

Het effect van locatie op kunstwaardering

Veldexperiment naar symbolische contextualisering

Michaël Berghman

1. Inleiding

Op 9 april 2008 voerde radiozender Klara in samenwerking met een reclamebureau een experiment uit. Ter promotie van de lancering van de nieuwe cultuurwebsite Klara.be (ondertussen Cobra.be) werd genomen hedendaags kunstenaar Luc Tuymans gevraagd om een schilderij aan te brengen op een muur in een drukbezochte straat in het centrum van Antwerpen. Vervolgens registreerde een verborgen camera gedurende twee dagen de reacties van voorbijgangers. Het betrof een ietwat aangepaste herneming van een experiment dat The Washington Post ruim een jaar eerder uitvoerde (Weingarten 2007). Van de 2856 voorbijgangers, sloegen er slechts 107 acht op het schilderij. De conclusie luidde dat mensen maar beter kunnen opletten, willen ze niet zomaar een schilderij van een topkunstenaar voorbij lopen.

Het zonet geschetste populaire onderzoek spreekt boekdelen. Blijkbaar zijn mensen onder bepaalde omstandigheden minder op hun hoede voor een confrontatie met kunst dan we zouden vermoeden. De vraag rijst hoe dat komt. Het gaat in het voorgaande immers niet om zomaar een werk. Het experiment ontleent zijn verrassingseffect goeddeels aan het feit dat het gebruikmaakt van een kunstwerk van de hand van een schilder die wordt gerekend tot de top binnen zijn discipline. Net omdat het zo'n waardevol werk is, valt op hoe weinig mensen het opmerken. We kunnen de vraag dus herformuleren. Waarom zorgen bepaalde omstandigheden ervoor dat de waarde van een werk meer of minder voor zich spreekt? Om dit te begrijpen, moeten we weten hoe we dergelijke waarde kunnen beschouwen.

Geconfronteerd met de popart van Andy Warhol en belangrijker nog, de ready-mades van dada-kunstenaar Marcel Duchamp, maakte in de tweede helft van de twintigste eeuw de institutionele benadering opgang binnen de kunstfilosofie. Arthur Danto (2011 [1964]) en in zijn zog George Dickie (2011 [1974]) stelden dat kunst slechts betekenis krijgt in relatie tot een kunstwereld. Om van een kunst-

werk te spreken, volstaat het dat deze sociale institutie een object (in de ruime zin van het woord) behandelt alsof het een kunstwerk is. Esthetische principes worden dan slechts vastgesteld na de feiten. Ze vatten in theoretische termen de kenmerken van dingen die al onmiskenbaar kunstwerken zijn. Binnen de sociologie vond dit inzicht hoofdzakelijk ingang middels het werk van Howard Becker, in het bijzonder in zijn boek *Art Worlds* (1982). Het onderscheid kunst/niet-kunst is dus een kwestie van sociale conventie. Kunstwerken ontleen hun artistieke merites aan de groepen waardoor ze gedragen worden.

Kwaliteitsverschillen tussen onderscheiden artefacten zijn echter slechts één zijde van de medaille. Verschillende waarnemers gaan ook anders om met cultuurproducten. Hoewel *smaakverschillen* als dusdanig niet het voorwerp uitmaken van dit onderzoek, zijn ze essentieel voor een goed sociologisch begrip van kunstwaardering. De sociale verankering van smaakverschillen is een van de sterkst empirisch onderbouwde gegevens binnen de sociologie (zie o.a. Katz-Gerro 1999; Kraaykamp, Van Eijck & Ultee 2010, Chan & Goldthorpe 2010, DiMaggio & Mukhtar 2004, Katz-Gerro 2002; DiMaggio & Useem 1978). Verscheidene sociale segmenten blijken zeer uiteenlopende voorkeuren te ontplooiën met betrekking tot kunst en cultuur, waarbij het opvalt dat sociaal sterkere groepen steevast meer affiniteit vertonen met de zogenaamde hoge cultuur, kortweg de kunst. Een gezaghebbende verklaring voor dit verband vinden we in het werk van de Franse socioloog Pierre Bourdieu (2010 [1984], 1984, 1996, 1985). Middels de begrippen *habitus* en cultureel kapitaal weet hij de werking van de kunstwereld (het veld van de beperkte culturele productie, Bourdieu 1985) te verzoenen met sociale stratificatie. Smaken hebben dan te maken met de familiariteit die men van kindsbeen af verwerft met de producten van het kunstveld.

Wanneer we de voornoemde inzichten rond kwaliteits- en smaakverschillen combineren, klinkt het dat bepaalde cultuurproducten worden geladen met een zekere symbolische bekrachtiging die vervolgens in verschillende mate wordt opgepikt door mensen naargelang hun verworven smaak. Belangrijk hierbij is dat we moeten beseffen dat smaken geen abstracte entiteiten zijn. Ze zijn gebaseerd op concrete voorkeuren die worden opgebouwd en zich uiten in de confrontatie met diverse cultuurproducten. Ze zitten stevig ingeworteld in de praktijk. Enkel in de actuele perceptie komen smaken tot uiting.

Dit plaatst ons voor een probleem. Als esthetische waarde het gevolg is van een op zich cultureel arbitraire attributie, hoe kan de toeschouwer deze dan inschatten in de praktijk? De symbolische bekrachtiging dient zich ook door te zetten in de perceptie om smaak een houvast te geven. Tot op zekere hoogte moet ze tastbaar zijn. Met andere woorden moeten processen die zich afspelen in de kunstwereld een materiële neerslag vinden waarop de perceptie zich kan enten. In de volgende bladzijden probeer ik dit probleem theoretisch op te lossen door de introductie van *symbolische contextualisering*. Dit impliceert een herformulering van de symbolische investeringsprocessen binnen het werk van Bourdieu. Omdat in deze conceptualisering de waarneming centraal staat, laat ze bovendien operationalisering toe. Bijgevolg wordt de theoretische ingreep em-

pirisch onderbouwd aan de hand van een veldexperiment in samenwerking met het M HKA.

2. Kunst en de esthetische dispositie volgens Bourdieu

Omdat het theoretisch kader van dit onderzoek in sterke mate gebaseerd is op het Bourdieusiaans begrippenkader, is enige vertrouwdheid met Bourdieus stellingen geboden voor een goed begrip. Echter, gezien het feit dat het onderhand wordt gezien als één van de basisperspectieven binnen de cultuursociologie, houd ik de introductie tot Bourdieus werk beknopt om herhaling te vermijden. Enkel zijn inzichten omtrent kunst zal ik kernachtig en lapidair beschouwen. Voor een meer genuanceerde uiteenzetting verwijs ik de lezer graag door naar de teksten van de auteur zelf of de vele instructieve inleidingen tot zijn werk (o.a. Laermans 1984; Wacquant 1998).

Net zoals eender welke sociale activiteit, is de productie van kunst volgens Bourdieu het resultaat van de strijd binnen een veld. Meer bepaald gaat het om het veld van de beperkte culturele productie (Bourdieu 1996, 1983, 1985). In tegenstelling tot het veld van de grootschalige productie, waar economisch gewin in het geding is, draait het in dit veld om het verwerven van symbolisch kapitaal, oftewel aanzien. Daarbij proberen de verschillende belanghebbenden zich te onderscheiden. In lijn met de institutionele kunstsociologie (Becker 1982), omvatten die belanghebbenden, naast kunstenaars, de vele 'ondersteunende' beroepen (galeristen, critici, estheten, curatoren, enzovoort), alsook het publiek van toeschouwers (Bourdieu 1980, 262). Samen vormen zij een hiërarchie van posities. De dominante posities definiëren het primaire onderscheid dat in het veld geldt en weten zich daarbij gesteund door de doxa, de primaire aanvaarding van de legitimiteit van het veld (Bourdieu 1980, 320). Binnen de kunst neemt deze doxa de vorm aan van de zogenaamde *charismatische ideologie*, die de verantwoordelijkheid voor kunstwerken legt bij de inspanningen van een individueel creatief genie en zo de symbolische economie dewelke zich in het veld afspeelt aan het oog onttrekt (Bourdieu 1980, 263).

Samenvattend, en onder abstractie van enkele belangrijke nuances, verkrijgen kunstwerken volgens Bourdieu hun waarde door toe-eigening vanwege gezaghebbende posities binnen het veld. Deze symbolische investering wordt gelegitimeerd door ze in te schrijven in de doxa, door middels een esthetische interpretatie die theoretische algemeenheid pretendeert duidelijk te maken waaraan een werk (of kenmerken ervan) zijn waarde ontleent (Bourdieu 1980, 262-263, 1983, 323). De redenering is circulair, doch geldig. In één beweging bepalen de investeerders de criteria en stellen ze vast dat bepaalde objecten daaraan voldoen. De gelijkenis met de stellingen van Danto (2011 [1964]) is treffend, met dat verschil dat bij Bourdieu interpretaties waarde niet enkel vaststellen, maar ze effectief construeren. Een kunstwerk heeft immers maar betekenis (in de letterlijke

zin) in zoverre het gedekt wordt door de interpreterende (lees, legitimerende) activiteiten van veldspelers. De kunstgeschiedenis valt dus te begrijpen als een opeenvolging van legitimaties waarmee dominante posities hun distinctie symboliseerden (Bourdieu 1987).

