

Lolbroek of liefhebber?

Het handhaven en overschrijden van culturele scheidslijnen door ironische consumptie in de karaokebar

Julia Peters, Lotte van der Jagt, Koen van Eijck, Janna Michael & Pauwke Berkers

In een tijd waarin culturele scheidslijnen lijken te vervagen, zullen mensen naar alternatieve manieren zoeken om uitdrukking te geven aan hun identiteit. Eerder onderzoek heeft al laten zien dat esthetische disposities (hoe men cultuur consumeert) wellicht veelzeggender zijn dan concrete smaakvoorkeuren of cultureel gedrag (wat men consumeert). Reden voor sociologen om zich af te vragen of distinctie wellicht ondergronds gaat. Voortbordurend op deze problematiek, onderzoeken we de rol van ironie in culturele consumptie (karaoke), omdat we vermoeden dat de ironische houding bij uitstek geschikt is om culturele grenzen te overschrijden en tegelijk een zekere distantie tot ondernomen culturele activiteiten te bewaren.

Trefwoorden: karaoke, ironie, cultureel kapitaal, leefstijlen, distinctie

Inleiding

Een belangrijke vraag in de cultuursociologie luidt of er nog een homologie bestaat tussen culturele leefstijlen en sociale posities (Lizardo 2008: 2). Bestaande scheidslijnen, zoals die tussen 'hoge' en 'lage' cultuur, zijn inmiddels omstreden. Ondanks de postmoderne stelling dat sociale klasse geen betekenis meer heeft voor culturele leefstijlen en smaak een kwestie van individuele keuzes is geworden, lijkt het een sociologische wetmatigheid dat er steeds nieuwe scheidslijnen opduiken. Zo stelden Peterson en zijn coauteurs (Peterson en Simkus 1992; Peterson en Kern 1996) dat het onderscheid tussen univoren en omnivoren relevanter was dan dat tussen de consumptie van highbrow- en populaire cultuur. Anderen concludeerden uit de afnemende vanzelfsprekendheid van de homologe relatie tussen klasse en cultuurdeelname dat distinctie niet zozeer bepaald wordt door *wat* mensen doen of consumeren, maar dat het meer gaat om *hoe* mensen dat doen of, in de woorden van Holt (1997: 103): 'distinction is becoming more and more a matter of practice' (zie ook Atkinson 2011; Rimmer 2012; Benzecry en Collins 2014).

Deze stelling van Holt is onlangs onderschreven door Daenekindt en Roose (2014). Ze laten zien dat verschillen in concrete voorkeuren tussen museumbezoekers minder sociaal gedetermineerd zijn dan verschillen in *waarderingstijl*, of esthetische disposities. Tegelijk wordt aangetoond dat uiteenlopende disposities ten grondslag kunnen liggen aan dezelfde voorkeuren. Zij vragen zich dan ook af of het distinctieproces ondergronds is gegaan en of de aandacht daarom niet meer

uit zou moeten gaan naar het *hoe* dan het *wat* van culturele consumptie (Holt 1998; Van Eijck 2015). Feitelijke voorkeuren zeggen namelijk nog niet zo veel over de culturele vaardigheden die aan die voorkeuren ten grondslag liggen (Berghman en Van Eijck 2011; Roose 2008; Roose et al. 2012). Wanneer we, met Bourdieu (1984) en Lizardo (2008), stellen dat cultureel kapitaal met name tot uiting komt in 'collectively valued styles of symbolic appropriation of cultural goods' (Lizardo 2008: 1), dan is het waarschijnlijk dat de manier waarop mensen zich die culturele producten toe-eigenen meer zegt over hun culturele vaardigheden dan welke voorkeuren ze hebben of welke voorstellingen of musea ze bezoeken.

Het onderzoek van Daenekindt en Roose (2014) richtte zich op culturele praktijken binnen de beeldende kunst. Wij vragen ons af of consumptiewijzen ook inzicht kunnen verschaffen in wat er gebeurt wanneer hoge statusgroepen zich inlaten met wat in de regel wordt gezien als lage of populaire cultuur. We vermoeden dat culturele objecten die door mensen worden geschaard onder de 'slechte smaak' maar niettemin door hen worden geconsumeerd, op een wezenlijk andere, naar verwachting meer gedistantieerde wijze worden genoten dan culturele objecten die wel legitiem worden geacht. We verwachten dat het gebruik van ironie deze distantie bij uitstek teweeg kan brengen. Het gebruik van ironie als primair attenderend begrip is zowel een theoretische als een empirische bijdrage in onderzoek naar smaakpatronen, gezien de ironische consumptiestijl tot nog toe slechts sporadisch is belicht.

Een bruikbaar voorbeeld van een culturele praktijk die men op verschillende wijzen, waaronder mogelijk de ironische, kan uitoefenen is karaoke, een vrijetijdsbesteding waarbij door deelnemers wordt meegezongen aan de hand van *instrumentals* en weergegeven songteksten. In Nederland treffen we karaoke met name aan in zogenaamde bruine kroegen; informele etablissementen waar vooral buurtbewoners komen en die daarom niet snel als prestigieus of hip bestempeld zullen worden. Vanwege het impliciete amateurisme en volkse karakter, kunnen we stellen dat karaoke zich in de lagere regionen van de culturele hiërarchie bevindt. Dit idee wordt gesteund door eerdere onderzoeken in Europese karaokebars die zijn gebundeld in Hosokawa en Mitsui (2005). Zo vindt Fornäs (2005: 125) dat er in Zweedse karaokebars een onderlinge relatie is tussen onder andere 'the demographic basis of karaoke practices here in terms of (old) age and (not so modern) lifestyle' en 'the relatively low status of karaoke and the reluctance among other cultural groups to take it seriously'. Kelly (2005: 99) wijst er in dezelfde bundel op dat karaoke in het Verenigd Koninkrijk vooral populair is geweest in 'working men pubs' en daarmee 'at least in part, linked to class' is. Prato (2005: 105) stelt ten slotte dat in Italië karaoke flink is bekritiseerd als 'hedonistic and therefore right-wing' door personen die op hun beurt bekritiseerd werden vanwege hun 'critical, snobbish and left-wing' karakter. Dit is anders dan in veel Aziatische landen, waar mensen uit de meest uiteenlopende sociale kringen zich met karaoke vermaken (Drew 2001).

Ondanks dit tamelijk volkse karakter van karaoke in Nederland, is het niet ongebruikelijk dat hoger opgeleiden met een brede of meer elitaire smaak in de karaokebar enthousiast popliedjes en ballads ten beste geven. De vraag luidt dan: welke

consumptiestijlen treffen we onder karaokedeelnemers aan en op welke manieren kunnen deze worden gekoppeld aan verschillen in cultureel kapitaal? Ook beogen wij met deze studie een genuanceerder beeld te geven van het fenomeen ironie in culturele praktijken, dat in studies dikwijls wordt beschouwd als enkel minachting of ridiculisering van een cultuuruiting. De in de filosofische literatuur benadrukte inherente ambiguïteit van ironie verdient echter meer aandacht.

Ironie als distantiërende houding

Gedistantieerde manieren van consumeren zijn al vaker in verband gebracht met de mate waarin iemand over cultureel kapitaal beschikt. Ironie als vorm van distantie moet echter niet worden verward met de esthetische houding die Bourdieu (1984) als onthecht en speels beschrijft, of met termen als ‘distancing’ of ‘disinterestedness’ (zie Dickie 1964). Dergelijke vormen van kunstbeleving zouden bedoeld zijn om een zo puur mogelijke esthetische ervaring te garanderen, waarbij dagelijkse beslommingen volledig naar de achtergrond verdwijnen en men een optimaal evenwicht bereikt tussen emotionele en cognitieve verwerking. Bij ironie werkt het element van distantie precies omgekeerd; men gebruikt het juist om een sterke focus op het object zelf te vermijden.

In het geval van karaoke kunnen we een dergelijke ironische distantie verwachten van cultureel kapitaalkrachtige deelnemers, die daarmee laten zien dat ze deze activiteit niet erg serieus nemen. Het betreft immers een cultuurvorm die naar verwachting in hun ogen niet zonder meer bij hun identiteit past en het is dan ook van belang deze ‘mismatch’ te communiceren. In hun omgang met karaoke zouden zulke participanten er daarom voor kunnen kiezen om zichzelf in verschillende maten te distantiëren van het fenomeen karaoke. Wederom gaat het dan niet zozeer om *wat* men precies consumeert, maar om *hoe* men dat doet.

