

De openheid van de omnivoor

De sociale structurering van culturele leefstijlen in Vlaanderen

Henk Roose, Koen van Eijck & John Lievens¹

1. Inleiding

De interesse in Bourdieus empirische voorstelling van de sociale ruimte neemt de laatste jaren toe. Zo wordt Multipele Correspondentie Analyse (MCA)² na tientallen jaren van betrekkelijke obscuriteit opnieuw steeds vaker naar voren geschoven als een geschikte methode om de samenhang tussen structurerende dimensies van culturele leefstijlen en sociale achtergrondkenmerken te visualiseren (Bennett *et al.* 2009; Blasius & Friedrichs 2008; Blasius & Mühlichen 2010; Coulangeon & Lemel 2007; Prieur *et al.* 2008; Roose & Vandenhoute 2010). Voor Bourdieu impliceren centrale concepten als homologie, veld of habitus immers dat gedrag moet worden begrepen vanuit iemands positie in de sociale ruimte, alsmede vanuit het historische traject dat tot die positie heeft geleid. Zulke posities krijgen pas betekenis wanneer ze worden gezien in de context van het geheel aan mogelijke posities binnen de sociale ruimte; hoe is men gepositioneerd ten opzichte van anderen? Bourdieu was in zijn empirisch werk een groot voorstander van correspondentie-analyse, want deze methode “thinks in relations, as I try to do with the concept of field” (Rouanet *et al.* 2000, 8).

Cultuur ‘denken’ in termen van relaties – of patronen – kan op verschillende manieren worden vertaald naar empirisch onderzoek. Naast het analyseren van de sociale leefstijlruimte met behulp van geometrische technieken als MCA (Bourdieu 1984), kan ook een beroep worden gedaan op relationele analyses voor het bestuderen van sociale instituties of culturele betekenisssystemen via technieken die aanvankelijk ontworpen zijn voor sociale netwerkanalyse (zie bijvoorbeeld De Nooy 2003; Mohr & White 2008). Ook in die voorbeelden wordt, net als bij MCA, de dimensionaliteit van symbolische ruimtes vastgelegd. En net als bij MCA leidt dit tot resultaten die het individuele niveau overstijgen; de onderliggende dimensies die de sociale ruimte structureren worden pas zichtbaar wanneer de respondenten ten opzichte van elkaar gepositioneerd worden. Om

deze dimensies helder in het vizier te krijgen, is gedetailleerde informatie over de leefstijlen van de respondenten nodig. De mogelijkheid om met grote aantallen variabelen om te gaan is daarom een andere eigenschap die MCA bij uitstek geschikt maakt voor het blootleggen van deze dimensionaliteit. Bovendien stelt MCA geen specifieke eisen aan het meetniveau van de variabelen.

Deze bijdrage heeft twee doelstellingen. Allereerst zullen we MCA gebruiken om de culturele leefstijlruimte in Vlaanderen in kaart te brengen en leefstijlpatronen te koppelen aan socio-economische achtergrondkenmerken. Ten tweede willen we met onze empirische analyse aantonen dat de idee van omnivoriteit en het vervagen van de symbolische grenzen tussen hoge en lage cultuur heel wat complexer en gelaagder is dan voorheen verondersteld werd. Via MCA kunnen we meer bepaald nagaan of omnivoriteit – ofwel het liefhebberen in een brede waaier van culturele uitingen over de grenzen van hoge en lage cultuur heen – niet slechts één manifestatie is van zogenaamde culturele openheid, een verlangen om met nieuwe en/of diverse culturele uitingen in contact te komen (cf. Prieur *et al.* 2008). Omnivoriteit is mogelijk slechts de manifestatie van die culturele openheid bij één sociale categorie, bijvoorbeeld de ‘jonge’ hoogopgeleiden (Vander Stichele & Laermans 2006). Culturele openheid zou zich bij andere categorieën op een verschillende manier in cultureel gedrag kunnen manifesteren (Lahire 2008). Met andere woorden, Lahire heeft een punt als hij stelt dat “practices and tastes are in no way equivalent” (Lahire 2008, 182)?

2. Het uittekenen van de sociale ruimte

De invloed van Bourdieus *Distinction* (1984) op culturele en sociologische theorievorming kan nauwelijks worden overschat. Des te opmerkelijker is dat zijn empirische benadering weinig weerklank heeft gevonden. Bourdieus data en analyses zijn door sommige auteurs sterk bekritiseerd vanwege onduidelijkheden of tekortkomingen (Chan & Goldthorpe 2007; Prieur *et al.* 2008). Hoewel we deze kritiek niet terzijde willen leggen, lijkt een minstens zo belangrijke reden voor het geringe gebruik van MCA gelegen in het feit dat Bourdieus conceptualisering van de sociale werkelijkheid – als een door en door relationeel systeem van overeenkomsten en verschillen in plaats van absolute posities – niet goed is vertaald of begrepen in studies buiten Frankrijk die op zijn werk geïnspireerd zijn. Bourdieus denken over de processen die de koppeling tussen habitus en sociale structuur bewerkstelligen, is dan ook behoorlijke complex. Door te focussen op de dialectische relatie tussen het ‘objectivistische’ en het ‘subjectivistische’ moment in de structurering van de sociale ruimte, trachtte hij (1989) de tegenstelling tussen deze ‘gepaarde concepten’ te overstijgen. De habitus is volgens Bourdieu een conceptueel knooppunt dat de objectieve structuur van de sociale ruimte koppelt aan het standpunt van het individu. Smaken, waarden, of ideeën worden tegelijk gestructureerd door objectieve posities *en* gebruikt om deze posities te legitimeren

of te reproduceren. Er is dus sprake van een wederkerige structurering die zich volgens Bourdieu minder goed leent voor een methodologische benadering die een scherp onderscheid veronderstelt tussen bijvoorbeeld klasse en leefstijl in termen van onafhankelijke en afhankelijke variabelen, zoals wel gebruikelijk is in het gangbare sociologische onderzoek naar de relatie tussen sociale stratificatie en culturele consumptie (zie ook Zeedijk & Smits 2010, 114-119).

Zijn relationele benadering verklaart ook zijn grote terughoudendheid in het gebruik van klassencategorieën die vooraf zijn gedefinieerd door onderzoekers. Mensen die tot categorieën behoren die statistisch of per definitie zijn vastgelegd, vormen geen echte groepen. Tegelijk kunnen zulke classificaties niet worden opgevat als enkel operationele indelingen die objectieve verschillen vertegenwoordigen (*ibidem*, 15; zie ook Weinger 2005). Processen van classificatie zijn op zichzelf cruciaal in het werk van Bourdieu, juist vanwege hun grote (weliswaar grotendeels impliciete) invloed op de perceptie en evaluatie van de sociale wereld. Sociologen zijn zelf evengoed onderworpen aan de invloed van de classificaties die uit hun analyses voortvloeien, dus ook in hun eigen werk speelt dit een grote rol. MCA voorkomt dit probleem door niet uit te gaan van vooraf gemarkeerde sociale categorieën en door te werken met relatieve in plaats van absolute posities in een multidimensionele culturele ruimte die wordt geconstrueerd. Dus, zowel vanuit een theoretisch als vanuit een empirisch-analytisch perspectief stelt Bourdieu dat de sociale werkelijkheid moet worden begrepen door het bestuderen van relatieve posities, niet door uit te gaan van absolute verschillen tussen vooraf gedefinieerde groepen.

Het valt niet mee om dit idee helder te communiceren naar de buitenwacht, aldus Bourdieu. Ter illustratie verwijst hij naar de plaatjes op basis van MCA's in *Distinction*: "the different fractions of the dominant class will be read as a description of the various lifestyles of these fractions, instead of an analysis of locations in the space of positions of power" (Bourdieu 1989, 16). Wanneer er op deze manier naar gekeken wordt, vreest hij dat het zichtbare datgene waardoor het wordt gedetermineerd (het onzichtbare), aan het oog onttrekt (*ibidem*, 1). Inderdaad, het meeste leefstijlonderzoek dat zijn inspiratie vindt bij Bourdieu, kiest voor de meer substantiële, absolutistische benadering, waarbij afgelijnde sociale categorieën worden gekoppeld aan afhankelijke variabelen die elementen van culturele smaken of voorkeuren representeren. Bourdieus relationele benadering vraagt om een constructie van de sociale ruimte waarbij geen beroep wordt gedaan op vooraf gecodeerde sociaaleconomische indicatoren. Zelf brengt Bourdieu de leefstijlruimte in kaart zonder gebruik te maken van zulke geobjectiveerde indicatoren van de sociale structuur. Sociale posities of beroepsklassen worden pas in een later stadium aan het plaatje toegevoegd, zonder de structurering van de culturele indicatoren te beïnvloeden (Rouanet *et al.* 2000). De homologe relatie tussen de culturele en de sociale ruimte is dus geen artefact van de analyse, aangezien beide autonoom empirisch geconstrueerd zijn.

Het homologieconcept is behoorlijk omstreden en velen zijn ervan overtuigd dat de aansluiting tussen de sociale en de culturele ruimte veel minder hecht

is dan Bourdieu lijkt te suggereren (Beck & Beck-Gernsheim 2002; Pakulski & Waters 1996). Leefstijlen lijken steeds moeilijker te koppelen aan sociale posities en mensen ervaren een toenemend gevoel van individuele vrijheid (Elchardus, 2009). Niettemin tonen empirische studies stevast aan dat culturele leefstijlen nog altijd sterk sociaal gestratificeerd zijn (Chan 2010; DiMaggio & Mukhtar 2004; Van Eijck & Bargeman 2004). Een mogelijke verklaring voor deze ogenschijnlijke paradox is dat de empirische indicatoren waaraan status of prestige wordt toegerekend aan continue verandering onderhevig zijn, waardoor vergelijkingen van specifieke consumptie- of smaakpatronen over de tijd gemakkelijk de indruk wekken dat er geen sprake meer is van helder te onderscheiden klassenculturen. Relatieve klassenverschillen blijven echter bestaan en ook in afwezigheid van een sterk klassenbewustzijn beïnvloeden zij hoe mensen denken en handelen (Bottero 2004). Om zulke verschillen te vatten, is het nodig om de aandacht te richten op onderliggende structuren die ook aan het licht komen wanneer culturele grenzen verschuiven of indien meer oppervlakkige veranderingen optreden in het symbolische kapitaal dat specifieke objecten of activiteiten op een bepaalde tijd en plaats met zich meebrengen (Holt 1997).