Omdat kunstwerken slechts waarde verkrijgen in de strijd binnen een veld en dus niet het product zijn van individuele kunstenaars, maakt het Bourdieusiaanse perspectief in essentie geen onderscheid tussen productie en consumptie. Zowel professionele actoren binnen het veld als het publiek van liefhebbers doen aan symbolische toe-eigening van cultuurproducten. Door een voorkeur te kennen te geven, verbinden ze hun eigen positie met bepaalde artefacten (of verzamelingen daarvan, zoals stijlen of scholen). Hun activiteit valt dus te kenmerken als investering (Bourdieu 1980, 263-265). Of deze ook daadwerkelijk rendeert, hangt echter af van de hoogte van de positie die men inneemt in het veld. Maar omdat een symbolische toe-eigening een hiërarchische positie moet ondersteunen, dient ze per definitie schaars te zijn. Men kan zich immers maar onderscheiden van anderen in de mate dat men over iets beschikt (kennis, vaardigheid, ...) dat buiten het bereik van anderen ligt (Bourdieu 2010 [1984]). De verhouding tussen boven- en ondergeschikte posities in het veld is dus fundamenteel ambivalent. Enerzijds wil men lager geplaatsten weren door de symbolische exclusiviteit van bepaalde cultuurproducten te benadrukken, maar anderzijds heeft deze schaarste slechts betekenis wanneer ze ook wordt onderkend door de uitgesloten posities. Bijgevolg bepaalt de consumptie mee de symbolische waarde van cultuurproducten (Bourdieu 1983, 330).

De mate waarin actoren in staat zijn om cultureel schaarse producten toe te eigenen, hangt volgens Bourdieu af van hun vertrouwdheid met het veld (Bourdieu 1984). Reeds vanaf de vroege primaire socialisatie maken kinderen in mindere of meerdere mate kennis met de producten van het kunstveld. Vooral degenen die opgroeien binnen de hogere regionen van de maatschappij leren zo de symbolische onderscheiden die er gelden en ontwikkelen bijgevolg een vaardigheid om adequate toe-eigeningen te maken (Bourdieu 1984, 7-8). Ze verwerven een smaak; Bourdieu spreekt over een esthetische dispositie. Deze wordt weliswaar verder uitgebouwd tijdens secundaire socialisatieprocessen, maar enkel indien men 'van thuis uit' al aan de basisvoorwaarden voldoet. Formele training bekrachtigt dus veeleer de smaken van de sociaal dominante groepen dan dat het ze aanreikt. Onder de doxa van de meritocratie reproduceert het onderwijs sociale stratificatie, hetgeen Bourdieu aanduidt met de term *symbolisch geweld* (Bourdieu & Passeron 1990).

Vermits de esthetische dispositie actoren in staat stelt om de legitieme onderscheiden binnen het veld te herkennen en toe te passen, gaat het volgens Bourdieu (1984, 4-5) over de beheersing van een code. Echter, deze code is zelf het product van het veld. Onderscheiden worden weliswaar gecodificeerd in de esthetica, maar ze hebben maar sociaal nut zolang ze schaars zijn (Bourdieu 1987). De code is met andere woorden veranderlijk. Nogmaals, de kunstgeschiedenis wordt gekenmerkt door een opeenvolging van codes. De esthetische prin-

cipes die men heeft geleerd tijdens de kindertijd geraken onvermijdelijk achterhaald. Om bij te blijven moeten mensen hun esthetische dispositie dus kunnen bijstellen in functie van ontwikkelingen binnen het veld. Daarom beweert Bourdieu (1984) dat het voor de adequate cultuurconsument niet volstaat om kennis te maken met een momentopname van het veld, maar dat zij/hij vertrouwd moet geraken met de kunstgeschiedenis als dusdanig. Door zich te bekwamen in de opeenvolging van symbolische onderscheiden die er doorheen de tijden golden, went men aan de veranderlijkheid van de code. Men leert de 'code der codes' te beheersen (Bourdieu 1984, 13-14). Een dergelijke voorstelling van zaken mag dan wel intuïtief steek houden, toch blijft er een probleem. Een bepaalde esthetische code is immers maar legitiem wanneer ze gedragen wordt door gezaghebbende posities. Het besef dat de code kan wijzigen betekent nog niet dat men ook weet in welke richting. Daarvoor behoeft men informatie over de symbolische investeringen die daadwerkelijk gebeuren. Dit neemt uiteraard niet weg dat het veld in de praktijk incrementeel evolueert. Hoewel er in theorie geen beperking staat op de grootte van een wijziging ten opzichte van het voorgaande, zal in werkelijkheid een nieuwe fase in de kunstgeschiedenis voortbouwen op wat voorafging. Revoluties zijn meestal betrekkelijk (Bourdieu 1987). Hieruit volgt dat kennis van de kunstgeschiedenis doorgaans wel een vrij solide leidraad vormt. Maar zekerheid biedt het niet. In confrontatie met nieuwe kunstwerken is zelfs de code der codes per definitie beperkt in draagkracht.

Deze kwestie werd reeds gesignaleerd door Van Rees (1983, 1987, 1989). Hij merkte op dat de waarde van literair werk hoofdzakelijk wordt bepaald door de uitspraken die gezaghebbende critici erover doen. Doorheen interpretaties krijgt een werk een betekenis, zelfs in hoofde van de auteur. Van Rees stelt vast dat auteurs hun eigen werk bespreken met de termen die ze door externe interpretatoren aangereikt krijgen. Andere commentatoren nemen gezaghebbende lezingen over, soms zelfs in weerwil van een initiële eigen interpretatie (Van Rees 1987, 292-293). Hoewel Van Rees het vooral heeft over de constructie van esthetische waarde door toedoen van de dominante, professionele deelnemers aan het veld, beperkt hij de werking van het proces geenszins tot enkel deze posities. Ook gewone toeschouwers (lezers in het geval van Van Rees) toetsen hun evaluatie in grote mate af aan de mening van gereputeerde observatoren (Van Rees 1989, 193).

We kunnen ons echter afvragen hoe dit in zijn werk gaat. Mensen mogen zich in hun consumptie van kunst en cultuur dan wel graag laten leiden door recensies en andere expertopinions, maar dat is bezwaarlijk een noodzakelijke voorwaarde voor kunstervaring. Toeschouwers hebben er doorgaans geen probleem mee om hun mening te geven zonder dat ze de gelegenheid hebben gehad die te stofferen met geleende professionele argumenten. Ze zullen hun evaluatie misschien een beetje matigen ("ik weet het ook niet hoor, maar volgens mij ..."), maar het zal hen er niet van weerhouden om uitspraken te doen over de esthetische kwaliteit van de cultuurproducten waarmee ze in aanraking komen. Bovendien, mensen vormen zich niet alleen een mening voor de buitenwacht.

Hun omgang met kunst is oprecht, in die zin dat het ook op een onreflexieve of emotionele manier inhaakt op de perceptie (Bourdieu 1980, 278). De sterkte van het Bourdieusiaans perspectief zit net in het feit dat het subjecten niet beschouwt als gedurig rationeel calculerende actoren (Potter 2000). Strategie is onbewust, reproductie is niet meer dan een nevenwerking van de handel en wandel van actoren die koers varen op geïncorporeerde opvattingen over de realiteit. Hoewel ik in het voorliggende onderzoek niet in staat zal zijn om afdoende plaats in te ruimen voor dat soort onbewuste praxis, moeten we er theoretisch wel op bedacht zijn. Een overtuigende voorstelling van symbolische investering moet de gepercipieerde waarde van cultuurproducten kunnen verklaren, ook in de afwezigheid van expliciete interpretaties door experts en ook wanneer de smaak niet meer is dan een subjectief ervaren buikgevoel.

3. De symbolische presentatiecontext

Wanneer een toeschouwer geconfronteerd wordt met een artistiek artefact (een schilderij, een beeld, een foto, maar net zo goed een boek, een dansvoorstelling of een muziekstuk), kan er zich een esthetische ervaring voordoen. De persoon in kwestie neemt de formele kenmerken die het werk constitueren in zich op, de kenmerken maken een bepaalde indruk en dit leidt vervolgens tot een respons. Dit effect is uiteraard slechts mogelijk indien de ervaring zinvol is voor de toeschouwer. De waargenomen kenmerken moeten tot op zekere hoogte herkenbaar zijn. Men moet ze dus kunnen onderbrengen in symbolische categorieën die men in eerdere ervaringen heeft leren hanteren. Met andere woorden, door associatie met gelijkaardige kenmerken in eerdere esthetische ervaringen krijgt een kenmerk pas betekenis, bijvoorbeeld als een penseelstreek en niet als een gemorste verfspat.

Een belangrijk aspect van dit herkenningsproces betreft afbakening. Men dient het werk zelf te categoriseren en dus uit te maken wat er een relevant deel van uitmaakt en wat niet. Volgens Csikszentmihalyi en Robinson (1990, 7) is een essentieel kenmerk van de esthetische ervaring dan ook *object focus*. De waarneming verdicht en richt zich uitsluitend op de kenmerken van dat ene culturele artefact dat in ogenschouw wordt genomen. Dat wil echter niet zeggen dat men zich niet meer bewust zou zijn van de omgeving. Het behoeft weinig betoog dat kunstervaring enkel kan plaatsgrijpen in een context. Een kunstwerk moet gesitueerd zijn in de fysieke ruimte om waargenomen te worden. Het wordt dan ook omgeven door tal van omstandigheden. Deze omstandigheden noem ik presentatiemodaliteiten omdat ze de confrontatie met artistieke artefacten mogelijk maken en een bepaalde vorm verlenen. Csikszentmihalyi en Robinson (1990, 142-146) erkennen terdege dat de omstandigheden een rol spelen bij de waarneming van kunst, zij het dan eerder van facilitaire aard. Ze kunnen de esthetische ervaring wel ondersteunen of net in de weg staan, maar enkel het object vraagt

om actieve aandacht. Ze worden irrelevant geacht voor wat men van een werk zelf vindt.

