

Marketing en sociologie van het boek

Hugo Verdaasdonk Dit artikel geeft een aantal hoofdpunten uit het onderzoek naar het produceren, distribueren, beoordelen en verwerken van boeken, dat sinds 1981 wordt verricht door leden van het werkverband *Marketing en Sociologie van het Boek* van de Faculteit der Letteren aan de Katholieke Universiteit Brabant. De aandacht richt zich op een aantal onderzoeksproblemen over het gedrag van kopers en leners, die sinds enige tijd in studie zijn genomen. Het onderzoek wordt allereerst gesitueerd ten opzichte van studies over leefstijlen en participatie aan cultuur.

Een institutionele benadering

Het verwerven van boeken is een vorm van cultureel gedrag en maakt deel uit van de leefstijl van verschillende maatschappelijke groepen. De meest uitgewerkte opvatting over de factoren die van invloed zijn op cultureel gedrag vindt men in het werk van Bourdieu, vooral in diens *La distinction* (1979).

Van groot belang voor het onderzoek van het werkverband *Marketing en Sociologie van het Boek* is Bourdieus inzicht dat opvattingen over de aard, de kwaliteit en de aantrekkelijkheid van culturele producten, dus ook van boeken, institutioneel bepaald zijn. Enerzijds houdt dit in dat deze opvattingen niet zonder meer teruggevoerd kunnen worden op de persoonlijke gewaarwordingen die willekeurige individuen zeggen te hebben omtrent deze producten. De opvattingen in kwestie komen tot stand in interactie met de opvattingen die binnen gespecialiseerde instituties (uitgeverijen,

boekhandels, de literatuurkritiek, het onderwijs, enzo- voorts) ontwikkeld zijn.

Het verwerven van informatie over het boekenaanbod houdt ook in dat men kennis opdoet van de positie die verschillende instituties en groeperingen, ook het publiek, toekennen aan auteurs en titels. Informatie over de omvang van het oeuvre van een auteur, de ouderdom van leverbare titels, het economische succes van boeken, het onthaal in de kritiek, de bekroningen die boeken en auteurs hebben ontvangen, de schrijvers met wie een auteur vergeleken wordt; dergelijke informatie verschaft indicaties over de aard die en het belang dat aan het werk van een auteur wordt toegekend. In de regel zal men in zeer beperkte mate afstand nemen van de gangbare opvattingen terzake. Kennis over culturele producten, dus ook over boeken, wordt ontwikkeld en uitgedragen door instituties (onderwijs, literaire kritiek, en dergelijke) die

hiertoe de maatschappelijke bevoegdheid hebben verkregen. Wat men relevante informatie over boeken acht en welke onderscheidingen naar soort en kwaliteit men aanbrengt tussen boeken, vindt in hoge mate plaats op gezag van de desbetreffende institutie. Het beschikken over informatie over het boekenaanbod vergt dus een aanzienlijke scholing inzake de standpunten die binnen instituties in het boekenvak opgeld doen.

Anderzijds leidt onderzoek naar instituties tot een relativering van de standpunten die leden ervan over hun producten en verrichtingen naar voren brengen. Een institutie streeft naar erkenning - van haar produkt, haar prestaties, haar opvattingen hierover. Deze sterke gerichtheid op legitimering belet leden van een institutie hun eigen opereren en hun positie tegenover andere instituties te relativieren door hun functioneren empirisch te onderzoeken of hun stellingnames aan fundamentele kritiek te onderwerpen. De positie van belanghebbende partij valt moeilijk te verenigen met die van onderzoeker.

Drie fundamentele problemen bij onderzoek naar cultureel gedrag

habitus

Net als Weber (en Elias) toont Bourdieu bijzondere belangstelling voor de relatie tussen maatschappelijke en mentale structuren. Met de term 'habitus' duidt Bourdieu waarnemings- en waarderingsschema's aan die eigen zouden zijn aan specifieke maatschappelijke groepen ('klassefracties'). Deze schema's zouden de neerslag vormen van de sociale en economische omstandigheden waaronder de leden van zulke groepen leven (vergelijk Bourdieu 1979, pp. 112 e.v., pp. 433 e.v.). Een onoverkomelijk probleem, waarop al is gewezen¹, is dat Bourdieu waargenomen preferenties en keuzen opvat als

indicatoren van een specifieke habitus. Het terugvoeren van waargenomen gedrag op een habitus levert echter geen grond om het bestaan van een habitus aan te nemen. De reductie die Bourdieu onderneemt, omzeilt het probleem onder welke voorwaarden een specifieke habitus tot voorkeuren en keuzen leidt, waardoor een bepaalde maatschappelijke groep zich van andere onderscheidt. 'Habitus' is een centraal begrip bij Bourdieu, waarmee hij een brug wil slaan tussen sociaal-economische eigenschappen van een groep en haar culturele gedrag. Onderzoek naar de aard, de totstandkoming en het effect van een habitus heeft Bourdieu echter niet verricht. Ook zijn studie over de keuze van schoolvakken en de waardering van schoolprestaties geeft geen uitsluitsel over het effect dat een habitus heeft op onderscheiden keuzen van studievakken en op de waardering van studieprestaties door docenten. Bourdieu (1989, pp. 7 e.v.) oogmerk is het verband te preciseren tussen sociale en mentale structuren. Een van zijn stellingen luidt dat de keuze van een studievak dat binnen het onderwijs altijd een bepaalde waardering geniet ten opzichte van andere vakken, in hoge mate door iemands sociale afkomst wordt bepaald. Bij de waardering van studieprestaties ('ijverig'/'briljant') zou de sociale afkomst van de beoordeelde eveneens worden verdisconteerd. De statistische verbanden die Bourdieu tussen de genoemde variabelen vindt, verlenen geen grond om het bestaan van een klassenspecifieke habitus bij studenten en hun beoordelaars te veronderstellen. Onduidelijk is immers welke invloed de sociale afkomst van een student uitoefent op de wegging van alternatieven en de uiteindelijke keuze van een vak. Evenmin biedt Bourdieu inzicht in de manier waarop kennis van de sociale afkomst van een leerling tot een specifieke kenschets van diens studieprestaties leidt.

