

Classificaties in de kunstjournalistiek. Hoge en populaire cultuur in Europese en Amerikaanse elitekranten. 1955-2005

Susanne Janssen, Marc Verboord, Giselinde Kuipers

Summary

This article seeks to elucidate changes over time and cross-national variations in the status of art forms through a comprehensive content analysis of the coverage given to arts and culture in elite newspapers of four different countries – France, Germany, the Netherlands, and the United States – in the period 1955–2005. The authors explore how cultural hierarchy is affected by specific features of these societies and their respective journalistic and cultural production fields. The four countries show significant differences in journalistic attention to high and popular art forms. Throughout the period of study, the American newspapers and to a slightly lesser extent, French elite newspapers generally devote more attention to popular art forms than their Dutch and German counterparts. In accounting for cross-national differences in the coverage given to popular culture, field-level factors like market structure and the position and size of local cultural industries seem more important than more remote factors such as national cultural repertoires and the level of social mobility.

Key words: classification, art, popular culture, journalism, comparative analysis

Inleiding

Actoren in het culturele veld – producenten, consumenten en de bemiddelende schakels tussen beiden – zijn voortdurend bezig met het classificeren van culturele producten. Ze groeperen culturele artefacten onder bepaalde categorieën of *genres* grond van hun veronderstelde betekenis, stijl, kwaliteit, effecten en andere eigenschappen. Het werk van Bourdieu (1993) en andere cultuursociologen over de ‘symbolische productie van cultuur’ heeft inzicht verschaft in de sociale bepaaldheid van zulke classificaties (Crane, 1992; Peterson & Anand, 2004; Van Rees & Dorleijn, 2001). Niet alleen de waardering van individuele werken, kunstenaars en genres kan sterk variëren in verschillende sociaalhistorische settings (Baumann, 2007; Corse, 1997; Crane, 1987; Dowd et al., 2002; Griswold, 1987), maar wisselende sociale omstandigheden leiden bovendien tot veranderingen in de aard van classificatiesystemen zelf - de manieren waarop culturele producten worden ge(rang)ordend ‘in the heads and habits of consumers *and* by the institutions that bound the production and distribution of separate genres’ ((DiMaggio, 1987,

441).¹

Misschien wel de meest in het oog springende verandering in de culturele classificatiesystemen van laat-twintigste-eeuwse westerse samenlevingen is de erosie van traditionele culturele hiërarchieën en de verminderde neiging bij zowel cultuurproducenten als -consumenten om hiërarchische scheidslijnen te trekken. Tal van auteurs hebben gewezen op de grensvervaging tussen 'hoge' en 'populaire' cultuur en de toegenomen legitimiteit van 'populaire' kunstvormen, die door actoren in het culturele veld steeds vaker op gelijke voet zouden worden gesteld met de traditionele 'hoge' kunsten (Janssen, 2005). Het blijkt echter lastig om op basis van empirische gegevens te komen tot een correcte inschatting van dit erosieproces en veranderingen in de status van culturele genres (Baumann, 2006; Verboord, 2010). Studies over omnivorisme suggereren dat cultuurconsumenten inderdaad steeds meer vermijden om grenzen te trekken tussen hoge en populaire cultuur (cf. Peterson, 2005; Ollivier, Van Eijck & Warde, 2008), maar het is niet duidelijk of en hoe dit samenhangt met de praktijken van institutionele actoren in de symbolische productie van cultuur.

Wij richten ons onderzoek op één zo'n institutionele actor – kunstjournalistiek in elitekranten – met het oogmerk meer inzicht te krijgen in hoe de esthetische keuzes van sociaal erkende experts in de loop van de tijd zijn veranderd. Deze opzet stelt ons in staat om de legitimiteit van een breed scala aan culturele genres in de tijd te vergelijken, terwijl we bovendien kunnen nagaan in hoeverre ontwikkelingen in de status van bepaalde genres in diverse westerse landen overeenkomen dan wel variëren in samenhang met specifieke sociale en institutionele omstandigheden. Voor dat doel bestuderen we westerse landen die in veel opzichten sterk op elkaar lijken, maar verschillen op een aantal belangrijke dimensies (cf. Janssen, Kuipers & Verboord, 2008). Onze onderzoeksvraag luidt: *Hoe is de aandacht voor de hoge en populaire kunsten veranderd in de periode 1955 - 2005 in Nederlandse, Franse, Duitse en Amerikaanse elitekranten?*

Kunstjournalisten en recensenten van elitekranten spelen een sleutelrol in de ontwikkeling en verspreiding van culturele classificaties (Baumann, 2007; Ferguson, 1998; Shrum, 1991; Van Rees, 1983). Met hun selecties en oordelen bevestigen of verwerpen zij publiekelijk de manieren waarop cultuur producenten hun producten in de markt positioneren. Dit beïnvloedt weer de perceptie en waardering door andere 'poortwachters' in de productie en verspreiding van cultuur, en van de hoger opgeleide cultuurconsumenten die deze kranten lezen (Rosengren, 1987; Van Rees

¹ "Artistic classification systems" (ACS) in DiMaggio (1987).

en Dorleijn 2001). De kunst- en cultuurverslaggeving van elitekranten verschaft daarom een indicatie welke culturele artefacten gelden als 'legitieme' cultuuruitingen in verschillende landen en perioden en welke waarde aan deze artefacten wordt toegekend (Baumann 2007; Janssen, 1999).

Wij pretenderen hier niet om 'legitimiteit' in haar volle breedte te onderzoeken. De vele studies die zich beperken tot één enkele culturele vorm of praktijk illustreren de complexiteit - zo niet de onmogelijkheid - van een dergelijke onderneming.² Wij bieden slechts een globaal overzicht op basis van een deductieve inhoudsanalyse, waarbij we uitgaan van een a priori-categorisatie uit de onderzoeksliteratuur. Deze aanpak maakt het echter wel mogelijk om voor meerdere landen een trendanalyse van culturele classificatiesystemen uit te voeren, juist doordat we veranderingen voor het gehele scala aan genres analyseren binnen één duidelijk afgegrensde, institutionele context. Een dergelijke studie ontbrak tot nu toe in de kunst- en cultuursociologie.³ Bovendien kunnen we met onze benadering zicht krijgen op de invloed van diverse maatschappelijke en veldfactoren op processen van culturele (de)hiërarchisering en (de)legitimering.

Grensvervaging tussen hoge en lage cultuur

DiMaggio (1982, 1991, 1992) heeft uitgebreid onderzoek gedaan naar de opkomst en ontwikkeling van 'hoge cultuur' in de Verenigde Staten. Veranderingen in de sociale structuur en de opkomst van een open markt voor cultuurgoederen hebben volgens hem in de laatste drie decennia van de twintigste eeuw geleid tot een erosie van geïnstitutionaliseerde culturele autoriteit, een steeds snellere culturele inflatie, en het ontstaan van een meer gedifferentieerd, minder hiërarchisch, minder universeel en minder scherp begreemd cultureel classificatiesysteem in de Verenigde Staten.

Het beeld dat DiMaggio voor de VS schetst is tot nu toe nog niet systematisch vergeleken met andere landen, maar zijn analyse van ontwikkelingen in de VS lijkt op veel punten ook van toepassing op andere Westerse samenlevingen. Parallel aan de uitbreiding en diversificatie van

² Cf. Bryson (2005); Clark (1979); Corse en Griffin (1997), Griswold et al. (2005), Verboord (2010) en Weber (2000) over literatuur en lezen; Allen en Lincoln (2004) en Baumann (2001, 2007) over film; Peterson (1972) en Lopes (2002) over jazz; Bourdieu (1990) over fotografie; Bryson (1996), Dowd et al. (2005), Regev (1994), Schmutz (2005), Schmutz et al (2010) over populaire muziek; Bielby et al. (2005) en Kuipers (2006) over televisie; Ferguson (1998); Johnston en Baumann (2007) over gourmetvoedsel; Janssen (2006) over mode.