Daarmee worden de presentatiemodaliteiten mijns inziens onderschat. Deze omstandigheden zijn immers verre van symbolisch neutraal. Of iemand een werk benadert in een museum of in een privéwoning, of er een naambordje onder hangt of niet, of het wordt afgebeeld in een kunstboek of een jongerenmagazine, of er zich nog andere werken in de omgeving bevinden; stuk voor stuk zijn het duidelijke signalen met betrekking tot de waardering die een artefact eerder te beurt vielen en door wie (Bourdieu 1980, 278). Hoewel ons oog zich bij wijze van spreken concentreert op dat ene kunstwerk, vangt ons perifere blikveld een overvloed aan externe informatie op. In feite kunnen we de manier waarop we omgaan met een artistiek product dus doortrekken naar de presentatiemodaliteiten die het omringen. Wanneer een bepaald type artefact herhaaldelijk wordt waargenomen in een bepaalde context, geraakt er een stevige associatie gevestigd tussen de twee. De context verwerft een connotatie met een bepaald soort cultuurproducten en de symbolische waarde waarvoor ze staan. Wanneer vervolgens andere, vaak nog onbekende werken worden waargenomen onder deze omstandigheden, werkt de associatie daar op door. Daar zijn we ons niet noodzakelijk van bewust. De incorporatie van de doxa van het kunstveld zorgt ervoor dat we enkel het werk, inclusief zijn bepalende kenmerken en de mogelijke bedoeling die de maker ermee had, doelbewust in beschouwing nemen wanneer we ons een mening vormen. Andere indicaties verdwijnen onder de radar.

Nochtans is de context belangrijk voor de kunstervaring. Zoals gezegd zijn ook esthetische classificaties maar geldig zolang ze legitiem zijn. Wanneer een toeschouwer een werk waarneemt dat zij/hij niet kent, is het in principe onzeker of de esthetische principes die men heeft geleerd nog wel gelden. Zelfs als het artefact kenmerken vertoont waarvan men de symbolische waarde heeft leren inschatten, dient men nog vast te stellen of ze ook in dit specifiek geval volstaan. In de afwezigheid van interpretaties van een gezaghebbende bron gaat men op zoek naar aanvullende informatie ter ondersteuning van het 'buikgevoel' dat het werk oproept. En daarvoor kan men terugvallen op externe aanwijzingen die men aantreft in de externe omstandigheden van presentatie. Op basis van de context en de onderscheiden modaliteiten waaruit deze is samengesteld, kan men dus de symbolische waarde van een waargenomen werk vaststellen.

Presentatiemodaliteiten kunnen diverse vormen aannemen. Bij context zijn we vaak geneigd te denken aan de fysieke ruimte waar de kunstervaring zich afspeelt, maar eerder bleek al dat ook de afbeelding in een boek een artefact beschikbaar kan maken voor de perceptie. Bovendien is dit soort contexten op hun beurt weer samengesteld uit tal van elementen. In een locatie treft men muren aan die in een bepaalde kleur zijn geschilderd, deuren, klinken, meubilair, vloerbekleding, verlichting, en ga zo maar door. Voor zover deze een associatie oproepen met een zeker gehalte aan symbolische waarde, dragen ze bij aan de contextualisering van de artistieke artefacten die in hun aanwezigheid worden vertoond. De mate waarin ze dat doen is weliswaar variabel. Waar som-

mige presentatiemodaliteiten zeer sterk worden geassocieerd met een bepaald soort presentatie (en enkel met dat soort presentatie) komen andere voor in uiteenlopende omstandigheden die niet noodzakelijk met kunst in verband worden gebracht. Brandblusapparaten vind je bijvoorbeeld zowel in musea als in treinstations. Uit hun aanwezigheid kan je dus op zich niet leren dat je je in een context van kunstpresentatie bevindt. Ze signaleren echter doorgaans wel dat je je in een publieke ruimte begeeft. In combinatie met andere modaliteiten kan dit wel degelijk nuttige informatie zijn.

Bovendien beperkt de symbolische contextualisering zich niet tot materiële omstandigheden. Vaak wordt de presentatie van artistiek werk ook begeleid door talige indicaties. Werken krijgen een titel opgeplakt en ze worden toegedicht aan een kunstenaar. Het behoeft weinig betoog dat de vermelding van een naam het werk verbindt met het prestige van die bewuste kunstenaar (Bourdieu 1987, 204). Maar ook als deze naam op zich geen belletje doet rinkelen, vormt het een indicatie. Immers, de loutere vermelding van een kunstenaar leert alvast dat het object van de hand van een kunstenaar is, wiens naam daarenboven het vermelden waard is.

Een bijzonder geval zijn de inhoudelijke besprekingen van kenmerken die vaak worden aangetroffen in kunstboeken of op informatiebordjes aan museummuren (maar net zo goed kunnen worden uitgesproken door een museumgids of een veilingmeester). Omdat deze de kenmerken behandelen van het kunstwerk in kwestie, vallen ze te begrijpen als de interpretaties die zo belangrijk zijn voor het verlenen van esthetische waarde in de institutionele beschouwing. Ze dicht esthetische eigenschappen toe aan bepaalde kenmerken en nemen ze zo op binnen de doxa. Op die manier krijgen fysieke kenmerken van kunstwerken uiteindelijk ook een symbolische connotatie, waardoor ze op zichzelf herkenbaar worden. Wanneer ze discursief onder een gemeenschappelijke noemer worden gebracht, kunnen we spreken van een bepaald stijldioom (Bourdieu 1980, 289). Dit kan de toeschouwer die ermee vertrouwd is vervolgens toepassen in de confrontatie met nieuwe artefacten.

Het mag bijgevolg duidelijk zijn dat een strikt onderscheid tussen externe omstandigheden en interne kenmerken niet houdbaar is. Toeschouwers leggen associaties tussen de elementen die ze waarnemen, of deze zich nu aan de 'binnen- of buitenkant' van het artefact bevinden, op een fundamenteel gelijkaardige manier.

4. De experimentele studie van contexteffecten

Omdat het mechanisme van symbolische contextualisering het proces van symbolische investering buiten het artefact legt, zij het ten dele, wordt de institutionele toekenning van artistieke waarde beschikbaar voor empirisch onderzoek. Perceptie gebeurt per definitie in een bepaalde context. De smaak die een toe-

schouwer ontplooit en te kennen geeft op basis van die perceptie is dusdanig sowieso getekend door die omstandigheden. Wanneer preferenties voor artistiek werk louter worden geobserveerd, zit de symbolische investering die mogelijk-kerwijze langs de context verloopt al bij voorbaat geïmpliceerd in de observatie. Men kan het effect daarvan dus niet nagaan. Om (externe) symbolische contextualisering vast te stellen, moeten we het gepresenteerde artefact loskoppelen van de omstandigheden van presentatie. Dit kan door gebruik te maken van een experimenteel onderzoeksdesign waarin de presentatiecontext systematisch wordt gevarieerd (Neter *et al.* 1996; Loosveldt 2006). In het hierna gerapporteerde onderzoek ga ik het effect van context op dergelijke experimentele wijze na. Meer bepaald bestudeer ik de impact van de locatie waar de presentatie plaatsgrijpt op de waardering van hedendaagse kunstschilderijen. Daarbij stel ik de hypothese dat de waardering toeneemt in een symbolisch waardevollere locatie.¹

De experimentele aanpak legt het onderzoek echter belangrijke beperkingen op. Omdat ik een realistische (en dus intern valide) confrontatie met artistiek werk beoog, is het onderzoek een veldexperiment. Daarom is de concrete implementatie behoorlijk intensief. Om organisatorische redenen kan er bijgevolg slechts een vrij beperkte groep respondenten worden betrokken. Het resultaat hiervan is dat het aantal geoperationaliseerde variabelen vrij klein moet blijven. Belangrijker, echter, is dat van de respondenten een aanzienlijke inspanning wordt verwacht. Concreet betekent deelname aan het onderzoek dat men in twee verschillende contexten artefacten moet evalueren. Dit veronderstelt een verplaatsing en investering in termen van tijd. Om deze redenen is een toevalsteekproef niet haalbaar. De gerealiseerde steekproef zou zo selectief zijn dat er onvermijdelijk ingrijpende responsbias zou optreden (Billiet 2006). Omwille van de kleine steekproef zou spreiding van respondentkenmerken bovendien met moeite leiden tot significante verschillen. Dit zijn overigens de redenen waarom sociologisch onderzoek in de regel experimentele designs schuwt. Met andere woorden kan ik geen aanspraak maken op externe validiteit. Ik opteer in de plaats daarvan voor een homogene steekproef. Zo kunnen alvast de contexteffecten op een betrouwbare manier worden vastgesteld. Anders gezegd, in de afruil tussen externe en interne validiteit die kenmerkend is voor dit soort experimenten, kies ik resoluut voor interne geldigheid. In de praktijk maak ik gebruik van een groep universiteitsstudenten als respondenten ($n = 59$). Deze groep is interessant omdat hij, Bourdieusiaans gezien, stamt uit een betrekkelijk gepriviligeerd sociaal stratum en bijgevolg wordt verwacht een bovengemiddelde affiniteit met de legitieme cultuur te vertonen. Dit blijkt ook uit het scholingsniveau van de ouders. 72,9% van de vaders en de 67,8% van de moeders is hooggeschoold. Uiteraard betekent dit wel dat ik effecten van de context naga bij een bepaald soort, eerder esthetisch georiënteerde habitus. Gezien de theoretische inbedding van dit onderzoek, ben ik mij er sterk van bewust dat verbanden mogelijk-kerwijze anders liggen wanneer een verschillend samengestelde steekproef zou worden bestudeerd.