Ironische consumptie is lastig te duiden omdat men in zekere zin gemengde gevoelens heeft bij de betreffende activiteiten of objecten. Deze dubbelzinnige verhouding tussen distantie en betrokkenheid wordt ook beschreven in de meer theoretische en filosofische literatuur over ironie. Centraal daarin staat steeds ambiguïteit. Ironie is niet per se het omgekeerde van wat er letterlijk gezegd of gedaan wordt, maar ‘gebeurt’ in de ruimte tussen het gezegde en het on gezegde (Hutcheon 1994). Daarbij kan ironie worden gekoppeld aan zowel distinctie als openheid, waarmee het de potentie heeft om de ideeën van Bourdieu (1984) over homologie en statusmotieven te verbinden met die van Peterson (Peterson en Simkus 1992; Peterson en Kern 1996) over openheid en omnivoriteit.

Ironie als vorm van openheid staat centraal in het werk van Rorty (2007). Wanneer ironie breder wordt opgevat dan als retorische stijlfiguur, kan het volgens hem worden gezien als een levenshouding of wereldvisie. Net als bij de ironische stijlfiguur gaat het dan om tegenstellingen, maar volgens Hutcheon (1994: 51) gebruikt men die in ruimere zin ‘[to] counteract any tendency to assume a categorical or rigid position of “Truth” through precisely some acknowledgement of provisionality and contingency’. Daardoor ziet men ‘de contingentie van zijn of haar meest centrale overtuigingen en verlangens onder ogen’ (Rorty 2007: 36).

Rorty prijst de *ironicus* daarom als iemand wiens denken niet beperkt wordt door dogmatiek, maar die steeds open blijft staan voor uiteenlopende interpretaties van om het even wat (zie ook Howey 2008). Dit ziet Rorty (2007: 38) als 'een eendeloze, zich almaar uitbreidende verwerkelijking van de Vrijheid, in plaats van als een convergente beweging in de richting van een reeds bestaande Waarheid'. Door de meerduidigheid van betekenis in zowel de retorische troep als het wereldbeeld is het moeilijk om de gebruiker van ironie ergens op vast te pinnen. Dat maakt ironie tot een houding die goed lijkt te passen in de zogenaamde post-moderne cultuur waar het geloof in ultieme waar(he)den op zijn retour lijkt te zijn en waar cultuurrelativisme troef is.

Dit relativisme zien we terug in sociologisch onderzoek naar hedendaagse leefstijlen, waarin het duidelijk kan worden gekoppeld aan sociale ongelijkheid. Peterson en Kern (1996) lieten zien dat omnivore inclusiviteit een kenmerk is van de 'nieuwe' habitus van de elite. Het discours dat deze elite bij voorkeur hanteert, is door Ollivier (2008: 121) beschreven als 'a rhetoric of openness to cultural diversity [that] is based on a series of binary oppositions whereby terms such as diverse, open, hybrid, fluid, eclectic, global, and cosmopolitan tend to be associated together and most often to have positive connotations'. Kortom: open en eclectisch zijn is het nieuwe devies voor de culturele elite, en het hebben van een brede of omnivore smaak is daarmee prestigieuzer dan het hebben van een beperkte of univore smaak (Peterson en Simkus 1992; Van Eijck 2000).

De ruimdenkende omnivoor is echter niet zomaar in alles even geïnteresseerd. Wat zonder gêne mag worden genoten, lijkt nog steeds een kwestie van zorgvuldige selectie uit het culturele aanbod (Peterson en Simkus 1992; Bryson 1996; Van den Haak 2014). Niet alle culturele producten hebben de kwaliteit die de omnivoor zich wenst, dus niet alles kan (zomaar) geconsumeerd worden. Noties van culturele hiërarchie blijven bestaan en ook daaraan kan via ironie uiting worden gegeven. Ironie kan namelijk ook fungeren als stijl waarmee men zich boven anderen stelt. Volgens Hutcheon (1994: 2) heeft ironie 'an evaluative edge' en kan de *ironicus* worden beschouwd als 'a kind of omniscient, omnipotent god-figure, smiling down – with irony – upon the rest of us' (Hutcheon 1994: 54). De erkenning dat er geen universele gronden of wetten bestaan waarop we kunnen terugvallen en dat elk oordeel subjectief, voorlopig en contextgebonden is, kan zelf weer verworden tot wat Colebrook (2002: 11) een 'elevated viewpoint' noemt. Ook Kierkegaard (2001: 12) geeft aan dat ironie met gevoelens van superioriteit kan worden geassocieerd wanneer hij het beschrijft als 'de zekere blik voor het scheve, het verkeerde, het ijdele in het bestaan'. Hij vergelijkt het ironische taalgebruik van de hogere kringen in zijn tijd met het Frans spreken van de koningen en vorsten (zie ook Elias 1990), omdat beide bedoeld zijn om te zorgen dat 'het lekenvolk hen niet verstaat'. Ironie geeft volgens Kierkegaard (p.16) een zekere verhevenheid, 'voortkomend uit het feit dat ze, ook al wil ze worden begrepen, toch niet zo maar wil worden begrepen, een voornaamheid die maakt dat deze figuur als het ware neerziet op de gewone, rondborstige taal die iedereen meteen begrijpt' (zie ook Magill 2007; Moser 1984).

Een omschrijving die de spanning tussen zowel de openheid als het elitisme in ironie goed weergeeft, vinden we in Susan Sontags essay *Notes on Camp* (1964).

Voor Sontag is camp *eerst en vooral* een wijze van waarderen en staat de weerzin niet voorop. Het ironische aan camp is dat mislukking wordt gewaardeerd en niet succes (Schiermer 2014). Bovendien vereist camp inderdaad een zekere distantie, maar ook enige ernst omdat datgene wat geconsumeerd wordt niet botweg wordt geridiculiseerd, want het heeft ergens ook een zekere charme. Er is echter geen sprake van volledige identificatie. Sontag (1964: 11) stelt dat de camp-connaisseur in staat is om zich producten uit de massacultuur op een onderscheidende manier toe te eigenen; een manier die 'refuses both the harmonies of traditional seriousness and the risk of fully identifying with extreme states of feeling'. Dat maakt de camp- of ironische - consument ongrijpbaar. De ironische appreciatie van cultuur is zodoende gelaagd en complex, open doch kritisch, en kan aanleiding geven tot zowel in- als uitsluiting, waarmee het een geschikte waarderingsstijl lijkt voor de hedendaagse culturele elite.

Empirisch onderzoek naar ironische consumptie is vrij schaars. Het bekendst is de studie die Ang (1985) verrichtte onder de kijkers van de soapserie *Dallas*. Ze maakte daarin een onderscheid tussen degenen die echt van deze serie houden en degenen die *Dallas* ironisch tot zich nemen, waarbij de eersten zich daadwerkelijk met de personages identificeren en de laatsten meer afstandelijk kijken. Ang suggereert dat 'the weapon of irony makes it unnecessary for [those who are aware of the ideology of mass culture] to suppress the pleasure that watching *Dallas* can nevertheless arouse; irony enables them to enjoy it without suffering pangs of conscience' (p. 101). Recenter stelde Ollivier (2008: 133) dat de ironische houding een zekere afstand schept tussen het zelf en het object, op een manier die mensen in staat stelt om het ervaren genot te legitimeren en tegelijk te bevestigen dat het eigenlijk niets voor hen is. Waar men erkent dat bepaalde genres of objecten van inferieure kwaliteit zijn, kan ironie dus worden ingezet om het plezier dat ze niettemin opleveren te rechtvaardigen. Holt (1997: 106) geeft een voorbeeld van zijn eigen consumptie van bepaalde actiefilms die hij graag kijkt, maar dan 'primarily as camp, which tends to exclude those who read them straight'.

McCoy en Scarborough (2014) interviewden kijkers van 'slechte' televisie en onderscheiden vier wijzen van consumeren: 'traditional', 'ironic', 'guilty pleasure' en 'camp'. De traditionele kijkers beperken zich tot aanbod dat ze ook echt waarderen en laten zich daarom niet in met programma's die hen niet direct aanspreken. De ironische kijkers kijken wel naar zaken die ze verwerpelijk of belachelijk vinden, maar kunnen genieten van wat zij afkeuren omdat het hun het gevoel geeft boven de massa(interpretatie) te staan. De kijkers voor wie slechte tv een *guilty pleasure* is, schamen zich voor het feit dat zij zich ondanks zichzelf met zulke 'triviale' zaken inlaten. De camp-kijkers, ten slotte, vertonen een soort bewondering voor wat zij zien als een hopeloos mislukt product. Net als de ironische kijkers hanteren zij als motto: hoe slechter, hoe beter! Hoewel deze analyse belangrijke inzichten oplevert, botst ze op onderdelen met andere literatuur. Ironische consumptie wordt door deze auteurs vooral gezien als manier om vrij direct minachting voor bepaalde cultuurvormen te tonen. Door ironie simpelweg op te vatten als een vijandige houding jegens massacultuur, wordt echter geen recht gedaan aan precies datgene wat ironie zo interessant maakt: ambiguïteit. Het probleem met omschrijvingen als die van McCoy en Scarborough is dan ook

dat ze wat simplistisch zijn en ironie zien als het tegengestelde van identificatie, dus als louter afstand of non-identificatie. Ironie is echter complexer dan een dergelijke conceptualisering veronderstelt: het is niet of-of maar eerder en-en. Het door deze auteurs gehanteerde analytische onderscheid tussen ironie en camp nemen we daarom niet bij voorbaat over; ook ironische consumptie getuigt vermoedelijk van een zekere aantrekkingskracht van het geconsumeerde.