vormen van 'kapitaal'

In het onderzoek naar cultureel gedrag worden correlaties berekend tussen sociaal-economische eigenschappen van individuen, en hun keuzen en voorkeuren. Onduidelijk is met behulp van welke theorie men de gevonden correlaties kan interpreteren in termen van principes die gedrag zouden regelen. Herhaaldelijk is er bij voorbeeld verband gevonden tussen het hebben gevolgd van een hoge opleiding en het lezen van literatuur (vergelijk onder meer Leemans 1989). Een hoge opleiding vormt echter een noodzakelijke en geen voldoende voorwaarde voor het lezen van literaire boeken. Om de relatie tussen sociaal-economische eigenschappen en cultureel gedrag te preciseren, kent Bourdieu bepaalde maatschappelijke groepen verschillende vormen van 'kapitaal' toe - met name economisch, cultureel en sociaal kapitaal. Deze termen duiden specifieke hulpbronnen aan - het inkomen, de gevolgde opleiding en de sociale relaties - waarop de groepen in kwestie een beroep kunnen doen. De twee eerstgenoemde vormen van 'kapitaal' lijken niet meer dan andere etiketten voor sociaal-economische eigenschappen als inkomen en opleiding. Door deze eigenschappen onder de - metaforische - term 'kapitaal' te vatten, wordt slechts schijnbaar de basis gelegd voor het idee dat de leefwijze van een klasse via de schema's van de habitus terug te voeren is op sociaal-economische omstandigheden waarvan die schema's geacht worden de neerslag te zijn. De 'kapitaal'-metafoer draagt weinig bij aan de analyse van bepaalde activiteiten als vormen van cultureel gedrag. Bourdieu (1979, p. 324 e.v.) vermeldt bijvoorbeeld de bevinding dat leraren hun vrije tijd besteden aan relatief goedkope voorzieningen als musea en dat artsen en beoefenaars van andere vrije beroepen duurdere en andersoortige vrijetijdsbestedingen nakomen. Dat het hier om verschillen in

cultureel gedrag zou gaan, wordt niet aangetoond door op te merken dat leraren over veel cultureel kapitaal, maar over betrekkelijk weinig economisch kapitaal beschikken en dat beoefenaars van vrije beroepen, hoewel vaak hooggeschoold, vooral economisch kapitaal inzetten bij hun vrijetijdsbesteding. De samenhang tussen specifieke hulpbronnen - inkomen, opleiding, sociale contacten - en bepaalde keuzen uit het culturele aanbod vormt op zich geen grond om van culturele verschillen te spreken.

homogeniteit van cultureel gedrag

Een van de oogmerken van *La distinction* is het aantonen van systematische verschillen tussen alle keuzen en voorkeuren van onderscheiden maatschappelijke groepen. Of Bourdieu in deze opzet geslaagd is, mag betwijfeld worden. Maar ook als men meent dat hem dit althans gedeeltelijk is gelukt, rijst het probleem op welke gronden men het culturele gedrag van onderscheiden maatschappelijke groepen substantieel verschillend kan achten en dus ook welk cultureel gedrag men kenmerkend kan vinden voor een bepaalde groep. Bourdieu postuleert dat de voorkeuren en keuzen op diverse culturele terreinen die bij een maatschappelijke groep zijn waar te nemen homogeniteit vertonen. Deze veronderstelling zou onderbouwd moeten worden door criteria aan te geven om de voorkeuren en keuzen van een bepaalde groep als behorende tot één soort aan te merken. Deze onderbouwing zou ook kunnen plaatsvinden door het specificeren van relaties - van waarschijnlijkheid, van volgorde, van verenigbaarheid, enzovoorts - tussen de diverse waargenomen keuzen en voorkeuren. Deze analyses onderneemt Bourdieu in *La distinction* niet. Dit lijkt mij een gevolg van de opvatting op grond waarvan hij systematische relaties aanwezig acht tussen de voorkeuren en keuzen van onderscheiden maatschappelijke

groepen. Het accent ligt zeer sterk op de verschillen in cultureel gedrag tussen maatschappelijke groepen - zoals door de titel van Bourdieus hoofdwerk, *La distinction*, al wordt aangegeven. In de opvatting van een systeem, zoals de taalkundige De Saussure aan het begin van deze eeuw ontwikkelde, nemen verschijnselen een plaats in binnen een systeem op grond van repetente verschillen in eigenschappen die zij vertonen. In deze opvatting ligt besloten dat wanneer de relevante verschillen in kaart zijn gebracht, het specifieke karakter van de elementen in een systeem daarmee is vastgesteld.

Sociaal-economische variabelen als determinanten van cultureel gedrag

Knulst en Kalmijn (1988), Knulst (1989) en Ganzeboom (1988, 1989) zijn voorbeelden van recente studies naar respectievelijk het mediagebruik, de leefstijlen en de cultuurparticipatie in Nederland.