Als onderzoekers zich enkel richten op specifieke patronen van culturele activiteiten en deze vergelijken tussen samenlevingen en tijdstippen, zullen ze nooit precies dezelfde resultaten vinden. Volgens Peterson (1997, 76) leidt dit ertoe dat “many in the larger community conclude that status stratification, while clearly manifest, really is socially inconsequential”. Laat MCA nu net een techniek zijn die onderzoekers in staat stelt om te zoeken naar regelmaat in een veranderlijke wereld zonder al te zeer geplaagd te worden door het gebruik van gedateerde indicatoren. MCA legt immers onderliggende dimensies bloot. Wanneer leefstijlen snel veranderen, zullen studies die op die onderliggende structuren focussen veeleer duurzame inzichten in sociaal-culturele differentiatie opleveren dan analyses van concrete manifestaties van leefstijlen. Vanuit dit perspectief blijkt MCA dus zeer goed inzetbaar te zijn in hedendaagse leefstijlanalyses.

3. Veranderende leefstijlen

Volgens Bourdieu vormden kapitaalvolume (economisch plus cultureel kapitaal), kapitaalcompositie (economisch versus cultureel kapitaal) en de veranderingen in deze kenmerken door de tijd (sociaal traject) de centrale dimensies die de sociale ruimte in het Frankrijk van de jaren 60 vormgaven. Algeheel kapitaalvolume is weliswaar de primaire as, maar dat doet niets af van het grote belang van kapitaalcompositie. Binnen de klassen die kunnen worden onderscheiden op basis van kapitaalvolume kunnen klassenfracties worden onderscheiden op basis van het relatieve gewicht van het culturele en economische kapitaal binnen het totaal. Bourdieu maakte zo een onderscheid tussen zij van wie reproductie gebaseerd was op economisch kapitaal versus degenen van wie reproductie vooral

afhangt van cultureel kapitaal. Door intergenerationele mobiliteitsratio's tussen klassenfracties te vergelijken, kwam Bourdieu tot de conclusie dat degenen met veel economisch kapitaal dominant waren ten opzichte van de klassenfractie die haar positie voornamelijk aan cultureel kapitaal te danken had. Hij stelde dat de hogere mate van geslotenheid in de economische klassenfractie kon worden toegeschreven aan “the capacity of these fractions [...] to transmit their powers and privileges without mediation or control” (Bourdieu 1984, 120), een privilege dat deze groep tamelijk autarkisch maakt. Anders dan de culturele elite, of de niet-bezitter, zijn zij voor hun voortbestaan niet afhankelijk van het onderwijsstelsel. Of althans, dat was in het verleden zo, aangezien ook de economische elite voor haar sociale reproductie in toenemende mate op het onderwijsstelsel is aangewezen. Onderwijskwalificaties zijn steeds meer onontbeerlijk geworden in de competitie tussen klassen, wat heeft geleid tot “a general and continuous growth in the demand for education and an inflation of academic qualifications” (Bourdieu 1984, 133). Daarmee is de sociale orde zoals die zich op een bepaald moment voordoet, ook altijd een temporele orde. Zelfs in die mate, volgens Bourdieu, dat de concurrerende groepen van elkaar onderscheiden worden op basis van verschillen die primair in de tijd gelokaliseerd zijn.

Wanneer de dynamiek van leefstijlvorming wordt opgevat als een *rat race* om economisch en bovenal cultureel kapitaal, wekt dit mogelijk de suggestie dat sociale veranderingen zich in een voorspelbare richting bewegen. Bourdieu merkte echter ook op dat leeftijdsverschillen, samenhangend met zijn derde as die senioriteit in een bepaalde klassenfractie weerspiegelt, duiden op generationale veranderingen in de relatie met het onderwijsstelsel. Sociale mobiliteit – één van de gevolgen van het feit dat sociale reproductie in toenemende mate op het onderwijsstelsel steunt – impliceert een onderbroken traject en daarmee de noodzaak om zich min of meer bewust tot de nieuwe sociale en culturele wereld te verhouden (Bourdieu 1984, 357). Door die mobiliteit kan de nieuwe (petite) bourgeoisie een ethische avant-garde vormen die zich afzet tegen de oudere moraal van plichtsbesef en het idee dat plezier slecht is, net als andere zaken die onmiddellijk behagen of aantrekkelijk zijn. Deze nieuwe generatie ziet zelfexpressie en pret maken als haar belangrijkste ‘plichten’. Het feit dat ze vaak in opkomende beroepen in de dienstensector werkzaam zijn, betekent dat zij deze beroepen zelf vormgeven in plaats van bestaande posities in te vullen. Hun leefstijlen kunnen dus worden gezien als “a refusal to be pinned down in a particular site in social space”, of als een ogenschijnlijk lukrake verzameling activiteiten die Bourdieu opvat als “an inventory of thinly disguised expressions of a sort of dream of social flying, a desperate effort to defy the gravity of the social field” (*ibidem*, 370).

Het idee (of inderdaad: de droom) dat leefstijlen zich onttrekken aan de zwaartekracht in het sociale veld wordt door steeds meer sociale wetenschappers onderschreven. De ethische avant-garde waarover Bourdieu spreekt, lijkt sterk op de culturele omnivoor van Peterson (1992). Het sterke gevoel van zelfsturing (*agency*) bij het vormen van de persoonlijke leefstijl zonder daarbij een tegenstelling te ervaren tussen het ‘goede’ en het ‘aangename’, komen we bo-

vendien tegen bij de leden van Schulzes (1995) *Selbstverwirklichungsmilieu*. Met de opkomst van de culturele omnivoor kan niet langer worden volgehouden dat populaire cultuur is voorbehouden aan de lagere sociale strata. Omnivoren zijn actiever betrokken in zowel hoge als populaire cultuur, wat betekent dat cultureel kapitaal niet langer negatief samenhangt met populaire cultuurdeelname. Dit gegeven spoorde Peterson ertoe aan om de culturele ruimte opnieuw te conceptualiseren, zodanig dat de primair geachte highbrow-populairdimensie werd vervangen door de meer cruciale omnivoor-univoor as.

Indien een omnivoor-univoor dimensie inderdaad opduikt in onze MCA, zou dat dus in lijn zijn met veel recent leefstijlonderzoek. Het zou ook aansluiten bij de suggestie van Hughes en Peterson (1983) dat de vrijetijdspatronen die zij vonden, vermoedelijk geplaatst konden worden op een onderliggende dimensie lopend van actief naar passief. Meer recent opperden Bennett *et al.* (2009) dat de tegenstelling tussen “engagement” en “disengagement” de best passende beschrijving is voor de eerste as die uit hun omvattende MCA van Britse leefstijlen rolde. Zowel economisch als cultureel kapitaal bleken verantwoordelijk te zijn voor de positie die iemand op deze as innam en beide kapitaalsoorten hingen samen met culturele activiteit op zich en niet met participatie in specifieke culturele domeinen. Inkomen bleek geen sterke voorspeller van smaak te zijn, maar beïnvloedt wel het feitelijke culturele gedrag buitenshuis (zie ook Bihagen & Katz-Gerro 2000; Chan & Goldthorpe 2007, Van Berkel & De Graaf 1995; Kraaykamp *et al.* 2007,). Ook het opleidingsniveau is veeleer bevorderlijk voor cultureel gedrag in brede zin (Peterson & Kern 1996; Roose & Vander Stichele 2010; Vander Stichele & Laermans 2006; Van Eijck & Bargeman 2004). Deze omnivoor-univoordimensie geeft dus blijk van de sterke relatie tussen totaal kapitaalvolume en de intensiteit van culturele participatie in zowel hoge als populaire cultuur. Dit voedt de veronderstelling dat Bourdieus kapitaalvolume nog altijd een belangrijk structurerend principe is, maar dat een brede, inclusieve smaak meer symbolisch kapitaal met zich meebrengt dan een puur legitieme of highbrow smaak.

Dit alles betekent overigens niet dat het onderscheid tussen highbrow en populair er niet langer toe doet. De tweede as die Bennett *et al.* (2009) vinden betreft immers voornamelijk smaakverschillen en contrasteert gevestigde of legitieme vormen van cultuur met activiteiten en voorkeuren die veeleer commercieel of hedendaags zijn. Deze as hangt nauw samen met cultureel kapitaal, alsmede met generatieverschillen in de wijze waarop cultureel kapitaal wordt gemanifesteerd. De relatie met leeftijd is sterker dan die met opleidingsniveau of sociale klasse. Het gaat hier dus om het bekende onderscheid tussen de hoge en de populaire smaak (zie bijvoorbeeld Bellavance 2008; Gans 1974; Schulze 1995), een aspect van leefstijldifferentiatie dat centraal staat in *Distinction* waar het samenhangt met zowel cultureel kapitaal als senioriteit in de bourgeoisie (de bovengenoemde ‘temporele’ orde). Ook in ander onderzoek blijkt leeftijd van groot belang te zijn voor het verklaren van leefstijlverschillen (Scherger 2009; Schulze 1995; Van Eijck & Knulst 2005). Bij Schulze structureert leeftijd, samen met opleidingsniveau, de ruimte waarin hij zijn vijf milieugroepen positioneert. Leeftijd hangt

dan positief samen met een voorkeur voor contemplatie (highbrow cultuur) of de gewone gezelligheid van de volkse smaak, terwijl jongeren de voorkeur geven aan actie en populaire cultuur. Als leeftijd ook in onze analyse van groot belang is voor het begrijpen van leeftijdsverschillen, verwachten we een as te vinden die loopt van highbrow naar actie, of van min of meer uitbundige participatie in de popcultuur naar een meer huiselijke, rustige leefstijl.