Een vergelijkbare benadering, toegespitst op karaoke, is te vinden in Drews (2001; 2005) uitgebreide etnografie van karaokebars in de VS. Daarin bestempelt hij de optredens van lieden uit de stedelijke middenklasse als ironisch, waarmee zij zich onderscheiden van de 'mimetische' optredens van de andere aanwezigen. Ook hij ziet hierin een symbolische uitsluiting van de lagere klassen (Drew 2005: 376). Hoewel Drew tamelijk genuanceerd gebruik maakt van Bourdieus (1984) distinctietheorie, legt hij wel veel nadruk op de distinctieve en uitsluitende effecten van manieren van optreden (*performance styles*). Vanwege zowel de samenkomst van verschillende statusgroepen in de karaokebar als het consumeren van 'lage' cultuur door 'hoge' statusgroepen, worden symbolische grenzen hier mogelijk niet alleen getrokken, maar ook geslecht. Het is dit spanningsveld waar onze analyse licht op hoop te werpen.

Methode: het onderzoek naar karaokedeelnemers

Karaoke komt uit Japan maar is inmiddels ook in de westerse wereld ingeburgerd. De meeste steden hebben wel één of enkele karaokebars, of bars die af en toe een karaokeavond organiseren. De regels van karaoke zijn meestal als volgt: deelnemers kiezen een nummer uit het in de bar aanwezige *songbook* en leveren een strookje in met daarop de nummers die ze willen uitvoeren. Wanneer ze op het podium geroepen worden, krijgen ze een microfoon om op te treden voor het aanwezige publiek. Op schermen zien ze de songteksten en wordt de timing van de tekst aangegeven, waardoor het gemakkelijker wordt om het lied te zingen zoals het bedoeld is. Karaoke is een ideale cultuurvorm om betrokkenheid en distantie in consumptiewijzen te exploreren omdat het niet alleen geconsumeerd wordt, maar ook actief uitgevoerd. Die uitvoering laat volop ruimte voor eigen invulling en expressie. Men kan in volle ernst streven naar een zo 'mimetisch' mogelijk optreden, maar ook de draak steken met de liedjes die worden vertolkt.

In Rotterdam zijn regelmatig karaokeavonden in cafés en clubs en er zijn enkele karaokebars te vinden. Hoewel karaokeavonden meestal plaatsvinden in bruine kroegen, viel ons op dat er ook locaties waren die voornamelijk bezocht worden door hoogopgeleide, 'hippe' jonge Rotterdammers die met *over-the-top* designs op flyers en Facebook karaokeavonden promootten, wat al doet vermoeden dat karaoke niet helemaal serieus wordt genomen door deze groep. Omdat wij geïnteresseerd zijn in karaokedeelnemers uit uiteenlopende statusgroepen, hebben wij ervoor gekozen om hen uitsluitend te benaderen in de bruine kroegen, waar vrijwel iedere vrijdag- of zaterdagavond zowel hoog- als laagopgeleiden te vinden

zijn. Gedurende drie maanden in 2013 bezochten we¹ regelmatig twee karaoke-bars waar we talloze optredens zagen, spraken met zangers, gastheren, personeel en andere bezoekers, en soms ook zelf optraden. Tijdens onze bezoeken ontdekten we dat de hoger opgeleide performers meestal jonge vrouwen waren. Omdat we vooral geïnteresseerd waren in de relatie tussen cultureel kapitaal en de manier van consumeren of deelnemen, besloten we om ons voor de interviews te beperken tot vrouwen in de leeftijdsgroep van 20-35 jaar om zo mogelijke doorkruisende invloeden van leeftijd of gender te voorkomen. Wanneer we performers vroegen om deel te nemen aan ons onderzoek, gaven we aan geïnteresseerd te zijn in de verschillen manieren waarop mensen tegen karaoke aankijken. Aanvankelijk zeiden negentien jonge vrouwen bereid te zijn tot een interview plus het invullen van een korte vragenlijst waarmee een aantal achtergrondkenmerken in kaart werd gebracht. Desondanks reageerden acht van hen niet op onze latere berichten en zegden twee alsnog af. Onze analyse is daarom gebaseerd op interviews met negen deelnemers. Vier hiervan waren hoger opgeleid (hbo of universiteit) en vijf hadden een lager opleidingsniveau (beroepsonderwijs of middelbare school). Hoewel het totale aantal interviews beperkt is, bieden ze per stuk rijke informatie die ons in staat stelt om verschillende consumptiewijzen te analyseren.

De negen semigestructureerde interviews duurden tussen de 45 en 115 minuten, met een gemiddelde van één uur. We vroegen de respondenten onder meer wat ze leuk vonden aan karaoke, welke liedjes ze uitkozen, hoe ze deze uitvoerden, hoe ze de andere personen in de karaokebar zouden omschrijven, en in hoeverre karaoke paste bij de andere activiteiten die ze in hun vrije tijd ondernamen. We hanteerden open codering van de interviews, met nadruk op uitlatingen die betrekking hadden op de mate waarin men distantie of juist betrokkenheid vertoonde met betrekking tot karaoke (de consumptiewijze).

Alle interviews zijn getranscribeerd en samengevat om zicht te houden op de context van de citaten uit de gesprekken. Omdat we niet alleen op opleidingsniveau wilden leunen als indicator voor mate van cultureel kapitaal, vulden respondenten ook een vragenlijst in, gebaseerd op Ganzeboom en Ranshuysen (1994), waarin onder andere geïnformeerd werd naar het culturele gedrag van zowel de ouders of opvoeders van de respondent als de respondent zelf (zoals literatuur lezen en bezoek van toneelvoorstellingen en klassiekemuziekuitvoeringen) en de aanwezigheid van uiteenlopende culturele producten in huis (zoals lectuur of muziekdragers).²

- 1 Met 'we' worden Julia Peters, Lotte van der Jagt en Janna Michael bedoeld.
- 2 Een laagopgeleide deelnemer, Joyce, had veel ervaring met vormen van legitieme cultuur (musea, klassieke muziek en literatuur), zo bleek uit de vragenlijst. Ook bestond haar vriendengroep grotendeels uit hoger opgeleiden en uit de interviews bleek dat zij veel gemeen had met onze hoger opgeleide deelnemers. Dit suggereert dat opleidingsniveau geen noodzakelijke voorwaarde hoeft te zijn voor een leefstijl die ruimte biedt aan legitieme cultuur. De rest van de lager opgeleiden uit onze selectie had echter weinig tot geen affiniteit met hoge cultuur. Wanneer we de culturele achtergrond van de deelnemers ter sprake brengen, rekenen we Joyce daarom tot de vijf deelnemers met meer cultureel kapitaal en de overige vier tot de deelnemers met minder cultureel kapitaal.

Resultaten: distantie en betrokkenheid in de uitvoering en waardering van karaoke

We hebben niet getracht om de respondenten in ideaaltypen te passen, maar hebben hun opmerkingen juist afzonderlijk geanalyseerd. Op basis van de mate van betrokkenheid of distantie die de uitlatingen van de respondenten typeerde, vonden wij uiteindelijk drie typen houdingen tegenover karaoke: serieus, heimelijk serieus en ironisch. Het was al snel duidelijk dat onder respondenten met meer cultureel kapitaal binnen een en hetzelfde interview de aangegeven mate van betrokkenheid of distantie niet consistent was. Men schipperde met name tussen heimelijk serieus en ironisch, maar was zich van die inconsistentie vaak ook bewust. Niettemin vonden we systematische verschillen in gehanteerde discoursen, liedkeuzes, evaluaties van optredens en de eigen performances tussen respondenten met veel en weinig cultureel kapitaal.