Knulst en Kalmijn gingen na of, en zo ja in hoeverre, de toename van de tijd besteed aan televisie kijken van invloed was op de afname van de tijd besteed aan het lezen. Knulst (1989) onderzocht de factoren die effect hadden op de veranderingen in het mediagebruik en in het uitgaansgedrag van mensen gedurende dertig jaar.² Ganzeboom (1988) is een verkennende studie naar de aard van leefstijlen van verschillende groepen uit de Nederlandse bevolking. Veel aandacht gaat uit naar de sociaal-economische kenmerken van individuen, die bepalend zouden zijn voor de keuze van leefstijlelementen.

Qua vraagstelling en domein van onderzoek liggen de twee studies van Ganzeboom dicht bij *La distinction*. Vooral in de studie naar leefstijlen wordt herhaaldelijk een beroep gedaan op het werk van Bourdieu. Anders dan Bourdieu, neemt Ganzeboom niet het bestaan

aan van een klasse-specifieke habitus. Mensen verschillen, zegt Ganzeboom (1988, p. 39; 1989, pp. 44 e.v.), in cognitieve vaardigheden en in hun vermogen om 'culturele informatie' te verwerken. Deze verschillen worden niet gerelateerd aan de leefomstandigheden van de klasse waartoe iemand behoort, maar aan de gevolgde opleiding, de opvoeding in het milieu van herkomst en aan de ervaringen van cultuurdeelname (Ganzeboom 1989, p. 40).

De leefstijl wordt gezien als het resultaat van een specifieke keuze uit zeven 'leefstijlvelden'.³ Hoewel Ganzeboom (1988, pp. 98 e.v.) de mogelijkheid overweegt dat, bij een toename van de openheid van de samenleving, leefstijlkenmerken zich over alle groepen kunnen verspreiden, houdt hij in zijn studie vast aan het idee dat een maatschappelijke groep een specifiek leefstijlpatroon heeft. Daarmee geeft hij te kennen een leefstijl als een homogeen geheel te beschouwen. In veel sterkere mate dan Bourdieu, onderneemt hij echter een exploratie naar de elementen die onderdeel zouden kunnen zijn van de leefstijl van bepaalde groepen. Om welke keuzen het, per maatschappelijke groep, uit de zeven leefstijlvelden gaat, blijft in aanzienlijke mate open. Daarmee rijst het probleem op welke gronden men van de homogeniteit van een leefstijl kan spreken minder sterk dan bij Bourdieu.

Aan de vraag hoe sociaal-economische eigenschappen van individuen verbonden kunnen worden met cultureel gedrag besteedt Ganzeboom veel aandacht. In de studie naar leefstijlen onderscheidt hij vier intermediaire variabelen die 'objectieve sociale posities' met specifieke leefstijlen zouden kunnen verbinden. Deze intermediaire variabelen zijn: het geldbudget, het tijdbudget, cognitieve vaardigheden en de sociale contacten en hulpbronnen waarover men beschikt (Ganzeboom 1988, pp. 56 e.v.).

Deze intermediaire variabelen zouden de relatie tussen sociale posities en leefstijlkeuzen verklaren; zij zouden 'op de korte termijn werken als condities waaronder leefstijlkeuzen tot stand komen' (Ganzeboom 1988, p. 56). Om inzichtelijk te maken dat de intermediaire variabelen deze functie vervullen, dient zowel hun relatie te worden verduidelijkt met gangbare variabelen als inkomen, opleiding, als met de 'leefstijlkeuzen'. Wat het eerste type relatie betreft, merkt Ganzeboom op dat de 'sociale achtergrond tot posities op de intermediaire variabelen leidt'. Deze claim blijft echter in hoge mate ononderbouwd. Eigenschappen als 'inkomen' en 'opleiding' vervullen bij Ganzeboom (1988, pp. 44 e.v.) een belangrijke rol om beroepen binnen een 'economische' en 'culturele hiërarchie' te situeren. Het lijkt hier om een variant te gaan van Bourdieus toedeling van economisch en cultureel 'kapitaal'. Ganzebooms hiërarchisering veronderstelt echter dat de problemen die ik ten aanzien van Bourdieus 'kapitaal'-metafoer vermeldde opgelost zouden zijn. De relatie van de intermediaire variabelen met leefstijlkeuzen wordt door Ganzeboom (1988, p. 56) zeer cryptisch geformuleerd. Zoals vermeld, zegt Ganzeboom dat de desbetreffende variabelen op 'de korte termijn' als condities werken waaronder leefstijlkeuzen tot stand komen. 'Op de langere termijn', zegt hij, 'lijken ze wellicht meer op de leefstijlkeuzen; zij zijn dan het gevolg van eerder gemaakte keuzen.' In de laatst geciteerde zin lijken leefstijlkeuzen en intermediaire variabelen ononderscheidbaar; hun status als condities waaronder keuzen plaatsvinden vergt veel meer onderbouwing dan Ganzebooms verkennende studie vermag te leveren.

In een later verschenen studie geeft Ganzeboom (1989, pp. 76 e.v.) aan dat het vermogen om informatie te verwerken, de behoefte om status

te manifesteren, het tijd- en het geldbudget - in de vermelde volgorde - determinanten van cultureel gedrag zijn.

De eerste factor - het kunnen omgaan met de complexe informatie die culturele producten geven - is nauw gerelateerd aan de genoten opleiding.