Ook geslacht komt uit de literatuur naar voren als een belangrijke leefstijl-determinant (Bihagen & Katz-Gerro 2000, Kane 2004; Lizardo 2006). Bennett *et al.* (2009) vonden dat de derde as in hun MCA vooral met geslacht samenhangt. Ook deze dimensie weerspiegelde vooral verschillen in smaak (in plaats van gedrag), door de auteurs aangeduid als een onderscheid tussen naar binnen gerichte en naar buiten gerichte disposities. Indicatoren van de naar binnen gerichte dispositie (zoals een voorkeur voor soaps, romantische lectuur en tv-drama) worden frequenter aangetroffen onder vrouwen, indicatoren van de naar buiten gerichte dispositie (historische en natuurdocumentaires, sport, oorlogsfilms, of nieuwsprogramma's op tv) zijn veel populairder onder mannen.

Zowel het totale kapitaalvolume als de dimensie die meer traditionele smaak onderscheidt van meer hedendaagse voorkeuren, hangen samen met een culturele grens die volgens Prieur *et al.* (2008) van groot belang is. Zij stellen dat de huidige elite, of de leden van de hogere middenklasse, een grens trekken tussen zichzelf en anderen in termen van mobiel, open, creatief en reflexief versus vastgeroest, bekrompen en traditioneel. Dat zijn althans de termen waarin die hogere middenklasse het verschil giet; de tegenpartij zou zichzelf liever beschrijven als loyaal, betrouwbaar, authentiek, geworteld en meer toegewijd aan het gezin dan de carrière (Prieur *et al.* 2008, 68). Deze begrippen dienen we in het achterhoofd te houden bij het interpreteren van onze resultaten; ze beschrijven de openheid (versus het vermeende gebrek daaraan) dat typerend wordt geacht voor de hedendaagse hogere middenklasse (zie Florida 2002; Peterson 1997; Ollivier 2008). Deze openheid duidt op het verlangen om nieuwe dingen uit te proberen en het koesteren van diversiteit, hetgeen naar voren komt in beschrijvingen van culturele omnivoren, Bourdieu's "petite bourgeoisie" en Schulzes zelfverwerkelijkingmilieu. De sociale groepen die met deze begrippen worden omschreven zijn volgens sommige onderzoekers in opkomst. We kunnen dan ook verwachten dat hun levenswijze meer op de voorgrond treedt, waarmee het voor iedereen van belang wordt zich daartoe te verhouden. Dit kan duiden op een grotere zichtbaarheid van de door Prieur *et al.* beschreven dimensie in de structurering van de sociale leefstijlruimte.³

Samengevat verwachten we dat de ruimte van culturele leefstijlen in Vlaanderen zal gestructureerd zijn volgens een reeks dimensies, waarvan de belangrijkste wellicht deelname met niet-deelname aan culturele activiteiten zal contrasteren, samenhangend met kapitaalvolume. Hierbij blijft het de vraag of er in de volgende dimensies een as opduikt die highbrow met populair contrasteert gerelateerd aan leeftijd (*cf.* Bennett *et al.* 2009) of dat er een omnivoor-univooras uit de analyse naar voren komt. Of en op welke manier de culturele grens tussen

openheid, creativiteit en reflexiviteit versus traditie en loyauteit, zoals beschreven door Prieur *et al.*, met voorgaande leefstijlassen samenhangt, valt moeilijk te voorspellen. De analyse zal in alle geval een specifieke constellatie van assen genereren – de Vlaamse leefstijlruimte – die zal toelaten om 1] de gelaagdheid en multidimensionaliteit van cultuurdeelname, highbrow versus populair, omni-voortiteit en openheid empirisch te vatten en 2] de samenhang van de dimensies met indicatoren van sociale positie, leeftijd en geslacht te achterhalen.

4. Data en methode

We maken gebruik van het databestand ‘Culturele participatie in Vlaanderen 2003-2004’, een grootschalige survey afgenomen onder een representatief staal van de Vlaamse bevolking. De steekproef betreft een gestratificeerde cluster-steekproef met gemeenten ($n = 189$) als primaire en individuen als secundaire onderzoekseenheden. Aan de respondenten is onder meer gevraagd naar deelname aan, ervaringen met, en houdingen jegens een brede waaier aan culturele praktijken en vrijetijdsbestedingen (Lievens, Waeghe & De Meulemeester 2006). De dataverzameling gebeurde via CAPI en resulteerde in een steekproefomvang van 2.849 respondenten, ofwel een responspercentage van 61 % (AAPOR 2009).

Om betekenisvolle patronen uit de data te distilleren en om culturele praktijken met sociale posities en sociodemografische kenmerken in verband te brengen, maken we gebruik van zogenaamde Specifieke Multipel Correspondentie Analyse. Specifieke MCA laat toe om op een mathematisch elegante wijze met missing data om te gaan (zie Le Roux & Rouanet 2010, 203-213). Zo bouwen we een euclidische ruimte op, gebaseerd op een set van 64 actieve variabelen, samen goed voor 173 actieve modaliteiten (of antwoordcategorieën). De variabelen laten zich onderbrengen in twee brede groepen. De eerste groep variabelen heeft betrekking op participatie in een reeks van culturele activiteiten die variëren van populair tot highbrow en die zich zowel in de publieke als de private sfeer afspelen, zoals televisie kijken, poëzie lezen, de bioscoop bezoeken, naar een café of restaurant gaan, reizen, sporten en concertbezoek. De periode waarover men wordt bevraagd, betreft de zes maanden voorafgaand aan het interview, met uitzondering van de vragen over tv, waar één maand is aangehouden. De variabelen zijn gedichotomiseerd voor de analyse, alweer met uitzondering van tv-kijken waar drie categorieën gebruikt zijn.

De tweede groep van variabelen informeert naar dispositionele aspecten van cultureel gedrag. Dat gebeurt op twee manieren; 1] door bij muziek luisteren of tv-kijken te vragen naar genres of zenders om inhoudelijke voorkeuren op te sporen, of 2] door zich te richten op de manier waarop mensen met cultuur bezig zijn, door niet enkel te vragen wat zij doen maar ook te informeren naar de criteria die zij hanteren bij het beoordelen van bepaalde culturele activiteiten of producten. Wanneer er vragen over films worden gesteld, wordt aan responden-

ten bijvoorbeeld gevraagd in hoeverre zij belang hechten aan een originele stijl, *special effects*, of geweldadige scènes. Voor reizen dienen respondenten aan te geven in hoeverre de keuze van hun bestemming te maken heeft met de wens om over andere culturen te leren, het verlangen naar avontuur, of een interesse in zon en strand. Elke variabele is gecodeerd naar drie categorieën, namelijk ‘mee eens’, ‘neutraal’, en ‘mee oneens’ of ‘leuk’, ‘neutraal’, ‘niet leuk’. Tabel 1 en Tabel 2 tonen de relatieve frequenties voor de verschillende groepen van variabelen.

Tabel 1. Relatieve frequenties voor participatie aan culturele activiteiten ($n = 2.849$).

	Ja	Nee		Vaak	Nu en dan	Nooit
Naar de bioscoop gaan	,472	,528	Luisteren naar pop/rock	,539	,174	,286
Thuis naar films kijken	,819	,181	Luisteren naar dance	,342	,272	,384
Lezen	,535	,465	Luisteren naar folk muziek	,104	,360	,535
Lezen: fictie	,373	,627	Luisteren naar chanson	,124	,411	,463
Lezen: strips	,291	,709	Luisteren naar jazz/blues/soul/funk	,120	,352	,526
Concert bijwonen	,141	,859	Luisteren naar klassieke muziek	,118	,331	,550
Bezoeken musea voor schone kunsten	,154	,846	Luisteren naar opera	,032	,148	,818
Bezoeken musea hedendaagse kunst	,130	,870				
Shoppen	,833	,167		0-1 uur	2-3 uur	4+ uur
Op café gaan	,775	,225	Tv-kijken	,181	,483	,330
Op restaurant gaan	,854	,146				
Aan sport doen	,604	,396				
Reizen	,740	,260				
Tv-kijken: TV1	,485	,515				
Tv-kijken: Canvas	,148	,852				
Tv-kijken: commerciële zender (VTM)	,316	,684				
Tv-kijken: KA2	,099	,901				
Tv-kijken: VT4	,111	,889				
Tv-kijken: MTV	,062	,938				

Tabel 2. Relatieve frequenties voor dispositionele variabelen ($n = 2.849$).

	E ¹	N	OE		E	N	OE
Film: "origineel qua vorm of stijl"	,284	,529	,176	Eten: "niet te veel geld aan eten"	,259	,508	,229
Film: "u aan het lachen brengen"	,538	,399	,055	Eten: "lekker eten belangrijk in leven"	,371	,483	,145
Film: "gebruiken van special effects"	,128	,473	,387	Eten: "liefst vertrouwde kost"	,357	,403	,240
Film: "actie & avontuur"	,338	,502	,152	Eten: "nieuwe recepten uitproberen"	,428	,409	,163
Film: "geweldscènes bevatten"	,067	,330	,596	Eten: "biefstuk met frietjes"	,306	,367	,326
Film: "romantisch"	,284	,542	,164	Eten: "thuis eten is beste van allemaal"	,438	,413	,147
Film: "kritisch commentaar"	,146	,563	,280	Sport: grenzen verleggen	,238	,403	,358
Kunst: (post-)impressionisme ²	,243	,551	,243	Sport: team spirit	,326	,381	,293
Kunst: Vlaamse primitieven	,249	,376	,372	Sport: kick	,142	335	,522
Kunst: surrealisme	,178	,389	,432	Sport: een mooi lichaam	,190	,461	,348
Kunst: barokportretten	,193	,435	,368	Sport: vriendschap	,426	,408	,166
Kunst: abstract expressionisme	,133	,349	,516	Reizen: mensen leren kennen	,287	,513	,189
Kunst: 19 ^{de} -eeuwse landschappen	,325	,480	,193	Reizen: zee & strand	,319	,421	,251
Kunst: conceptuele kunst/dadaïsme	,067	,300	,630	Reizen: cultuurbezoek	,240	,466	,283
Kunst: laat-renaissance/barok	,223	,416	,359	Reizen: amusement & feesten	,230	,429	,333
Kunst: abstracte kunst	,108	,340	,459	Reizen: avontuur	,264	,440	,287
Kledij: "ieder seizoen nieuwe kleren"	,241	,361	,397	Reizen: andere culturen	,339	,456	,196
Kledij: "weerspiegelen persoonlijkheid"	,371	,473	,152	Reizen: kunnen rondtrekken	,353	,406	,231
Kledij: "proper gekleed zijn, meer niet"	,518	,351	,130				