Consumptiewijze 1: openlijk serieus

Serieuze waardering van karaoke typeerde al onze respondenten met weinig cultureel kapitaal. Onder 'serieus' moet hier worden verstaan: een neiging om (karaoke) te evalueren op een ondubbelzinnige, oprechte en betrokken manier. De serieuze liefhebbers waren zonder enig voorbehoud enthousiast over karaoke. De ernst waarmee zij deelnamen, werd zichtbaar in de volgende observaties: (1) er werd veel belang gehecht aan de technische aspecten van karaoke; (2) men wenste de eigen performance te verbeteren; (3) de eigen smaak stemde overeen met de uitgevoerde karaokenummers; (4) men hechtte veel waarde aan het oordeel van anderen over het eigen optreden; (5) karaoke had voor de deelnemer een oprechte emotionele lading; en (6) karaoke had een potentieel louterende werking (catharsis). Deze observaties worden hieronder toegelicht.

Om te beginnen toonden drie van de deelnemers met weinig cultureel kapitaal een welhaast professionele benadering van de *technische aspecten* van karaoke, zoals bleek uit de toewijding waarmee werd gewerkt aan zangtechnieken en het belang dat werd gehecht aan de kwaliteit van de geluidsapparatuur in de bar. Belicia³, een 32-jarige frequente karaokedeelnemer (2-3 keer per week) met een middelbare beroepsopleiding, 'volgt' de goede dj's naar verschillende bars om er zeker van te zijn dat de spullen in orde zijn: 'Als de microfoon of het geluid niet goed is, dan voel je je stem gewoon verpesten. Als je jezelf niet hoort zingen, als de boxen niet goed staan, dan ga je je stem forceren om te zingen en dat is gewoon vreselijk.' Jessica, een 23-jarige vrouw met middelbare beroepsopleiding en een tamelijk verwoed karaokezangeres (eens per week), warmt stevast haar stem op in de auto op weg naar de bar en houdt rekening met haar vocale bereik – 'je hebt niet veel nummers waarvan voor mij de toonhoogte goed is' – en daarom moet ze soms 'het couplet hoger pakken en het refrein lager. Het gaat dan wel, maar het nummer klopt dan niet.' Iris, een 32-jarige vrouw met een middelbare beroepsopleiding die eens per week aan karaoke doet, doet 'geen oefeningen, maar ik probeer het wel, zeg maar, met ademen en zo'.

3 Om anonimiteit te garanderen, wordt gebruikgemaakt van pseudoniemen.

Ten tweede bleken de serieuze deelnemers gericht op het voortdurend *verbeteren van hun performance*. Dit was weliswaar geen must, maar zeker nastrevenswaardig. Iris reflecteerde als volgt op nummers die haar vocale capaciteiten op de proef stellen: ‘Ook al heb ik het idee van “dit gaat hem niet worden, ik ga dit niet halen”, dan zeggen mensen wel zo van “Kom op! Je kan het wel!” Dat geeft me wel een goed gevoel. Dat geeft me ook het gevoel van, oké, de volgende keer doe ik het weer, maar dan iets beter.’ Miranda, een 21-jarige wekelijkse deelnemer met een mbo-opleiding die ‘eigenlijk helemaal verliefd ervan’ is sinds haar eerste karaoke-optreden, zei: ‘Ja ik wil wel beter worden. Van het begin tot nu zie je wel een hele vooruitgang met mijn stem.’

Ten derde kijken we naar de antwoorden op de vraag of de liedjes die worden uitgevoerd in de karaokebars passen bij de muziek die thuis wordt geluisterd. Iris zei hierover dat de nummers in het karaokeboek en wat ze thuis draait ‘gelijk, hetzelfde’ zijn. Op de vraag hoe ze nummers uit het karaokeboek koos, antwoordde Miranda in dezelfde strekking: ‘Je kijkt naar wat voor liedjes je thuis eigenlijk draait.’ Jessica gaf echter aan wat ‘onbekendere nummers’ te missen, bijvoorbeeld minder populaire nummers van Jennifer Lopez, maar ze ‘hebben eigenlijk alles wel’. Er is dus sprake van een grote *overeenstemming tussen de eigen smaak en de uitgevoerde karaokeliedjes*.

Ten vierde bleek deze groep ook gevoelig voor het *oordeel van anderen* over de eigen performance. Men hoopte aan bepaalde standaarden te voldoen. Iris gaf toe dat ze soms ‘o jee, gaat het wel goed?’ denkt wanneer het publiek haar raar aankijkt. Miranda vertelde dat ‘altijd als je weer een nieuw liedje gaat doen of je gaat met iemand zingen die veel beter kan zingen, dan is het toch wel weer een beetje dat je zenuwachtig bent: hoe ga ik klinken, ga ik voor lul staan’. Deze ernst werd echter snel genuanceerd door haar: ‘over het algemeen heb ik zoiets van het gaat om het plezier en niet om het performen [...] Dan denk ik wel van “schijt, het is karaoke en geen talentenjacht”.’ Hoewel deze deelnemers dus behoorlijk serieus met karaoke bezig zijn, moeten we hun toewijding niet altijd te zwaar opvatten. Ten vijfde zien we een grote mate van betrokkenheid en identificatie terug in de *emotionele lading* die karaoke kan hebben voor de openlijk serieuze deelnemers. Een goed optreden, van jezelf of iemand anders, kan de deelnemers diep raken. Jessica vertelt: ‘Je zingt bijvoorbeeld een nummer wat wat voor je betekent en dat nummer zit je op dat moment heel hoog en er komen emoties bij kijken. Dan probeer je er niet aan te denken en gewoon zo goed mogelijk te zingen, maar dan komt het er al stotterend uit.’ Ook Iris benadrukte de emotionele kracht van karaoke toen ze uitlegde waarom een bepaalde deelnemer haar favoriet was:

‘Ik vind het belangrijk als het me raakt, zeg maar. Het zijn wel niet hun liedjes, maar ik vind het wel heel mooi als iemand een nummer zeg maar heel mooi kan brengen [...] als hij zingt dan smelt ik gewoon. [...] Hoe hij gewoon een show neerzet, van “wow, hij gaat er echt voor”. Dat vind ik echt mooi.’

Dat via karaoke emoties kunnen worden vertolkt, blijkt ook uit het feit dat Iris, Miranda en Jessica alle drie aangeven soms een nummer te zingen met een speciale persoon in gedachten, meestal een geliefde of ex-vriendje: ‘*One and only* van

Adele is dan zeg maar voor iemand die ik, zeg maar, best wel leuk vond. Dus ja, als ik zing dan denk ik wel aan die persoon' (Iris).

Ten zesde blijkt het zingen van een emotioneel nummer ook een manier te zijn om met onverwerkte gevoelens om te gaan. Karaoke kan dus ook een *catharsische werking* hebben. Op de vraag waarom Iris graag in haar eentje nummers van Whitney Houston zong, antwoordde ze: 'Omdat ik m'n ei erin kwijt kan. Sommige teksten, ja, daar kan ik me wel in vinden.' Jessica was nog explicieter over deze louterende functie:

'Bij mij is bijvoorbeeld als ik ga zingen, dat is mijn ding om het te uiten, dus als ik iets niet weet hoe ik het moet verwoorden, dan heb ik wel een nummer dat het kan vertellen hoe ik me op dat moment voel. En dan, als je dan bijvoorbeeld met iemand daar zit en je kan het niet uitleggen wat je wil zeggen, dan zoek ik *dat* nummer wel uit, en dan zing ik dat wel. Dan snappen ze het misschien [...] Als je het zat bent, schreeuw je het er lekker uit. Dan ben je daarna lekker leeg, opgelucht, het is eruit.'

Indien vol overtuiging uitgevoerd, kan karaoke dus werken als een frisse douche die de negatieve emoties van de performer wegspoelt.

Al met al zijn onze minder cultureel kapitaalkrachtige deelnemers behoorlijk serieus met karaoke bezig. Dat wil echter niet zeggen dat er niets te lachen valt. Er wordt veel plezier beleefd aan het zingen of beluisteren van grappige kinderliedjes zoals de *Kabouterdans*, waarbij de tekst de dansbewegingen dicteert, of *Lief Klein Konijntje*. De reden voor dit vertier is echter altijd gelegen in het liedje zelf, dat overduidelijk niet serieus genomen kan worden en daarom ook directe aanleiding geeft tot komische vertolkingen.

Consumptiewijze 2: heimelijk serieus

Onze cultureel kapitaalkrachtiger deelnemers lieten allemaal wel op enig moment in het interview een bepaalde serieusheid zien met betrekking tot karaoke. Echter, in tegenstelling tot de deelnemers die overwegend of uitsluitend serieus met karaoke bezig waren, vertoonde deze groep een zekere weerstand tegen hun eigen ernst; zij waren hooguit heimelijk serieus. Dit type betrokkenheid werd zichtbaar in (1) beweren dat anderen serieuzer zijn dan de geïnterviewde zelf; (2) een ambivalente houding jegens de eigen serieusheid; en (3) gêne wanneer men zichzelf betrapt op een grotere overgave dan men eigenlijk wil tonen.