³ Eerdere studies richten zich meestal op één enkele culturele vorm of praktijk. Studies waarin wel meer dan één genre wordt behandeld, zijn beperkt tot één land (Bourdieu, 1984; DiMaggio, 1992; Levine, 1988) of vergelijken de situatie in meerdere landen op moment (Lamont, 1992; Lamont & Thévenot, 2000).

het culturele aanbod⁴ zijn ook in Nederland en andere Europese landen nieuwe, ‘omnivore’ culturele smaakpatronen opgekomen (Cushman, Veal & Zuzanek, 1996; López-Sintas & García-Álvarez, 2002). Dit hangt nauw samen met de democratisering van het hoger onderwijs, groeiende sociale mobiliteit en verscheidenheid, en met de emancipatie van groepen die zich voorheen aan de onderkant van de machtspiramide bevonden (arbeiders, vrouwen, jongeren en minderheden) en die hun smaak hebben weten te 'importeren' in hogere kringen en zo bestaande culturele hiërarchieën ter discussie stelden (Bryson 2005; Van Eijck & Knulst, 2005; Stein, 2005; Wouters, 2007). Bovendien hebben algemene individualiseringsprocessen (Beck & Beck-Gernsheim, 2002; Giddens, 1991) geleid tot fragmentatie van smaakculturen en levensstijlen. Mensen zijn minder geneigd dan vroeger om zich te conformeren aan traditionele culturele hiërarchieën en collectieve smaakpatronen en ze worden ook steeds meer geacht individuele keuzes te maken en een 'authentieke' persoonlijke smaak aan de dag te leggen.

Hogere statusgroepen in Westerse landen hebben hun exclusieve voorkeur voor hoge cultuuruitingen verruild voor een meer inclusieve, ‘omnivore’ smaak waarin ook ruimte is voor populaire cultuurgenres (Coulangeon & Lemel, 2007; DiMaggio & Mukhtar, 2004; Gebesmair, 2004; Peterson & Kern, 1996; Rössel, 2006; Van Rees, Vermunt & Verboord, 1999; Van Eijck & Knulst, 2005). Met het oog hierop hebben kunstredacties van elitekranten in deze landen hun berichtgeving waarschijnlijk gediversifieerd en zodoende op hun beurt weer bijgedragen aan een bredere verspreiding en legitimering van omnivore smaakpatronen en populaire cultuurgenres.

We verwachten daarom een stijgende aandacht voor populaire cultuuruitingen in de kunstverslaggeving van elitekranten, hoewel het verloop en de reikwijdte van deze trend per land vermoedelijk zullen verschillen (Rössel, 2006; Schulze, 1992). Hieronder bespreken we kort factoren die ten grondslag kunnen liggen aan nationale verschillen in de mate waarin populaire culturele genres zijn doorgedrongen tot de kunstpagina's van elitebladen.

Sociale mobiliteit

Hoge niveaus van sociale mobiliteit en interactie tussen groepen verminderen vermoedelijk prestigeverschillen tussen kunstvormen (DiMaggio, 1987; Lizardo, 2006). Het ontstaan van een meer open en inclusief onderwijssysteem, de groei van het aantal hoger opgeleiden en de

⁴Deze expansie is ten dele een gevolg van de opkomst van de commercieel geproduceerde en via de massamedia verspreide populaire cultuur. De groei van het culturele aanbod hangt echter ook samen met de sterke uitbreiding van de publieke en private

toegenomen sociale mobiliteit gelden als sleutelfactoren in culturele dehiërarchiseringsprocessen (DiMaggio, 1991; Peterson & Kern, 1996). Deze ontwikkelingen hebben geleid tot een verhoogde consumptie en ‘consecratie’ van cultuur door mensen die niet met hoge cultuur zijn opgegroeid. In de VS was de democratisering van het hoger onderwijssysteem al begonnen vóór het eerste jaar van ons onderzoek, maar in de drie Europese landen ging het onderwijssysteem pas eind jaren zestig open voor bredere lagen van de bevolking.

Hoewel voorzichtigheid geboden is bij een rangschikking van landen op basis van mate van openheid, komt een aantal landenverschillen in de onderzoeksliteratuur duidelijk naar voren (Breen & Jonsson, 2005). Van de vier landen in dit onderzoek vertegenwoordigen Duitsland en Frankrijk de meer rigide pool, terwijl Nederland in de laatste kwarteeuw aanzienlijk opener is geworden en een middenpositie inneemt (Breen & Luijckx, 2004; Breen, Luijckx, Müller & Pollack, 2009). De VS komt uit de literatuur naar voren als het meest open land van de vier (Breen & Jonsson, 2005).

Nationale culturele repertoires

Het bovenstaande onderzoek naar sociale klasse en culturele status schetst een dynamisch beeld van het culturele veld, waarin culturele classificaties en participatiepatronen snel veranderen. Andere onderzoekers benadrukken juist de continuïteit van zulke patronen. Zij vinden opvallende verschillen tussen landen die qua ontwikkeling en mate van sociale (on)gelijkheid sterk overeenkomen en benadrukken dat culturele classificatiesystemen en smaakpatronen blijkbaar ook worden gevormd door gevestigde culturele tradities of nationale ‘evaluatierpertoires’ (Lamont, 1992; Lamont & Thévenot, 2000, pp. 8-9): ‘Each nation makes more readily available to its members specific sets of tools through historical and institutional channels, which means that members of different national communities are not equally likely to draw on the same cultural tools to construct and assess the world that surrounds them.’

Zowel het Franse (Lamont, 1992) als het Duitse nationale repertoire (Van Venrooij en Schmutz, 2010) zou zich kenmerken door sterke hiërarchie en sterke culturele grenzen. Waar het Franse repertoire veel belang hecht aan cultuur, verfijning en intellectualisme, benadrukt het Duitse nationale repertoire idealisme en anti-utilitarisme in plaats van verfijning en estheticisme. Als zodanig lijken beide nationale repertoires bevorderlijk voor de instandhouding van 'hoge'

steun aan de kunsten sinds de jaren '60 die de activiteiten in de kunstsector en de productie van kunst sterk heeft gestimuleerd.

cultuur.

In Nederland en de Verenigde Staten daarentegen heeft de historische dominantie van de hogere middenklasse geleid tot nationale repertoires waarin de nadruk ligt op pragmatisme in plaats van intellectualisme, estheticisme of idealisme. Hierdoor zijn culturele hiërarchieën in Nederland en de VS waarschijnlijk minder uitgesproken dan in Frankrijk en Duitsland. We verwachten dat in de VS prestigeverschillen tussen cultuurvormen het kleinst zijn; zowel vanwege de centrale plaats die populisme (naast pragmatisme) traditioneel heeft in het Amerikaanse nationale repertoire alsook door de diversiteit, de geringe sociale integratie en de vele culturele en sociale centra, die in de VS al in een veel eerder stadium hebben geleid tot een informelere samenleving en een zwakkere culturele hiërarchie (DiMaggio, 1987; Mennell, 2007).

Onderwijssysteem

Het onderwijs heeft een centrale rol in de maatschappelijke verspreiding van culturele classificaties en de vorming van cultureel kapitaal (Bourdieu, 1984, 1996; DiMaggio, 1987). De mate van culturele hiërarchie lijkt daarom deels afhankelijk van karakteristieken van het onderwijssysteem in een samenleving (DiMaggio, 1987; Lamont, 1992). De onderwijsstelsels van Frankrijk en Duitsland bieden waarschijnlijk de sterkste basis voor de overdracht van hoge cultuur; beide hebben een relatief sterke humanistisch oriëntatie en kenmerken zich respectievelijk door een hoge mate van stratificatie en standaardisering (Allmendinger, 1989; Hannah et al, 1996). Het Nederlandse onderwijssysteem kenmerkt zich weliswaar ook door een vrij sterke standaardisering en gelaagdheid, maar heeft een meer toepassingsgerichte inslag dan het Duitse en Franse systeem (Blom, 2004). Het Amerikaanse onderwijssysteem lijkt het minst bevorderlijk voor culturele hiërarchie; niet alleen is het veel minder gestandaardiseerd en gelaagd dan de onderwijssystemen van de Europese landen in dit onderzoek, het is bovendien minder gericht op humaniora en de kunsten ten gunste van beter 'verkoopbare' praktische vaardigheden (Allmendinger, 1989; Hannah et al, 1996).

