in de analyse omdat ze een bijdrage leverden aan de kwaliteit van de volgende vijf schalen:

Realistisch/informatief: men vindt het van belang dat een film leerrijk is; waarden uitdraagt; onrecht en onderdrukking aanklaagt; een historische gebeurtenis navertelt; realistisch is; en kritiek levert op de samenleving. Cronbachs α is 0,82.

Creativiteit: men hecht belang aan het gebruik van speciaal of creatief camerawerk; vernieuwende regie; originaliteit qua vorm of stijl. Cronbachs α is 0,79.

Actie: belangrijk dat een film geweldsscènes bevat; actie en avontuur biedt; veel gebruik maakt van speciale effecten; erotisch is; de kijker in spanning houdt. Cronbachs α is 0,74.

Emotie/romantiek: belangrijk dat een film romantisch is; ontroerend. Cronbachs α is 0,73.

Hedonisme: belangrijk dat een film de kijker ontspant; de alledaagse bekommernissen doet vergeten; aan het lachen brengt. Cronbachs α is 0,63.

Van de in hypothese 1 genoemde nadruk op vormelementen en vernieuwing is sprake wanneer respondenten hoog scoren op de schaal voor creativiteit. De schalen voor actie, emotie/romantiek en hedonisme indexeren omgekeerd een voorkeur voor inhoud en functie. De eerste schaal, realistisch/informatief, is niet eenduidig te plaatsen op dit continuüm, maar wijst wel op een informatiebehoefte die naar verwachting positief zal samenhangen met legitieme cultuurdeelname (hypothese 2).

Omdat esthetische disposities ook in het dagelijks leven een rol spelen, hebben we naast bovengenoemde kunstgerelateerde criteria ook nog de disposities ten aanzien van twee alledaagse domeinen opgenomen: eten en mode. In de literatuur wordt herhaaldelijk gewezen op de paral-

ellen tussen voorkeuren op het terrein van voeding en culturele voorkeuren (Johnston & Bauman, 2007; Miele & Murdoch, 2002; Warde, Martens & Olsen, 1999). Voor mode is evident dat voorkeuren op dit terrein nauw verwant zullen zijn met preferenties op het gebied van kunst en cultuur (Crane, 2000; Rafferty, 2011). Deze parallel wordt nog versterkt door het idee dat de kunsten zelf steeds meer aan modecycli ten prooi vallen (Bell, 1976; Gombrich, 1996). Voor beide domeinen was een aantal stellingen geformuleerd die samen inzicht geven in de mate waarin men hecht aan een persoonlijke stijl, vernieuwing of vertrouwdheid. We construeerden drie schalen op basis van stellingen waarop respondenten middels een zevenpuntsschaal konden aangeven in hoeverre zij het ermee een waren:

Eten vernieuwend: men houdt ervan nieuwe recepten of smaken te proberen; is geïnteresseerd in de manier waarop eten wordt klaargemaakt in andere culturen; vindt uit eten gaan pas echt fijn als er een nieuw gerecht kan worden ontdekt. Cronbachs α is 0,74.

Eten vertrouwd: men eet het liefst vertrouwde kost; verstaat onder goed eten in de eerste plaats meer dan genoeg eten; vindt een biefstuk met friet toch een van de beste dingen die er zijn; vindt thuis eten nog altijd het beste van allemaal. Cronbachs α is 0,71.

Mode belangrijk: men geeft graag geld uit aan kledij; houdt ervan ieder seizoen nieuwe kledij te kopen; hecht eraan dat de kleren die men draagt de persoonlijkheid weerspiegelen; koopt vaak modebladen; vindt het leuk om op te vallen met kleding; vindt het leuk wanneer anderen complimenten geven over de kleding. Cronbachs α is 0,77.

De eerste en de laatste van deze drie schalen indiceren de behoefte aan vorm of vernieuwing die genoemd wordt in hypothese 1. De tweede schaal representeert juist een behoefte aan traditie en vertrouwdheid en zal daarom tegengestelde effecten hebben.

We voegden een aantal controlevariabelen toe die van belang zijn bij het voorspellen van culturele levensstijlen. Geslacht is gecodeerd als '0' voor mannen en '1' voor vrouwen. Leeftijd is in vier categorieën gecodeerd: 18-34, 35-54, 55-64, en 65 en ouder. Opleiding bestaat uit vijf categorieën: volgt momenteel voltijds dagonderwijs; geen of primair onderwijs; lager secundair onderwijs; hoger secundair onderwijs; en tertiair onderwijs (hogeschool of universiteit). Respondenten uit de categorie studierend/schoolgaand op de opleidingsvariabele zijn toegekend aan de categorie 'studerend' op de set variabelen voor arbeidsmarktpositie, die verder bestond uit de categorieën betaald werk; gepensioneerd (inclusief brugpensioen, prepensioen enz.); en huisvrouw/-man. Het gezinsinkomen was subjectief gemeten door aan het gezinshoofd te vragen in hoeverre men comfortabel kan leven het met huidige gezinsinkomen. Antwoorden werden genoteerd op een zevenpuntsschaal lopend van

'het is zeer moeilijk om rond te komen' tot 'we kunnen zeer comfortabel leven'. De gezinssituatie was als volgt gecodeerd: inwonend bij de ouders; alleenstaand; met partner en geen kinderen; met partner en jongste inwonende kind 10 jaar of jonger; met partner en jongste inwonende kind ouder dan 10 jaar. Woonplaats werd gecodeerd in drie categorieën: grote stad (Brussel, Antwerpen of Gent); middelgrote stad; en dorp.