Met betrekking tot de eerste observatie is het interessant te zien dat, waar de populaire deelnemers terughoudend waren om de andere mensen in de bar te beschrijven wanneer we daarom vroegen, de cultureel kapitaalkrachtigen weinig aarzeling kenden en *de andere bezoekers vaak spontaan als 'serieus' bestempelden*. Nina, een 24-jarige universitaire studente met een grote affiniteit met legitieme cultuur die gemiddeld eens per twee maanden aan karaoke doet, viel het op dat in de karaokebar 'mensen best wel serieus waren [lacht]. Mensen die echt gewoon konden zingen zeg maar, en wij kunnen niet echt per se goed zingen maar gewoon lekker lol trappen met elkaar [...] we gaan gewoon schaamteloos zingen, en ja *that's it* eigenlijk.' Simone, een 25-jarige vrouw met een hbo-diploma die ook zo'n

zes keer per jaar deelneemt, beschreef de anderen als ‘mensen die het heel serieus doen [...] die sowieso niet lachen en het daarna erover hebben van “die ene noot ging wat minder” of “wat was er met jou aan de hand” of over die uithaal die zo lekker ging en zo’. Emma, een 28-jarige maandelijks deelnemer met een hbo-opleiding, vergelijkt haar vrienden met de overige bezoekers van de bar: ‘We nemen onszelf niet te serieus. Anders ga je niet naar de kara... Ja, er zijn mensen die zichzelf heel serieus nemen die daar aan het karaoken zijn, maar wij niet.’

Deze reflecties op de ‘serieuze’ groep getuigen van een zekere verbazing over de mate waarin zij karaoke ernstig nemen. Bij nader inzien is hun eigen positie echter minder eenduidig dan voorgaande citaten suggereren. We zien dat de wens om zich te onderscheiden van de groep die ze als ‘serieus’ bestempelen leidt tot *ambivalentie jegens hun eigen serieusheid* die af en toe de kop opsteekt. In termen van Goffman (1956) zouden we kunnen zeggen dat de deelnemers op het podium streven naar een zekere roldistantie, ofwel hun best doen om te laten zien dat ze hun rol van performer niet ernstig nemen. Daarmee scheppen zij niet alleen afstand tot het vertolkte liedje, maar tot het hele idee van karaoke als serieuze bezigheid. Dat lukt echter niet altijd. Zo vertrouwde Joyce, een 29-jarige maandelijks deelnemer die haar hbo-opleiding niet afrondde maar wel sterk geïnteresseerd is in legitieme cultuur, ons toe:

‘Eigenlijk wil ik dus wel goed worden, denk ik, toch wel stiekem. [...] “Ik wist niet dat jij zo’n goede stem had”, daar ga ik stiekem voor. [...] Ik doe alsof het niet serieus is, want ik maak er een soort lol van, maar uiteindelijk... Ik weet niet, ik denk dat we allemaal wel denken van “haha, grappig”, maar dat we allemaal best wel meer serieus zijn dan we toe willen geven.’

Joyce voelde de behoefte zich te verontschuldigen voor haar serieuze gepraat door te benadrukken hoe vreselijk dat eigenlijk was, zoals in dit fragment:

‘Klinkt altijd zo walgelig, maar ik merk altijd dat ik van zingen echt vrolijk word [...] [In de karaokebar] maakt het niet uit hoe je zingt of hoe je eruit ziet, maar... dit vind ik ook weer zo walgelig: je kan er helemaal jezelf zijn. Gádverdamme! [Licht hard] Maar het is wel zo!’

Joyce laat hiermee zien dat emotionele besmetting – ze wordt er vrolijk van en de bar is als een warm bad waarin ze zich geaccepteerd voelt – door karaoke eigenlijk *not done* is.

Ten derde zagen we dat heimelijk serieuze deelnemers op een onbewaakt moment wel eens de scheidslijn tussen heimelijk en openlijk serieuze deelname overschreden en zich daar vervolgens *enigszins voor schaamden*. Nina is zelf verbaasd over haar eigen serieusheid:

Nina: ‘Eigenlijk stiekem [wil ik] toch wel *for real* zingen zeg maar. Dus ik ben er wel bewust van dat, stiekem wil je toch wel gewoon echt goed zingen. [...] Dus ja ik vind zingen nog best wel leuk, en dat is de enige manier dat het gewoon ongegeneerd kan zonder dat iemand je echt *judget*.’

Interviewer: ‘En je had het net over serieuze mensen en mensen die het voor de lol doen. In hoeverre herken je jezelf in die twee groepen?’

Nina: ‘Toch wel denk ik stiekem ergens allebei wel. Ik wil heel graag dat het er als entertainment uitziet, dus als lol, en dat mensen zien dat het gewoon niet serieus bedoeld is allemaal, maar stiekem ergens, omdat je toch wel een beetje ergens bewust bent, ergens ben je je bewust over wat je doet, ook al laat je jezelf gaan, is het ergens natuurlijk ook wel een beetje serieus. [...] Dit is een soort van zelfrealisatie. Fuck! Misschien ben ik wel zo’n serieuze [lacht].’

Emma komt met een vergelijkbare bekentenis:

‘Soms, soms kan het wel eens zo zijn dat je er serieus in opgaat, zonder dat je het zelf merkt. Dat je denkt: “ah dit voelt lekker” of zo. En dan ben je helemaal niet bezig met grappig zijn. Dan ben je klaar en dan denk ik “volgens mij ging ik er net iets te serieus op in”, of zo. Maar dat is ook leuk als dat gebeurt.’

Simone zegt expliciet dat het serieus nemen van karaoke niet past bij mensen uit haar sociale omgeving: ‘Als iemand in mijn vriendengroep dat ook eigenlijk zou willen, dat serieus karaoken, dat ze het toch maar niet zouden zeggen. Want, ja, omdat wij, in onze cultuur is karaoke gewoon niet een serieus te nemen iets.’

Deze uitspraken laten zien dat er sprake is van een zekere *gêne*. Hoewel de zogenaamde serieuze deelnemers volgens hen te ver gaan, betrappen de hier aangehaalde deelnemers met meer cultureel kapitaal zichzelf erop dat ze soms even fanatiek op het podium staan en dat de oordelen van anderen hen niet koud laten. Het kan grappig zijn om dit te beseffen, maar het moet toch worden gepresenteerd alsof ze zichzelf op een onbewaakt moment hebben laten gaan, zodat het hen niet helemaal kan worden aangerekend.

Consumptiewijze 3: ironisch

Hoewel alle deelnemers met veel cultureel kapitaal enthousiast waren over karaoke – waarom zouden ze anders meedoen? – was de ambiguïteit nooit ver weg. De ironische houding ten aanzien van karaoke was, net als de heimelijk serieuze, voorbehouden aan deze groep en kwam bij ieder van hen naar voren. We illustreren deze houding aan de hand van de volgende acht samenhangende issues: (1) plezier staat bovenaan; (2) omdat karaoke niet aansluit op de echte eigen smaak; (3) waardoor de uitgevoerde nummers niet echt goed kunnen zijn; (4) zodat men niet al te hard zijn best moet doen; (5) er geen sprake kan zijn van oprechte emotionele betrokkenheid; (6) waardoor de nadruk ligt op vorm in plaats van inhoud; (7) waardoor de ernst van andere deelnemers als grappig wordt bestempeld; en (8) hoe slechter de performance, hoe leuker het is.

Het centraal stellen van *plezier* werd al snel duidelijk, want een van onze eerste vragen voor de deelnemers was waarom ze überhaupt aan karaoke deden. Alle deelnemers met veel cultureel kapitaal maakten duidelijk dat het hun puur om het amusement ging: ‘gewoon leuk en lachen’ (Simone), ‘echt een avondje lol’ (Joyce), ‘gewoon om een beetje lol te hebben, om een beetje dronken te worden, eigenlijk gewoon jezelf een beetje te laten gaan’ (Nina), en ‘karaoke gaat om de

entertainmentwaarde' (Olivia). Deze nadruk op plezier impliceert distantie tot deelnemers die karaoke serieus nemen.