4.1. Operationalisering van de context

Zoals gezegd gaat dit experiment het effect van presentatielocatie na. In het bijzonder wordt de waardering voor beeldend werk vergeleken in symbolisch onderscheiden tentoonstellingsruimtes. Hoewel presentatie in een privéruimte of een publieke ruimte die niet geassocieerd wordt met kunstpresentatie (zoals een kantoorgebouw) eveneens denkbaar is, bieden tentoonstellingsruimtes enkele voordelen in de voorliggende opzet. Enerzijds zijn dergelijke locaties voorzien op de publieke receptie van beeldende kunst. Dit wil zeggen dat meerdere mensen er tegelijkertijd kunstwerken kunnen bekijken. Hierdoor kan de dataverzameling betrekkelijk efficiënt gebeuren. Belangrijker is echter dat evaluaties moeten worden geregistreerd. Respondenten moeten dus op een vrij bewuste manier hun aandacht vestigen op het gepresenteerde werk. In een context waar kunstwerken niet het brandpunt vormen, kan het vreemd overkomen dat men wordt gevraagd om er een mening over te geven. Met andere woorden zou het verband tussen de context en de artefacten overmatig worden benadrukt. In tentoonstellingsruimtes is het daarentegen zeer gebruikelijk om artistieke artefacten waar te nemen. Dat men vervolgens wordt verzocht deze te evalueren is minder courant, maar ligt in het verlengde van de ervaring.

In de symbolisch waardevolle conditie worden de werken gepresenteerd in een bekend museum voor hedendaagse kunst, het M HKA in Antwerpen. De contrasterende conditie is een vertoning in een parochiezaal in Heverlee (zaal PAVO). Hoewel in beide contexten presentatie van schilderijen aannemelijk is, wordt enkel het museum vermoedelijk uitsluitend geassocieerd met legitieme kunst. Een parochiezaal, daarentegen, wordt voor diverse doeleinden gebruikt: van kaartnamiddagen over buurtvergaderingen tot quizavonden. Tentoonstellingen zijn ook mogelijk, maar dan doorgaans van lokaal talent. Dit soort zalen wordt in de regel uitgebaat door vrijwilligers en mist dus de bestaande en voorzieningen voor professionele kunstpresentaties. Verder is ook de geografische ligging van de locaties niet onbelangrijk. Het M HKA ligt in een naar Vlaamse normen grote stad, in een buurt met een uitgesproken cultureel imago (het Zuid). PAVO bevindt zich in een woonwijk in een randgemeente. Ook wat betreft indruk staan de locaties in schril contrast. Waar het M HKA in een groot, wit gebouw huist en een prominente plaats inneemt in zijn omgeving, is PAVO gevestigd in een bakstenen gelijkvloers gebouw in de huizenrij. Binnen de gebouwen hebben beide presentatieruimtes witte muren en een grijze vloer en worden ze verlicht met fel wit licht. De ruimte in het M HKA is echter aanzienlijk hoger en ruimer. Gezien het veelzijdige gebruik van het lokaal in PAVO, staat er een kitchenette in een hoek en een opbergkast in een andere. In het M HKA worden de schilderijen rechtstreeks aangebracht op de muur. Om de muren niet te beschadigen, kunnen in PAVO geen haken worden bevestigd. In plaats daarvan worden de schilderijen opgesteld op schildersezels. Hoewel deze ezels een extra verschil betekenen in de manier van presentatie, ligt dit in de lijn met de symbolische waarde waarvoor de locaties staan. Schildersezels roepen weliswaar ongetwijfeld een associatie op

met artistiek werk, maar ze zijn zeer ongebruikelijk bij museale (of anderszins legitieme) presentatie. Daarom ben ik van mening dat ze het symbolisch contrast tussen de contexten niet in de weg staan; ze versterken het vermoedelijk eerder.

4.2. Stimulusmateriaal

Zoals vermeld wordt het effect op de waardering van schilderijen bestudeerd. Elders hebben we argumenten aangedragen voor de keuze voor deze kunstdiscipline in perceptieonderzoek (Berghman & Van Eijck 2009, 385-386). In het bijzonder varieer ik de presentatie van acht hedendaagse kunstwerken uit de collectie van het M HKA. De selectie gebeurt in samenspraak met de collectieverantwoordelijke van het M HKA. De werken worden opgesteld in de twee contexten zonder titel, maker of bijkomende informatie. Volgende werken werden vertoond:

- Fred Bervoets – zonder titel (2009).
- Marlene Dumas – Sacrifice (1993).
- Joris Ghekiere – zonder titel (2007).
- Moshekwa Langa – Sealago (2006).
- Steven Shearer – Drag (2005).
- Luc Tuymans – Ijzertoren (1995).
- Patrick Vandeneynde – Schepnet (1995).
- Robert Zandvliet – zonder titel (1996).

Ik formuleer geen verwachtingen omtrent de specifieke kenmerken van de aangeboden schilderijen. De reden is tweërlei. Aan de ene kant is het aantal werken te klein om bepaalde kenmerken systematisch te variëren op een statistisch betekenisvolle manier. Het aantal mogelijks relevante kenmerken is dan weer te groot voor analyse. Bovendien wordt schilderkunst gekenmerkt door een dermate grote verscheidenheid dat het schier onmogelijk is om voor onderzoeksdoeleinden een collectie samen te stellen die aanspraak kan maken op enige representativiteit. Daarbij komt nog dat een bruikbaar steekproefkader ontbreekt. Hoewel de eigenschappen van de werken theoretisch gezien uitermate relevant zijn voor de waardering, vallen ze niet te operationaliseren op een transparante manier. Dit is geen kwestie van onzorgvuldigheid, maar van academische bescheidenheid. Daarom beschouw ik de variabele kenmerken als een externaliteit binnen het onderzoeksmodel (waarvan ik mij weliswaar formeel rekenschap geef, zoals verderop zal worden verduidelijkt).

Niettegenstaande wordt een opvallend kenmerk constant gehouden. De respondenten mogen de aangeboden werken niet herkennen. In dat geval zou er immers hypothetisch al een voorafgaand proces van contextualisering hebben plaatsgevonden. Men zou dus de symbolische waarde van de artefacten reeds kennen, wat ertoe zou kunnen leiden dat men minder de neiging heeft om op de context terug te vallen. In bepaalde gevallen zou het er zelfs voor kunnen zorgen

dat de context opvalt als ongepast. De experimentele opzet zou dan op de helling komen te staan. Hoewel de vereiste van onherkenbaarheid een zware beperking lijkt op te leggen ten aanzien van de werken die in aanmerking komen, hoeft men dit in de praktijk niet te overschatten. Kennis van specifieke beeldende kunstwerken is vrij schaars. Zelfs indien men tamelijk grondig vertrouwd is met de schilderkunst, zal men met moeite concrete werken kunnen thuisbrengen zonder bijkomende informatie. Om deze reden gebruik ik hedendaags werk, waarmee slechts een heel klein aantal mensen genoeg bekend is om autonoom specifieke werken te herkennen.

Afgeleid van deze beperking wordt een tweede kenmerk constant gehouden. Alleen figuratief werk wordt gebruikt. Abstractie is immers een symbolisch zeer sterk geladen kenmerk. Ik ga ervan uit dat abstracte werken per definitie een hogere symbolische waarde oproepen (althans bij het jonge, hooggeschoolde respondentenpubliek, Berghman & Van Eijck 2009). Figuratieve schilderkunst verwacht men echter binnen zowel de gevestigde, professionele schilderkunst als bij amateurwerk. Het is dus in zekere zin meer symbolisch ondergedetermineerd. Om te vermijden dat de draagwijdte van effecten zich beperkt tot een enkele soort artefacten, zorg ik ervoor dat de werken een zekere variatie vertonen. De getoonde collectie bevat portretten evenals landschappen, zowel felgekleurde werken als zwart-wit en de afmetingen lopen sterk uit elkaar.

4.3. Evaluatie

De respondenten worden verzocht de werken te evalueren aan de hand van een aantal schalen. Daarmee worden verschillende criteria gemeten die een rol kunnen spelen bij de waardering. Omdat de vragenlijst die men invult in feite ook deel uitmaakt van de context waarin men de schilderijen waarneemt, is een zekere voorzichtigheid geboden. Door expliciet te peilen naar bepaalde aspecten, zouden respondenten misschien worden aangezet om in zekere richting te gaan zoeken. De aangeboden schalen mogen met andere woorden niet te suggestief zijn. Dit wil zeggen dat ze niet te sterk verband mogen houden met de evaluatie van een bepaald soort werk (met de bijbehorende symbolische waarde). De voorgelegde criteria dienen dus steek te houden in beide contexten.