De tweede factor hangt samen met het beroep - met de mate waarin het een economische of culturele status heeft. De situering van beroepen op hiërarchische schalen geschiedde op basis van de beoordeling van de mate waarin beoefenaren van een beroep beschikken over culturele en economische hulpbronnen (Ganzeboom 1989, pp. 10 e.v.). Het is - wederom - de vraag of deze procedure de bezwaren ondervangt die ik eerder inbracht tegen Bourdieus toedeling van economisch en cultureel kapitaal. Ten eerste veronderstelt het situeren van beroepsgroepen op een schaal van culturele hulpbronnen dat het bestand aan hulpbronnen ('culturele kennis, creatieve en kunstzinnige vaardig-heden') waarop wordt gescoord, homogeen is - hetgeen nog aangetoond moet worden. Ten tweede wordt verondersteld dat iedere beroepsgroep over een vast bestand aan dergelijke hulpbronnen beschikt. Ook deze veronderstelling behoeft nader onderzoek alvorens haar te gebruiken voor een onderlinge weging van beroepen. Ten derde is niet duidelijk wat de relevantie is van 'culturele kennis en kunstzinnige vaardigheden' ter bepaling van de culturele status van een beroep. Voor de uitoefening van het beroep van schrijver is culturele, in casu literaire, kennis onmisbaar; voor het beroep van commissionair in effecten lijkt dergelijke kennis veel minder relevant. Bij de weging van de culturele status van beroepen zouden dan vaardigheden en kennis in beschouwing kunnen worden genomen, die niet uit hoofde van deze beroepen, maar op grond van volstrekt andere factoren zijn verworven.

Op basis van de resultaten van een kleinschalig empirisch onderzoek concludeert Ganzeboom (1989, p. 176 e.v.) dat het vermogen om culturele informatie te verwerken een veel sterkere invloed heeft op verschillen in cultuurdeelname dan de culturele status van het beroep. Het budget aan tijd en geld bleek van nog geringere invloed. Verschillen in beschikbare tijd bleken alleen invloed te hebben op deelname aan cultuurvormen die een vast beslag aan tijd vergden: toneel en film. Knulst (1989, p. 136) vond dat de mate van vrije tijd die het werk over laat invloed uitoefende op de aard van de gekozen vermaaksvormen - in termen van de flexibele tijdsbesteding die zij wel of niet mogelijk maakten. Het beschikbare geldbudget was volgens Ganzeboom nauwelijks van belang om verschillen in cultuurdeelname te begrijpen. Dit zou voor rekening komen van de geringe prijs die voor deelname aan culturele voorzieningen dient te worden betaald.

De vraag hoe de gevonden correlaties tussen sociaal-economische eigenschappen en cultureel gedrag kunnen worden geïnterpreteerd in termen van factoren die dat gedrag beïnvloeden of beregelen, blijft ook bij Ganzeboom (nog) in hoge mate onbeantwoord.

Marketing en sociologie van het boek

Het onderzoek dat verricht wordt door de leden van het werkverband *Marketing en Sociologie van het Boek* betreft een veel beperkter repertoire van culturele gedragingen dan het onderzoek van Bourdieu, Knulst of Ganzeboom. Het Tilburgse onderzoek richt zich op het kopen en lenen van boeken en tijdschriften door volwassenen en kinderen. Uiteraard valt het verwerven van boeken en tijdschriften niet los te zien van de deelname aan andere culturele activiteiten.

Door de sterke gerichtheid op een beperkt scala van culturele gedragingen boet de vraag in hoeverre het kopen en lenen van boeken

onderdeel is van een homogeen repertoire aan culturele gedragingen, sterk aan belang in.

Binnen het onderzoek wordt geprobeerd onderscheidingen te treffen die het gedrag van zo veel mogelijk groepen kopers en leners inzichtelijk maken. Van belang voor de beslissing bepaalde typen boeken wel of niet te kopen en/of te lenen, zijn verschillen in de mate en wijze van boekverwerving, in de genoten opleiding, in het verkrijgen van informatie over het boekenaanbod, in de rol die boeken spelen bij het nakomen van activiteiten binnen en buiten het beroep, in de onderverdelingen naar soort die kopers en leners van het aanbod maken (vergelijk Verdaasdonk, 1989a). De onderscheiden frequentie waarmee kopers en leners keuzen maken, blijkt samen te hangen met verschillen in informatieverwerving en in keuzen van soorten titels. Frequentie kopers van literaire boeken richten hun aandacht meer op titels die in de pers zijn besproken dan minder intensieve kopers (Leemans en Janssen 1988, p. 575). Frequentie leners maken hun keuzen uit een groter aantal genres en rubrieken dan minder frequente leners (Seegers en Verdaasdonk 1987, p. 367) en onderscheiden scherper tussen literaire en niet-literaire titels - onderscheidingen die geen rol spelen in de wijzen waarop de openbare bibliotheek de collectie ontsluit. (Schoor en Seegers 1989, p. 477). Ook zijn er aanwijzingen dat intensieve kopers van literaire boeken keuzen maken die afwijken van die welke minder intensieve kopers treffen. Zo lijkt belangstelling voor literaire tijdschriften en voor vertaalde literatuur afkomstig uit kleinere taalgebieden, een kenmerk van degenen die zeer vaak literaire boeken aanschaffen (Verdaasdonk 1989a, pp. 36, 42).