Vervolgens werden er duidelijke grenzen getrokken tussen karaoke en de *eigenlijke smaak*. Gevraagd naar de mate waarin de nummers uit het karaokeboek overeenkwamen met haar eigen smaak, antwoordde Simone dat die nummers haar 'karaokesmaak' waren: 'Ik luister bijvoorbeeld in het echt niet naar Linda, Roos en Jessica of naar de Spice Girls op mijn iPod, maar voor karaoke wel!' Emma beweerde iets vergelijkbaars toen ze zei dat haar 'karaokesmaak gaat om de *guilty pleasures*, denk ik. En die draai ik ook wel thuis. Maar wat ik serieus goed vind, zul je nooit in de karaokebar tegenkomen.' Beide deelnemers distantiëren zich van karaoke als anders dan hun eigen smaak. Als Simone beweert dat ze 'in het echt' niet zal luisteren naar de liedjes die ze in de bar hoort, of wanneer Emma en Simone het hebben over een speciale 'karaokesmaak,' maken ze duidelijk dat hun 'eigenlijke zelf' zich niet met dit soort cultuur zou inlaten. Dit sluit aan op het idee van Sontag (1964: 3) dat '[m]any examples of Camp are things which, from a "serious" point of view, are either bad art or kitsch.' Maar gewapend met de ironische houding die hun distantie onderstreept, kunnen ze zich naar hartenlust in de karaokecultuur wentelen.

Ten derde volgt hieruit dat de in de bar *uitgevoerde nummers niet daadwerkelijke goed* gevonden worden. Olivia, een 24-jarige maandelijks deelnemer en academica met veel kennis van legitieme cultuur, vindt het 'niet echt bij [karaoke] passen of zo, dat je zo'n serieuzer nummer doet. [...] Ja ik denk dat het *awkward* is. Omdat het voor mij geen grappige liedjes zijn, en ik kies wel eerder denk ik grappige liedjes uit. [...] Het moet wel een soort van grappig zijn.' Emma meent ook 'dat dat minder leuk werkt. Want dan wordt het al heel snel serieus, denk ik. Het is juist leuk om die *guilty pleasures* te doen [...] Dus dan is zo'n karaokeplek, zo'n karaokebar, is dan perfect.' En nadat Nina ons had verteld over een van haar lievelingsperformers, Frank Ocean, zei ze: 'Ik zou dat niet willen zingen in een karaokebar bijvoorbeeld. Dat is wat serieuzer. Ik zou niet zo'n behoefte hebben om dat daar te zingen.'

Ten vierde leidt het niet serieus nemen van het eigen optreden ertoe dat de deelnemers *niet erg hun best doen*. Joyce zegt: 'Ik kan me ook niet voorstellen dat ik een nummer serieus zou zingen. Ik kan ook niet zo goed heel serieus zijn', wat mogelijk ook duidt op ironie als bredere levenshouding. Anders dan voor de serieuze deelnemers, is het idee dat de kwaliteit van de geleverde prestatie er veel toe doet op zichzelf al lachwekkend voor degenen met meer cultureel kapitaal. Gevraagd of ze haar performance graag zou verbeteren, schoot Olivia in de lach en antwoordde: 'Grappige vraag. Eh, ja, nee ik hoef niets te verbeteren [...] Het is niet dat ik klaar ben en daarna denk: "Kut, dit had beter gekund" [lacht].' Emma reageerde in gelijksoortige termen: 'Als het kut gaat, maakt het me ook niet uit. Het is niet dat ik van te voren denk van "o als ik die noot maar haal" of zo, nee, het boeit me allemaal niet zoveel [lacht] [...] Het zou heel grappig zijn als dat wel zo zou zijn! [lacht].'

Ten vijfde zien we dat er, anders dan bij de serieuze deelnemers, *geen sprake mag zijn van emotionele betrokkenheid*. Emma zei: 'Het gebeurt niet zo vaak dat iemand je raakt, of zo. Dat gebeurt bijna nooit. Heb ik nog niet echt meegemaakt.' Olivia

kon het wel waarderen wanneer een optreden 'een beetje sentiment opwekt' maar benadrukte: 'Het is meer een soort van, dat je denkt "ahhh", zo. Een soort van sentiment. Dat vind ik er dan leuk aan, om naar te kijken.' Deze deelnemers hebben dus niets tegen emotionele vertolkingen, zolang het maar niet de bedoeling is dat ze serieus geraakt worden. Joyce beschrijft zichzelf als iemand die 'altijd lekker voor de drama ga[at], altijd. En onze vrienden ook. [...] Ik denk dat we wel gewoon van een beetje emotie houden, want die leggen we er ook zeker in!' Op de vraag hoe ze die emotie in haar optreden legt, antwoordde ze: 'Ik heb nogal een gevoel voor dramatiek. Dus met m'n gebaren en ad-libs kan ik er wel emotie in leggen. Ik had ook echt naar de toneelschool gemoeten.' Emma gaf de voorkeur aan ballads en zong die bij voorkeur 'overdreven geëmotioneerd. Ballads zijn heel emotioneel of zo. Dat vind ik denk ik het leukst. Van die... eh... ja... van die trantrekkers!' Op de vraag of ze die emoties ook echt zelf voelde, antwoordde ze:

'Nou, nee, niet op die manier zo, maar het is wel lekker om te doen alsof. Ja. Daar kan ik dan ook wel weer de humor van inzien. Al zou ik bijvoorbeeld een ballad uitkiezen, dan ga je niet heel serieus, of wel, maar het gaat er in ieder geval om dat mensen het grappig vinden. Je gaat niet proberen zo goed mogelijk te zingen. [...] Het gaat wel vaak om denk ik bewegingen alsof je pijn hebt of zo [grijpt naar haar hart]. Ja, het is wel met een knipoog natuurlijk. Ik ga daar niet alsof ik bij de X-factor op het podium sta, of zo'.

Wanneer emoties aan bod komen, worden deze dus flink aangedikt als *vormaspect* van het optreden. De emotionele performances van Joyce en Emma zijn *over-the-top* omdat ze op theatrale wijze gevoelens uiten via hun stemgebruik en bepaalde bewegingen, waarmee de potentiële ernst van het vertolkte effectief om zeep wordt geholpen. Dergelijke performances worden schijnbaar vol overgave neergezet, 'but cannot be taken altogether seriously because it is "too much"' (Sontag 1964: 7). De distantie die wordt ingebouwd door deze kunstmatigheid 'incarnates a victory of "style" over "content", "aesthetic" over "morality", of irony over tragedy' (ibid.: 10). Anders dan bij Bourdieu, die het stellen van vorm boven functie noemt als deel van de habitus van de culturele elite, ligt hier de nadruk op vorm om aan te geven dat de inhoud niet serieus kan worden genomen. De ironische deelnemers getuigen met hun nadruk op vormelementen niet van een nuchtere, intellectuele benadering; bij hen staat de nadruk op vorm juist ten dienste van de spot of de kolder. Cultureel kapitaal wordt hier juist getoond in het niet serieus nemen van de vorm omdat de inhoud een dergelijke ernst niet rechtvaardigt. Ten zevende blijkt dat men het *grappig of amusant vindt als anderen wel serieus performen*. Seriusheid moet juist worden vermeden bij karaoke, zoals we ook zien bij Sontag (1964: 10) die stelt dat '[t]he whole point of Camp is to dethrone the serious. Camp is playful, anti-serious.' Toch blijkt ook hier dat het wel mogelijk is om de ernst van andermans optreden te waarderen. Vanuit de ironische blik kan hun serieuze benadering grappig zijn:

'Iedereen was daar [in een karaokebar in Amsterdam] gewoon echt om de beurt, zaten ze zo op een kruk te wachten tot ze aan de beurt waren, en dan

gingen ze echt héél serieus zingen en dan weer zo op die kruk zitten [lacht]. [...] En dan doen ze van die nummers dat ze echt van die uithalen hebben. Dat vind ik grappig. [lacht] Dat is heel grappig.’ (Olivia)

Tijdens een bezoek aan de bar zagen we dat Emma een optredend stel aan het filmen was. Gedurende het interview vroegen we haar waarom en zij antwoordde:

‘Dat vind ik dan weer te gek, want die waren jongere mensen dan wij, een jaar of 20 of zo, misschien 19. Je zou denken dat die jonge mensen er heen zouden gaan om gek te doen en om te drinken, maar het waren twee stelletjes die super serieus gingen zingen en ook boos werden als de ene het niet goed deed. En ergens denk ik dan “huh?”. Dat begrijp ik dan niet. En ook vind ik het weer interessant. Dat vind ik dan geestig om te zien.’