Per criterium wordt een stelling voorgelegd. De respondenten kunnen aan de hand van een 10-puntenschaal aangeven in welke mate ze het ermee eens zijn (gaande van 0 = 'helemaal oneens' tot 10 = 'helemaal eens', tussenliggende cijfers worden niet gelabeld). In het bijzonder gaat het over de volgende criteria, in deze volgorde (de aangeboden stelling staat tussen haakjes). Twee schalen dienen om na te gaan of de evaluatie een smaak weerspiegelt—anders gezegd, of men de neiging heeft om voorkeuren om te zetten in actie.

- Mooi (ik vind het mooi).
- Originaliteit (ik vind het origineel).
- Vakmanschap (ik vind het goedge maakt).

- Interessant (ik vind het interessant).
- Complexiteit (ik vind het complex).
- Kracht (ik vind het krachtig).
- Intellectuele uitdaging (het zet me aan het denken).
- Emotionaliteit (het raakt me).
- Intentie – thuis (ik zou dit bij mij thuis willen ophangen).
- Intentie – buitenshuis (indien de maker een tentoonstelling zou houden, dan zou ik erheen gaan).
- Algemene waardering (geef een algemene score).

Verder wil ik ook weten in welke mate men de institutionele waarde van het artefact erkent. Ik wil dus nagaan in hoeverre de context ervoor zorgt dat men iets tot de categorie ‘kunst’ rekent. Hierbij geldt de bovenstaande argumentatie omtrent suggestiviteit echter des te harder. Ik kan niet in zoveel woorden vragen “is dit kunst”, omdat een dergelijke formulering mensen erop attent maakt dat deze categorie mogelijkwijze in het geding is, zelfs als ze niet geneigd waren dit te denken. Bovendien kan deze vraag op meer dan één manier worden opgevat. Voor sommigen is kunst een evaluatief geladen begrip – zoals het ook in deze tekst wordt aangewend. Voor anderen betreft het echter een louter descriptief concept om bepaalde voorwerpen te benoemen. Een schilderij of beeldhouwwerk is dan sowieso kunst (en een muziekstuk of film misschien niet). Met andere woorden levert de kunstvraag ambigue antwoorden op.

Veel mensen gaan er echter (terecht) van uit dat ‘grote’ kunst ook duur is. De institutionele waarde van een werk wordt vaak gereflecteerd in de economische waarde. De inschatting van de prijs van een werk kan dus dienen als proxy voor de institutionele erkenning die men een werk toedicht, maar dan zonder de suggestieve bijklank.

- relatieve prijschatting (is het duur, volgens u).

Ik laat de respondenten hierop antwoorden in relatieve termen, met gebruik van de 10-puntenschaal. Enkel verschillen in grootteorde interesseren mij. Daarnaast kunnen we ervan uitgaan dat niet-professionele toeschouwers nauwelijks een idee hebben van de werkelijke prijzen die voor kunstwerken worden betaald. Vragen om een inschatting in absolute termen zou dus niet alleen weinig informatieve, maar ook amper betrouwbare gegevens opleveren.

4.4. Design en uitvoering

Omdat evaluaties in twee verschillende contexten moeten worden geobserveerd, moet de steekproef in twee worden gesplitst. Een individuele respondent mag een werk uiteraard maar in een enkele context te zien krijgen. De opdeling in substeekproeven gebeurt *at random*. Om voorts te vermijden dat de waarde-

ringen in een bepaalde context, ondanks de homogeniteit van de respondentengroep, zouden interageren met toevalskenmerken van één van de substeekproeven, zorg ik ervoor dat beide groepen kunstwerken te zien krijgen in beide contexten. Met andere woorden worden ook de schilderijen onderverdeeld in twee subcollecties van vier, waarbij ik erop toezie dat een zeker type schilderij niet oververtegenwoordigd geraakt op basis van opvallende kenmerken zoals kleur en thema. De ene substeekproef krijgt dan de ene subcollectie te zien in het museum en de overige vier schilderijen in PAVO. Aan de andere substeekproef wordt de omgekeerde combinatie tussen context en subcollectie aangeboden. Dit design zorgt ervoor dat context op individueel niveau wordt gevarieerd.

Deze aanpak moet echter worden uitgevoerd zonder dat de respondenten er erg in hebben dat ze aan een experiment deelnemen. Een overtuigende verantwoording is dus noodzakelijk waarom ze een stel schilderijen bekijken in twee groepen en op twee locaties. Bovendien moet deze voor de twee presentaties constant blijven, vermits het meetinstrument niet mag verschillen. Zoals ik eerder aangegeven heb, valt de vragenlijst die men invult (evenals de manier waarop die wordt verantwoord) immers ook op te vatten als een presentatiemodaliteit. Wanneer hij zou aangepast worden aan de presentatiecontext, zou het een autonoom effect kunnen hebben op de waardering. Daarom krijgen de respondenten te horen dat de presentaties deel uitmaken van een grootschalig onderzoek naar diverse vormen van culturele voorkeuren en vrijetijdsbesteding. Omdat dit onderzoek zogezegd ook de verplaatsing- en toegangskosten dekt, biedt het een uitgelezen gelegenheid voor de studenten om een uitstap te maken in het kader van hun opleiding.

Deze omkadering wordt aannemelijk door het onderzoek een officieel klinkende naam te geven (V.A.C.V.O. of Vlaams Algemeen Cultuur- en VrijetijdsOnderzoek) en een bijpassend logo wordt afgedrukt op de vragenlijsten. Door de expliciete vermelding van vrije tijd in deze titel, benadruk ik bovendien dat niet enkel legitieme cultuurvormen worden onderzocht. De respondenten mogen immers niet op basis van de verantwoording afleiden dat ze kunst te zien krijgen. Zo mijd ik ook woorden als 'kunst', 'kunstenaar' of zelfs 'werk'. De algemeenheid wordt verder onderstreept door de opname van een aantal overtollige vragen omtrent sport- en mediagebruik in de vragenlijst. De vragenlijsten worden voorafgaandelijk gedeponneerd op de locaties, in grote witte enveloppen met vermelding van het woord "K.U.Leuven" in zwarte viltstift. Dit om te suggereren dat er nog andere pakketten voor andere groepen in omloop zijn.

De opsplitsing van de groepen verantwoord ik op basis van organisatorische argumenten ('om te vermijden dat het te druk zou worden in een bepaalde tentoonstelling'). Eveneens om zogezegd organisatorische redenen wordt erop toegezien dat studenten de contexten bezoeken met de sub-steekproef waarin ze vooraf werden ingedeeld zodat de randomisering van substeekproeven behouden blijft. De respondenten lopen vrij rond in de presentatielocaties en vullen de vragenlijst in op hun eigen tempo. Ze krijgen de instructie de vragenlijst individueel in te vullen. Dit kan makkelijk worden afgedwongen, gezien stilte in tentoonstellingsruimtes doorgaans geboden is.²

4.5. Analyse

Het effect van context wordt nagegaan door regressieanalyses met de evaluatiescores als afhankelijke en de context als verklarende variabele. Echter, een individuele respondent evalueert verschillende werken. Het is denkbaar dat respondenten een lichtjes andere responsstijl hanteren. Sommigen zijn misschien geneigd hun mening te temperen, waar anderen net consequent hoge scores toekennen, los van het werk onder beschouwing of de context. Gegeven de vraagstelling van dit onderzoek zijn dergelijke verschillen tussen respondenten irrelevant. Voor een zuivere meting van het effect van de context, dienen we ze weg te filteren. Dit kan door een hiërarchische structureer te onderkennen in de data, met de waarderingen voor de schilderijen (microniveau) genest op het niveau van de respondent (macroniveau). Bovendien zijn de evaluaties ook genest op het niveau van de schilderijen. Immers, een individueel schilderij is geëvalueerd door verschillende respondenten. Het is dus eveneens mogelijk dat sommige schilderijen doorgaans hogere reacties ontlokken dan andere, los van de context of respondent.

Om deze redenen voer ik de analyses uit op basis van cross-classified multilevelmodellen. In multilevel regressiemodellen worden niet alleen gemiddelde parameterschattingen berekend op basis van de steekproef in het algemeen (zogenaamde fixed effecten), maar ook de mate waarin afzonderlijke groepen van observaties op het macroniveau afwijken van die gemiddelden (random effecten) (Tabachnik & Fidell 2007; Welkenhuysen-Gybels & Loosveldt 2002). Silvia (2007) argumenteert voor het gebruik van deze techniek in de studie van kunstperceptie (zij het dan vanuit psychologisch perspectief). Een cross-classified-procedure voegt daar voorts aan toe dat random effecten worden berekend voor data die op verschillende wijzen kunnen gegroepeerd worden (Hox 2002). In dit design worden er meer bepaald random intercepten berekend voor afzonderlijke respondenten *en* afzonderlijke schilderijen, wat wil zeggen dat de intercept van de evaluatie kan variëren ten opzichte van de gemiddelde intercept naargelang de individuele respondenten en het specifieke schilderij. Formeel ziet dat er als volgt uit.

$$\text{score} = \gamma_{00} + \gamma_{10}\text{context} + v_{0\text{respondent}} + u_{0\text{schilderij}} + \varepsilon$$

In deze vergelijking is er een fixed intercept (γ_{00} – de gemiddelde score voor schilderijen in de symbolisch lage context) en een fixed slope (γ_{10} – het gemiddelde effect op de waardering van de legitieme context). Daarnaast geeft $v_{0\text{respondent}}$ de afwijking in de intercept voor een individuele respondent weer. $u_{0\text{schilderij}}$ duidt op de afwijking in de intercept die kan toegeschreven worden aan de afzonderlijke schilderijen. ε is de errorterm.