Consumenten maken keuzen uit het rijk geschakeerde aanbod aan informatie en

amusement. Zij leggen daarbij een onderscheiden belangstelling aan de dag voor elk van de onderdelen uit het aanbod. Frequente kopers en leners van boeken leggen grotere prioriteit bij gedrukte media dan bij andere onderdelen uit het aanbod - film, muziek of televisie. Hun investeringen van tijd en/of geld ten behoeve van het verwerven van boeken en van informatie over boeken zullen omvangrijker zijn, en ook anders gewogen moeten worden dan hun investeringen inzake andere elementen uit het culturele aanbod.

De suggestie die ik zou willen doen luidt dat de relatie tussen sociaal-economische eigenschappen als het beroep en het type opleiding dat men gevolgd heeft verschillend is bij frequente kopers (eventueel leners) en minder frequente kopers van boeken. Er zijn enige aanwijzingen voor de opvatting dat het frequent kopen van literaire boeken een 'functioneel' verband vertoont met het beroep dat men heeft of met activiteiten die men in de vrije tijd nakomt. Kopers van literatuur uit de derde wereld kochten vaak literatuur en hadden een beroep waarin activiteiten ten behoeve van derde-wereldlanden werden ondernomen. Onderwijsgeveden in het secundaire onderwijs en aan de universiteit, vormden een belangrijke categorie onder de abonnees van literaire tijdschriften (Verdaasdonk 1989a, p. 42). De gegevens die in een thans lopend onderzoek onder jonge bibliotheekgebruikers (14 tot 21 jaar) zijn verkregen, lijken op een sterke samenhang te wijzen tussen de mate van bibliotheekgebruik en de (vervolg)opleiding die men volgt of zich voorneemt te volgen.

Voor minder frequente kopers (of leners) van literatuur geldt dat zij een opleidingsniveau hebben dat overeenkomt met dat van de frequente kopers (of leners), maar dat qua aard verschilt. Ook de beroepsbezigdheden van de

twee categorieën kopers zouden dergelijke verschillen kunnen vertonen. Het keuzepatroom van minder frequente kopers omvat veel minder titels en veel minder genres of rubrieken dan dat van frequente kopers. Te bezien valt of, en zo ja in hoeverre, keuzen van minder frequente kopers een reproductie behelzen van die keuzen die frequente kopers het vaakst treffen. Zou dit het geval zijn, dan betekent dit dat minder frequente kopers hun keuzen afstemmen op die van de frequente kopers. De minder frequente kopers doen betrekkelijk geringe investeringen in tijd en geld om zich over het aanbod te informeren. Het volgen van de keuzen van frequente kopers is een manier om zich inspanningen te besparen wat betreft het verwerven van informatie en toch het risico van een keuze die teleurstelt sterk te verkleinen. Het gedrag van hen die vaak of veel minder vaak kiezen uit het aanbod van informatie en amusement zou, voor zover het om keuzen gaat die oefening en voorbereiding vergen, uit verschillende factoren verklaard moeten worden. Sociaal-economische eigenschappen (beroep, opleiding) moeten, ondanks sterke overeenkomsten, voor beide groepen verschillend worden gewogen.

Instituties, kopers en leners

De eerste jaren na de oprichting van de Letterenfaculteit aan de Katholieke Universiteit Brabant, in 1981, is het onderzoek van de leden van het werkverband *Marketing en Sociologie van het Boek* nagenoeg uitsluitend gericht geweest op de instituties in het boekenvak - uitgevers, openbare bibliotheken, de literatuurkritiek, enzovoorts. Deze instituties hebben niet alleen sterke invloed op de samenstelling van het aanbod van boeken, zij hebben in onderlinge wisselwerking ook grote impact op de opvattingen die worden gehuldigd over de aard en de kwaliteit van titels of groepen titels uit het aanbod. Het onderzoek

probeerde ook in de leemte te voorzien in onze kennis over de morfologie van deze instituties - hun kenmerkende produkt, de taken die zij nakomen en de instrumenten die zij daartoe gebruiken (vergelijk Verdaasdonk 1986a). In deze zogenaamde institutionele benadering (Rees 1983a) is empirisch onderzoek verricht naar de advisering door de Raad voor de Kunst over literaire boekuitgaven (Verdaasdonk 1982), de fondsen van literaire uitgeverijen en hun ontwikkeling in de loop des tijds (Verdaasdonk 1985; Glas 1989), de aankoopbeslissingen van boekselectoren bij openbare bibliotheken (Verdaasdonk 1986b), de keuzen van volwassen bibliotheekgebruikers uit de collectie (Seegers en Verdaasdonk 1987), het aanbod en de prijsstelling van boekenclubs (Verkuylen 1988), de motieven om lid te worden van boekenclubs, c.q. om het lidmaatschap op te zeggen (Siebenga 1987), de keuze van gedichten door samenstellers van schoolboeken (Verdaasdonk 1984), de onderlinge samenhang tussen het selectieproces dat ondernomen wordt door boekbeoordelaars in dag- en weekbladen, literaire tijdschriften en wetenschappelijk periodieken (Rees 1983b), de fluctuaties in de waardering van literaire critici (Rees 1987), de institutionele factoren die het waardeoordeel van boekbeoordelaars bepalen (Rees 1989; Janssen, 1989), het mogelijke effect van recensies op het koopgedrag van lezers van literatuur (Verdaasdonk 1987), de factoren die van invloed zijn op het lidmaatschap van jury's voor literaire prijzen (Nooy 1988, 1989), de aard van de bijdragen aan literaire tijdschriften en de kenmerken van de medewerkende auteurs (Verdaasdonk 1989b), enzovoorts.