Tot slot werd duidelijk dat de criteria waarmee karaokeoptredens worden beoordeeld sterk verschillen van de normen die men hanteert bij het evalueren van zaken die men meer oprecht waardeert. *Hoe slechter het optreden, hoe leuker het is.* Joyce zei daarover: ‘Ik vind het vooral grappig als iemand nogal vals zingt en zeg maar hele heftige ballads of zo, of iemand die veel te veel zijn best doet.’ Olivia, Emma en Joyce waarden in feite een karikatuur: ze proberen niet zich in te leven in hoe degene die optreedt zich werkelijk voelt, maar kunnen wel plezier beleven aan een abstract idee van emotie als iets geinigs of als een esthetische toevoeging. De ironische waardering voor deze performances ligt in ‘the sensibility of failed seriousness’ (Sontag 1964: 10). Daar waar emoties om de hoek komen kijken, worden deze al snel als kunstmatig of puur vormaspect op afstand gehouden, waarmee de ironische deelnemers zichzelf gerieflijk vrijwaren van elke serieuze betrokkenheid of identificatie. Emma verwees nog het meest expliciet naar deze klassieke aantrekkingskracht van ironie, die neerkomt op ‘hoe slechter hoe beter’: ‘Het is gewoon: hoe kutter het gaat, hoe leuker wij het vinden. Het werkt andersom. Het werkt echt andersom. Hoe beter iemand is, hoe minder leuk wij het vinden.’ Dit hoe-slechter-hoe-beter-idee strekt zich uit voorbij het optreden tot aan de gehele sfeer in de bar, want:

‘Het ziet er niet uit! Het is heel kitsch, maar ook dat vinden we leuk, weet je wel. [...] Ik weet niet, hoe treuriger het om ons heen werd, hoe vrolijker wij werden. Dat is echt heel erg, eigenlijk. Ja, leedvermaak, misschien een beetje. Dat is het ook wel hè, eigenlijk? Het is wel een beetje leedvermaak, karaoke.’

Conclusie en discussie

Het doel van de gepresenteerde analyse is om bij te dragen aan de literatuur over culturele activiteiten en smaakpatronen door aandacht te besteden aan consumptiewijze en de implicaties die dit heeft voor het denken over culturele voorkeuren, esthetische disposities en de relatie hiertussen (zie ook Van Eijck 2015). In onze interviews met Rotterdamse karaokedeelnemers bleken diegenen met relatief

weinig cultureel kapitaal geen onderscheid te maken tussen hun echte muzieksmaak en hun karaokesmaak en onomwonden aan te geven dat ze diep geraakt konden worden door de optredens van zichzelf en anderen. Karaoke was voor hen een serieuze aangelegenheid. Niet alleen paste karaoke uitstekend bij hun smaakvoorkeuren; wanneer ze spraken over hoe zij hun emoties inzetten in karaoke, lieten ze zien dat karaoke sowieso goed paste bij hun identiteit. Zij hadden geen behoefte om de ervaren emoties te verpakken in een discours dat blijk moest geven van enige afstand tot de karaokepraktijk of waarmee hun waardering moest worden verhuld of gerelativeerd.

Deelnemers met meer cultureel kapitaal waren daarentegen ambivalent in hun verhouding tot karaoke. Allemaal vonden ze het nodig om in te gaan op de ernst waarmee anderen of zijzelf met karaoke bezig waren, waarbij de ernst van de ander als vreemd, fascinerend of hilarisch werd gezien en hun eigen serieuzeheid als iets gènants of iets dat moest worden verhuld via overdrijving. Deze deelnemers waren soms heimelijk serieus en soms ironisch in hun optredens en hun visie op karaoke, in beide gevallen uiting gevend aan een zekere distantie tot deze cultuurvorm. Het heimelijk serieuze kwam tot uiting in het feit dat ze vaak op enig moment zo in hun optreden opgingen dat ze als het ware 'vergeten' dat het de bedoeling was om er iets gekks van te maken. Niettemin waren ze erg terughoudend in het tonen van echte identificatie met de activiteit. Zodra hun manier van performen van – en spreken over – karaoke serieus dreigde te worden, lieten ze merken dat ze zich bewust waren van de misplaatstheid van die ernst, spraken erover alsof ze iets opbiechtten, of staken de draak met zichzelf vanwege dat zogenaamd serieuze gedoe. Het feit dat ze zo reflecteren op de mate waarin ze serieus zijn in hun karaoke, is op zichzelf al opvallend. Het laat zien dat ze het als iets eigenaardigs zien, iets dat eigenlijk niet bij hen past en daarom expliciet verantwoord moet worden. Deze deelnemers toonden op deze manier een hoge mate van reflexiviteit waar het hun performances betrof en wat die zeiden over hun identiteit. Dat geeft aan dat distinctie nog steeds belangrijk is voor hen. Wanneer hun culturele activiteiten niet stroken met de culturele status die zij zichzelf toeschrijven, dan brengen hun culturele praktijken of consumptiewijzen alsnog uitkomst.

Het gebruik van ironie in de waardering van karaoke door de meer cultureel kapitaalkrachtige deelnemers in onze studie fungeert als de knipoog of de opgetrokken wenkbrauw die toont dat men weliswaar plezier beleeft aan een bepaalde cultuurvorm, maar dat men er niet serieus aan verknocht is. We zien dit ook in de grote verschillen in de frequentie waarmee de geïnterviewden aan karaoke doen. De deelnemers met minder cultureel kapitaal zijn beduidend vaker in de karaokebar te vinden dan degenen met meer cultureel kapitaal. Op basis van de beschikbare data kunnen we niet uitsluiten dat de gevonden verschillen in consumptiewijze mede door de frequentie van deelname worden veroorzaakt. Toch lijkt dat onwaarschijnlijk, juist omdat de verschillen in cultureel kapitaal zo sterk met deelnamefrequentie samenhangen. Dat suggereert namelijk dat cultureel kapitaal tegelijk de wijze en frequentie van deelname bepaalt omdat het omgekeerde, waarbij frequentie van karaokedeelname het cultureel kapitaal zou bepalen, zeer onwaarschijnlijk is. Wel is denkbaar dat de frequente deelnemers zich steeds

serieuzer op karaoke gaan toeleggen, zoals we zien bij Belicia die de dj's met de beste geluidsapparatuur volgt en Miranda die graag steeds beter wil worden. In die zin zullen de bestaande verschillen in consumptiewijze tussen deelnemers met meer en minder kapitaal mogelijk versterkt worden door de verschillen in frequentie van deelname, maar ze zullen er niet door worden veroorzaakt. De ironische houding van de deelnemers met meer cultureel kapitaal toont aan dat zij karaoke als laag classificeren, zelfs als ze er stiekem echt van genieten. Ironische consumptie maakt het mogelijk om van twee walletjes te eten omdat het tegelijk uiting geeft aan culturele openheid *en* culturele superioriteit. Nu de culturele hiërarchie steeds minder eenduidig wordt, kan ironie de cultuurconsument helpen om toch nog grenzen te trekken, aangezien de meesten wel een aardig idee hebben welke cultuur legitiem geacht wordt en welke niet. Dit kan op twee manieren bereikt worden, die allebei aan lijken te sluiten bij de these van Bourdieu (1984). Ten eerste laat de beperkte betrokkenheid van de ironicus een esthetische distantie zien, ten tweede sluit de ironische consumptiewijze aan bij het idee dat '[i]n fields where there is great overlap in the objects consumed, to consume in a "rare" distinguished manner requires that one consumes the same categories in a manner inaccessible to those with less cultural capital' (ibid.: 282). Hoewel Bourdieu hier met '*rare*' verwijst naar een connoisseurschap dat alleen bereikbaar is voor cultureel ingewijden, kunnen we deze term ook opvatten als manier die laat zien dat men eigenlijk wel beter weet. Dat kan door karaoke te beoordelen aan de hand van een alternatieve set van criteria die Sontag (1964: 10) beschreef als 'the sensibility of failed seriousness', waarmee men zich door de manier van consumeren boven de gemiddelde deelnemer of liefhebber stelt. Via ironische consumptie of waardering kunnen hiërarchieën van legitimiteit tijdelijk genegeerd of zelfs omgekeerd worden. Men laat de 'echte' smaak achter zich, omdat die niet aansluit op de tijdelijke sociaal-culturele ruimte die de ironicus voor zichzelf heeft gecreëerd. De context van de karaokebar biedt een soort stolp waaronder men zich met dubieuze cultuur mag vermaken zonder erdoor 'besmet' te raken. Het ironische masker verleent de drager de vrijheid om te gaan en staan waar hij of zij wil (Kierkegaard 2001) en dat maakt de ironische consumptiewijze zeer geschikt voor hedendaagse culturele omnivoren, aangezien zij graag culturele grenzen overschrijden.