Mediasysteem

In een marktgericht mediasysteem, zoals dat van de VS, is de culturele hiërarchie vermoedelijk zwakker dan in het door de staat gedomineerde mediastelsel van de meeste Europese landen, waar commerciële invloeden worden gedempt door allerlei soorten overheidssteun. In de VS

hebben commerciële, op entertainment gerichte radio- en televisiestations het medialandschap vanaf het begin gedomineerd. Via hun programmering en advertentiebeleid hebben zij bijgedragen aan de erosie van hoge cultuur. Culturele programma's worden vrijwel uitsluitend uitgezonden door het Public Broadcasting System, dat pas in 1967 is gestart en een beperkt publiek trekt (Lamont, 1992). Daarentegen hadden de publieke omroepen in Frankrijk, Duitsland en Nederland vóór de jaren '80 een monopolie (Papathanassopoulos, 2002). Veel van deze omroepen verzorgden een uitgebreid cultureel programma, waarmee ze kunst toegankelijk maakten voor een groter publiek en het maatschappelijk draagvlak voor hoge cultuur vergrootten.

Om vergelijkbare redenen besteden elitekranten waarschijnlijk meer aandacht aan hoge cultuur in een journalistiek veld waar de overheid de rol van de markt inperkt (Frankrijk, Duitsland en Nederland) dan in een sterk marktgericht journalistiek veld zoals het Amerikaanse (cf. Benson, 2005; Hallin & Mancini, 2004). Daarnaast kan de interne organisatiestructuur van het journalistieke veld (Benson, 2005) invloed hebben op de aandacht voor hoge en populaire kunstvormen. De Franse en Nederlandse kwaliteitspers is meer gecentraliseerd en geconcentreerd dan haar tegenhangers in de VS en Duitsland. Daardoor concurreren elitekranten in Frankrijk en Nederland sinds de maatschappelijke omwentelingen van de jaren zestig steeds meer om dezelfde lezers en adverteerders. Een dergelijke directe en intense concurrentie kan kranten stimuleren om zich aan te passen aan de 'populaire' vraag, te meer wanneer ze sterk zijn aangewezen op de verkoop van losse exemplaren in plaats van abonnementen, zoals in Frankrijk (Benson, 2005; Esser, 1999). De Franse pers zou daarom meer geneigd kunnen zijn om populaire culturele genres te bespreken dan haar tegenhangers in de andere twee Europese landen, ondanks de relatief grote overheidssteun voor Franse media (Kuhn, 1995).

Het culturele veld: rol van de overheid en omvang locale cultuurindustrie

Een hoog niveau van overheidssteun voor kunst en cultuur kan de instandhouding van sterke culturele grenzen bevorderen, doordat dit de beschikbaarheid van hoge cultuur verhoogt en kunstenaars en andere actoren in het veld een grotere autonomie biedt ten opzichte van de markt. Anderzijds leidt afhankelijkheid van culturele producenten en instituties van private financiering en verkoop waarschijnlijk tot vervaging van hiërarchische onderscheiden tussen kunstvormen en genres.

Kunstondersteuning in de VS is veel meer gedecentraliseerd en marktgericht dan in Europa

(Mulcahy, 2000; NEA, 2007), wat vermoedelijk leidt tot zwakkere culturele scheidslijnen in de VS. Het Franse cultuurbeleid met zijn lange traditie van centralistische interventie in de kunsten heeft ongetwijfeld een groot aandeel gehad in de totstandkoming van een breed gedeelde en gedragen hoge cultuur in Frankrijk.

Hoewel het Nederlandse cultuurbeleid de laatste vijftig jaar even gecentraliseerd is geworden als het Franse (ACE, 1998), legt het minder nadruk op cultuur als een ingrediënt van nationale identiteit of nationaal prestige dan het Franse model. Duitsland heeft een sterk gedecentraliseerd cultuurbeleid, waarin steden de belangrijkste sponsors en ondersteuners zijn van kunst en cultuur. Deze lokale autoriteiten financieren bij voorkeur lang en breed gevestigde instellingen en organisaties, vooral op het terrein van klassieke muziek, theater, cultureel erfgoed en beeldende kunst, wat de traditionele sectoren van de hoge cultuur versterkt (Katz-Gerro, 2002).

De Europese landen in ons onderzoek, Frankrijk voorop, hebben vanaf de jaren tachtig beleid en regelgeving ontwikkeld om hun nationale cultuurindustrie te ondersteunen en te beschermen tegen de dreigende culturele en commerciële hegemonie van de VS (Machet et al., 2002). De uitgebreide overheidssteun voor de eigen, lokale cultuurindustrie heeft waarschijnlijk het onderscheid tussen de hoge en de populaire kunsten in Frankrijk verzwakt. Dit geldt ook voor Nederland, waar de filmindustrie grotendeels afhankelijk is van subsidies en regelgeving, en waar de overheid vanaf begin jaren zeventig ook de popmuzieksector heeft gesteund. In eerste instantie werd popmuziek gesteund in kader van sociale-welzijnsprogramma's, maar sinds eind jaren zeventig mocht de sector ook delen in de kunstsubsidies van het Nederlandse Ministerie van Cultuur. Dit soort 'bestuurlijke' classificaties van cultuurvormen (DiMaggio, 1987) beïnvloeden niet alleen hun economische levensvatbaarheid, maar ook hun culturele en artistieke status. In tegenstelling tot de Franse en Nederlandse overheid subsidieert de Duitse overheid vrijwel uitsluitend klassieke muziek, en gaat er relatief weinig overheidsgeld naar de populaire muziek. Wel verleent de Duitse overheid, net als die van de beide andere Europese landen, ruimhartig steun aan de lokale filmindustrie (Jäckel, 2003).⁵

Tegelijkertijd hebben de culturele industrieën zich zo ontwikkeld dat volgens sommigen de kwaliteit en de diversiteit van het culturele aanbod onder druk zijn komen te staan (Hesmondhalgh, 2007). Vooral de opmars van transnationale conglomeraten heeft geleid tot de

⁵ Opgemerkt moet worden dat de Amerikaanse filmindustrie ook aanzienlijke overheidssteun ontvangt, onder meer in de vorm van algemene protectionistische maatregelen die de positie van lokale producenten versterken.

kritiek dat de culturele productie 'commerciëler' wordt. Veel populaire cultuurgenres hebben echter - naast relatief gestandaardiseerde vormen van grootschalige productie voor een breed publiek - een institutioneel kader ontwikkeld dat vergelijkbaar is met dat van de hoge kunsten. Genres als popmuziek en film hebben nu hun eigen prijzen, festivals, leerstoelen, subsidiefondsen, beurzen, tijdschriften en – *last but not least* - recensenten en rubrieken in de dagbladers (Regev, 1994; Baumann, 2007). Als zodanig heeft de groeiende status van populaire cultuur bijgedragen aan het ontstaan van culturele hiërarchieën *binnen* de cultuurvormen die vroeger eenvoudig werden aangeduid als 'populair'. De specifieke machtsverhoudingen tussen commerciële producenten en andere instituties in een bepaald veld kunnen vervolgens culturele classificaties beïnvloeden (bijvoorbeeld de gevestigde traditie van filmhuisfilms in Frankrijk versus de dominantie van kassuccessen in de VS).