1 E = eens, N = neutraal, OE = oneens of leuk, neutraal, niet leuk.

2 Voor 'Kunst: ...' krijgen de respondenten telkens drie foto's van kunstwerken te zien die verondersteld worden 'exemplarisch' te zijn voor iedere stijl. Voor het (post-)impressionisme: Claude Monet "La cathédrale de Rouen" (1894), en "The Thames at Westminster Bridge" (1871) en Georges Seurat "Vue de Fort Samson, Grandcamp" (1885); Vlaamse primitieven: Jan van Eyck "Het echtpaar Arnolfini" (1434), Hans Memling "The Virgin and Child with Angel"; surrealisme: Salvador Dalí "The Burning Giraffe" (1936/1937), Paul Delvaux "Ode to Jules Verne" (1971), Rene Magritte "Le faux miroir" (1928); barokportretten: Hendrik Verbruggen "A Laughing Bravo with Bass Violin and a Glass"; abstract expressionisme: Karel Appel "Cry for Freedom" (1948); Jackson Pollock "The Key" (1946), Pierre Alechinsky "Roland Garros" (1988); 19de-eeuwse landschappen: Wauter van Troostwijk "Braampoortje in Amsterdam" (1809), Barend Koekkoek "Winterlandschap" (1838); conceptuele kunst/dadaïsme: Joseph Beuys "Wirtschaftswerte" (1980), Marcel Broodthaers "Grande casserole de moules" (1960), Marcel Duchamp "Fountain" (1917); laat-renaissance/barok: Pieter Paul Rubens "St.-Serge and the Dragon" (1606-1607), Caravaggio "Supper at Emmaus" (1601); abstracte kunst: Pieter Cornelius Mondriaan "Compositie nr. 2, lijn en kleur" (1913), Malevich "Self-portrait in Two Dimensions" (1915), Mark Rothko "Untitled".

Zowel de variabelen over deelname als over disposities dragen bij tot het creëren van de culturele ruimte en haar dimensionaliteit. De indicatoren voor sociale positie, leeftijd en geslacht worden pas later ingebracht als zogenaamde supplementaire variabelen. Ze worden in de ruimte geplot zonder bij te dragen aan de structuur ervan. Het voordeel is dat ze de interpretatie van de assen vergemakkelijken, doordat ze contextuele betekenis toevoegen. Ze laten bovendien een verkenning van onze verwachtingen toe.

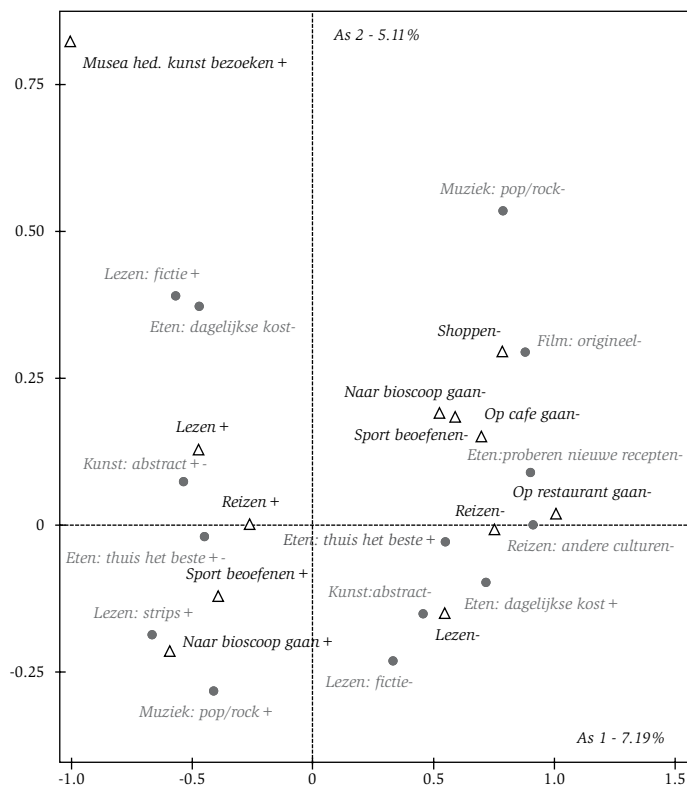
5. Resultaten

Een eerste stap in MCA is na te gaan hoeveel betekenisvolle dimensies uit de data oprijzen. De beslissing voor het aantal dimensies is gebaseerd op een combinatie van statistische indicatoren met theoretische argumenten. Tabel 3 toont die statistische indicatoren: eigenwaarden met de ruwe en aangepaste *inertia rates* voor de eerste vijf assen. De aangepaste *inertia rates* zijn betere indicatoren dan de ruwe om het relatieve belang van de diverse dimensies in te schatten, vooral wanneer er veel dimensies zijn, zoals hier het geval is (Benzécri 1992, 412).

Tabel 3. Eigenwaarden, ruwe aangepaste inertia rates voor de eerste vijf assen.

Assen	1	2	3	4	5
Eigenwaarden (λ)	,1245	,0885	,0617	,0492	,0348
Ruwe inertia	7,19%	5,11%	3,56%	2,84%	2,01%
Aangepaste inertia	53%	24%	9%	5%	2%

Met 53% is as één verreweg de belangrijkste. De tweede en derde as voegen nog eens 24% en 9% toe, goed voor een totaal van 86%. We kiezen ervoor om drie assen te houden en wel om twee redenen. Ten eerste is er een statistische knik in de verschillende *inertia rates* tussen assen drie en vier; we interpreteren dit zoals je een *scree-plot* interpreteert bij factoranalyse. Ten tweede is een eenvoudige theoretische duiding van as vier onmogelijk, wat suggereert dat die overbodig is of dat we ruis aan het modelleren zijn. Leidraad en hulpmiddel bij de interpretatie zijn alle modaliteiten van de variabelen die meer bijdragen dan gemiddeld aan iedere as; de gemiddelde bijdrage is 100/178 of 0,578.



As 1 ($\lambda_1 = 0,125$), zie Figuur 1 en Tabel 4 (in Bijlage).

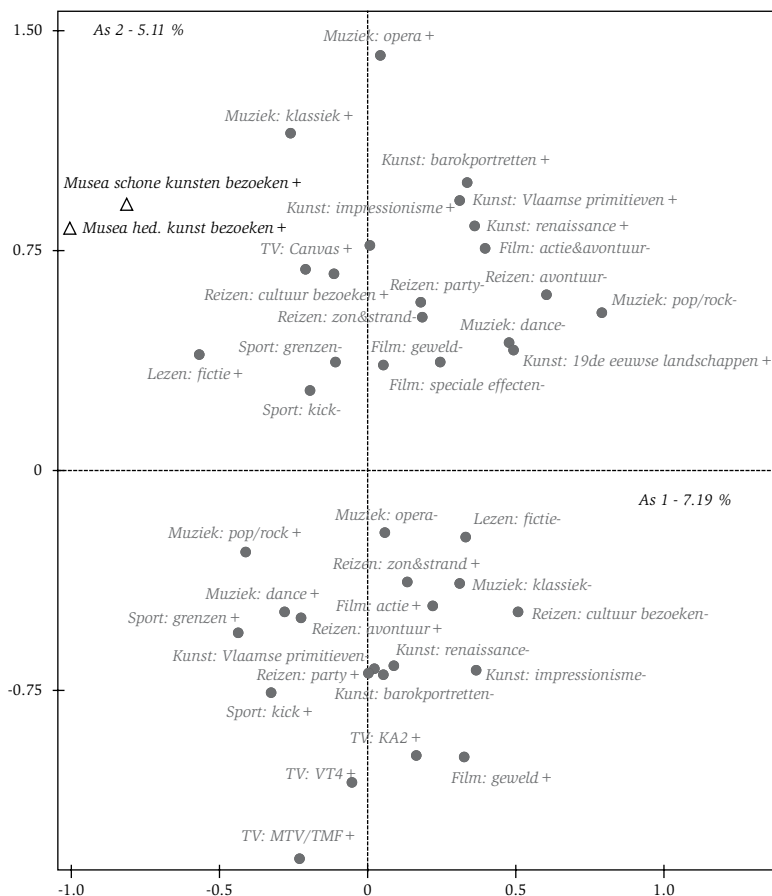
Figuur 1. Vlak 1-2. Interpretatie van as 1: Modaliteiten die meest bijdragen aan dimensie.

Er zijn 49 modaliteiten die aan het criterium voldoen meer bij te dragen dan gemiddeld aan de oriëntatie van de eerste as. Ze zijn afkomstig van 31 variabelen, zowel indicatoren van deelname als van disposities, en zijn goed voor ongeveer 73% van de variatie in die as. De linkerzijde geeft die modaliteiten weer die wijzen op betrokkenheid in velerlei culturele activiteiten, zowel binnenshuis als buitenshuis, zowel behorend tot highbrow als populaire cultuur. Voorbeelden

zijn onder meer het bezoeken van musea voor hedendaagse kunst, naar de bioscoop gaan, lezen, aan sport doen en reizen. Links vinden we ook modaliteiten van disposities die duiden op een voorkeur geconfronteerd te worden met nieuwe dingen, een zekere openheid voor nieuwe, esthetische ervaringen, zoals het lezen van strips en fictie, het luisteren naar pop/rockmuziek, het eten van meer dan de dagelijkse kost en het niet kijken naar VTM. De modaliteiten aan de rechterzijde wijzen op hun beurt op een voorkeur om precies niet betrokken te zijn in activiteiten zoals gaan winkelen, op restaurant of café gaan, aan sport doen, naar de film gaan of lezen. De voorkeuren aan de rechterkant hangen ook samen met een dispositie die gericht is op zaken die persoonlijk vertrouwd zijn of die algemeen verspreid zijn, zoals een voorkeur voor vertrouwde kost, thuis eten, kijken naar VTM of proper gekleed zijn. Die hang naar vertrouwdheid is gekoppeld aan een neiging om niet-vertrouwde of nieuwe dingen te gaan negeren of afwijzen, zoals blijkt uit de desinteresse voor andere culturen wanneer iemand op reis gaat of het uitproberen van nieuwe recepten en smaken in de keuken. Deze gewoontes duiden op een feitelijke, conservatieve of meer traditionele houding, die zich ook uit in een afkeer voor ‘moeilijke’ – abstracte, surrealistische of dadaïstische – kunst. Dus, de interpretatie van de eerste as in termen van dispositionele variabelen loopt parallel met de interpretatie op basis van gedrag. Gedragmatig kan deze eerste as beschouwd worden als een betrokkenheid versus vertrouwdheid dimensie: een ‘nieuwsgierige’, mede op het publieke leven betrokken leefstijl met een relatief hoge culturele participatie contrasteert met een meer ‘vertrouwd’ en huiselijk handelingspatroon (zie Bennett *et al.* 2009). In termen van disposities differentieert de eerste as een voor nieuwe ervaringen openstaande van een meer gesloten, huiselijke, traditionele leefstijl; een tegenstelling die doet denken aan de oppositie naar voren gebracht door Prieur *et al.* (2008).