Gegeven het verband tussen concepten als omnivoriteit, openheid, eclecticisme en kosmopolitisme enerzijds en cultureel kapitaal anderzijds (Prieur et al. 2008; Van Eijck en Lievens 2008), kunnen we vermoeden dat het gebruik van ironie ook op andere terreinen samenhangt met sociale ongelijkheid vanwege zijn distinctieve werking. Het onderzoek naar humorstijlen van Kuipers (2001; zie ook Friedman en Kuipers 2013) bevestigt dit vermoeden. Hoger opgeleiden omschrijven iemand met een goed gevoel voor humor als 'geestig of gevat: goed met taal, ad rem, snel met spontane geestige of humoristische opmerkingen en bij voorkeur met een ironische, niet te nadrukkelijke toon' (Kuipers 2001: 121). Zelfspot en relativisering spelen hierbij een belangrijke rol, net als bij onze ironische en – vooral – heimelijk serieuze karaokedeelnemers.

Manieren van consumeren of gradaties van betrokkenheid en distantie jegens culturele objecten en praktijken bieden nog weinig bestudeerde, en mogelijk zeer

subtiele, manieren om uiting te geven aan smaakvoorkeuren en te definiëren wat men verstaat onder legitieme en niet-legitieme vormen van cultuur. Omdat distinctie tegenwoordig (ook) via meer indirecte, subtiele praktijken gestalte krijgt, moeten we op zoek naar nieuwe uitingsvormen van sociale onderscheiding die van belang zijn in de hedendaagse context (zie ook Daloz 2013), zoals ironie. Ironie komt in onze analyse naar voren als een houding die bij uitstek bruikbaar lijkt voor een karakterisering van steeds ongrijpbaarder lijkende cultuurconsumenten, omdat het licht werpt op smaak- en gedragspatronen die op het eerste gezicht weinig samenhang vertonen. De ambiguïteit van ironie kan worden gebruikt om intellectuele en culturele superioriteit te etaleren tijdens consumptie van lage cultuur, zonder al te bot en direct op anderen af te geven, wat belangrijk is aangezien dat laatste van een steeds minder geaccepteerde vorm van snobisme getuigt (Holt 1997; Van den Haak 2014). Onze analyse benadrukt dat ironie niet een simpele afwijzing van cultuur behelst, maar een zekere haat-liefdeverhouding en dit gegeven roept onderzoekers die werken met deze term op om meer oog te hebben voor de ambiguïteit van dit begrip. Ironische consumptie balanceert tussen afkeer en waardering en die waardering maakt het, hoewel tot hun eigen verbazing, niet verwonderlijk dat onze cultureel kapitaalkrachtige participanten van tijd tot tijd kantelden en zich ontpopten als oprechte karaokeliefhebbers, hetgeen zij vervolgens liever verborgen of waarvoor ze zich verontschuldigden. Daarom kent de ironicus verschillende gezichten en is zij of hij, zoals Kierkegaard (2001) ook stelde, haast ongrijpbaar; soms daadwerkelijk ironisch en soms alleen gebruik makend van ironie om weg te komen met voorkeuren die zich moeilijk anders laten verdedigen. En eigenlijk illustreert die ongrijpbaarheid precies waar ironie over gaat en waarom het zo goed past bij de hedendaagse cultuurconsument.

Literatuur

- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Londen: Methuen.
- Atkinson, W. (2011) The context and genesis of musical tastes: Omnivorousness debunked, Bourdieu buttressed. *Poetics*, 39: 169-186.
- Benzecri, C. en R. Collins (2014) The high of cultural experience: Toward a microsociology of cultural consumption. *Sociological Theory*, 32: 307-326.
- Berghman, M. en K. van Eijck (2011) Patronen van waardering voor beeldende kunst: Horizontale en verticale culturele grensoverschrijdingen. *Sociologie*, 5: 376-405.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bryson, B. (1996) Anything but heavy metal: Symbolic exclusion and musical dislikes. *American Sociological Review*, 61: 884-899.
- Colebrook, C. (2002) *Irony in the work of philosophy*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Daloz, J.P. (2013) *Rethinking social distinction*. New York: Palgrave Macmillan.
- Daenekindt, S. en H. Roose (2014) Ways of preferring: Distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption. *Journal of Consumer Culture*, in press: DOI: [10.1177/1469540514553715](https://doi.org/10.1177/1469540514553715).
- Dickie, G. (2011[1964]) The myth of the aesthetic attitude. In: S.M. Cahn en A. Meskin (red.) *Aesthetics: A comprehensive anthology*. Oxford: Blackwell Publishing, 455-465.

- Drew, R. (2001) *Karaoke nights: An ethnographic rhapsody*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Drew, R. (2005) Once more, with irony: Karaoke and social class. *Leisure Studies*, 24: 371-383.
- Eijck, K. van (2000) Richard A. Peterson and the culture of consumption. *Poetics*, 28: 207-224.
- Eijck, K. van (2015) Culturele leefstijlen: It ain't what you do it's the way that you do it. *Sociologos*, 36: 26-44.
- Eijck, K. van en J. Lievens (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.
- Elias, N. (1990) *Het civilisatieproces: Sociogenetische en psychogenetische onderzoekingen*. Utrecht: Het spectrum.
- Fornäs, J. (2005) Filling voids along the byway: Identification and interpretation in the Swedish forms of karaoke. In: S. Hosokawa, S. en T. Mitsui (red.) *Karaoke around the world: Global technology, local singing*. Londen: Routledge, 115-134.
- Friedman, S. en G. Kuipers (2013) The divisive power of humour: Comedy, taste and symbolic boundaries. *Cultural Sociology*, 7: 179-195.
- Ganzeboom, H. en L. Ranshuysen (1994) *Handleiding publieksonderzoek culturele instellingen*. Amsterdam: Boekmanstichting.
- Goffman, E. (1956) *The presentation of self in everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Center.
- Haak, M. van den (2014) Disputing about taste: Practices and perceptions of cultural hierarchy in the Netherlands. *Amsterdam: UvA*.
- Holt, D.B. (1997) Distinction in America? Recovering Bourdieu's theory of taste from its critics. *Poetics*, 25: 93-120.
- Holt, D.B. (1998) Does cultural capital structure American consumption? *Journal of Consumer Research*, 25: 1-25.
- Hosokawa, S. en T. Mitsui (red.) (2005) *Karaoke around the world: Global technology, local singing*. Londen: Routledge.
- Howey, R.L. (1975) Some reflections on irony in Nietzsche. *Nietzsche Studien*, 4: 36-51.
- Hutcheon, L. (1994) *Irony's edge: The theory and politics of irony*. Londen: Routledge.
- Kelly, W.H. (2005) The adaptability of karaoke in the United Kingdom. In: S. Hosokawa, S. en T. Mitsui (red.) *Karaoke around the world: Global technology, local singing*. Londen: Routledge, 81-98.
- Kierkegaard, S. (2001 [1841]) *Ironie*. Amsterdam: Boom.
- Kuipers, G. (2001) *Goede humor, slechte smaak; Nederlanders over moppen*. Amsterdam: Boom.
- Lizardo, O. (2008) The Question of Culture Consumption and Stratification Revisited. *Sociologica*, 2: 1-31.
- Magill, R.J. (2007) *Chic Ironic Bitterness*. Michigan: University of Michigan Press.
- McCoy, C.A. en R.C. Scarborough (2014) Watching 'bad' television: Ironic consumption, camp, and guilty pleasures. *Poetics*, 47: 41-59.
- Moser, W. (1984) The factual in fiction: The case of Robert Musil. *Poetics Today*, 5: 411-428.
- Ollivier, M. (2008) Modes of openness to cultural diversity: Humanist, populist, practical, and indifferent. *Poetics*, 36: 120-147.
- Peterson, R.A. en R.M. Kern (1996) Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61: 900-907.

- Peterson, R.A. en A. Simkus (1992) How musical tastes mark occupational status groups. In: M. Lamont en M. Fournier (red.) *Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality*. Chicago: University of Chicago Press, 152-186.
- Prato, P. (2005) From TV to holidays: Karaoke in Italy. In: S. Hosokawa, S. en T. Mitsui (red.) *Karaoke around the world: Global technology, local singing*. Londen: Routledge, 99-114.
- Prieur, A., L. Rosenlund en J. Skjott-Larsen (2008) Cultural capital today: A case study from Denmark. *Poetics*, 36: 45-71.
- 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.
- Roose, H., K. van Eijck en J. Lievens (2012) Culture of distinction or culture of openness? Using a social space approach to analyze the social structuring of lifestyles. *Poetics*, 40: 491-513.
- Rorty, R. (2007) *Contingentie, ironie en solidariteit*. Kampen: Uitgeverij Ten Have.
- Schiermer, B. (2014) Late-moderns hipsters: New tendencies in popular culture. *Acta Sociologica*, 57: 167-181.
- Sontag, S. (1964). *Notes on 'Camp'*. Op 12 oktober 2013 ontleend aan www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/theory/sontag-notesoncamp-1964.html.