De aandacht die individuele cultuurvormen in de kranten krijgen, wordt waarschijnlijk medebepaald door hun gewicht in het nationale culturele veld. Als een land een hoge binnenlandse productie heeft in een bepaalde cultuurvorm, kan dit leiden tot meer publiciteit voor deze kunstvorm in de kranten, zelfs bij minder prestigieuze genres (Janssen, Kuipers & Verboord, 2008). De Amerikaanse cultuurindustrie is veel omvangrijker dan die in enig ander land en is internationaal steeds meer toonaangevend geworden. Frankrijk heeft eveneens een relatief grote nationale cultuurindustrie en vooral een sterk ontwikkelde filmindustrie. De Duitse, en zeker de Nederlandse cultuurindustrie is echter veel kleiner. Het bovenstaande suggereert dat elitekranten in de VS het meest zullen openstaan voor populaire cultuurproducten, maar ook dat de aandacht van de Franse kranten voor film wel eens groter zou kunnen zijn dan in andere Europese landen.

Opzet en operationalisering van het onderzoek

Om een systematisch beeld te kunnen geven van nationale verschillen en longitudinale veranderingen in de journalistieke aandacht voor de verschillende kunstvormen, hebben we een uitgebreide kwantitatieve inhoudsanalyse (Neuendorf, 2002) uitgevoerd van de publiciteit die werd gegeven aan hoge en populaire kunst in elitekranten in Frankrijk, Duitsland, Nederland en de VS in vier steekproefjaren: 1955, 1975, 1995 en 2005.⁶

Wij richten ons op de kunstjournalistiek in elitekranten, omdat deze een sleutelrol vervult bij de toekenning van symbolische waarde aan culturele producten. De oordelen die

kunstjournalisten en critici in elitekranten presenteren blijken niet alleen bij te dragen aan de toekomstige oordelen van experts (Van Rees, 1983; Janssen, 1997), maar ze communiceren ook rechtstreeks met, en beïnvloeden als zodanig, leden van de hogere statusgroepen in de samenleving (Ferree et al., 2002; Shrum, 1991). De aandacht van elitekranten voor de kunsten is dus een goede indicator van de legitimiteit van culturele producten in een bepaald land of op een bepaald tijdstip (Baumann, 2007; Janssen, 1999). Bovendien stelt een inhoudsanalyse van kranten – in plaats van bijvoorbeeld gespecialiseerde kunst- en cultuurtijdschriften – ons in staat de sociale status van een reeks culturele genres over een periode van vijftig jaar in een aantal landen systematisch te vergelijken. We kunnen dus nagaan in hoeverre de trends in die landen met elkaar sporen.

Landenvergelijking

De vier landen in deze studie, Frankrijk, Duitsland, Nederland en de Verenigde Staten lijken in veel opzichten sterk op elkaar, maar verschillen tegelijkertijd zoveel van elkaar dat we inzicht kunnen krijgen in de invloed van diverse factoren op de status van populaire cultuurvormen. Duitsland en de VS nemen tegengestelde posities in op vrijwel alle dimensies. Duitsland heeft een relatief lage sociale mobiliteit en een nationale culturele traditie die slechts beperkt open staat voor populaire cultuur. Het omgekeerde geldt voor de Verenigde Staten. De factoren op veldniveau wijzen voor Duitsland eveneens in de richting van relatief sterke culturele scheidslijnen, en ook hier is in de VS het omgekeerde het geval. Het beeld voor Frankrijk en Nederland is minder duidelijk. Als we kijken naar de nationale culturele repertoires en de sociale mobiliteit, valt te verwachten dat traditionele culturele hiërarchieën in Frankrijk meer intact zijn gebleven dan in Nederland. Maar wanneer we specifieke aspecten van het Franse en Nederlandse culturele veld en mediasysteem beschouwen, zouden de Franse elitekranten wel eens ontvankelijker voor populaire cultuur kunnen blijken dan hun Nederlandse tegenhangers.

Keuze van de kranten

Gezien het omvattende karakter van onze inhoudsanalyse, konden we slechts een beperkt aantal kranten per land in ons onderzoek opnemen. De aandacht van verschillende kranten voor culturele onderwerpen en hun invloed op classificatieprocessen verschillen aanzienlijk. Zoals

⁶ Om praktische redenen is het steekproefjaar 2005 geconstrueerd uit de tweede helft van 2004 en de eerste helft van 2005.

vermeld hebben we gekozen voor kranten die zich richten op de bestuurlijke, intellectuele en culturele elite, omdat deze kranten centraal staan in culturele legitimeringsprocessen. Een ander criterium was dat de geselecteerde kranten ononderbroken verschenen moesten zijn gedurende de gehele onderzoeksperiode. Voor elk Europees land kozen we de twee kranten met de grootste betaalde oplage (gemiddeld) in de vier steekproefjaren (cf. bijlage 1): *Le Monde* en *Le Figaro* voor Frankrijk; de *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* en de *Süddeutsche Zeitung* voor Duitsland; *NRC Handelsblad (NRC)* en *de Volkskrant* voor Nederland; en de *New York Times (NYT)* en de *Los Angeles Times (LAT)* voor de Verenigde Staten.

Steekproef

Per krant is de hoeveelheid en de aard van de berichtgeving over kunst en cultuur in het algemeen en over specifieke kunstvormen in kaart gebracht. De berichtgeving over kunst en cultuur is doorgaans geconcentreerd rond het weekeinde en is bovendien seizoensgebonden. We hebben daarom een getrapte en gelaagde steekproefprocedure toegepast in combinatie met de 'constructed week'-methode: voor elke dag van de week selecteerden we een willekeurige editie van elk kwartaal, met vier 'constructed weeks' als resultaat (Riffe, Aust & Lacy, 1993).⁷ Dit zijn 24 edities (28 inclusief zondagedities) per steekproefjaar per krant. De totale steekproef voor de inhoudsanalyse omvat 776 edities.

We keken niet alleen naar kunst- en cultuurpagina's of *lifestyle*-bijlagen, maar verzamelden gegevens uit de hele krant. Een team van codeurs analyseerde alle artikelen die betrekking hadden op de gespecificeerde kunstvormen, inclusief nieuwsverslagen, recensies, achtergrondartikelen en columns. Bij artikelen die meer dan één item bevatten (bijvoorbeeld een artikel waarin romans van verschillende auteurs werden gerecenseerd) vulden de codeurs een apart formulier in voor elk item. In totaal bevat ons gegevensbestand 18.088 items.

Operationalisering

De studie van de hiërarchische dimensie van culturele classificatiesystemen vereist een relationele analyse, waarin de posities van kunstvormen en genres ten opzichte van elkaar vergeleken worden. Hier nemen we de relatieve hoeveelheid aandacht die een elitekrant besteedt

aan bepaalde kunstvormen of genres als indicator van hun status ten opzichte van andere kunstvormen of genres (Janssen, 1999; Schmutz et al., 2010). In de analyse kijken we naar het aandeel van individuele kunstvormen of genres binnen de totale kunst- en cultuurberichtgeving. We meten de aandacht voor kunstvormen en genres in cm² (hoogte * breedte van elk artikel).

We hebben elk krantenartikel uit onze streekproef geclassificeerd onder een van de traditionele 'hoge' (klassieke muziek, literatuur, theater, ballet/moderne dans, beeldende kunsten, architectuur) of 'populaire' kunsten (film, popmuziek, jazz, populaire fictie, populaire dans, muziek/variété, televisiefictie, fotografie, mode, design) (zie ook Tabel 1). Onze indeling van kunstvormen in hoog of populair is gebaseerd op conventionele opvattingen over de hoge of populaire status van deze kunstvormen (zie bijvoorbeeld Alexander, 2003; Zolberg, 1990, 144). Hierdoor kunnen we onderzoeken hoe de aandacht die elitekranten besteden aan traditioneel hoge en populaire kunstvormen in de loop van de tijd is verschoven.

Onze analyse is primair gericht op het vergelijken van verschillen tussen (in plaats van binnen) kunstvormen. Om het aandeel van kunst en cultuur binnen de totale inhoud van de kranten te bepalen, hebben we ook de totale omvang van de onderzochte krantenedities gecodeerd.