De tweede as wordt gekenmerkt door 45 modaliteiten afkomstig van 26 variabelen, in totaal goed voor 78,3% van de variantie in deze dimensie. Deze as wordt vooral gekenmerkt door disposities en voor- of afkeuren in termen van beeldende kunst, reizen, sport en film. Aan de linkerkant vind je actieve en avontuurlijke disposities (het verleggen van je eigen grenzen en het zoeken naar kicks in sport bijvoorbeeld) gecombineerd met een aversie voor het contemplatieve, het reflectieve. Luisteren naar klassieke muziek en het lezen van fictie hoort ter linkerzijde dus niet thuis. Het actieve zoeken naar opwinding wordt verder aangeduid door een voorkeur voor luisteren naar *dance*, het prefereren van zee en strand, feesten en avontuur als je op reis bent, het houden van *special effects* en geweldscènes in films en het kijken naar muziekzenders als MTV of TMF (The Music Factory). De afkeer voor beeldende kunst – en vooral voor geconsacreerde, klassieke kunst zoals barokportretten, renaissance, impressionisme of werk van Jan van Eyck en Hans Memling – indiceert in dat opzicht eigenlijk een bredere afkeer voor contemplatie en geconsacreerde kunst in het algemeen. Aan de rechterkant situeren zich de modaliteiten die op een voorkeur wijzen voor beeldende kunst, literatuur, opera en klassieke muziek. Ook bij reizen (men reist omwille van cul-

tuurbezoek) en tv-kijken (men kijkt naar Canvas) spelen culturele motieven een rol. Samengevat, deze dimensie omvat een tegenstelling tussen enerzijds een interesse in geconsacreerde, highbrow kunst en anderzijds een voorkeur voor niet-geconsacreerde, actieve, avontuurlijke activiteiten die een kick teweegbrengen. Deze as vertoont een sterke gelijkenis met Schulzes opdeling tussen highbrow versus actie of Bennetts tweede as (2009) die een voorkeur voor de legitieme kunsten afzet tegenover hedendaagse, commerciële en op actie gerichte cultuur. Wij beschouwen onze as als een highbrow versus actie dimensie.

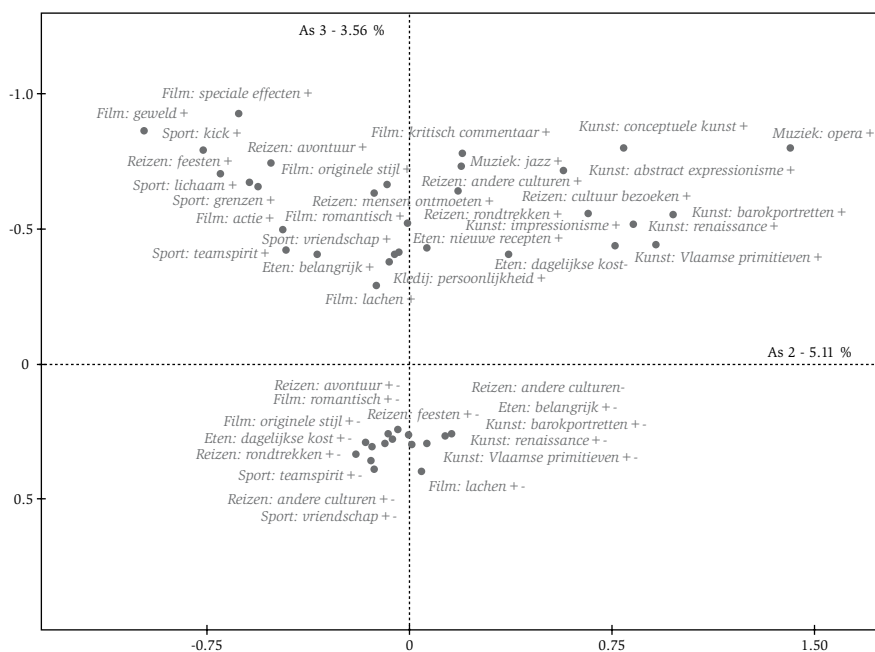


As 2 ($\lambda_2 = 0,0885$), zie Figuur 2 en Tabel 5 (in Bijlage).

Figuur 2. Vlak 1-2. Interpretatie van as 2: Modaliteiten die meest bijdragen aan dimensie.

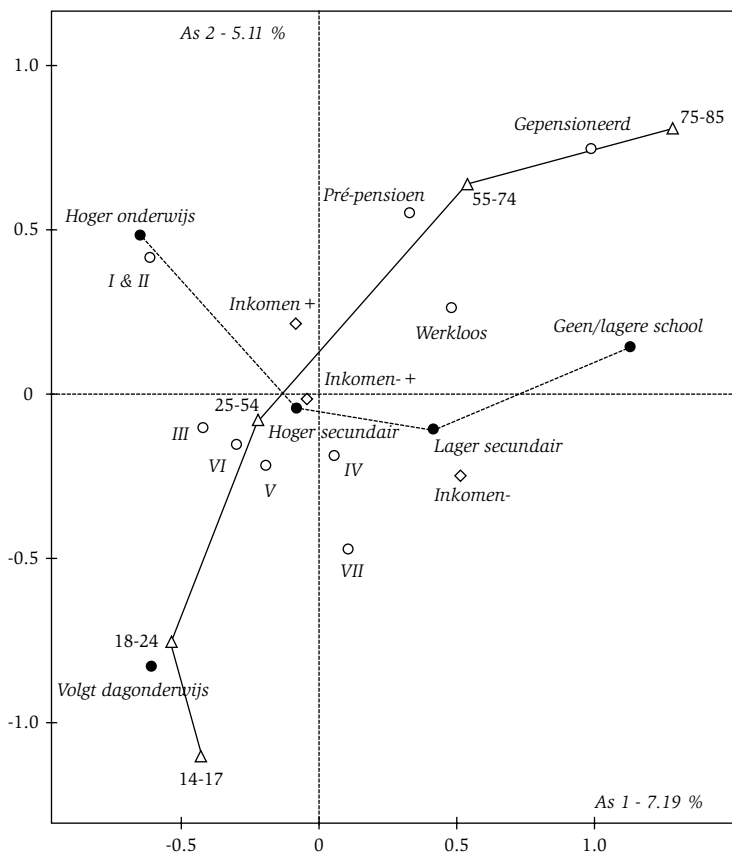
As drie wordt gekenmerkt door 27 variabelen en 46 modaliteiten die samen ongeveer 75% van de variantie van die dimensie verklaren. In tegenstelling tot de vorige twee assen, zijn de bijdragen van de modaliteiten tot de derde dimensie onevenwichtig. Het is vooral de rechterkant die voor de oriëntatie van de as

zorgt. Bij de interpretatie moeten we met dit onevenwicht uiteraard rekening houden. Kenmerkend voor die rechterkant is een uitgesproken openheid tegenover nieuwe dingen met een neutrale tegenpool aan de linkerkant. Zo vinden we, wanneer het bijvoorbeeld om filmvoorkeuren gaat, een interesse in actie en avontuur, *special effects*, films die je aan het lachen brengen of die romantisch zijn: in de eerste plaats voorkeuren die gerelateerd zijn aan entertainment en ontspanning. Tegelijk treffen we een interesse in films aan met een originele regie die kritisch commentaar leveren op onze samenleving, kenmerken die met highbrow kunstfilms worden geassocieerd. Dezelfde openheid gaat op voor redenen om op reis te gaan. Zowel interesse voor andere culturen of het bezoeken van het cultuurpatrimonium als het zoeken naar avontuur, feesten en plezier worden aangegeven als redenen. Verder komt ook een neiging tot sociabiliteit naar voren: de wens om nieuwe mensen te ontmoeten op reis en het belangrijk vinden van *team spirit* en vriendschap in motieven voor sportbeoefening zijn hiervoor concrete indicatoren. Deze derde dimensie voegt dus een aantal elementen toe aan de ‘openheid’ die we al in as 1 terugvonden. As 3 is namelijk niet gerelateerd aan bepaalde praktijken, noch aan disposities die typisch highbrow of populair zijn, geconsacreerd of avant-garde. Het gaat om een openheid in een heel spectrum aan activiteiten en disposities.



As 3 ($\lambda_3 = 0,0617$), zie Figuur 3 en Tabel 6 (zie Bijlage).

Figuur 3. Vlak 2-3. Interpretatie van as 3: Modaliteiten die meest bijdragen aan dimensie.



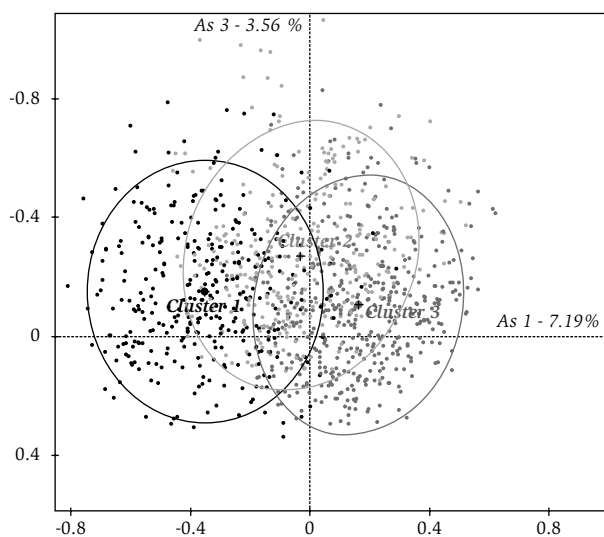
Legende NS-SEC (National Statistics – Socio-Economic Classification): I: managers; II: vrije beroepen; III: intermediate beroepen; IV: kleine werkgevers en zelfstandigen; V: lagere leidinggevende en technische beroepen; VI: semi-routineberoepen; VII: routineberoepen.