Speciale aandacht kreeg het lezen door kinderen. Sinds 1982 wordt jaarlijks een symposium georganiseerd over onderwerpen als de maatregelen om het lezen door kinderen te stimuleren, de aandacht voor kinder- en jeugdliteratuur in de opleidingen, het niet-

fictieaanbod voor kinderen, de oogmerken van Speerpunt lezen, de beleidsprioriteit van het ministerie van Onderwijs en Wetenschappen, maatregelen om leesmoelijkheden te overkomen, enzovoorts. De bijdragen aan deze symposia werden in boekvorm gepubliceerd.⁴ Ook is gerapporteerd over een onderzoeksproject naar het effect dat het leesgedrag van ouders heeft op dat van hun kinderen (Jong 1989).

Koop- en leengedrag

Leden van de genoemde instituties maken, verspreiden en/of beoordelen boeken. Zij ontwikkelen opvattingen over de aard en kwaliteit van boeken, over hun eigen functioneren en dat van andere partijen. Voor deze opvattingen proberen zij instemming te verwerven, zowel binnen als buiten de institutie waarbinnen zij opereren. De belangstelling van kopers en leners is een belangrijke graadmeter voor het succes dat aan het publiceren, verspreiden en beoordelen van boeken toegekend kan worden. Wanneer een uitgave, in proportie tot overeenkomstige publikaties, geen of minimale belangstelling van het publiek ontvangt, zal zij uit het fonds van een uitgever, het assortiment van een boekhandel en de collectie van openbare bibliotheken verdwijnen.

Hoewel het belang van onderzoek naar de instituties in het boekenvak nog steeds volledig wordt onderschreven, zijn er binnen het werkverband *Marketing en Sociologie van het Boek* recentelijk een aantal projecten in uitvoering genomen die betrekking hebben op aspecten van het gedrag van kopers en leners inzake boeken. Wanneer de belangstelling van de consument het succes bepaalt waarmee de partijen binnen het boekenvak opereren, is het essentieel een beter inzicht in het koop- en leengedrag te krijgen. Eerder onderzoek heeft de uitgangspunten en de vraagstelling van deze projecten bepaald. Een van de hier al vermelde

onderzoeksresultaten is dat het verwerven van informatie, met name het opdoen van kennis over het aanbod aan literaire titels, nauw verband houdt met de mate waarin titels uit het aanbod worden gekocht. Ook is gevonden dat kopers van literatuur met een grote mate van overeenstemming auteurs van fictietitels als scheppers van een literair, semi-literair of niet-literair oeuvre kunnen classificeren (Leemans en Van Poggenaar 1987).

Om uit het aanbod te kunnen kiezen moet men geleerd hebben welke titels uit welke genres en rubrieken beschikbaar zijn. Deze kennis wordt in onderscheiden mate verworven. De gemaakte keuzen en de ervaringen met de verworven titels dragen op hun beurt bij aan dit leerproces. Over de aard van de kennis die wordt opgedaan is betrekkelijk weinig bekend. Zoals aan het begin van dit artikel al werd opgemerkt, is deze kennis institutioneel bepaald: zij wordt geformuleerd en verspreid door gespecialiseerde instituties als uitgeverijen, de literatuurkritiek en het onderwijs. De omstandigheden waaronder deze kennis wordt verworven, en de verschillende mate waarin kopers en leners deze kennis bezitten, lijken geen beroep op een 'habitus' noodzakelijk te maken. De verwerving van kennis over het boekenaanbod is een leerproces dat verschijnselen in een specifieke culturele sector betreft. De kennis die verworven wordt is zeer gespecialiseerd; de aard en de inhoud van het leerproces wordt sterk beïnvloed door institutionele factoren en door de oogmerken die men met de te verwerven kennis wil nakomen. De waarnemings- en waarderingconventies die men verwerft, zijn die welke in een institutie worden ontwikkeld en gelegitimeerd. Sociaal-economische eigenschappen van individuen lijken geen verklaring te kunnen bieden van de aard van deze schema's, hoogstens van de mate waarin men ze zich eigen maakt. De kennis die men omtrent het aanbod verwerft, omvat een

bestand aan titels en namen van auteurs dat regelmatig wordt herzien, maar ook opvattingen over de aard van titels die tot specifieke categorieën behoren. Kopers en leners verwerven - wederom in onderscheiden mate - het vermogen om voorliggende titels te wegen op eigenschappen die relevant worden geacht om hun aantrekkelijkheid toe te kennen en het besluit te nemen ze te verwerven. In een *pilot project* is een groot aantal eigenschappen geïnventariseerd die kopers aan boeken uit verschillende genres toekennen. De boeken in kwestie behoorden tot de zogeheten *evoked set*: het bestand dat in aanmerking werd genomen bij de uiteindelijke keuze van de gekochte titel(s). Een analyse van het boekenaanbod - in termen van de eigenschappen die groepen consumenten aan titels toekennen - is essentieel om het wegingsproces dat aan het kopen of lenen voorafgaat te begrijpen. Zo'n analyse is complex, omdat de prestatie die een boek levert in veel gevallen niet duidelijk is. In dit opzicht verschillen boeken - en andere culturele producten als grammofoonplaten, cd's - van duurzame verbruiksgoederen als koelkasten, televisietoestellen of auto's. Ook het feit dat een specifieke titel in de regel eenmalig wordt verworven en éénmaal wordt gelezen, heeft effect op de waarneming en de beleving van het produkt.