4. Resultaten

In de tabellen 1 en 2 worden per afhankelijke variabele twee regressiemodellen geschat. Het eerste model bevat de min of meer gangbare predictoren van smaak en cultuurdeelname; de controlevariabelen geslacht, leeftijd, opleiding, inkomen, arbeidsmarktpositie, gezinssituatie en woonplaats. Het tweede model voegt daaraan de nieuwe variabelen toe voor esthetische disposities (de vijf schalen met criteria voor de evaluatie van films en de drie schalen met meer alledaagse culturele disposities) en voor informatie zoeken (de vijf schalen met onderwerpen waarover men informatie zoekt via diverse media). Voor de eerste drie afhankelijke variabelen (tabel 1) gebruikten we OLS-regressie. Voor de dichotome afhankelijke variabelen (leesgedrag en museumbezoek; tabel 2) werd een logistische regressie-analyse toegepast. Cases met ontbrekende waarden zijn verwijderd via listwise deletion. Om de presentatie overzichtelijk te houden rapporteren we in tabel 1 enkel gestandaardiseerde effecten. Ongestandaardiseerde effecten worden in de tekst genoemd wanneer ze nodig zijn voor een bespreking van verschillen in de effecten van de controlevariabelen tussen de modellen 1 en 2. In tabel 2 rapporteren we de $\text{Exp}(B)$. Deze parameters geven weer hoe de odds ratio voor lezen of museumbezoek verandert wanneer men één schaaleenheid omhoog gaat op de onafhankelijke variabele (Lammers e.a., 2007).

De eerste afhankelijke variabele is de klassieke muzieksmaak, gebaseerd op genrevoorkeuren. Model 1 laat zien dat geslacht hier geen invloed heeft, terwijl de effecten van leeftijd en opleiding sterk positief zijn. Daarnaast vinden we positieve effecten voor studeren en het wonen in een grote stad. Model 2 voegt een groot aantal significante effecten aan dit basismodel toe. De klassieke muzieksmaak wordt vaker aangetroffen onder personen die graag zien dat films realistisch of informatief zijn alsmede vernieuwend en creatief. Deze criteria benadrukken zowel het belang van vorm of stijl als een voorkeur voor een kritische of intellectueel verrijkende inhoud. Van de alledaagse disposities heeft een voorkeur voor onbekend eten een positief effect en een voorkeur voor vertrouwd eten een sterk negatief effect. De overige disposities hebben geen invloed. Dit bevestigt onze eerste hypothese voor klassieke

Tabel 1 OLS regressie van muziekmaken en aantal culturele activiteiten op sociaal-demografische achtergrond, esthetische disposities (filmcriteria en alledaags leven) en informatiezoekgedrag; gestandaardiseerde effecten (beta)

	klassieke muziek-smaak		populaire muziek-smaak		aantal culturele activiteiten	
	model 1	model 2	model 1	model 2	model 1	model 2
Geslacht (vrouw)		0,046	-0,059 **	-0,018	0,051 **	0,025
Leeftijd: 18-34	-0,097 **	-0,059 *	0,192 **	0,173 **	-0,041	-0,024
Leeftijd: 35-54	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Leeftijd: 55-64	0,084 **	0,076 **	-0,131 **	-0,135 **	0,097 **	0,081 **
Leeftijd: 65+	0,128 **	0,171 **	-0,287 **	-0,256 **	-0,014	0,013
Opl: ten hoogste primair	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Opl.: lager secundair	0,131 **	0,066 *	0,075 **	0,040	0,101 **	0,028
Opl.: hoger secundair	0,213 **	0,105 **	0,126 **	0,071 **	0,237 **	0,103 **
Opl.: tertiair	0,329 **	0,171 **	0,100 **	0,032	0,492 **	0,281 **
Gezinsinkomen	0,028	0,029	0,002	-0,004	0,061 **	0,044 *
Situatie: betaalde arbeid	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Situatie: doet huishouden	0,002	0,003	-0,049 *	-0,037	-0,048 *	-0,038
Situatie: (pré)pensioen	-0,030	-0,019	-0,104 **	-0,081 *	-0,081 *	-0,049
Situatie: studerend	0,101 **	0,047	0,022	-0,009	0,193 **	0,115 **
Gezin: inwonen bij ouders	0,000	0,019	0,023	0,017	0,031	0,044
Gezin: alleenstaand	0,028	0,022	0,041 *	0,039 *	0,018	0,018
Gezin: partner, geen kind.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Gezin: kinderen lft. ≤ 10	-0,005	0,003	0,000	0,008	-0,038	-0,030
Gezin: kinderen lft. 10+	-0,005	0,002	-0,002	-0,007	-0,001	0,005
Woonplaats: grote stad	0,071 **	0,047 *	0,059 **	0,039 *	0,090 **	0,066 **
Woonplaats: middelgroot	0,018	0,024	0,007	0,006	0,004	0,004
Woonplaats: dorp	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Criteria: realist./informatief		0,073 **		-0,029		-0,015
Criteria: vernieuwend/creatief		0,074 **		0,091 **		0,181 **
Criteria: actie		-0,025		0,031		-0,125 **
Criteria: emotie/romantiek		0,012		-0,051 *		-0,007
Criteria: hedonistisch		-0,041		0,038 *		-0,048 *
Alledaags: nieuw eten		0,050 *		0,028		0,015
Alledaags: vertrouwd eten		-0,089 **		-0,057 **		-0,176 **
Alledaags: mode belangrijk		-0,045		0,051 *		0,024
Info: wetenschap/techn.		0,107 **		0,065 **		0,086 **
Info: sport		-0,020		0,067 **		0,002
Info: human interest		-0,080 **		0,003		-0,047
Info: politiek-economisch		0,140 **		0,015		0,097 **
Info: lifestyle		0,077 **		0,045 *		0,086 **
Adjusted R ²	7,8%	14,4%	30,3%	33,4%	24,5%	33,8%

* = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$

Bron: Culturele Participatie in Vlaanderen 2003-2004

muziek als vorm van legitieme cultuur waar ook een zekere openheid voor experiment of vernieuwing bij komt kijken. Dat laatste valt ook af te leiden uit het feit dat de liefhebbers van klassiek, ondanks het aanwenden van de meest legitieme criteria bij hun oordeelsvorming, toch niet snobistisch zijn; criteria als actie, emotie of escapisme worden niet nadrukkelijk verworpen. Qua informatie gaat de belangstelling van de liefhebbers van klassiek vooral uit naar wetenschap en techniek en naar politiek-economisch nieuws. Ze hebben weinig interesse in regionaal nieuws en het lief en leed dat onder de noemer human interest valt, conform hypothese 4. Deze bevindingen stroken met die van Van Rees en Van Eijck (2003) betreffende de voorkeur voor 'serieuze' informatie onder leden van de hogere statusgroepen alsook met het idee dat een voorkeur voor legitieme cultuur eerder samengaat met een kosmopolitische dan een regionale oriëntatie (Saito, 2011; Skrbis & Woodward, 2007). Ze zijn ook in overeenstemming met onze tweede hypothese. We ontdekken daarnaast, anders dan verwacht in hypothese 3, dat degenen die van klassieke muziek houden eveneens op de hoogte willen blijven van lifestyle items als reizen, koken, mode en interieurinrichting. Dit effect illustreert vermoedelijk het gegeven dat de hoogopgeleide liefhebbers van klassieke muziek veelal voldoende economisch kapitaal in huis hebben om zich met deze vormen van materiële consumptie bezig te houden (zie ook Van Eijck & Van Oosterhout, 2005). Dit vertaalt zich echter niet in het veelvuldig updaten van de garderobe of anderszins belang hechten aan kleding; deze dispositie-indicator heeft geen effect op de klassieke muzieksmaak.

Het toevoegen van de drie sets van nieuwe variabelen (habitus) heeft de (gecorrigeerde) proportie verklaarde variantie bijna verdubbeld van 7,8 procent in model 1 naar 14,4 procent in model 2. Tegelijk zijn de effecten van een aantal achtergrondkenmerken uit model 1 substantieel kleiner geworden. Alle ongestandaardiseerde effecten van de dummies voor opleiding, veruit de belangrijkste predictoren in model 1, zijn afgenomen met 48 tot 51 procent; de helft van het opleidingseffect verdwijnt na toevoeging van de nieuwe variabelen. Daarnaast is het verschil tussen studeren in werkenden in model 2 verdwenen, terwijl het ongestandaardiseerde effect van het wonen in een grote stad met ruim een kwart is gereduceerd.

Onze tweede afhankelijke variabele, de smaak voor popmuziek, wordt al in het eerste model goed verklaard (30,3 procent verklaarde variantie). Dit is grotendeels te danken aan de sterke leeftijdseffecten die laten zien dat pop vooral populair is onder jongeren. Opleiding heeft een positief, maar niet helemaal lineair, effect, net als wonen in een grote stad, single zijn en man zijn. Wie het huishouden doet of gepensioneerd is, houdt minder van popmuziek dan wie betaald werk verricht. Model 2 verhoogt

de proportie verklaarde variantie met slechts 3,1 procent. Dat neemt niet weg dat een paar toegevoegde variabelen significante effecten laten zien. Net als de liefhebbers van klassiek, houden de popfans van vernieuwing en een originele stijl in films. Andere overeenkomsten zijn een interesse in informatie over wetenschap en techniek en over lifestyle plus een lage voorkeur voor vertrouwd of huiselijk eten. Vernieuwing en op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen zijn belangrijk voor popliefhebbers, conform de hypothesen 1 en 3. Bij de liefhebbers van zowel pop als klassiek herkennen we Bourdieus esthetische dispositie. Maar er zijn ook verschillen; anders dan degenen die van klassiek houden, waardeerden de popliefhebbers hedonistische elementen in films (ontspanning, ontsnapping, humor), houden ze niet van romantiek en emotionaliteit, zoeken ze informatie over sport en geven ze graag regelmatig geld uit aan nieuwe kleren waarmee ze indruk kunnen maken op anderen. Respondenten die hoog scoren op de populaire muzieksmaak sluiten met hun houdingen en voorkeuren dus ook aan bij wat Schulze (1995) het 'actieschema' noemt: een dispositie gericht op spanning en entertainment waarin kicks en spontaniteit de boventoon voeren (hoewel de verwachte voorkeur voor actie-elementen in films niet werd gevonden).

Leeftijdseffecten nemen nauwelijks af door toevoeging van de nieuwe variabelen in model 2. Pop blijft iets voor jongeren, maar de onderliggende habitus treffen we onder een breder leeftijdssegment aan. De afname in de ongestandaardiseerde opleidingseffecten is met 44 tot 72 procent wel groot. De effecten van lager secundair en tertiair onderwijs zijn helemaal verdwenen. Het effect van het wonen in een grote stad neemt af met 35 procent; verschillen tussen grotestadsbewoners en dorpelingen zijn voor een derde toe te schrijven aan verschillen in hun esthetische oriëntaties en interesses.

Verschillen in het totale aantal culturele activiteiten dat mensen ondernemen, worden in model 1 voor 24,5 procent verklaard. Vrouwen scoren gemiddeld hoger op deze schaal dan mannen en respondenten tussen 55 en 64 jaar scoren hoger dan de referentiegroep van 35-54 jarigen. Opleidingseffecten zijn zeer sterk positief. Ook een hoger gezinsinkomen, studeren en wonen in de grote stad dragen bij aan culturele activiteit in brede zin. Wie huisvrouw/-man is of met pensioen, is ook hier wat minder actief dan degenen die betaald werk verrichten. In model 2 zien we dat de breedst georiënteerde cultuurparticipanten, conform hypothese 1, sterk geïnteresseerd zijn in vernieuwing en creatieve vorm maar weinig gecharmeerd van actie of hedonisme. Dit lijkt een meer exclusieve, snobistische dispositie dan we eerder in ons model voor de klassieke muzieksmaak vonden. Dat lijkt verrassend, maar past wel bij het gegeven dat we hier daadwerkelijk gedrag meten; een indicator die een sterkere betrokkenheid impliceert dan smaak.⁶ De breed georiën-

terde participanten, of omnivoren, delen met de liefhebbers van klassieke muziek wel een grote interesse in informatie over wetenschap en techniek, politiek-economisch nieuws en lifestyle, en een desinteresse in vertrouwd eten. Hiermee worden ook hypothesen 2 en 3 grotendeels bevestigd.