Tabel 1. Classificatie van traditionele 'hoge' ('highbrow') and populaire cultuurvormen

| HOOG | POPULAIR |
|---------------------------|--|
| Literatuur | Populaire fictie |
| Klassieke muziek | Populair muziek |
| | Jazz |
| Theater (toneel) | Populair theater (incl. cabaret, shows, musical, circus) |
| Beeldende kunst | Fotografie |
| Ballet/Dans | Populaire dans |
| Architectuur ^a | Design ^a |
| | Mode ^a |
| | Film |
| | Televisiefictie |

Noot: In totaal telt ons databestand 18,088 kunstitems. Circa 5% van deze items had geen betrekking op een specifieke kunstvorm en 3% betrof een combinatie van hoge en populaire cultuur. Deze items zijn in dit artikel buiten beschouwing gelaten.

^a Om een scheidslijn te kunnen trekken tussen 'kunst en cultuur' en 'leefstijl' (of bv. tussen architectuur en louter bouwtechnische kwestie), hebben we alleen items in aanmerking genomen waarbij (a) de ontwerper (architect) genoemd werd of (b) waarbij het besprokene in een artistieke context werd geplaatst.

De kranten werden gecodeerd in oorspronkelijk formaat, hetzij in archieven, hetzij via op

⁷ Volgens studies over de efficiëntie van steekproefneming zijn twee constructed weeks voldoende om de inhoud van een jaar adequaat te representeren (Riffe et al., 1993). Voor de zekerheid hebben we gekozen voor twee

volledige paginagrootte ingescande digitale bestanden, door 14 codeurs tussen 2004 en 2006. Vier codeurs waren primaire onderzoekers binnen het project, de overige tien werden op tijdelijke basis ingehuurd. Alle ingehuurde codeurs hadden een voltooide universitaire opleiding op het gebied van kunst- en cultuurwetenschappen en/of Duitse of Franse taal- en cultuurstudies. Het ontwikkelen van het coderingsschema kostte ongeveer drie maanden, de training van de codeurs nog eens twee maanden. Alle codering vond plaats op laptops die een speciaal ontwikkeld coderingssheet bevatten waarmee de gegevens direct konden worden opgeslagen in SPSS-format.⁸ De codeurs deelden elk item in de krant in een van de hoofdcategorieën in Tabel 1. Ze gebruikten hiervoor informatie in het artikel, maar ook hun persoonlijke kennis en informatie uit internetbronnen en encyclopedieën. De onderlinge consistentie van de codeurs bij het coderen van kunstvormen en genres bleek hoog (Cohens kappa van 0,92).

We gebruiken eenwegs ANOVA voor het vergelijken van de gemiddelde hoeveelheden aandacht in de landen en jaren. Omdat de omvang en inhoud van krantenedities per weekdag sterk varieert, analyseren we op geaggregeerd niveau: onze onderzoekseenheden zijn geconstrueerde weken ('constructed weeks') van kranten, die elk bestaan uit 6 of 7 wekdagen. Vanwege het bijgevolg kleine en, voor de VS, ongelijke aantal onderzoekseenheden, voldoen niet alle variabelen aan de aannames voor wat betreft de homogeniteit van de variantie. Significante resultaten dienen daarom met voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd.

Resultaten

Algemene trends in aandacht voor kunst en cultuur

Tabel 2 toont per steekproefjaar en krant het gemiddelde aantal pagina's⁹ per editie (eerste kolom), het percentage van de pagina's gewijd aan kunst en cultuur (tweede kolom) en het aantal afzonderlijke kunstitems per editie (derde kolom).

constructed weeks extra.

⁸ Het elektronische coderingssheetprogramma is ontwikkeld door RISBO, Rotterdam. We danken Peter Hermus voor zijn hulp bij het gereed maken van de gegevens.

⁹ De ruimte voor advertenties is niet opgenomen in deze cijfers.

Tabel 2. Totale redactionele ruimte (in aantal pagina's), percentage van redactionele ruimte gewijd aan kunst en cultuur, en aantal kunstitems per editie, 1955-2005 (N=776)

| | 1955 | | 1975 | | 1995 | | 1995 | | 2005 | | 2005 | |
|---------------------------------|-------|---------|---------------|-------|---------|---------------|-------|---------|---------------|-------|---------|---------------|
| | N pag | % Kunst | N Kunst items | N pag | % Kunst | N Kunst items | N pag | % Kunst | N Kunst items | N pag | % Kunst | N Kunst items |
| FRANKRIJK | | | | | | | | | | | | |
| <i>Le Figaro</i> | 14.4 | 5.1 | 20.5 | 25.9 | 5.5 | 19.1 | 74.3 | 6.5 | 30.1 | 74.2 | 6.1 | 21.6 |
| <i>Le Monde</i> | 13.7 | 4.8 | 8.1 | 34.5 | 4.3 | 16.2 | 38.9 | 8.3 | 23.1 | 60.2 | 9.1 | 26.1 |
| (WEST) DUITSLAND | | | | | | | | | | | | |
| <i>Frankfurter Allgemeine Z</i> | 14.3 | 6.3 | 9.2 | 35.5 | 4.4 | 13.5 | 74.4 | 5.1 | 23.3 | 65.5 | 5.6 | 23.0 |
| <i>Süddeutsche Zeitung</i> | 17.1 | 2.7 | 7.4 | 42.6 | 3.7 | 14.2 | 75.9 | 5.2 | 26.1 | 69.4 | 6.4 | 22.1 |
| NEDERLAND | | | | | | | | | | | | |
| <i>NRC Handelsblad</i> | 13.1 | 5.8 | 14.7 | 20.3 | 7.2 | 17.0 | 30.6 | 9.9 | 20.6 | 33.4 | 10.9 | 32.0 |
| <i>De Volkskrant</i> | 11.7 | 3.2 | 8.5 | 23.3 | 5.5 | 13.3 | 36.3 | 8.4 | 18.5 | 45.8 | 9.1 | 22.9 |
| VERENIGDE STATEN | | | | | | | | | | | | |
| <i>New York Times</i> | 95.1 | 2.7 | 55.4 | 121.2 | 2.3 | 28.1 | 136.6 | 5.3 | 33.1 | 139.9 | 6.4 | 39.1 |
| <i>Los Angeles Times</i> | 104.9 | 2.0 | 49.1 | 140.9 | 1.4 | 20.7 | 114.1 | 3.4 | 35.1 | 156.7 | 4.2 | 29.0 |

Noot: Alle gegevens in Tabel 2 betreffen gemiddelde aantallen per edities; het totaal aantal edities is 776.

De Amerikaanse kranten tellen gemiddeld veel meer pagina's per editie dan de Europese kranten. Dit is niet alleen omdat Amerikaanse kranten op weekdays dikker zijn, maar ook vanwege de omvangrijke zondagedities die Europese kranten niet hebben (met uitzondering van de *FAZ* in 2005). In 1955 bevatten de Europese kranten doorgaans tussen de 12 en 17 pagina's per editie, veel minder dan de Amerikaanse met gemiddeld 95 en 105 pagina's. In de loop van de tijd zijn alle kranten in omvang toegenomen: gemiddeld hebben Nederlandse kranten tussen de 33 en 46, de Duitse en Franse kranten meer dan 60, en Amerikaanse kranten tussen de 140 en 160 pagina's.

De ruimte voor kunst en cultuur neemt ook toe in de loop van de tijd, maar niet in elke krant even sterk. In 1955 liepen de percentages uiteen van 2% (*LAT*) tot net boven de 6% (*FAZ*). In 2005 was 4,2% van de *LAT* gewijd aan kunst en cultuur, terwijl het percentage bij de andere kranten meer dan 5,5% en in de Nederlandse kranten en *Le Monde* zelfs 9% bedroeg. In absolute cijfers is de ruimte voor kunst en cultuur in alle kranten toegenomen, omdat alle kranten steeds meer pagina's hebben. Dit wordt ook weerspiegeld in de groei van het aantal kunstitems per editie (met uitzondering van *Le Figaro* en de Amerikaanse kranten die veel kleine items hadden in 1955). De percentages voor de *NYT* en *LAT* vertegenwoordigen meer ruimte dan die voor de Europese kranten omdat de kranten als geheel aanzienlijk groter zijn. Al in 1955 wijden de Amerikaanse kranten, in tegenstelling tot de meeste Europese kranten, ten minste één pagina per dag aan kunstrecensies. Ze bevatten bovendien speciale zondagse katernen over kunst en cultuur en boeken.