5. Resultaten

In tabel 1 worden de parameters weergegeven van de analyses met de verschillende schalen als afhankelijke variabelen. In totaal bevat de tabel dus informatie uit twaalf afzonderlijke modellen. Het linkerpaneel bevat per model de fixed effecten, dat wil zeggen, de globale intercept en het globale effect van de context, afwijkingen voor afzonderlijke respondenten en schilderijen buiten beschouwing gelaten. Omdat de variabele context een dichotome variabele is van de vorm 'PAVO = 0 - M HKA = 1', valt de intercept te begrijpen als de gemiddelde score op de desbetreffende schaal in zaal PAVO. De contextparameter geeft het gemiddelde verschil in score aan wanneer een werk in het M HKA werd geëvalueerd. Ter illustratie, wanneer werken werden beschouwd in PAVO kregen ze een gemiddelde score van 4,61 op 10 op de 'mooi'-schaal. In het M HKA was dit gemiddeld 5,27 (4,61 + 0,66), wat significant meer is.

Aan de rechterkant van de tabel staat het randomgedeelte van de afzonderlijke modellen. Omdat de respondenten en de schilderijen individueel afwijken van de globale intercept, zijn er 59 afzonderlijke random intercepten voor de respondenten en 8 voor de schilderijen. Voor de overzichtelijkheid rapporteer ik de varianties van de randomeffecten. Deze vallen te interpreteren als de gemiddelde mate waarin de observaties per respondent (σ_{v0}^2) en per schilderij (σ_{u0}^2) afwijken van de globale intercept. Een significante parameter betekent dat de respondenten of schilderijen beduidend andere scores te kennen geven op die schaal. σ_e^2 geeft de onverklaarde variantie van de modellen weer.

Tabel 1. Effect van context op evaluatiescores (n = 59 met 8 observaties per respondent).

Schaal	Fixed			Random		
	parameter		(s.e.)	parameter		(s.e.)
Mooi	intercept	4,61	(0,34)***	σ_{v0}^2 (respondent)	0,46	(0,15)**
	context	0,66	(0,17)***	σ_{u0}^2 (schilderij)	0,77	(0,41)
				σ_e^2	3,21	(0,22)***
Origineel	intercept	4,97	(0,31)***	σ_{v0}^2 (respondent)	0,63	(0,19)**
	context	0,38	(0,17)*	σ_{u0}^2 (schilderij)	0,56	(0,31)
				σ_e^2	3,16	(0,22)***
Vakmanschap	intercept	5,20	(0,28)***	σ_{v0}^2 (respondent)	0,22	(0,11)*
	context	0,84	(0,15)***	σ_{u0}^2 (schilderij)	0,49	(0,26)
				σ_e^2	2,67	(0,19)***
Interessant	intercept	4,86	(0,28)***	σ_{v0}^2 (respondent)	0,60	(0,19)**
	context	0,61	(0,17)***	σ_{u0}^2 (schilderij)	0,44	(0,25)
				σ_e^2	3,57	(0,25)***

*: p < 0,05 **: p < 0,01 ***: p < 0,001

Tabel 1. (vervolg). Effect van context op evaluatiescores (n = 59 met 8 observaties per respondent).

Schaal	Fixed			Random		
	parameter		(s.e.)	parameter		(s.e.)
Complex	intercept	4,23	(0,30)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	0,72	(0,20)***
	context	0,61	(0,16)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,54	(0,29)
				σ^2_e	2,92	(0,20)***
Krachtig	intercept	4,58	(0,34)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	0,99	(0,25)***
	context	0,96	(0,17)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,70	(0,38)
				σ^2_e	3,15	(0,22)***
Intellectuele uitdaging	intercept	4,22	(0,29)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	1,24	(0,32)***
	context	1,22	(0,19)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,37	(0,22)
				σ^2_e	4,22	(0,29)***
Emotionaliteit	intercept	3,22	(0,32)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	1,57	(0,35)***
	context	0,93	(0,17)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,52	(0,29)
				σ^2_e	3,13	(0,22)***
Intentie – thuis	intercept	2,92	(0,39)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	0,58	(0,26)*
	context	0,78	(0,23)**	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,90	(0,50)
				σ^2_e	6,07	(0,43)***
Intentie – buitenshuis	intercept	3,44	(0,31)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	0,91	(0,26)***
	context	0,65	(0,18)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,52	(0,29)
				σ^2_e	3,80	(0,27)***
Algemene waardering	intercept	4,84	(0,27)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	0,20	(0,11)
	context	0,67	(0,16)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,47	(0,26)
				σ^2_e	2,95	(0,21)***
Relatieve prijschatting	intercept	3,61	(0,18)***	$\sigma^2_{\nu 0}$ (respondent)	0,69	(0,18)***
	context	1,73	(0,15)***	$\sigma^2_{u 0}$ (schilderij)	0,08	(0,06)
				σ^2_e	2,52	(0,18)***

*: $p < 0,05$ **: $p < 0,01$ ***: $p < 0,001$.

Uit de tabel kan men leren dat de context waarin werken worden waargenomen een robuust effect heeft op de waardering. De significante, positieve contextparameters maken duidelijk dat de evaluatiescores hoger uitvallen in het M HKA bij om het even welk criterium. De hypothese dat de legitimiteit van de context in positieve zin bijdraagt aan de waardering, wordt dus formeel bevestigd.

Een opvallend groot effect doet zich voor op de inschatting van de prijs in relatieve termen. In het museum worden werken gemiddeld 50% duurder geschat. Ik herinner de lezer er echter aan dat deze score niet letterlijk hoeft genomen te worden. Het zegt vooral iets over de erkenning die een werk volgens de respondenten geniet. Men maakt een inschatting van wat anderen ervan denken

- meer bepaald de kunstwereld. Men hoeft het daarmee echter niet eens te zijn. Dat iets als kunst wordt beschouwd, wil nog niet zeggen dat men dat zelf ook terecht vindt. Dit blijkt ook wanneer we de algemene waardering onder de loep nemen. Door een schaal te berekenen over de verschillende criteria heen (zonder de algemene waarderingsscore en de relatieve prijschatting), krijgen we een idee over de gemiddelde score die men een werk toekent. Deze schaal heeft een zeer hoge betrouwbaarheid (Cronbachs $\alpha = 0,924$), die bovendien niet verbeterd door criteria te verwijderen. Dit correleert zeer sterk met de algemene score die men toekent ($r = 0,89 - p < 0,001$). Daarentegen bedraagt de correlatiecoëfficiënt tussen deze schaal en de prijschatting slechts 0,38 ($p < 0,001$). De relatieve prijschatting reflecteert dus in veel mindere mate (zij het alsnog substantieel) de scores die men toekent op onderscheiden criteria dan de algemene waardering.

In die zin is het begrijpelijk dat men bij een dergelijke inschatting van de prijs/erkenning sterker op zoek gaat naar indicaties in de context. Hoewel uit de andere modellen blijkt dat men zich ook bij het vormen van een persoonlijke mening laat inspireren door de context, weegt dit minder zwaar. Mogelijkerwijze gebeurt het in die gevallen op een minder bewuste manier.

Uit de randomeffecten blijkt dat er zich significante verschillen in intercept voordoen tussen respondenten (behalve bij de algemene waardering). Met andere woorden, sommigen kennen gemiddeld hogere scores toe dan anderen. Hoewel die informatie in het kader van deze studie weinig substantieel is, verantwoordt het wel het gebruik van multilevelanalyse.

Voorts is het interessant dat de randomvariantie van de schilderijen niet significant is. Dit wil zeggen dat de gemiddelde scores niet verschillen tussen schilderijen. Het is dus niet zo dat sommige schilderijen alleen op basis van hun kenmerken beter worden gewaardeerd. Echter, het aantal schilderijen is betrekkelijk klein. Daarom moeten verschillen al vrij uitgesproken zijn om significantie te bereiken.

De effecten van context op de verschillende criteria lijken nogal te variëren in grootte. Zo geven respondenten in een aanzienlijk sterkere mate aan dat een schilderij hen aan het denken zet wanneer ze het in het museum zien, terwijl de context een minder uitgesproken effect heeft wanneer wordt gevraagd of men het origineel vindt of thuis zou willen hangen. Dit voedt het vermoeden dat men schilderijen anders benadert naargelang het criterium dat wordt bevraagd. Daarom ga ik aan de hand van een factoranalyse na of er onderliggende dimensies (of oriëntaties) de waardering op verschillende schalen motiveren. Omdat algemene waardering zowel inhoudelijk als empirisch een neerslag lijkt van de andere criteria en dus van een andere orde is, wordt die schaal niet opgenomen in de factoranalyse. Ook relatieve prijschatting neem ik niet op, vermits het geen eigen mening in strikte zin betreft. Om het verschil tussen mogelijke oriëntaties te benadrukken, wordt een varimax-rotatie gebruikt. Op basis van het Kaisers criterium en inspectie van de scree plot (niet gerapporteerd) wordt een oplossing met twee factoren aangehouden die samen 71,10% van de variantie verklaren. De grotendeel factorstructuur is te vinden in onderstaande tabel.