79

Model 2 laat zien dat sekseverschillen, net als verschillen tussen huisvrouwen/-mannen en gepensioneerden enerzijds en werkenden anderzijds, in hun geheel kunnen worden toegeschreven aan esthetische disposities en informatiezoekgedrag. Het verschil tussen studenten en werkenden neemt met 40 procent af, het verschil tussen inwoners van grote steden en dorpelingen met een kwart. Ongestandaardiseerde opleidingseffecten nemen af met 43 tot 74 procent. De proportie verklaarde variantie in het model voor omnivore culturele consumptie stijgt ten opzichte van model 1 met bijna 40 procent naar 33,8 procent en is daarmee vrijwel gelijk aan het percentage dat we bereikten voor de populaire smaak.

In tegenstelling tot de culturele activiteiten waaruit de vorige schaal was opgebouwd, verwachten we dat het lezen van literatuur en poëzie het minst gedreven wordt door trendgevoeligheid of een neiging tot uiterlijk vertoon. In tabel 2 worden effecten weergegeven als odds ratios, of kansverhoudingen. Zo zien we direct dat de relatieve kans op het lezen van romans of poëzie tijdens de zes maanden voorafgaand aan het interview voor vrouwen 2,3 maal zo groot is als voor mannen maar dat leeftijd, enigszins verrassend, geen invloed heeft. Het opleidingseffect is wel sterk positief; de relatieve kans op lezen neemt steeds toe naarmate de opleiding hoger wordt en is voor degenen met hogeschool of universiteit ruim acht keer zo groot als voor respondenten met hooguit primair onderwijs. Wie het huishouden doet of studeert, leest bovendien meer dan wie betaald werk verricht. Ook het gezinsinkomen heeft een licht positief effect op lezen. Alleenstaanden lezen meer dan stellen zonder kinderen en in de grote steden wordt meer gelezen dan in dorpen. De Nagelkerke R^2 bedraagt 19,2 procent.

Met uitzondering van het gezinsinkomen en de status van alleenstaande, blijven al deze effecten significant in model 2.⁷ Daar zien we bovendien dat mensen die meer lezen van films houden die vernieuwend of creatief zijn, vaker informatie zoeken over wetenschap/techniek en politiek-economisch nieuws en juist minder houden van actie, vertrouwd eten en informatie over human interest onderwerpen. Daarmee worden de hypothesen 1, 2 en 4 op onderdelen ook voor lezen als vorm van legitieme cultuur bevestigd. We vinden geen tekenen van trendgevoeligheid of zelfexpressie (lifestyle informatie, nieuw eten, mode) onder de lezers, maar ze nemen hier ook geen afstand van. Lezen van literatuur en poëzie komt vooral uit de bus als een traditionele 'high-

Tabel 2 Logistische regressie van leesgedrag en museumbezoek op sociaal-demografische achtergrond, esthetische disposities (filmcriteria en alledaags leven) en informatiezoekgedrag; Exp(B)

80

	lezen romans en poëzie		musea schone/oude kunst		musea hedendaagse kunst	
	model 1	model 2	model 1	model 2	model 1	model 2
Geslacht (vrouw)	2,302 **	2,946 **	1,203	1,051	1,112	0,923
Leeftijd: 18-34	0,933	1,150	0,511 **	0,616 *	0,955	1,022
Leeftijd: 35-54	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Leeftijd: 55-64	1,065	0,971	2,304 **	2,123 **	2,524 **	2,407 **
Leeftijd: 65+	0,926	0,919	1,918 *	2,332 *	1,516	1,902
Opl: ten hoogste primair	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Opl.: lager secundair	1,893 **	1,397 *	1,390	0,985	1,810	1,214
Opl.: hoger secundair	3,252 **	1,880 **	3,275 **	1,727 *	3,570 **	1,654
Opl.: tertiair	8,272 **	3,367 **	8,666 **	2,987 **	11,268 **	3,650 **
Gezinsinkomen	1,069 *	1,060	1,216 **	1,208 **	1,168 **	1,143 *
Situatie: betaalde arbeid	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Situatie: doet huishouden	1,554 **	1,639 **	0,920	0,939	0,733	0,789
Situatie: (pré)pensioen	1,196	1,260	0,664	0,726	0,582	0,665
Situatie: studerend	9,058 **	4,713 **	7,328 **	3,371 **	8,420 **	3,304 **
Gezin: inwonen bij ouders	0,929	0,982	1,291	1,683	1,151	1,363
Gezin: single	1,435 *	1,335	0,736	0,724	1,161	1,194
Gezin: partner, geen kind.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Gezin: kinderen lft. ≤ 10	0,896	0,866	0,694	0,722	0,702	0,725
Gezin: kinderen lft. 10+	1,182	1,168	1,091	1,173	1,183	1,296
Woonplaats: grote stad	1,523 **	1,420 *	1,679 **	1,402	1,672 **	1,433
Woonplaats: middelgroot	1,163	1,161	0,927	0,896	1,051	1,104
Woonplaats: dorp	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.	ref.
Criteria: realist./informatief		1,086		1,013		0,880
Criteria: vernieuwend/creatief		1,107 *		1,194 **		1,479 **
Criteria: actie		0,829 **		0,737 **		0,725 **
Criteria: emotie/romantiek		0,976		1,006		1,082
Criteria: hedonistisch		1,038		0,903		0,814 **
Alledaags: nieuw eten		1,007		1,025		0,954
Alledaags: vertrouwd eten		0,783 **		0,792 **		0,741 **
Alledaags: mode belangrijk		0,976		0,966		1,073
Info: wetenschap/techn.		1,232 **		1,301 **		1,189 *
Info: sport		1,076		0,875 *		0,995
Info: human interest		0,843 *		0,791 *		0,907
Info: politiek-economisch		1,248 **		1,318 **		1,141
Info: lifestyles		0,952		1,390 **		1,266 *
Nagelkerke R ²	19,2%	25,1%	18,0%	27,1%	18,2%	27,2%

* = $p \leq 0,05$; ** = $p \leq 0,01$

Bron: Culturele Participatie in Vlaanderen 2003-2004

brow' bezigheid, met name populair onder hogeropgeleide of studerende vrouwen. De Nagelkerke R^2 stijgt in model 2 met bijna een derde naar 25,1 procent.