In de onderzochte periode neemt de omvang van de kranten in alle vier de landen toe evenals de ruimte voor de kunsten. De sterkste groei vindt plaats tussen 1975 en 1995. In 1995 schrijven alle kranten dagelijks over de kunsten, ze brengen allemaal wekelijkse kunst- en cultuurbijlagen uit en bijna allemaal hebben ze gespecialiseerde bijlagen over bijvoorbeeld literatuur of *lifestyle*. Het verschil tussen de Europese en de Amerikaanse kranten blijft groot, vooral door de uitgebreide zondagsedities van de *NYT* en de *LAT*, die in de loop van de tijd steeds verder uitdijen.

Tabel 3. Aandeel van populaire cultuur in de totale kunst en cultuurberichtgeving per geconstrueerde week (N=124)

| | 1955 | 1975 | 1995 | 2005 | D | NL | VS |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-----|----|-----|
| Frankrijk | 39.5% | 35.6% | 48.2% | 50.0% | *** | ~ | * |
| Duitsland | 20.6% | 26.2% | 30.0% | 40.5% | | * | *** |
| Nederland | 28.4% | 35.1% | 38.0% | 44.0% | | | *** |
| Verenigde Staten | 50.0% | 42.7% | 57.2% | 59.0% | | | |

Noot: D=Duitsland, F= Frankrijk NL = Nederland, VS = Verenigde Staten. Geschatte marginale gemiddelden in Anova van het percentage kunst- en cultuurberichtgeving (in cm²) gewijd aan populaire cultuurvormen gebaseerd op 4 geconstrueerde weken (*LAT*: 3) per jaar per krant.

De laatste drie kolommen tonen de significantieniveaus van de Games-Howell post-hoc test.

*** p<.001 ** p<.01 * p<.05 ~ p<.10

Aandacht voor populaire cultuur

Tabel 3 toont de relatieve hoeveelheid ruimte die de kranten hebben besteed aan de populaire kunsten (zoals vermeld in Tabel 1). In alle peiljaren schenken Amerikaanse kranten de meeste aandacht aan populaire cultuur, gevolgd door de Franse kranten. In 1955 besteden de Amerikaanse kranten al de helft van hun redactionele ruimte voor kunst en cultuur aan populaire cultuurvormen, ongeveer 10 procent meer dan de Franse kranten, 22 procent meer dan de Nederlandse en 30 procent meer dan de Duitse kranten. In elk land stijgt echter tussen 1955 en 2005 het aandeel van de populaire genres in de kunstverslaggeving. Hoewel de groei het sterkst is in de Nederlandse en Duitse kranten, blijven deze nog steeds achter bij de Amerikaanse en Franse kranten. Over het geheel zijn de verschillen tussen de landen qua ruimte die aan populaire cultuur wordt gewijd significant ($F=31,6$; $p=0,000$), evenals verschillen in de tijd ($F=15,4$; $p=0,000$). De landenverschillen blijven in de loop van de tijd min of meer gelijk (de interactieterm is niet significant).

Een opvallend resultaat is dat het aandeel van de populaire cultuur in de Amerikaanse kranten in 1955 even groot is als, en in de overige jaren zelfs groter dan dat van de hoge cultuur. In het bijzonder de *LAT* besteedt meer aandacht aan de populaire kunsten in de gehele periode; in 1995 gaat ook in de *NYT* meer dan de helft van de aandacht uit naar populaire cultuurvormen. De Franse kranten bieden in 2005 evenveel ruimte aan de populaire als aan de hoge cultuur. Vanaf de jaren negentig hechten de elitekranten in de VS en Frankrijk dus kennelijk evenveel waarde aan de populaire als aan de hoge cultuur. De Duitse en Nederlandse kranten geven echter in 2005 nog steeds duidelijk de voorkeur aan de hoge kunsten. Het aandeel van de populaire kunsten in deze kranten is maar net hoger dan de percentages voor de Franse en Amerikaanse kranten in de jaren vijftig. Deze resultaten bevestigen onze verwachting dat de Amerikaanse kranten het minst geneigd zijn om hiërarchische scheidlijnen te trekken in hun kunst- en cultuurberichtgeving gedurende de bestudeerde periode. Het bevestigt ook onze veronderstelling dat Duitsland het meest hiërarchische is van de drie Europese landen. De sterke positie van de populaire kunsten in de Franse kranten en de relatief sterke hiërarchie in de Nederlandse kranten komen niet overeen met onze verwachtingen: we namen aan dat Frankrijk en Nederland een middenpositie zouden innemen, maar de Franse kranten berichten gedurende de hele onderzochte periode aanzienlijk meer over populaire cultuur dan de Duitse en Nederlandse kranten.

De groei van de aandacht voor populaire cultuur kent een verschillend tijdsverloop in de vier landen. In de Franse en Amerikaanse kranten vindt de grootste toename plaats tussen 1975 en 1995. De Nederlandse kranten laten een geleidelijke toename zien over de gehele onderzoeksperiode. In de Duitse kranten vindt de sterkste verschuiving veel later plaats, na 1995.

Voor een duidelijkere interpretatie van de verschillen in hiërarchie splitsen we de populaire en hoge cultuur uit in specifieke kunstvormen. Tabel 4 laat de gemiddelden zien per kunstvorm voor elk steekproefjaar. Hoge en populaire kunstvormen worden beide gerangschikt volgens hun gemiddelde score in de 1955-edities van de vier landen. We maken gebruik van eenwegs ANOVA's om te testen of de verschillen tussen de vier steekproefjaren en landen, dan wel de interacties tussen beide, significant zijn.

Het groeiende belang van de populaire cultuur kan worden toegeschreven aan drie genres in het bijzonder. Ten eerste groeit het aandeel van film, al sterk vertegenwoordigd in 1955, met 2 procent naar 18% van de kunst- en cultuurberichtgeving in 2005. Ten tweede wint televisiefictie

3 procent tussen 1955 en 2005. Ten derde (en het belangrijkste) ontwikkelt de populaire muziek zich van een klein genre in 1955 (2%) tot het vierde genre in 2005 (10%). De opkomst van de populaire kunsten in de kunstjournalistiek (en de teruggang in de verslaggeving over de traditionele hoge kunst) is dus geen kwestie van een simpele switch van de hoge variant naar de populaire variant binnen elk genre. Weliswaar daalt het aandeel van klassieke muziek met 4 procent sinds de jaren vijftig, maar dit is slechts de helft van de stijging bij de populaire muziek. Verder lijkt theater als genre het grootste verlies (bijna 9 procent), terwijl de aandacht voor populaire theatergenres gering blijft. Evident is de groeiende prominentie van genres die worden geproduceerd door de culturele industrie en voor hun distributie afhankelijk zijn van (massa) media en geavanceerde technologieën.