Figuur 4. Supplementaire variabelen inkomen, sociale klasse (NS-SEC) en opleidingsniveau geprojecteerd in vlak 1-2.

Op Figuur 4 voegen we inkomen, opleidingsniveau en sociale klasse toe. Voor sociale klasse maken we gebruik van de NS-SEC indeling (I tot en met VII). De leeftijds categorieën zijn diagonaal gepositioneerd op Figuur 4, wat erop wijst dat ze zowel met as 1 als met as 2 samenhangen. Zoals verwacht hebben jongeren een grotere kans om aan de actieve betrokkenheid zijde van dimensie 1 en de actie zijde van dimensie 2 gepositioneerd te zijn. Dit bevestigt het inzicht dat jongeren hun vrije tijd doorgaans buitenshuis spenderen en dat deelname aan de legitieme kunsten grotendeels het voorrecht is van ouderen, die daarbuiten niet zo actief zijn. De voorkeur voor huiselijke vertrouwdheid is wijdverbreid onder ge(pre)pensioneerden, werklozen en zij met een beperkt opleidingsniveau. Studenten vinden we terug in het zuidwest kwadrant, duidend op een actieve, open leefstijl. Inkomen en klassenposities vormen een diagonaal die loodrecht staat op de rechte die de

leeftijdscategorieën verbindt. Een hoog inkomen of sociale klasse is geassocieerd met meer betrokkenheid of openheid en een enigszins hogere actie-oriëntatie dan een lager inkomen of klasse. Opleidingsniveau is duidelijk vooral gerelateerd aan de eerste as, waarbij een hoger opleidingsniveau een hogere betrokkenheid indiceert. De relatie van opleiding met as 2 vertoont een u-vormig patroon: de hoogste en laagste opleidingscategorieën situeren zich bovenaan op Figuur 4, de middelste categorieën bevinden zich onderaan. Deze verticale verschillen zijn echter relatief klein, wat erop wijst dat verschillen in opleidingsniveau sterker samenhangen met betrokkenheid/vertrouwdheid dan met de highbrow versus actie dimensie. Opleiding is met andere woorden sterker gerelateerd met omnivoriteit dan met een exclusieve gerichtheid op meer contemplatieve, highbrow praktijken/voorkeuren.

MCA blijkt hier uitermate geschikt om die verschillen voor het voetlicht te halen. Leefstijlpatronen komen als het ware uit de ruwe data tevoorschijn zonder dat je als onderzoeker je toevlucht moet nemen tot op voorhand vastgelegde opdelingen in highbrow of populair. Door het blootleggen van meerdere leefstijldimensies toont MCA empirisch aan dat een hogere opleiding niet zomaar een sterke en exclusieve voorkeur voor highbrow inhoudt, maar dat hoger opgeleiden meer uithuizig betrokken zijn in het algemeen, los van de gepercipieerde culturele status of legitimiteit van hun praktijken (zie ook Van Eijck en Lievens (2008) over de vervlechting van highbrow en omnivore deelname).



Figuur 5. 'Cloud of Individuals' met clusters 1, 2 en 3 van wie leden hoog scoren op as 3 (vlak 1-3).

As 3 weerspiegelt een actief verlangen om nieuwe, interessante dingen te ontdekken in verschillende domeinen. Deze openheid is niet duidelijk gelinkt aan een

bepaald soort activiteit en dit maakt het moeilijk om een voorstelling te maken van het soort persoon dat als typisch voorbeeld zou moeten gelden. Bovendien blijkt de derde as niet samen te hangen met een van de indicatoren voor sociale positie, leeftijd of geslacht. Nadere inspectie van de data wijst echter uit dat er in feite verschillende types van respondenten hoog scoren op as 3. We hebben immers, zoals in deze gevallen aangewezen is, een zogenaamde euclidische clusteranalyse uitgevoerd (Le Roux & Rouanet 2004, 106-115), ook bekend als agglomeratieve hiërarchische clustering, waarbij de scores op alle dimensies uit de MCA als input dienen. Deze analyse resulteert in zeven betekenisvolle clusters,⁴ waarvan er drie hoog scoren op as 3 (zie Figuur 5). Het gaat om 1] managers en vrije beroepen op middelbare leeftijd met een hoog opleidingsniveau en heel wat cultureel kapitaal (lees: ze participeren veel aan cultuur). Zij zouden beschouwd kunnen worden als de prototypische voorbeelden van de omnivoor: relatief jong, hoog opgeleid en ze bekleden een hoge sociale positie (Peterson & Simkus 1992; Roose & Vander Stichele 2010; Vander Stichele & Laermans, 2006; Van Eijck 2001). 2] Jongeren en studenten met minder cultureel kapitaal maar met een sterke voorliefde voor amusement en actie. 3] Ouderen (65+) met relatief weinig cultureel kapitaal en met een uitgesproken voorkeur voor klassieke, figuratieve kunst en Canvas.

6. Conclusie en discussie

De MCA van leefstijlen in Vlaanderen heeft drie belangrijke dimensies blootgelegd. De eerste as vormt een continuüm dat gaat van betrokkenheid, vooral in de publieke sfeer, naar huiselijke vertrouwdheid. Deze dimensie hangt vooral samen met kapitaalvolume: zij met het hoogste opleidingsniveau en inkomen zijn het meest betrokken. Ook leeftijd is een belangrijk kenmerk, waarbij blijkt dat jongeren meer betrokken zijn dan ouderen. We moeten echter opmerken dat de grootste leeftijdsverschillen op as 1 optreden boven de leeftijd van 65 jaar, wanneer mensen professioneel niet meer actief zijn en de kans op fysieke ongemakken en beperkingen toeneemt. De verdeling van de leeftijdscategorieën over as 2 is veel evenwichtiger. Leeftijd blijkt dus vooral belangrijk voor iemands positie op de tweede dimensie, een dimensie die een op actie gerichte popcultuur contrasteert met een highbrow smaak. Deze samenhang kan duiden op een cohorte-effect dat jongere generaties minder interesse gaan vertonen voor de legitieme cultuur. Deze resultaten repliceren bevindingen voor Vlaanderen die al eerder met meer traditionele methodes werden teruggevonden (Vander Stichele & Laermans 2006).

Onze eerste twee assen zijn goed vergelijkbaar met de dimensies die Bennett *et al.* (2009) hebben teruggevonden voor het Verenigd Koninkrijk, inclusief de samenhang met opleiding (as 1) en leeftijd (as 2). Dit suggereert dat onze bevindingen niet alleen betrekking hebben op de specificiteit van de Vlaamse samenle-

ving, maar hoogstwaarschijnlijk een breder theoretisch geldigheidsveld hebben. Bovendien komt de gelijkenis van de eerste twee dimensies naar boven ondanks verschillen in de sets van indicatoren die zijn gebruikt. Waar de tweede Britse as bijvoorbeeld legitieme cultuur tegenover hedendaagse commerciële cultuur plaatst (*ibidem*, 49), hebben wij onze tweede as highbrow versus actie genoemd. Het verschil in naamgeving wijst niet op een fundamenteel verschillende dimensionaliteit, maar op verschillen in de gebruikte items. Als je weet dat de hedendaagse pool van de tweede Britse as items bevat als *heavy metal*, horrorfilms en tv-komedies, dan zijn we ervan overtuigd dat het actieschema ook in het Britse geval zou passen, had men er een meer directe meting voor gebruikt.

Onze derde as is nieuw en verschilt van de Britse die binnenshuis/vrouwelijk contrasteert met buitenshuis/mannelijk. In het Vlaamse geval hebben we voor de derde dimensie de term ‘openheid’ bedacht. Dit patroon doet denken aan Olliviers (2008) “populist openness to cultural diversity”, omdat het zelfontwikkeling combineert met ontspanning en omdat er niet op massacultuur wordt neergekeken. Het gaat ook goed samen met Schulzes (1995) *Selbstverwirklichungsmilieu*. We hebben er expliciet niet voor gekozen om het label omnivoriteit te gebruiken, omdat alleen de eerste groep het sociodemografische profiel vertoont dat kenmerkend is voor omnivoriteit; de groep omnivoren is ook in Vlaanderen teruggevonden (zie Vander Stichele & Laermans, 2006). Dus alleen de post-babyboomgeneratie – vooral zij die hoge sociale posities bekleden en veel cultureel kapitaal bezitten – worden geacht hun honger naar nieuwe, authentieke ervaringen te stillen met deelname aan een brede, omnivore waaier van verschillende activiteiten. De tweede groep, de jongeren, wordt beter gekenmerkt als zij die nog hun culturele smaak niet definitief hebben vastgelegd en nog verkennend deelnemen aan een heel spectrum van praktijken die een zoektocht inhouden naar kicks en avontuur. Ze kunnen worden beschouwd als nog steeds op zoek naar een praxis die homolog is aan hun habitus. De derde groep, mensen ouder dan 65 jaar met een relatief lage opleiding en weinig cultureel kapitaal, toont zijn openheid door een voorkeur uit te spreken voor geconsacreerde, figuratieve kunst en het bezoeken van musea van schone kunsten. Hierbij moet opgemerkt worden dat personen ouder dan 65 met weinig cultureel kapitaal hun vrije tijd doorgaans spenderen aan tv-kijken, tot meer dan vier uur per dag. Ondanks hun verscheidenheid zijn al die activiteiten de uitdrukking van eenzelfde, onderliggende kenmerk: openheid.