Ten slotte kijken we naar twee vormen van museumbezoek. In het model voor schone of oude kunsten is het leeftijdseffect positief, hoewel de kans op bezoek na het 65ste levensjaar niet verder toeneemt. De opleidingseffecten zijn wederom het belangrijkste en uiteraard positief. Ook is het inmiddels niet meer verrassend dat mensen met een hoger gezinsinkomen, studerenden en inwoners van grote steden cultureel actiever zijn. De opleidingseffecten en het verschil tussen studerenden en werkenden nemen flink af in model 2, maar blijven significant. Stadsbewoners verschillen na controle voor kennis en esthetische disposities echter niet meer van dorpelingen. We vinden weer een positief effect van een voorkeur voor creativiteit en vernieuwing in film, terwijl bezoekers van dit soort musea niet gecharmeerd zijn van films met actie, geweld, avontuur of erotiek of van huiselijk, vertrouwd eten. Informatie zoeken toont ook een aantal inmiddels vertrouwde parameters: positieve effecten voor het zoeken naar informatie over wetenschap en techniek, politiek-economisch nieuws en lifestyles en een negatief effect voor human interest. Daar komt in dit model nog een negatief effect van informatie over sport bij, hetgeen extra steun biedt voor hypothese 4. De extra variabelen in model 2 leiden tot een stijging in de Nagelkerke R^2 met zo'n 50 procent van 18,0 naar 27,1 procent.

Voor het bezoeken van musea voor hedendaagse kunst is leeftijd iets minder van belang; alleen de leeftijdsgroep 55-64 heeft een grotere bezoekkans dan de 35-54-jarigen. Effecten van opleiding, inkomen, studeren en woonplaats zijn vergelijkbaar met die voor de musea voor oude en schone kunsten, hoewel de hoogst opgeleiden en de studerenden hier hun voorsprong nog wat vergroten. In model 2 nemen de opleidingseffecten sterk af, waardoor alleen de hoogst opgeleide categorie nog verschilt van de respondenten met alleen basisonderwijs. Ook studenten zien hun overwicht ten opzichte van werkenden in model 2 stevig slinken, terwijl de woonplaats niet langer een significante invloed heeft op de kans om een museum voor hedendaagse kunst te bezoeken. De esthetische disposities hebben dezelfde effecten als we vonden bij smaakbreedte: actie en hedonisme alsmede een voorkeur voor huiselijk eten passen slecht bij het bezoeken van musea voor hedendaagse kunst, terwijl belang hechten aan vernieuwing en creativiteit hier juist positief mee samenhangt. Informatiezoekgedrag speelt een opvallend bescheiden rol met enkel kleine positieve effecten voor wetenschap/techniek en lifestyle. Dit toont een beeld van de hedendaagse-kunstbezoeker als iemand met een hoge opleiding en een zeer uitgesproken esthetische dispositie à la Bourdieu, maar minder interesse in kennis over maatschappelijke onderwerpen

dan de overige kunstliefhebbers. Hypothese 1 wordt bevestigd, terwijl het bewijs voor de hypothesen 2, 3 en 4 weinig overtuigt. De gevonden effecten voor esthetische criteria en het vertrouwd eten zijn echter sterk en we zien dan ook hier dat de Nagelkerke R^2 in model 2 wederom met bijna 50 procent stijgt van 18,2 naar 27,2 procent.

5. Conclusie en discussie

De hier gepresenteerde indicatoren voor esthetische disposities en informatiezoekgedrag leveren een nieuwe bijdrage aan het begrijpen van culturele smaken en gedragingen. Wat betreft de indicatoren voor esthetische oordeelsvorming die we ontleenden aan film, bleek het belang dat men hecht aan vernieuwing en creativiteit qua vormelementen (camerawerk, regie, stijl) positief van invloed op alle zes indicatoren voor culturele smaak of gedrag. Hypothese 1 is daarmee overtuigend bevestigd. Belang hechten aan actie (inclusief geweld, *special effects* of erotiek) verkleint juist de kans om deel te nemen aan de vier culturele gedragsvariabelen die we onderzochten, zoals gesteld in hypothese 4. Een hedonistische benadering, waarmee men in cultuur vooral ontspanning en humor zoekt, is positief gerelateerd aan een voorkeur voor popmuziek, maar vermindert de kans om in de breedte cultureel actief te zijn en, meer specifiek, om musea voor hedendaagse kunst te bezoeken.

De indicatoren voor alledaagse esthetische disposities legden beduidend minder gewicht in de schaal. De voorkeur voor nieuw of exotisch eten hangt alleen positief samen met de klassieke muzieksmaak, terwijl we hier juist meer van hadden verwacht bij smaakbreedte of een voorkeur voor hedendaagse kunstmusea, waar vernieuwing of ontdekking een groter rol lijken te spelen. Een eigenschap als openheid (Ollivier, 2008; Roose, Van Eijck & Lievens, 2012) doet zich kennelijk niet op elk domein tegelijk gelden. De tegengestelde voorkeur voor het thuis nuttigen van bekende kost, verminderde de scores op al onze zes indicatoren sterk. Eetgewoonten onthullen daarmee toch veel over iemands culturele leefstijl. Het hechten aan wat vertrouwd is en waarvoor men de deur niet uit hoeft, contrasteert met alle vormen van culturele belangstelling en activiteit die we hebben onderzocht.

Belang hechten aan mode had slechts één klein effect, namelijk op de populaire muzieksmaak. Het verwante informatie-item over lifestyle onderwerpen bleek daarentegen wel belangrijk; het hing significant positief samen met alle afhankelijke variabelen behalve het lezen. De wens om de laatste nieuwtjes te vernemen op het gebied van kleding, wonen, koken, restaurants of uitstapjes is kennelijk heel wat anders dan daadwerkelijk modieus (koop)gedrag. Met algemene vragen over mode en kleding achterhalen we blijkbaar niet goed of men werkelijk hip en

trendy is. Wie graag en vaak nieuwe kleding koopt, spreidt daarmee vermoedelijk niet per sé geraffineerde keuzes tentoon die op veel waardering van anderen kunnen rekenen. Het bezig zijn met mode en stijl op zich maakt iemand nog niet hip of trendy. Dat is wellicht ook de reden dat het gebruikte informatie-item over lifestyle vaker een rol speelt; het indiceert de intentie om in bredere zin up-to-date te blijven die volgens Taylor (2009) en Bell (1976) zo belangrijk is om mee te spelen in wat Bell (p.44) 'the new game of in-and-out' noemt. Bovendien betreft het informatie over veelal kostbare zaken waarvoor de belangstelling ook met economisch kapitaal kan samenhangen. Het moge duidelijk zijn dat meer specifieke informatie over smaken of consumentengedrag nodig is om de rol van concepten als hip of trendy helderder in kaart te brengen.