Tabel 4. Aandeel van hoge en populaire kunsten in kunst- en cultuurberichtgeving per geconstrueerde week, 1955-2005 (N=124)

| | Gemiddeld overall aandeel (%) per jaar | | | | Resultaten One-Way Anova | | | Interpretatie significante trends landen |
|------------------|--|------|------|------|--------------------------|------------|------------|---|
| | 1955 | 1975 | 1995 | 2005 | Jaar | Land | Interactie | |
| HOOG | | | | | | | | |
| Literatuur | 15.7 | 17.2 | 18.0 | 14.5 | F=1.71 | F=6.12 ** | F=2.74 ** | VS eerst meest (met D), later minder dan andere landen |
| Theater | 16.8 | 12.8 | 7.6 | 7.7 | F=21.1 *** | F=3.6 * | F=4.0 *** | F en D meest in 55, later ongeveer hetzelfde |
| Klassieke Muziek | 12.6 | 12.5 | 8.1 | 8.5 | F=8.9 ** | F=9.6 *** | F=1.58 | F minder gedurende hele periode |
| Beeldende kunst | 10.9 | 12.1 | 13.0 | 11.1 | F=0.8 | F=12.2 *** | F=0.5 | VS minder, D meer, convergentie in loop van tijd |
| Ballet/ Dans | 2.3 | 3.3 | 2.4 | 2.1 | F=1.4 | F=1.8 | F=1.1 | |
| Architectuur | 1.6 | 2.6 | 3.5 | 3.9 | F=4.7 ** | F=7.9 *** | F=1.2 | F minder hele periode, NL meer in 55 |
| POPULAIR | | | | | | | | |
| Film | 16.5 | 13.8 | 14.5 | 18.4 | F=2.9 * | F=15.5 *** | F=1.5 | F en VS meest hele periode, behalve dip VS in 75, piek NL in 75 |
| Mode | 4.9 | 2.2 | 2.3 | 2.1 | F=4.3 | F=7.0 *** | F=1.9 ~ | F en VS meer in 55, 95 and 05 |
| Populair theater | 2.9 | 2.6 | 2.4 | 2.7 | F=0.2 | F=4.2 ** | F=1.0 | In '55 allemaal gelijk, dan F en D minder, NL en VS meer |
| Populaire fictie | 2.0 | 4.2 | 3.3 | 2.9 | F=3.9 * | F=3.8 * | F=1.3 | VS meer tot 95, in 05 F piek, NL laag |
| Populaire muziek | 2.1 | 3.9 | 9.7 | 9.9 | F=35.1 *** | F=14.5 *** | F=3.4 ** | D minder hele periode, NL en VS meest in 95 en 05, F piek in 95 |
| Design | 2.0 | 1.0 | 1.8 | 2.1 | F=1.7 | F=1.8 | F=1.5 | |
| Televisiefictie | 1.5 | 4.1 | 4.1 | 4.7 | F=9.0 *** | F=18.8 *** | F=2.1 * | VS meer tot 75, NL minder hele periode |
| Fotografie | 0.6 | 1.2 | 1.7 | 2.9 | F=8.1 *** | F=2.1 | F=2.5 * | NL piek in 05, VS laag in 05 |
| Populaire dans | 0.5 | 0.2 | 0.3 | 0.3 | F=0.7 | F=0.4 | F=0.7 | |
| Jazz | 0.4 | 1.0 | 1.9 | 1.3 | F=5.1 ** | F=2.4 ~ | F=1.1 | D minst in hele periode |

Noot: VS=Verenigde Staten; F=Frankrijk; D=Duitsland; NL=Nederland.

Geschatte marginale gemiddelden in Anova van het percentage kunst- en cultuurberichtgeving (in cm2) gewijd aan de genoemde cultuurvormen gebaseerd op 4 geconstrueerde weken (LAT: 3) per jaar per krant.

De resultaten van de significantietoetsing betreffen de Games-Howell post-hoc tests.

*** p<.001 ** p<.01 * p<.05 ~ p<.10

Wanneer we de distributies per land vergelijken, vinden we veel significante verschillen (zie Tabel 4 voor de ANOVA-resultaten en bijlage B voor de gemiddelde waarden per land). Wat de populaire kunsten betreft, hebben de Amerikaanse kranten het breedste belangstellingsveld: de ruimte die ze vrijmaken voor de belangrijkste populaire genres, zoals film, populaire muziek, televisiefictie en mode is gelijk aan of groter dan die in de Europese kranten. De Europese kranten zijn soms 'gespecialiseerd' in bepaalde genres. De Franse kranten besteden bijvoorbeeld aanzienlijk meer aandacht dan hun Duitse en Nederlandse tegenhangers aan film en mode, en in 2005 ook aan populaire fictie. In de Nederlandse kranten wordt in de laatste twee decennia daarentegen bijna net zoveel geschreven over popmuziek als in Amerika, en aanzienlijk meer over populair theater dan in Frankrijk en Duitsland.

Ook de berichtgeving over hoge kunsten verschilt tussen landen. Literatuur was oorspronkelijk het belangrijkste in de VS, maar in 2005 besteden alle Europese kranten meer aandacht aan dit genre dan de *NYT* en *LAT*. Terwijl de Europese kranten veel fictie blijven bespreken, nu in speciale boekenbijlagen, lijkt het boekbesprekingsbeleid in de *NYT* en *LAT* te zijn verschoven in de richting van de non-fictie (Rich, 2007). De neergang van het theater is het sterkst in Duitsland en Frankrijk. De geringere ruimte voor beeldende kunsten in Amerikaanse kranten en voor klassieke muziek in de Franse blijft over de gehele periode onveranderd.

De resultaten voor specifieke kunstvormen werpen ook meer licht op de relatief zwakke positie van de traditionele hoge kunsten die we vinden voor Frankrijk. In 1955 nemen film en mode in de Franse kranten een prominente plaats in. Beide zijn populaire kunstvormen met een solide basis in het Franse culturele systeem, dankzij de aanwezigheid van een sterke lokale industrie. De sterke positie van deze twee sectoren in het nationale veld leidt er waarschijnlijk toe dat kranten meer schrijven over deze kunstvormen. In 1995 zijn film en mode nog steeds belangrijk, maar daarnaast volgen de Franse kranten de internationale trend in de legitimering van popmuziek. Interessant genoeg doen de Duitse kranten dit veel minder, al is het verschil in 2005 kleiner geworden.

Uitsluiting in de verslaggeving over de populaire kunsten: alles, behalve...

Onze resultaten betekenen niet dat alle films, of alle vormen van popmuziek, plotseling zijn 'geconsecreerd' als legitieme cultuur. Binnen deze genres hebben zich nieuwe hiërarchieën afgetekend, waarbij sommige werken, makers en genres 'hoger worden aangeslagen dan andere

(cf. Bauman, 2007; Kuipers, 2006). Deze genres worden meer en meer in intellectualistische of 'highbrow' termen bediscussieerd, terwijl andere worden afgekeurd of genegeerd (cf. Bryson, 1996).

Op basis van onze gegevens kunnen we goed zien welke populaire genres nog altijd uitgesloten zijn van consecratie door elitekranten. Dit proces is het duidelijkst in het domein van de populaire muziek: hoewel populaire muziek een grote rol speelt in de elitekranten in alle vier landen, worden genres als heavy metal (cf. Bryson, 1996), harmonie en fanfare of carnavalsmuziek (een populair genre in Duitsland en Nederland) nog steeds niet serieus genomen. Bovendien zijn in de drie Europese landen de lokale genres tijdens de bestudeerde periode steeds meer gemarginaliseerd. De ontwikkeling in het filmgenre is vergelijkbaar: hoewel de berichtgeving over de film diverser is geworden en er steeds meer aandacht is voor *science fiction* en *fantasy*, negeren de kranten wat wordt beschouwd als het 'laagste' van alle filmgenres, de pornografie.

Ten slotte kan een vergelijkbaar mechanisme worden waargenomen in de literatuur: terwijl de aandacht voor de populaire fictie (thrillers, detectives enz.) aanzienlijk is toegenomen, horen damesromans ('bouquetreeks') er nog steeds niet bij. Dit bevestigt de conclusie van Bryson (1996) dat omnivore smaken weliswaar breed zijn, maar niet onbegrensd. Net als omnivore consumenten houden omnivore elitekranten van 'anything, but' heavy metal, harmonie en fanfare, damesromans en carnavalsmuziek. De erosie van culturele hiërarchieën betekent duidelijk niet het eind van culturele hiërarchieën.