De analyse bracht een nieuwe dimensie aan het licht waarnaar verwezen wordt in studies over omnivoriteit, maar die nog nooit zo duidelijk uit empirische analyses naar voren is gekomen als hier. Wat bovendien interessant is, is dat openheid niet noodzakelijk of automatisch aanleiding geeft tot omnivoriteit, net zoals omnivoriteit niet noodzakelijk openheid indiceert. Onze resultaten in Vlaanderen bevestigen dus niet alleen bevindingen over betrokkenheid en highbrow/actie als pertinente structurerende dimensies van leefstijlen, maar tonen ook aan hoe openheid aanleiding kan geven tot verschillende gedragsmatige uitdrukkingen. Dit suggereert dat de openheid weerspiegeld in de derde as een an-

dersoortige uitdrukking vindt afhankelijk van de kenmerken van de individuen die deze openheid vertonen. Vooral leeftijd/generatie/levensfase en cultureel kapitaal spelen hierin een belangrijke rol. Het is een dispositie die aanleiding geeft tot verschillende waarneembare gedragingen afhankelijk van de context of hulpbronnen. Dit is een mooie illustratie van Bourdieus idee dat, ondanks de ge-manifesteerde preferenties aan de oppervlakte, steeds een onderliggend patroon van latente opposities speelt in de culturele ruimte en onderstreept bovendien de relevantie van zijn relationele benadering. Culturele distincties blijven bestaan, hoewel hun concrete gedragsmatige manifestatie kan verschillen (voor een soortgelijke pointe, zie Zeedijk & Smits 2010). Bij post-babyboomers onderscheiden omnivoren zich van highbrow liefhebbers of niet deelnemers en bij 65-plussers distingueren liefhebbers van geconsacreeerde, figuratieve kunst zich van hun tv-kijkende leeftijdsgenoten. In dit opzicht valt omnivorieit perfect binnen een Bourdieusiaanse benadering te kaderen.

Overigens onderstreept onze analyse ook Lahires centrale inzicht dat cultureel handelen geen directe weerspiegeling is van smaak of voorkeuren (2008, 181 – 2): “Cultural practices and preferences are produced when incorporated inherited dispositions, partialities, and competences meet with fixed institutional or relational context; they are not intrinsic characteristics of the individual”. Deze bijdrage toont in elk geval aan dat MCA een geschikte techniek is om onderliggende disposities aan de oppervlakte te brengen, in dit geval een onderliggende dispositie die versluierd is door verschillen in haar gedragsmatige uitdrukking afhankelijk van de clusters waartoe respondenten behoren. Deze relatie van disposities met clusters van individuen valt met traditionele technieken moeilijker op te sporen.

Tot slot, in essentie zijn de verschillen in leefstijlpatronen dus niet ongemeen veranderd sinds het begin van de jaren 80, ondanks de ‘opkomst’ van de culturele omnivoor en het sociologische discours omtrent de fragmentering en individualisering van leefstijlen. Misschien zijn de observaties over omnivorieit en postmodernisering van leefstijlen vooral een constructie geweest in de hoofden van onderzoekers, mede als gevolg van hun openheid om ook populaire cultuur en andere hedendaagse cultuurvormen in hun analyses op te nemen.

NOTEN

- 1 Graag willen we de anonieme reviewers bedanken voor hun zinvolle en nuttige opmerkingen.
- 2 MCA is een geometrische data-analysetechniek die onderliggende structuren blootlegt in categorische data door het tonen van zowel categorieën van variabelen als van de bevroegde individuen. Beide worden weergegeven als punten in een multidimensionale euclidische ruimte. MCA is daarmee nauw verwant aan Principale Componenten Analyse voor nominale data. MCA wordt hoofdzakelijk geassocieerd met het werk van

de Franse wiskundige Jean-Paul Benzécri (1992) en is binnen de sociale wetenschappen verder gepopulariseerd door diverse statistici (Blasius & Greenacre 1998; Greenacre 2007; Le Roux & Rouanet 2004 & 2010). Voor een introductie tot MCA is het werk van Greenacre uit 2007 heel verteerbaar en interessant. Het werk van Le Roux & Rouanet uit 2004 vormt de wiskundige bijbel voor wie in de Franse traditie van de ‘analyse des données’ à la Benzécri en Bourdieu wil verder werken. In 2010 is hiervan bij Sage in de serie *Quantitative Applications in the Social Sciences* een minder wiskundige en aan te raden herwerking verschenen.

- 3 We zijn ons ervan bewust dat in de onderzoeksliteratuur ook andere opkomende leefstijldimensies vermeld worden, die we echter niet allemaal in detail kunnen bespreken in dit artikel. Voorbeelden zijn authentiek versus niet-authentiek (Peterson 1997; Pine & Gilmore 2007), commercieel versus subcultureel (Hall & Jefferson 1993; Hesmondhalgh 1998), lokaal versus exotisch/kosmopolitisch (Castells 2000; Lizardo 2005), of oud versus nieuw (Bellavance 2008). Schulze (1992) relateert zijn highbrow, pop, en volkse schema’s aan contemplatie, actie en gezelligheid als de primaire bijbehorende geneugten. Ook dit zijn allemaal potentieel structurerende principes achter hedendaagse leefstijlen.
- 4 Details van de statistische analyse kunnen op eenvoudige vraag bij de auteurs verkregen worden.

BIBLIOGRAFIE

- Abbott, A. (1988), Transcending General Linear Reality, *Sociological Theory*, 6, 169-186.
- American Association for Public Opinion Research, The (AAPOR) (2009), *Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*. Lenaxa, KS: AAPOR.
- Beck, U. & E. Beck-Gernsheim (2002), *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- 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., Silva, E., Warde, A., Gayo-Cal, M. & D. Wright (2009), *Culture, Class, Distinction*. Abingdon: Routledge.
- Benzécri, J.-P. (1992), *Correspondence Analysis Handbook*. New York: Dekker.
- Bihagen, E. & T. Katz-Gerro (2000), Culture Consumption in Sweden: The Stability of Gender Differences, *Poetics*, 27, 327-349.
- Blasius, J. & J. Friedrichs (2008), Lifestyles in Distressed Neighbourhoods: A Test of Bourdieu’s “Taste of Necessity” Hypothesis, *Poetics*, 36, 24-44.
- Blasius, J. & M. Greenacre (eds.) (1998), *Visualization of Categorical Data*. San Diego: Academic Press.
- Blasius, J. & A. Mühlichen (2010), Identifying Audience Segments Applying the “Social Space” Approach, *Poetics*, 38, 69-89.
- 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*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1989), Social Space and Symbolic Power, *Sociological Theory*, 7, 14-25.
- Bradshaw, M. (1998), *1997 Survey of Public Participation in the Arts. Summary Report*. Washington D.C.: National Endowment for the Arts.
- Castells, M. (2000), *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. 1*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Chan, Tak Wing (ed.) (2010), *Social Stratification and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chan, Tak Wing & J. Goldthorpe (2007), Data, Methods and Interpretation in Analyses of Cultural Consumption: A Reply to Peterson and Wuggenig, *Poetics*, 35, 317-329.
- Coulangeon, P. & Y. Lemel (2007), Is "Distinction" Really Outdated? Questioning the Meaning of the Omnivorization of Musical Taste in Contemporary France, *Poetics*, 35, 93-111.
- De Nooy, W. (2003), Fields and Networks: Correspondence Analysis and Social Network Analysis in the Framework of Field Theory, *Poetics*, 31, 305-327.
- DiMaggio, P. & T. Mukhtar (2004), Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline? *Poetics*, 32, 169-194.
- Donnat, O. (1998), *Les Pratiques Culturelles des Français, Enquête 1997*. Paris: La Documentation française.
- Elchardus, M. (2009), Self-control as Social Control: The Emergence of Symbolic Society, *Poetics*, 37, 146-161.
- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Friedland, L., Shah, D.V., Lee, N.-J., Rademacher, M.A., Atkinson, L. & T. Hove (2007), Capital, Consumption, Communication, and Citizenship: The Social Positioning of Taste and Civic Culture in the United States, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611, 31-50.
- Gans, H.J. (1974), *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste*. New York: Basic Books.
- Greenacre, M. (2007), *Correspondence Analysis in Practice*. Boca Raton: Chapman & Hall/CRC.
- Hall, S. & T. Jefferson (1993), *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. London: Routledge.
- Hesmondhalgh, D. (1998), The British Dance-industry: A Case-study of Independent Cultural Production, *British Journal of Sociology*, 49, 234-251.
- Holbrook, M.B., Weiss, M.J. & J. Habich (2002), Disentangling Effacement, Omnivore, and Distinction Effects on the Consumption of Cultural Activities: An Illustration, *Marketing Letters*, 13, 345-357.
- Holt, D. (1997), Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity, *Journal of Consumer Research*, 23, 326-350.
- Hughes, M. & R.A. Peterson (1983), Isolating Cultural Choice Patterns in the U.S. Population, *American Behavioral Scientist*, 26, 459-478.
- Kraaykamp, G., van Eijck, K., Ultee, W.C. & K. van Rees (2007), Status and Media Use in the Netherlands. Do Partners Affect Media Tastes? *Poetics*, 35, 132-151.