Informatiezoekgedrag toonde eveneens sterke effecten. Wie geïnteresseerd is in (informatie over) wetenschap en techniek scoort hoger op alle cultuurindicatoren. Belangstelling voor politiek-economisch nieuws hangt positief samen met alle indicatoren behalve de popsmaak en het bezoeken van musea voor hedendaagse kunst. Alle andere afhankelijk variabelen werden positief beïnvloed door deze twee indicatoren van algemene kennis en hangen daarom samen met een meer intellectuele, kosmopolitische interesse. Hypothese 2 komt dus ook grotendeels overeen met onze observaties. Informatie over lifestyle onderwerpen als mode, reizen, eten of interieurontwerp hing positief samen met al onze culturele indicatoren behalve leesgedrag. Wie graag op de hoogte blijft van eigentijdse leefstijlen en consumptiegoederen, is dus inderdaad ook breder cultureel georiënteerd, wat zowel in smaak als in gedrag tot uiting komt. Interesse in lifestyle past blijkbaar niet alleen bij nieuwe of populaire cultuur, zoals we in hypothese 3 stelden; ook de klassieke smaak en het bezoeken van musea voor schone en oude kunsten hangen ermee samen. Alleen het lezen blijft onberoerd. Dit sluit aan bij ideeën over de rol van cultuurdeelname als middel voor de hogere middenklasse om in brede kring sociale aansluiting te vinden via gedeelde kennis en interesses (Erickson, 1996; Lizardo, 2006). Informatie over sport hangt enkel positief samen met de populaire muzieksmaak en negatief met het bezoek aan musea voor oude of schone kunsten. Het indiceert daarmee een populaire of wijdverbreide voorkeur die nauwelijks botst met de meer hoog-culturele indicatoren. Dit toont opnieuw de anti-snobistische houding van de meeste huidige liefhebbers van legitieme cultuur, tenzij we de onder bepaalde cultuurliefhebbers bestaande desinteresse in human interest nieuws (regio, rechtszaken, ongevallen) als teken van snobisme willen interpreteren. Hiermee lijkt men zich echter vooral te distantiëren van een meer volkse, traditionele belangstelling en niet van de wereld van luxe consumptie of populaire cultuur. Hypothese 4 wordt daarom niet bevestigd. Naast het welbekende hoog-laagonderscheid

lijkt er inderdaad sprake van een belangrijke dimensie die door Prieur e.a. (2008) werd omschreven als lopend van mobiel, open, creatief en reflexief naar traditioneel, betrouwbaar, geworteld en huiselijk. Van Bel-lavance (2008) herkennen we de dimensie oud-nieuw, die klaarblijkelijk niet haaks op de hoog-laag as staat, omdat deelname aan de hier onder-zochte legitieme culturele activiteiten vaak positief samenhangt met een belangstelling voor hedendaagse leefstijlen en vernieuwing. Deze bevinding komt ook overeen met de ideeën van Taylor (2009).

Het is uiteraard niet mogelijk op basis van de uitgevoerde analyses vast te stellen in hoeverre we erin zijn geslaagd de habitus in kaart te brengen. Niettemin zijn we verheugd over de mate waarin criteria voor esthetische oordeelsvorming, alledaagse culturele disposities en infor-matiezoekgedrag of interesses verantwoordelijk kunnen worden gehou-den voor leeftijds- en opleidingsverschillen in culturele leefstijlen. Hoe deze kenmerken elkaar precies beïnvloeden kon hier niet worden uit-eengerafeld. Het feit dat we de esthetische en informatiekennmerken als onafhankelijke variabelen hebben ingevoerd, betekent niet dat we hun relatie met culturele smaken en gedragingen opvatten als gevolg van causaal eenrichtingsverkeer. We beschouwen deze verbanden liever als indicatief voor wederzijdse afhankelijkheid, of getuigend van een door-lopend proces waarin culturele ervaringen de esthetische criteria en kennis die men hanteert beïnvloeden en vice versa. Hoe dan ook stel-len de bevindingen ons in staat om effecten van standaard achtergrond-kenmerken – met name het opleidingsniveau – voor een belangrijk deel inhoudelijk te duiden. Dit laat zien welke kenmerken van hoger opge-leiden nu feitelijk verantwoordelijk zijn voor hun intensievere cultuur-deelname: oog voor formele aspecten, een wens om nieuwe dingen mee te maken en een brede kennis van zowel wetenschap en politiek als van leefstijlen. Of dit laatste duidt op een beter ontwikkeld bewustzijn van de eigen positie in de leefstijlruimte dat volgens Bourdieu (1984) nodig is om zichzelf en anderen accuraat te classificeren, op een bovengemid-delde mate van reflexiviteit over het eigen consumptieve handelen (Gid-dens, 1991) of op een grotere smaakonzekerheid (Oosterbaan Martinius, 1990) zal vervolgonderzoek moeten uitwijzen.