Tabel 2. Geroteerde factorladingen van evaluatieschalen.

	Decoratief/ aangenaam	Esthetisch/ intellectueel
Mooi	0,887	0,190
Intentie – thuis	0,846	0,187
Intentie – buitenshuis	0,787	0,390
Vakmanschap	0,668	0,395
Emotionaliteit	0,598	0,585
Complex	0,111	0,853
Intellectuele uitdaging	0,301	0,788
Origineel	0,278	0,714
Interessant	0,533	0,691
Krachtig	0,541	0,607

De factoren vertonen een behoorlijk duidelijk profiel. Waar in de ene factor de nadruk vooral wordt gelegd op schoonheid, of men het thuis zou willen hangen en in iets mindere mate het vakmanschap en of men een tentoonstelling van de maker zou bezoeken, ligt in de andere de klemtoon op complexiteit, of het aan het denken zet, originaliteit en of men het interessant vindt. De criteria of een werk de respondent raakt en of men het krachtig vindt, laden matig op beide factoren.

Deze structuur lijkt inhoudelijk overeen te stemmen met verschillen in benadering die in de psychologische literatuur worden aangetroffen. Experts maken meer gebruik van kunstspectifieke (lees, esthetische) maatstaven, terwijl voor minder getrainde toeschouwers de gebruikte criteria in het verlengde liggen van hoe men met niet-artistieke voorwerpen omgaat (Winston & Gebotys 1988; Hekkert & Van Wieringen 1996). Ook bij Bourdieu (2010 [1984], 1985) vinden we een gelijkaardige kwalificatie terug. Hij maakt een onderscheid tussen een naïeve vorm van waardering en een intellectualiserende benadering die kenmerkend is voor de esthetische dispositie. Deze is beter aangepast aan criteria die binnen de recentere esthetica gelden, waarin de nadruk sterker ligt op conceptuele inhoud. Gezien de dominante schalen binnen de factoren, spreek ik daarom van een decoratieve/aangename en een esthetische/intellectuele dimensie. De ‘onbesliste’ lading van twee criteria (die overigens inhoudelijk verband lijken te houden) kan begrepen worden in de zin dat werken krachtig kunnen worden gevonden en tot emotionele reacties kunnen leiden op zowel conceptuele als decoratieve gronden. Ze laten vermoedelijk meer persoonlijke interpretatie toe en zijn dus ambivalenter.

Hoewel beide dimensies sterk correleren met de algemene waardering, is voor de algemene indruk die men van een werk heeft de mate waarin men een werk als decoratief/aangenaam ervaart meer doorslaggevend ($r = 0,75 - p < 0,001$) dan de evaluatie volgens esthetisch/intellectuele criteria ($r = 0,50 - p < 0,001$).

Voor de relatieve prijsschatting geldt het omgekeerde. Deze is meer geïnspireerd op de esthetische dimensie ($r = 0,35 - p < 0,001$) dan op de decoratief/aangename ($r = 0,29 - p < 0,001$). Men lijkt er zich dus van bewust dat de kenmerken die sterk laden op de esthetisch/intellectuele factor van groter belang zijn bij de inschatting of iets kunst is. De uitgesproken lagere correlatiecoëfficiënten bevestigen voorts nogmaals dat de eigen mening een aanzienlijk kleinere rol speelt wanneer men het institutionele prestige van een werk inschat.

Omdat evaluatie volgens de esthetische factor meer aangepast is aan de confrontatie met kunst, verwacht ik dat deze sterker afhangt van de context. Immers, indien men op basis van de context constateert dat men met legitieme cultuur te maken heeft, zou dit vooral in een 'correctere' waardering moeten resulteren – een evaluatie volgens de gepaste criteria dus. Daarom herhaal ik de analyses met scores op deze factoren als afhankelijke variabelen (op gestandaardiseerde data).

Tabel 3. Gestandaardiseerd effect van context op factorscores ($n = 54$ met 8 observaties per respondent).

Schaal	Fixed			Random		
	parameter		(s.e.)	parameter		(s.e.)
Decoratief/ aangenaam	intercept	-0,03	(0,17)	$\sigma^2_{\mu 0}$ (respondent)	0,06	(0,03)*
	context	0,15	(0,04)***	$\sigma^2_{\mu 0}$ (schilderij)	0,21	(0,11)
				σ^2_e	0,70	(0,05)***
Esthetisch/ intellectueel	intercept	-0,03	(0,15)	$\sigma^2_{\mu 0}$ (respondent)	0,19	(0,05)***
	context	0,16	(0,04)***	$\sigma^2_{\mu 0}$ (schilderij)	0,14	(0,07)
				σ^2_e	0,65	(0,05)***

*: $p < 0,05$ **: $p < 0,01$ ***: $p < 0,001$

De effecten van vertoning in het M HKA in vergelijking met PAVO zijn op beide dimensies zeer gelijkaardig in grootte. Formeel gezien blijkt dit ook uit het feit dat de betrouwbaarheidsintervallen overlappen. Op basis van deze resultaten kan ik dus niet besluiten dat de waardering volgens esthetische criteria vatbaarder is voor presentatie in een legitieme context.

Het dient gezegd dat volgens zowel Bourdieu als de psychologische literatuur het gebruik van bepaalde criteria afhangt van expertise. Om deze reden worden voorkeuren voor en vertrouwdheid met legitieme cultuur in de analyses betrokken, evenals opleidingsniveau van de ouders. Dit levert echter geen verschillen op tussen de waarderingen volgens de twee dimensies. Verder kunnen we de hypothese stellen dat vooral bij experts de context een effect zal hebben op de waardering, omdat zij de betekenis van de presentatiemodaliteiten beter kunnen identificeren. Omgekeerd zou het ook kunnen dat net mensen met weinig expertise zich harder laten leiden door de context. Zij kunnen immers

niet terugvallen op kennis en zijn dus mogelijkwijze harder aangewezen op de context. Daarom worden tevens interactietermen opgenomen tussen de context en respondentkenmerken. Ook deze analyses laten geen uitspraken toe. Dit hoeft overigens niet te verbazen. De steekproef is te homogeen en bevat dus te weinig spreiding op de relevante kenmerken voor statistische analyse. De data zijn bijgevolg niet geschikt voor dergelijke vraagstellingen. Daarom worden deze hypothesen niet uitgewerkt en de resultaten niet gerapporteerd. Ik vermeld ze enkel voor de volledigheid.

6. Conclusie

In zowel de institutionele kunsttheorie als de Bourdieusiaanse sociologie gaat men ervan uit dat esthetische waarde geen intrinsiek kenmerk is van bepaalde artistieke artefacten, maar sociaal wordt geconstrueerd. In dit artikel heb ik gepoogd te verklaren hoe de constructie van esthetische waarde gebeurt op een manier dat ze kan worden waargenomen in de feitelijke perceptie van kunstwerken. Daarbij vertrok ik van het idee dat kunst steevast wordt waargenomen onder bepaalde, vrij specifieke omstandigheden. Hoewel deze voor de esthetische blik niet van tel behoren te zijn, belet dit niet dat ze worden opgemerkt. Het onderscheid tussen object en context is zelf immers cultureel bekrachtigd. Omdat mensen associaties leren leggen tussen de verschillende elementen die ze percipiëren, halen ze een overvloed aan informatie uit contextelementen die de presentatie van artistieke producten vaak vergezellen. Deze associaties stoppen overigens niet 'aan de rand van het canvas'. Ook bepaalde kenmerken van een artistiek object kunnen geassocieerd geraken met symbolische relevante contextualisering. In het bijzonder gebeurt dit wanneer een interpretatie verbonden geraakt met die kenmerken. Op die manier kunnen we begrijpen hoe een esthetische code gevestigd geraakt. De theoretische meerwaarde van contextualisering ligt in het feit dat het de symbolische waarde van zowel kenmerken als context kan duiden. Dat het verklaart waarom een werk van Tuymans doorgaans sterk gewaardeerd wordt, maar niet in een winkelstraat in Antwerpen.

Om deze conceptualisering van symbolische investering in termen van contextualisering aan een empirische toets te onderwerpen, voerde ik een veldexperiment uit. Ik vertoonde een collectie van hedendaagse schilderijen uit een museumcollectie in contexten die in verschillende mate met legitieme cultuur worden geassocieerd en ging na wat de gevolgen hiervan waren voor de waardering van een homogene steekproef van universiteitsstudenten. De resultaten lieten weinig aan de verbeelding over. In een kunstmuseum vielen de evaluaties consequent significant hoger uit dan in een parochiezaal. Bovendien was het specifieke criterium dat men hanteerde van beperkt belang. Hoewel enkele schalen iets minder uitgesproken reageerden op de context (wat niet onbegrijpelijk is gegeven de kleine steekproef), bleven ook in die gevallen de effecten significant in de

verwachte richting. De verschillende criteria bleken op basis van factoranalyse te beantwoorden aan onderliggende oriëntaties. Echter, deze benaderingswijzen ondervonden geen verschillend effect van de context.

De inschattingen die de respondenten van de prijs maken, hingen uitgesproken sterk af van de presentatiecontext. Volgens mij kan men dit beschouwen als een duidelijk teken dat de context fungeert als signaal voor de institutionele erkenning die een kunstwerk geniet. Los van of men een werk persoonlijk weet te waarderen, beseft men dat het enig aanzien geniet binnen de kunstwereld als het in een museum wordt geplaatst.