- Lahire, B. (2008), The Individual and the Mixing of Genres: Cultural Dissonance and Self-Distinction, *Poetics*, 36, 166-188.
- Le Roux, B. & H. Rouanet (2004), *Geometric Data Analysis: From Correspondence Analysis to Structured Data Analysis*. Dordrecht: Kluwer.
- Le Roux, B. & H. Rouanet (2010), *Multiple Correspondence Analysis: Series Quantitative Applications in the Social Sciences*. London: Sage Publications.
- Lievens, J., Waeghe, H. & H. De Meulemeester (2006), *Measuring Cultural Participation: Basic Data of the Survey 'Cultural Participation in Flanders 2003-2004'*. Antwerp: De Boeck.
- Lizardo, O. (2006), The Puzzle of Women's "Highbrow" Culture Consumption: Integrating Gender and Work into Bourdieu's Class Theory of Taste, *Poetics*, 34, 1-23.
- Mohr, J.W. & H.C. White (2008), How to Model an Institution, *Theory and Society*, 37, 485-512.
- Ollivier, M. (2008), Humanist, Populist, Practical, and Indifferent Modes of Openness to Cultural Diversity, *Poetics*, 36, 120-147.
- Oskala, A. & C. Bunting (2009), *Arts Engagement in England from 2005/6 to 2007/8. Findings from the First Three Years of the Taking Part Survey*. Arts Council England. http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/Arts_Engagement_England.pdf.
- Pakulski, J. & M. Waters (1996), *The Death of Class*. London: Sage.
- Peterson, R.A. (1992), Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore, *Poetics*, 21, 243-258.
- Peterson, R.A. (1997), The Rise and Fall of Highbrow Snobbery as a Status Marker, *Poetics*, 25, 75-92.
- Pine, J. & J.H. Gilmore (1999), *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prieur, A., Rosenlund, L. & J. Skjott-Larsen (2008), Cultural Capital Today: A Case Study from Denmark, *Poetics*, 36, 45-71.
- Roose, H. & D. Vandenhoute (2010), Art World on Stage: Analyzing the Social Logic of Literary Realities and Aesthetic Dispositions in the Contemporary Flemish Theatre World, *Poetics*, 38, 90-108.
- Roose, H. & A. Vander Stichele (2010), Living Room versus Concert Hall. Patterns of Music Consumption in Flanders, *Social Forces*, 89, 185-208.
- Rouanet, H., Ackermann, W. & B. Le Roux (2000), The Geometric Analysis of Questionnaires: The Lessons of Bourdieu's *La Distinction*, *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, 65, 5-18.
- Scherger, S. (2009), Cultural Practices, Age and the Lifecourse, *Cultural Trends*, 18, 23-45.
- Schulze, G. (1995), *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt: Campus.
- Swidler, A. (1986), Culture in Action: Symbols and Strategies *American Sociological Review*, 51, 273-286.
- Van Berkel, M. & N.D. De Graaf (1995), Husband's and Wife's Culture Participation and their Levels of Education: A Case of Male Dominance? *Acta Sociologica*, 38, 131-149.
- Vander Stichele, A. & R. Laermans (2006), Cultural Participation in Flanders. Testing the Cultural Omnivore Thesis with Population Data, *Poetics*, 34, 45-64.

- Van Eijck, K. (2001), Social Differentiation in Musical Taste Patterns, *Social Forces*, 79, 1163-1184.
- Van Eijck, K. & B. Bargeman (2004), The Changing Impact of Social Background on Lifestyle: Culturalization instead of Individualization? *Poetics*, 32, 447-469.
- Van Eijck, K. & W. Knulst (2005), No More Need for Snobbism: Highbrow Cultural Participation in a Taste Democracy, *European Sociological Review*, 21, 513-528.
- Van Eijck, K. & 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.
- Weininger, E.B. (2005), Foundations of Pierre Bourdieu's Class Analysis, pp. 82-118 in E.O. Wright [ed.], *Approaches to Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zeedijk, J. & T. Smits (2010), Bourdieu, Habitus en Omnivoriteit, *Tijdschrift voor Sociologie*, 31, 110-135.

Bijlagen

Tabel 4. As 1. Betrokkenheid versus vertrouwdheid dimensie. Bijdragen.

Variabelen	Bijdrage van variabelen	Modaliteiten		Bijdrage van modaliteiten	
		Links	Rechts	Links	Rechts
Naar de bioscoop gaan	3,91	Ja	Neen	2,07	1,84
Eten: vertrouwde kost	3,63	Oneens	Eens	0,66	2,31
Luisteren naar pop/rock	3,39	Vaak	Nooit	1,13	2,26
Kunst: abstracte kunst	3,32	Neutraal	Niet leuk	1,21	1,47
Lezen	3,26	Ja	Neen	1,52	1,74
Kunst: abstract expressionisme	3,20	Neutraal	Niet leuk	1,03	1,52
Luisteren naar jazz/blues	3,01	Nu en dan	Nooit	1,13	1,42
Eten: thuis eten	2,97	Neutraal	Eens	1,04	1,66
Sport beoefenen	2,89	Ja	Neen	1,15	1,74
Kunst: surrealisme	2,81	-	Niet leuk	-	1,53
Reizen: andere culturen ontdekken	2,77	Eens	Oneens	0,58	2,07
Kledij: proper gekleed zijn	2,50	Neutraal	Eens	0,88	1,20
Reizen	2,49	Ja	Neen	0,65	1,84

Variabelen	Bijdrage van variabelen	Modaliteiten		Bijdrage van modaliteiten	
		Links	Rechts	Links	Rechts
Lezen: fictie	2,39	Ja	Neen	1,50	0,89
Lezen: strips	2,26	Ja	Neen	1,61	0,66
Op restaurant gaan	2,18	-	Neen	-	1,86
Film: originele stijl	2,16	-	Niet leuk	-	1,72
Luisteren naar chanson	2,02	Nu en dan	Nooit	0,87	1,06
Tv-kijken: VTM	2,00	Neen	Ja	0,60	1,39
Eten: nieuwe recepten uitproberen	2,00	-	Oneens	-	1,67
Reizen: avontuur	1,95	-	Oneens	-	1,32
Musea hedendaagse kunst bezoeken	1,90	Ja	-	1,65	-
Luisteren naar dance	1,82	-	Nooit	-	1,12
Op café gaan	1,78	-	Neen	-	1,38
Kunst: conceptuele kunst/dadaïsme	1,72	Neutraal	Niet leuk	0,72	0,61
Sport: mooi lichaam	1,62	Neutraal	-	1,42	-
Luisteren naar klassieke muziek	1,58	Nu en dan	Nooit	0,79	0,69
Shoppen	1,55	-	Neen	-	1,29
Kunst: 19 ^{de} -eeuwse landschappen	1,52	-	Leuk	-	1,01
Eten: steak & frietjes	1,29	-	Eens	-	0,89
Concerten bijwonen	0,91	Ja	-	0,78	-
	72,80			22,99	40,16

Tabel 5. As 2. Highbrow versus actie dimensie. Bijdragen.

Variabelen	Bijdrage van variabelen	Modaliteiten		Bijdrage van modaliteiten	
		Links	Rechts	Links	Rechts
Kunst: Vlaamse primitieven	6,74	Niet leuk	Leuk	3,03	3,67
Kunst: barokportretten	6,64	Niet leuk	Leuk	3,18	3,27
Kunst: renaissance	5,69	Niet leuk	Leuk	2,84	2,72
Luisteren naar klassieke muziek	4,52	Nooit	Vaak	1,46	2,73
Kunst: (post-)impressionisme	4,25	Niet leuk	Leuk	1,67	2,51
Reizen: feesten	3,91	Eens	Oneens	1,96	1,91
Luisteren naar opera	3,83	Nu en dan	Vaak	2,03	1,13
Film: geweldscènes	3,63	Leuk	Niet leuk	1,15	1,33
Reizen: cultuurbezoek	3,10	Oneens	Eens	1,20	1,88
Reizen: avontuur	3,05	Eens	Oneens	1,20	1,79
Film: actie & avontuur	2,86	Leuk	Niet leuk	1,29	1,52
Luisteren naar dance	2,70	Vaak	Nooit	1,44	1,25
Musea schone kunsten bezoeken	2,64	-	Ja	-	2,23
Tv-kijken: VT4	2,47	Ja	-	2,23	-
Sport: kick	2,21	Eens	Oneens	0,99	0,45
Luisteren naar pop/rock	2,20	Vaak	Nooit	0,76	1,44
Tv-kijken: MTV/TMF	2,05	Ja	-	1,94	-
Reizen: zee & strand	2,02	Eens	Oneens	0,83	1,19
Film: special effects	1,96	Leuk	Niet leuk	0,90	0,91
Sport: grenzen verleggen	1,86	Eens	Oneens	0,89	0,59
Tv-kijken: KA2	1,83	Ja	-	1,68	-
Musea hedendaagse kunst bezoeken	1,79	-	Ja	-	1,55
Kunst: 19 ^{de} -eeuwse landschappen	1,78	Niet leuk	Leuk	0,79	0,94
Lezen: fictie	1,59	Neen	Ja	0,59	1,00
Kunst: surrealisme	1,53	-	Leuk	-	1,08
Tv-kijken: Canvas	1,45	-	Ja	-	1,20
	78,30			34,05	38,29

Tabel 6. As 3. Openheid-dimensie. Bijdragen.

Variabelen	Bijdrage van variabelen	Modaliteiten		Bijdrage van modaliteiten	
		Links	Rechts	Links	Rechts
Reizen: andere culturen	5,36	Neutraal	Eens	1,50	3,51
Reizen: avontuur	5,06	Neutraal	Eens	0,99	3,70
Film: originele stijl	4,41	Neutraal	Leuk	1,06	3,14
Reizen: nieuwe mensen ontmoeten	4,15	Neutraal	Eens	1,13	2,91
Reizen: feesten	3,80	Neutraal	Eens	0,73	2,88
Reizen: rondtrekken	3,75	Neutraal	Eens	0,87	2,43
Food: nieuwe recepten uitproberen	3,51	Neutraal	Eens	1,27	1,99
Film: actie & avontuur	3,19	Neutraal	Leuk	1,02	2,09
Film: special effects	3,19	-	Leuk	-	2,77
Film: kritisch commentaar	2,85	Neutraal	Leuk	0,60	2,24
Film: aan het lachen brengen	2,76	Neutraal	Leuk	1,61	1,14
Kledij: persoonlijkheid	2,55	Neutraal	Eens	0,97	1,53
Reizen: cultuurbezoek	2,46	-	Eens	-	1,86
Eten: belangrijk in leven	2,43	Neutraal	Eens	1,10	1,33
Sport: vriendschap	2,28	Neutraal	Eens	1,08	1,20
Sport: grenzen verleggen	2,24	-	Eens	-	1,77
Kunst: renaissance	2,28	Neutraal	Leuk	0,77	1,51
Kunst: barokportretten	2,22	Neutraal	Leuk	0,74	1,48
Film: romantisch	2,10	Neutraal	Leuk	0,83	1,22
Kunst: Vlaamse primitieven	2,06	Neutraal	Leuk	0,83	1,23
Kunst: abstract expressionisme	2,04	-	Leuk	-	1,72
Eten: vertrouwde kost	2,01	Neutraal	Oneens	0,97	0,99
Luisteren naar jazz/blues	1,95	-	Vaak	-	1,63
Sport: mooi lichaam	1,79	-	Eens	-	1,49
Sport: kick	1,78	-	Eens	-	1,53
Sport: team spirit	1,76	Neutraal	Eens	0,75	1,00
Kunst: (post-)impressionisme	1,66	-	Leuk	-	1,18
	75,64			18,82	51,47