Naast deze gedeeltelijke interpretatie vonden we ook dat de proportie verklaarde variantie in model 2 meestal flink hoger was dan in model 1. De enige uitzondering hierop betrof de smaak voor populaire muziek; in alle andere gevallen steeg de verklaringskracht met 25 tot wel 50 pro-cent. Dit vatten we op als bewijs dat er aanmerkelijke differentiatie in levensstijlen bestaat binnen sociaal-demografische groepen en dat de habitus daarom niet geheel wordt gedetermineerd door deze achter-grondkenmerken. Ook deze conclusie blijft enigszins voorlopig, aange-zien we niet in staat waren om klassenposities direct te meten. Echter,

vanuit de wetenschap dat opleiding steevast uit de bus komt als de beste voorspeller van culturele leefstijlen (Kraaykamp, Van Eijck & Ultee, 2010; Tampubolon, 2008), durven we erop te vertrouwen dat ongemeten klassenverschillen niet verantwoordelijk zijn voor de effecten van onze aanvullende predictoren. De habitus, in casu categorieën van waardering en (culturele) kennis, spelen hier een deels zelfstandige rol en expliciete meting draagt bij aan het voorspellen en begrijpen van cultureel gedrag. Het in kaart brengen van elementen van de habitus helpt ons een flink stuk verder om de relatie tussen sociale ongelijkheid en culturele leefstijlen te begrijpen en zet ons tegelijk aan om verder te zoeken naar aanvullende indicatoren waarmee de sociale betekenis van culturele consumptie duidelijker wordt. Zo komen we niet alleen dichterbij een antwoord op de vraag waarom mensen met verschillende sociaal-demografische achtergronden uiteenlopende smaken hebben, maar ook waarom er binnen afgebakende groepen als jongeren of hoger opgeleiden zulke grote verschillen in culturele leefstijlen bestaan.

Noten

1. Koen van Eijck is als universitair hoofddocent en bijzonder hoogleraar Culturele Leefstijlen verbonden aan de capaciteitsgroep Cultuurwetenschappen van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Correspondentieadres: EUR, Erasmus School of History, Culture, and Communication, postbus 1738, 3000 DR Rotterdam. E-mail: vaneijck@eshcc.eur.nl. Janna Michael is docent-promovenda bij dezelfde capaciteitsgroep. E-mail: michael@eshcc.eur.nl.
2. De derde schaal die bij Van Eijck en Lievens (2008) naar voren kwam, ('volks') hebben we niet gebruikt omdat deze een lagere betrouwbaarheid had ($\alpha = 0,57$) en omdat de verklaringskracht van de modellen voor deze smaak laag was (4,7 procent in het complete model).
3. Deze schaal is geconstrueerd als het aantal ondernomen activiteiten uit deze reeks: festivals met 1] pop/rock muziek; 2] wereld muziek, folk of volksmuziek; 3] jazz of blues; 4] klassieke muziek; 5] ander muziekfestival; concerten met: 6] barokmuziek; 7] klassiek werk; 8] hedendaagse klassieke muziek; 9] operette; 10] orgel- of beiaardconcert; 11] pop of rockmuziek; 12] dance; 13] wereldmuziek; 14] folk of volksmuziek; 15] populaire Vlaamse muziek; 16] kleinkunst of chanson; 17] fanfare of harmonie; 18] jazz, blues, soul of funk; 19] operavoorstelling in een grote concertzaal; 20] operavoorstelling in een operagebouw; 21] ander concert; films kijken in: 22] bioscoopcomplex met het grote, nieuwe filmaanbod; 23] kleine bioscoop met het nieuw filmaanbod; 24] kleine bioscoop met het andere filmaanbod; bezoeken van podiumkunsten: 25] balletvoorstelling; 26] hedendaagse dansvoorstelling; 27] volksdans, etnische dans; 28] circus; 29] poppentheater; 30] toneelvoorstelling; 31] straattheatervoorstelling; 32] musicalvoorstelling voor kinderen; 33] musicalvoorstelling voor volwassenen; 34] revue en show; 35] andere voorstelling; bezoek aan museum voor: 36] oude of schone kunsten; 37] hedendaagse of actuele kunst; 38] natuurkunde, technologie of wetenschap; 39] geschiedenis, heemkunde, volkskunde of archeologie; 40] toegepaste kunst; 41] bezoek aan kunstgalerij; en 42] bezoek aan historische gebouwen, kerken of monumenten.

4. Van de respondenten gaf 86,9 procent aan in de onderzochte periode geen museum voor oude of schone kunsten te hebben bezocht en 89,2 procent heeft geen museum voor hedendaagse of actuele kunst bezocht.
5. Soortgelijke vragen zijn ook gesteld voor toneel, maar dan als participatieredenen en daarom alleen onder toneelbezoekers, hetgeen veel missing values oplevert.
6. Wanneer bijvoorbeeld wordt gekeken naar de voorkeur voor klassieke muziek, dan blijkt deze aanzienlijk meer wijdverbreid te zijn dan het bezoek aan klassieke concerten (De Roest, Van den Broek & De Haan, 2008).
7. Mood (2010) heeft laten zien dat bij het toevoegen van onafhankelijke variabelen aan logistische regressiemodellen de afname van de effecten van reeds opgenomen variabelen vaak wordt onderschat ten gevolge van een afname van de ongeobserveerde heterogeniteit in de afhankelijke variabele. Indien het mogelijk was geweest voor de laatste drie onafhankelijke variabelen lineaire indicatoren te gebruiken, zouden de effecten in model 2 nog sterker zijn gedaald.

Literatuur

- Baricco, A. (2012). *De barbaren*. Amsterdam: de Bezige Bij.
- Bauman, Z. (1995). Van pelgrim tot toerist. *Tijdschrift voor Sociologie*, 16, 31-49.
- 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., Savage, M., Siva, E., Warde, A., Gayo-Cal, M., en Wright, D. (2009). *Culture, class, distinction*. Londen: Routledge.
- Berghman, M. & Eijck, K. van (2009). Patronen van waardering voor beeldende kunst: Horizontale en verticale culturele grensoverschrijdingen. *Sociologie*, 5, 376-405.
- Bottero, W. (2004). Class identities and the identity of class. *Sociology*, 38, 985-1003.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Londen: Routledge and Kegan.
- Bourdieu, P. (1989). *Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*. Amsterdam: Van Gennep.
- Caen, M. (2009). *Over smaken, voorkeuren en participatie: een sociologische analyse van de Vlaamse leefstijlruimte, met bijzondere aandacht voor attitudele leefstijlindicatoren*. Gent: Universiteit Gent, Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen.
- Carrington, V. & Luke, A. (2010). Literacy and Bourdieu's sociological theory: A reframing. *Language and Education*, 11, 96-112.
- Chan, T.W. (2010). *Social stratification and cultural consumption*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chaney, D. (2002). *Cultural change and everyday life*. Hampshire: Palgrave.