Enkele belangrijke kwesties blijven onbeantwoord. Indien de context een impact heeft op de perceptie van kunstwerken, dan dringt de vraag zich op hoe dit verband houdt met smaakverschillen. Een eenvoudige vaststelling leert ons dat mensen in ongelijke mate in staat zijn om de artistieke waarde van kunstwerken te herkennen. Echter, die waarde blijkt (alvast deels) het gevolg van de omstandigheden waarin een werk wordt gepresenteerd. Dit impliceert dat sommige mensen gevoeliger zijn voor de context. Meer zelfs, consequent doorgeredeneerd betekent het dat vertrouwdheid met legitieme cultuur ten dele neerkomt op vertrouwdheid met de context van legitieme cultuur. Dit druist in tegen de intuïtie, want het is aannemelijk dat personen met een grondigere kennis van kunst net beter in staat zijn om de merites van een werk zelf te evalueren, los van het hoe en waar. Deze hypothese verdient dus verder onderzoek. Daarvoor is een voldoende heterogene steekproef vereist, maar dit is bijzonder moeilijk te verwezenlijken in een veldexperiment zoals het hetgeen ik hier besproken heb. Echter, er zijn vormen van contextualisering denkbaar die bestudeerd kunnen worden op een manier die minder intensief is voor de respondenten. In vervolgonderzoek zal ik deze hypothese daarom ter hand nemen in een experiment op een representatieve steekproef.

Bovendien ligt het genuanceerder. De theoretische uiteenzetting impliceerde immers ook dat kenmerken een kenbare betekenis krijgen door het leggen van associaties. Het is maar evident dat ook de kenmerken zelf een belangrijk effect hebben op de waardering. Daarom moet ook de hypothese in vervolgonderzoek worden meegenomen dat mensen met meer kunstervaring beter in staat zijn de legitimiteit van kunstwerken te herkennen, los van de context waarin ze die kunst beschouwen. Er moet dus een werkbare operationalisering van dat soort 'legitimiteit van de kenmerken' uitgewerkt worden. Ook dit behandel ik in vervolgonderzoek.

Ter afronding maak ik nog één overweging. In het huidige design werd alleen expliciet geuite waardering geregistreerd. Het valt niet uit te sluiten dat de respondenten vooral de gepaste antwoorden wilden geven. We kunnen hierover wel iets leren uit het verschil in effect tussen de prijsschatting en de persoonlijke evaluaties. Waarom zou het effect op een inschatting die geen persoonlijke mening impliceert opvallend hoger uitvallen wanneer men ook bij persoonlijke meningen enkel doelbewust 'correct' wil overkomen? Dit is echter slechts een indicatie. Zolang we gebonden zijn aan observatie van reacties door zelfrapportering blijft

dit probleem onvermijdelijk. Het is een grote uitdaging om ook zicht te krijgen op hoe sociaal toegekende waarde ingrijpt op onze spontane en authentieke gevoelens. Immers, contextualisering staat geenszins een oprechte kunstervaring in de weg. Deze conceptualisering wil net helpen te verklaren hoe mensen waarde leren onderscheiden en hoe de realiteit zo betekenis krijgt.

NOTEN

- 1 Het effect van zogenaamde discursieve modaliteiten (zoals vermelde kunstenaarsnamen en inhoudelijke interpretatie) hebben we elders onderzocht (Berghman & Van Eijck 2012).
- 2 Het experiment werd uitgevoerd in februari 2012. Achteraf werden de respondenten uitvoerig op de hoogte gesteld van de doelstelling van het onderzoek en de resultaten.

BIBLIOGRAFIE

- Becker, H.S. (1982). *Art Worlds*. Londen: University of California Press.
- Berghman, M. & K. van Eijck (2009). Visual Arts Appreciation Patterns: Crossing Horizontal and Vertical Boundaries within the Cultural Hierarchy, *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 37, 348-365.
- Berghman, M. & K. van Eijck (2012). Beeldende kunst in een symbolische context, pp. 349-367 in I. Glorieux, J. Siongers & W. Smits (eds.), *Mark Elchardus. Cultuursociologie buiten de lijnen*. Tiel: Lannoo.
- Billiet, J. (2006). De selectie van de eenheden: steekproeven, pp. 181-221 in J. Billiet & H. Waeghe (eds.), *Een samenleving onderzocht, methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Antwerpen: De Boeck.
- Bourdieu, P. (1980). The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods, *Media, Culture and Society*, 2(3), 261-293.
- Bourdieu, P. (1983). The Field of Cultural Production, or: The Economic World Reversed, *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 12, 311-356.
- Bourdieu, P. (1984). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. New York: Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (1985). The Market of Symbolic Goods, *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 14, 13-44.
- Bourdieu, P. (1987). The Historical Genesis of a Pure Aesthetic, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 46 (Analytic Aesthetics), 201-210.
- Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art. Genesis and Structure of the Literary Field*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2010 [1984]). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

- Bourdieu, P. & J.-C. Passeron (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. Second Edition. Londen: Sage publications.
- Chan, T.W. & J.H. Goldthorpe (2010). Social Stratification of Cultural Consumption across Three Domains: Music; Theatre, Dance and Cinema; and the Visual Arts, pp. 1-27 in T.W. Chan (ed.), *Social Status and Cultural Consumption*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. & R.E. Robison (1990). *The Art of Seeing. An Interpretation of the Aesthetic Encounter*. Malibu: J. Paul Getty Museum and the Getty Center for Education in the Arts.
- Cupchik, G.C. & R. Gebotys (1988). The Experience of Time, Pleasure, and Interest During Aesthetic Episodes, *Empirical Studies of the Arts*, 6(1), 1-12.
- Danto, A. (2011 [1964]). The Artworld, pp. 417-425 in S.M. Cahn & A. Meskin (eds.), *Aesthetics: A Comprehensive Anthology*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Dickie, G. (2008 [1974]). What Is Art? An Institutional Analysis, pp. 426-437 in S.M. Cahn & A. Meskin (eds.), *Aesthetics: A Comprehensive Anthology*. Oxford: Blackwell Publishing.
- DiMaggio, P. & T. Mukhtar (2004). Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982-2002: Signs of Decline? *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 32, 169-194.
- DiMaggio, P. & M. Useem (1978). Social Class and Art Consumption: The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure in the Arts in America, *Theory and Society*, 5, 141-161.
- Hekkert, P. & C. van Wieringen (1996). The Impact of Level of Expertise on the Evaluation of Original and Altered Versions of Post-impressionistic Paintings, *Acta psychologica*, 94(2), 117-131.
- Hox, J. (2006). *Multilevel Analysis. Techniques and Applications*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jacobs, T. & I. Vandevyver (2008). *Klara – Tuymans Experiment*. Brussel: Famous (http://www.famous.be/#/work_detail/).
- Katz-Gerro, T. (1999). Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities, Musical Tastes, and Social Location, *Sociological Perspectives*, 42(4), 627-646.
- Katz-Gerro, T. (2002) Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States, *Social Forces*, 81(1), 207-229.
- Kraaykamp, G., K. Van Eijck & W. Ultee (2010). Status, Class and Culture in the Netherlands, pp. 169-203 in T.W. Chan (ed.), *Social Status and Cultural Consumption*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Laermans, R. (1984). Bourdieu voor beginners, *Heibel*, 18(3). 21-48.
- Loosveldt, G. (2006). Experimentele designs, pp. 157-179 in J. Billiet & H. Waeghe (eds.), *Een samenleving onderzocht, methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Antwerpen: De Boeck.
- Nagel, I. & H. Ganzeboom (2002). Participation in Legitimate Culture: Family and School Effects from Adolescence to Adulthood, *The Netherlands Journal of Social Sciences*, 38, 102-120.

- Neter, J., H. Kutner, C. Nachtsheim & W. Wasserman (1996). *Applied Linear Statistical Models*. Boston: WCB/McGraw-Hill.
- Potter, G. (2000). For Bourdieu, against Alexander: Reality and Reduction, *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 30(2), 229-246.
- Silvia, P.J. (2007). An Introduction to Multilevel Modeling for Research on the Psychology of Art and Creativity, *Empirical Studies of the Arts*, 25(1), 1-20.
- Tabachnik, B.G. & L.S. Fidell (2007). *Using Multivariate Statistics*. Fifth Edition. London: Pearson.
- Van Rees, C.J. (1983). Introduction. Advances in the Empirical Sociology of Literature and the Arts: The Institutional Approach. *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 12, 285-310.
- Van Rees, C.J. (1987). How Reviewers Reach Consensus on the Value of Literary Works, *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 16, 275-294.
- Van Rees, C.J. (1989). The Institutional Foundation of Critics' Connoisseurship, *Poetics. Journal of Empirical Research on Culture, the Media and the Arts*, 18, 179-198.
- Wacquant, L. (1998). Chapter 16: Pierre Bourdieu, in R. Stones (ed.), *Key Contemporary Thinkers*. London: Macmillan.
- Welkenhuysen-Gybels, J. & G. Loosveldt (2002). *Regressieanalyse: een introductie in de multivariabelenanalyse*. Leuven: Acco.
- Weingarten, G. (2007). Pearls before Breakfast, *The Washington Post*, 08.04.2007 (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/04/04/AR2007040401721.html>).