Volgens velen geven de keuzen die uit het aanbod worden gemaakt uitsluitend over de voorkeuren van de consumenten: in de regel wordt die titel verworven, die van alle die in beschouwing zijn genomen, de grootste voorkeur geniet. De vraag of voorkeur van doorslaggevend belang is in het keuzegedrag is hiermee niet beantwoord. Andere factoren lijken eveneens van zeer groot belang (vergelijk Seegers/Verdaasdonk 1989). Een aanzienlijk methodologisch probleem vormt de gangbare manier waarop voorkeuren plegen te worden gemeten - door directe bevraging. Mede als

gevolg van het leerproces dat inzake het boekenaanbod wordt ondergaan, moet er rekening mee gehouden worden dat beleden voorkeuren ten aanzien van auteurs en titels de verbale reproductie kunnen behelzen van opvattingen die binnen de groep waartoe men behoort opgeld doen. Dit kan de voorspellende waarde verminderen van beleden voorkeuren voor het keuzegedrag dat kopers en leners manifesteren. Een soortgelijk probleem wordt onderzocht in een project over de vraag in hoeverre tevredenheid over de aankoop of het lenen van specifieke titels van invloed is op de volgende aankopen of lening van boeken. De standaardopvatting ten aanzien van tevredenheid luidt, dat een produkt pas beoordeeld kan worden wanneer dit produkt ook daadwerkelijk is geconsumeerd. Bij het kopen en lenen van boeken lijken ook andere factoren in het spel te zijn die de tevredenheid beïnvloeden. De invloed van belangrijke personen uit de sociale groep waartoe men behoort, de hoeveelheid beschikbare informatie over het boek, de presentatie van een boek in de boekhandel, maar ook het bezit van een boek en het positieve zelfbeeld dat hieruit resulteert, zouden substituuut kunnen zijn voor het gelezen hebben van een boek bij de bepaling van tevredenheid.

In het bovenstaande heb ik geprobeerd te laten zien dat een aantal moeilijk oplosbare problemen binnen het onderzoek naar cultureel gedrag (de relatie tussen sociale en mentale structuren, de veronderstelde homogeniteit van het gedrag dat een groep vertoont) zich in mindere mate voordoen in het onderzoek naar de keuzen van kopers en leners van boeken. Voor één probleem, de relatie tussen sociaal-economische eigenschappen van kopers en leners en de mate waarin zij boeken verwerven, is een weg gesuggereerd waarlangs een oplossing bereikt zou kunnen worden.

Uiteraard kampt het onderzoek naar het koop-, leen- en leesgedrag met een aantal problemen. Het gebrek aan precies geformuleerde problemen en oplossingen in eerder onderzoek vormt een van de grootste obstakels. Er zal veel werk verricht moeten worden om opvattingen uit de sociologie, de economische psychologie en de marketing zo te preciseren dat zij bruikbaar worden om onderzoeksvragen te stellen en op te lossen, die betrekking hebben op het kopen en lenen van boeken. Opvattingen over 'preferentie', 'satisfactie' en dergelijke zijn in hun huidige vorm hoogst globaal van aard. De aard van de kennis die over boeken (en tijdschriften) wordt verworven, verdient dringend onderzoek; de inspanningen zouden zich vooral moeten richten op een reconstructie van het leerproces dat kopers en leners ondergaan en in stand moeten houden, om keuzen uit het aanbod te kunnen maken. Van belang is daarbij uit te maken welke rol ervaringen, opgedaan met het lezen van boeken, hierbij spelen en of een boek voor de frequente lezer een produkt is dat andere prestaties levert dan voor de niet-frequente lezer. De wijze waarop mensen die frequent boeken verwerven, hun keuzen van andere culturele faciliteiten afstemmen op het kopen en/of lenen van boeken zou in een latere fase afzonderlijk object van onderzoek kunnen zijn.

Hugo Verdaasdonk

was in 1990 hoogleraar Literatuur-
sociologie aan de Katholieke
Universiteit Brabant