- Crane, D. (2000). *Fashion and its social agendas: Class, gender, and identity in clothing*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Csikszentmihalyi, M. & Robinson, R.E. (1990). *The art of seeing: An interpretation of the aesthetic encounter*. Malibu: The J. Paul Getty Trust.
- Eijck, K. van & Oosterhout, R. van (2005). Combining material and cultural consumption: Fading boundaries or increasing antagonism? *Poetics*, 33, 283-298.
- Eijck, K. van & Rees, K. van (2000). Media orientation and media use: Television viewing behavior of specific reader types from 1975 to 1995. *Communication Research*, 27, 574-616.
- 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.
- Erickson, B. (1996). Culture, class, and connections. *American Journal of Sociology*, 102, 217-251.
- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. Londen: Sage.
- Ganzeboom, H. (1982). Explaining differential participation in high-cultural activities. In W. Raub (Red.), *Theoretical models and empirical analyses* (pp. 186-205). Utrecht: ETS Publications.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Oxford: Polity Press.
- Gombrich, E.H. (1996). *Eeuwige schoonheid*. Houten: Unieboek.
- Goodman, N. 2011[1978]]. When is art? In S.M. Cahn & A. Meskin (Red.), *Aesthetics: A comprehensive anthology* (pp. 438-444). Oxford: Blackwell Publishing.
- Halle, D. (1993). *Inside culture: Art and class in the American home*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jeannotte, M.S. (2003). Singing alone? The contribution of cultural capital to social cohesion and sustainable communities. *The International Journal of Cultural Policy*, 9, 35-49.
- Johnston, J. & Baumann, S. (2007). Democracy versus distinction: A study of omnivorousness in gourmet food writing. *American Journal of Sociology*, 113, 165-204.
- Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow cultural consumption and class distinction in Italy, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces*, 81, 207-229.
- Kraaykamp, G., Eijck, K. van & Ultee, W. (2010). Status, class and culture in the Netherlands. In T.W. Chan (Red.), *Social status and cultural consumption* (pp. 169-203). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lahire, B. (2008). The individual and the mixing of genres: Cultural dissonance and self-distinction. *Poetics*, 36, 166-188.
- Lammers, J., Pelzer, B., Hendrickx, J. & Eisinga, R. (2007). *Categorische data*

analyse met SPSS: Inleiding in loglineaire analysestechnieken. Assen: Van Gorcum.

- Lievens, J., Waage, H. & De Meulemeester, H. (2006). *Measuring cultural participation: Basic data of the survey 'Cultural Participation in Flanders 2003-2004'*. Antwerpen: De Boeck.
- Lizardo, O. (2006). How personal tastes shape cultural networks. *American Sociological Review*, 71, 778-807.
- Miele, M. & Murdoch, J. (2002). The practical aesthetics of traditional cuisines: Slow food in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 42, 312-328.
- Mood, C. (2010). Logistic regression: Why we cannot do what we think we can do, and what we can do about it. *European Sociological Review*, 26, 67-82.
- Nakamura, J. & Csikszentmihalyi, M. (2002). The concept of flow. In C.R. Snyder & S.J. Lopez (Red.), *Handbook of positive psychology* (pp. 89-105). New York: Oxford University Press.
- Ollivier, M. (2008). Humanist, populist, practical, and indifferent modes of openness to cultural diversity. *Poetics*, 36, 120-147.
- Oosterbaan Martinus, W. (1990). *Schoonheid, welzijn, kwaliteit: kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag: Gary Schwartz/SDU.
- Peterson, R.A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21, 243-258.
- Peterson, R.A. (2005). Problems in comparative research: The example of omnivorousness. *Poetics*, 33, 257-282.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Prieur, A., Rosenlund, L. & Skjott-Larsen, J. (2008). Cultural capital today: A case study from Denmark. *Poetics*, 36, 45-71.
- Rafferty, K. (2011). Class-based emotions and the allure of fashion consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11, 239-260.
- Rees, K. van & Eijck, K. van (2003). Media repertoires of selective audiences: The impact of status, gender, and age on media use. *Poetics*, 31, 465-490.
- Roest, M. de, Broek, A. van den & Haan, J. de (2008). De beleving van klassieke muziek. *Vrijtijdstudies*, 29(2), 5-21.
- Roose, H., Eijck, K. van & Lievens, J. (2012). De openheid van de omnivoor: De sociale structurering van culturele leefstijlen in Vlaanderen. *Tijdschrift voor Sociologie*, 33, 97-123.
- Saito, H. (2011). An actor-network theory of cosmopolitanism. *Sociological Theory*, 29, 124-149.
- Schulze, G. (1995). *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt: Campus.
- Silvia, Paul J. (2005). Emotional response to art: From collation and arousal to cognition and emotion. *Review of General Psychology*, 9, 342-357.

- Skrbis, Z. & Woodward, I. (2007). The ambivalence of ordinary cosmopolitanism: Investigating the limits of cosmopolitan openness. *The Sociological Review*, 55, 730-747.
- Tampubolon, G. (2008). Revisiting omnivores in America circa 1990: The exclusiveness of omnivores? *Poetics*, 36, 243-264.
- Taylor, T.D. (2009). Advertising and the conquest of culture. *Social Semiotics*, 19, 405-425.
- Warde, A., Martens, L. & Olsen, W. (1999). Consumption and the problem of variety: Cultural omnivorousness, social distinction and dining out. *Sociology*, 33, 105-127.
- Weibull, L. (1992). The status of the daily newspaper: What readership research tells us about the role of newspapers in the mass media system. *Poetics*, 21, 259-282.
- Werfhorst, H. van de & Kraaykamp, G. (2001). Four field-related educational resources and their impact on labor, consumption, and socio-political orientation. *Sociology of Education*, 74, 296-317.