Literatuur

- Bourdieu, P. (1979) *La distinction: critique sociale du jugement*. Parijs: Minuit.
- Bourdieu, P. (1989) *La noblesse d'état: grandes écoles et esprit de corps*. Parijs: Minuit.
- Ganzeboom, H. (1988) *Leefstijlen in Nederland: een verkennende studie*. Alphen aan den Rijn: Samsom.
- Ganzeboom, H. (1989) *Cultuurdeelname in Nederland: een empirisch-theoretisch onderzoek naar determinanten van deelname aan activiteiten*. Assen: Gorcum.
- Glas, F. de (1990) *Nieuwe lezers voor het goede boek: de Wereldbibliotheek en 'Ontwikkeling'/De Arbeiderspers vóór 1990*. Amsterdam: De Wereldbibliotheek.
- Janssen, S. (1989) 'Institutional factors influencing the selection made by literary reviewers'. In: *Spiel*, pp. 281-291.
- Jong, S. de (1990) 'Parents and the acquisition of books - the use of information channels'. Verschijnt in: *Proceedings of the second IGEL conference*. Amsterdam: Rodopi.
- Knulst, W. (1989) *Van vaudeville tot video: empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en gebruik van media sinds de jaren vijftig*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Leemans, H. en J. van Doggenaar (1987) 'Subdivision of booksupply made by individual buyers of literature'. In: *Poetics*, jrg. 16, pp. 225-269.
- Leemans, H. en S. Janssen (1988) 'Differences in consumer behavior between buyers of literature'. In: *Poetics*, jrg. 17, pp. 563-575.
- Leemans, H. (1989) 'Who buys literary books?' In: *Cultural economics 88: a European perspective*; C.R. Waits, W.S. Hendon, J.M. Davidson Schuster (eds.). Akron (OH): Association for cultural economics, pp. 123-130.
- Mooren, P. en H. Verdaasdonk (red.) (1983) *Kinderen tot lezen stimuleren*. Tilburg: Zwijsen.
- Mooren, P., H. Verschuren en H. Verdaasdonk (red.) (1984) *Kinderen letteren leren*. Tilburg: Zwijsen.
- Mooren, P. en H. Verdaasdonk (red.) (1987) *Speerpunt lezen*. Tilburg: Zwijsen.
- Mooren, P. en H. Verdaasdonk (red.) (1989) *Kinderen en non-fictie*. Tilburg: Zwijsen.
- Nooy, W. de (1988) 'Gentlemen of the jury ... The features of experts awarding literary prizes'. In: *Poetics*, jrg. 17, pp. 531-545.
- Nooy, W. de (1989) 'Literary prizes: their role in the making of children's literature'. In: *Poetics*, jrg. 18, pp. 199-213.
- Rees, C.J. van (1983a) 'Introduction: advances in the empirical sociology of literature and the arts: the institutional approach'. In: *Poetics*, jrg. 12, pp. 285-510.
- Rees, C.J. van (1983b) 'How a literary work becomes a masterpiece: on the threefold selection practised by literary criticism'. In: *Poetics*, jrg. 12, pp. 397-417.
- Rees, C.J. van (1987) 'How reviewers reach consensus on the value of literary works'. In: *Poetics*, jrg. 16, pp. 275-294.
- Rees, C.J. van (1989) 'The institutional foundation of a critic's connoisseurship'. In: *Poetics*, jrg. 18, pp. 179-198.
- Schuur, M. en G. Seegers (1989) 'The perception of book categories by adult users of Dutch public libraries'. In: *Poetics*, jrg. 18, pp. 471-478.
- Seegers, G. en H. Verdaasdonk (1987) 'Choice patterns of adult users of a public library'. In: *Poetics*, jrg. 16, pp. 353-368.
- Siebenga, H. (1987) *Boekenclub en boekhandel: wedijverende verkoopkanalen?* Amsterdam/Tilburg: Stichting Speurwerk betreffende het Boek/Katholieke Universiteit Brabant.
- Verdaasdonk, H. (1982) 'De subsidiëring van letterkundige boekuitgaven door de rijksoverheid'. In: *Overheidsbemoedienis*. Deventer: Kluwer, pp. 249-265.
- Verdaasdonk, H. (1984) 'Kwaliteitshiërarchieën in boeken ten behoeve van het onderwijs in de Nederlandse literatuur'. In: *Spektator*, jrg. 13, pp. 233-255.
- Verdaasdonk, H. (1985) 'The influence of certain socio-economic factors on the composition of the literary programs of large Dutch publishing houses'. In: *Poetics*, jrg. 14, pp. 575-608.
- Verdaasdonk, H. (1986a) 'Empirische literatuursociologie aan de Katholieke Universiteit Brabant: achtergronden en aard van een onderzoeksprogramma'. In: *TTT/Interdisciplinaire Tijdschrift over Taal- en Tekstwetenschap*, jrg. 6, pp. 211-218.
- Verdaasdonk, H. (1986b) *Collectievorming en collectiegebruik: een case study*. 's-Gravenhage: Nederlands Bibliotheek en Lektuurcentrum.
- Verdaasdonk, H. (1987) 'Effects of acquired readership and reviewers: attention on the sales of new literary works'. In: *Poetics*, jrg. 16, pp. 237-253.
- Verdaasdonk, H. (1989a) 'Literary magazines as media for publishing literary texts'. In: *Poetics*, jrg. 18, pp. 215-232.
- Verdaasdonk, H. (1989b) *De vluchtigheid van literatuur: het verwerven van boeken als vorm van cultureel gedrag*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Verkuyl, W. (1988) *Profielschets aankoopplaatsen boeken*. Amsterdam/Tilburg: Stichting Speurwerk betreffende het Boek/Katholieke Universiteit Brabant.

Noten

1. Vgl. Rees (1983, pp. 302 e.v.) en Verdaasdonk (1986b, p. 56, noot 25).
2. Een korte beschouwing over Knulst (1989) in relatie tot het Tilburgse onderzoek naar het kopen en lenen van boeken vindt men in Verdaasdonk (1989b, pp. 12 e.v.).
3. De zeven leefstijlen die Ganzeboom (1988, pp. 58 e.v.) onderscheid zijn:
 - materiële consumptie, waaronder autobezit, woningbezit, vakantiebesteding en abonnementen;
 - vrijetijdsbesteding, waarbij cultuurdeelname en gebruik van massamedia;
 - esthetische voorkeuren, niet alleen met betrekking tot kunst, maar ook wat betreft woninginrichting;
 - voeding, sportbeoefening en riskante gewoonten;
 - opvattingen en gedragingen met betrekking tot arbeid en loopbaan;
 - sociaal-economische en sociaal-ethische opvattingen en daarmee overeenstemmende politieke handelingen, in het bijzonder stemgedrag;
 - aard en omvang van het sociale netwerk, omgangsvormen en de manier (uiterlijk, taalgebruik) waarop men zich in het maatschappelijke verkeer presenteert.
4. Vergelijk Mooren en Verdaasdonk (1983, 1987, 1989) en Mooren, Verschuren en Verdaasdonk (1984).

Bibliografische gegevens

Verdaasdonk, H. (1990) 'Marketing en sociologie van het boek'. In: *Boekmancahier*, jrg. 2, nr. 3, 4-14.