Conclusies

In dit artikel hebben we door middel van een inhoudsanalyse de aandacht van elitekranten voor hoge en populaire kunst in kaart gebracht. Zo konden we trends en variaties tussen landen in de classificatie van culturele genres traceren. Onze bevindingen tonen in alle vier landen een duidelijke verschuiving in de kunst- en cultuurverslaggeving: van traditionele hoge kunstvormen zoals theater, klassieke muziek en literatuur naar populaire genres zoals film, popmuziek en televisiefictie. Van de hoge kunsten hebben vooral theater en klassieke muziek in 2005 een veel minder prominente positie dan in 1955. In het populaire domein is de aandacht voor populaire muziek het sterkst gegroeid, gevolgd door televisiefictie. Deze bevindingen wijzen op een verzwakking van culturele hiërarchieën en een groeiende legitimiteit van populaire kunstvormen

en genres.

In het voetspoor van DiMaggio (1987, 1991) en Peterson (2005) interpreteren we deze verschuivingen als het resultaat van bredere structurele ontwikkelingen, die niet alleen in de VS, maar ook in Europa hebben plaatsgevonden, zij het met een andere timing en met een andere intensiteit: steeds grotere sociale mobiliteit, groeiende sociale en etnische diversiteit, uitbreiding van het onderwijs en de opkomst van een hoog opgeleide hogere middenklasse. Dit heeft geleid tot het ontstaan van een ‘nieuwe’ middenklasse van wie de culturele smaak breed en omnivoor is in plaats van exclusief gericht op de traditionele hoge -cultuur. Tegelijkertijd zijn ook actoren en instanties die een sleutelrol vervullen in de legitimatie van cultuurproducten - zoals (kunst- en cultuurmedewerkers van) elitekranten – zich breder gaan oriënteren en hebben zij de traditionele hoge cultuur deels ingewisseld voor populaire genres.

Ons onderzoek laat een aantal significante verschillen zien tussen de vier landen. Gedurende de gehele onderzoeksperiode besteden de Amerikaanse, en in mindere mate de Franse kranten meer aandacht aan de populaire kunstvormen dan de Nederlandse en Duitse kranten. Gezien het stereotiepe beeld van Frankrijk als bolwerk van hoge cultuur is dit misschien verrassend.¹⁰ De Duitse kranten blijven primair op hoge cultuur gericht in alle steekproefjaren. De Nederlandse kranten nemen een tussenpositie in.

Ook de timing van dit proces verschilt tussen de landen. In de Franse en Amerikaanse kranten vindt de grootste toename in de berichtgeving over de populaire kunsten plaats in de periode tussen 1975 en 1995. De Nederlandse kranten laten een geleidelijke toename zien over de gehele onderzoeksperiode. In de Duitse kranten vindt de sterkste verschuiving veel later plaats, na 1995. De verschillen tussen de vier landen blijven over de gehele periode bezien constant. In 2005 zijn de verschillen tussen de landen vrijwel gelijk aan die in 1955. Hoewel zich vergelijkbare dehiërarchiseringsprocessen hebben voltrokken in alle vier landen, kunnen we daarom voorzichtig concluderen dat er geen convergentie heeft plaatsgevonden tussen deze landen in de berichtgeving over kunst en cultuur.

Onze bevindingen voor de VS en Duitsland bevestigen onze verwachtingen.

¹⁰ In de sociologie is het klassieke beeld van het snobistische Frankrijk waarschijnlijk versterkt door de grote invloed van Bourdieus werk over cultuur als instrument om zich maatschappelijk te onderscheiden. Niet-Franse lezers van *La Distinction* realiseren zich niet altijd dat Bourdieu schreef over het Frankrijk van de jaren '60. Bovendien worden de Verenigde Staten in de vergelijkende sociologie vaak tegenover Frankrijk gesteld als vertegenwoordiger van het Europese model van landen met een nadruk op hoge cultuur en een sterke overheid (cf. Lamont, 1992; Lamont & Thévenot, 2000). Ons onderzoek suggereert dat Duitsland in deze zin 'Europeser' is dan Frankrijk.

Veldkenmerken en maatschappelijke kenmerken wijzen in dezelfde richting: ze begunstigen een sterke hiërarchie in Duitsland en een meer open en egalitair classificatiesysteem in de VS. De situatie in Nederland en Frankrijk is minder duidelijk. Hoewel de omstandigheden in Nederland, zeker ook in het onderwijssysteem zoals dat zich ontwikkelde vanaf de jaren zeventig (Bever, 2005; Verboord & Van Rees, 2009), gunstiger leken voor de vervaging van culturele classificaties dan in Frankrijk, bleven de Nederlandse elitekranten in hogere mate trouw aan de traditionele hoogculturele genres dan hun Franse tegenhangers. Gelet op bredere maatschappelijke kenmerken (sociale mobiliteit, nationale culturele repertoires, onderwijssysteem) verwachtten we bovendien weinig of geen verschillen te vinden tussen Franse en Nederlandse kranten in aandacht voor populaire cultuurvormen. Maar de Franse kranten bleken veel meer open te staan voor populaire cultuur.

Deze bevinding suggereert dat de 'popularisering' van de kunstjournalistiek eerder samenhangt met factoren op veldniveau dan op maatschappijniveau. Ten eerste is de grote ontvankelijkheid van de Franse kranten voor populaire cultuur mogelijk gerelateerd aan de sterk competitieve omgeving waarin deze kranten opereren (cf. Benson, 2005). Het Nederlandse medialandschap is minder competitief en beter beschermd tegen marktwerking, zeker in de eerste jaren van deze studie. Wellicht zijn Nederlandse journalisten hierdoor relatief gevrijwaard van de commerciële druk die doorgaans leidt tot meer aandacht voor de populaire cultuur.

Ten tweede valt de grote aandacht van de Franse kranten voor film en mode goed te duiden in termen van het belang van de film- en mode-industrie in dit land. Een sterke lokale industrie kan op verschillende manieren leiden tot meer aandacht in de kranten voor het product van die industrie. Ten eerste zijn kranten altijd sterk lokaal georiënteerd (Shoemaker & Cohen 2006), en dit geldt zelfs nog sterker in het culturele veld (Wilke, 1998). Bovendien betekent het bestaan van een lokale industrie dat kunstjournalisten, kunstenaars en hun consumenten in dezelfde kringen verkeren. Met andere woorden: het culturele veld en het mediaveld zijn nauw met elkaar verbonden, op persoonlijk en wellicht ook financieel niveau (bijvoorbeeld via advertentiebeleid of co-eigenaarschap). Ten slotte wordt doorgaans het belang van een bepaalde culturele sector als groter beschouwd naarmate een land op dat vakgebied een prominentere rol speelt. Dit appelleert aan gevoelens van nationale trots, zodat elk cultureel genre waarin een land 'het goed doet' al gauw meer belangstelling geniet (Janssen et al, 2008).

Hoewel de aandacht die elitekranten aan een genre besteden een valide en nuttige

indicator is van culturele legitimiteit, roepen onze studie ook de nodige vragen op voor verder onderzoek. Ten eerste laat het globale karakter van de kwantitatieve inhoudsanalyse die in deze studie is toegepast, geen uitspraken toe over inhoudelijke kenmerken van de berichtgeving. Een meer gedetailleerde kwantitatieve of kwalitatieve inhoudsanalyse, gericht op bijvoorbeeld journalistieke stijlen of kritische benaderingen in de bespreking van cultuurvormen, kan verdere nationale of longitudinale verschillen aan het licht brengen. Zo heeft zich volgens Bauman (2007) in de loop van de twintigste eeuw een 'intellectualisering' van de berichtgeving over film voorgedaan in Amerikaanse dagbladen. Verschillende landen hebben waarschijnlijk verschillende stijlen van culturele verslaggeving, en die stijlen kunnen ook meer of minder 'populair' of 'intellectueel' zijn, als uitdrukking van bepaalde nationale 'evaluatierepertoires'. De prominente positie van de film in Frankrijk kan bijvoorbeeld samengaan met een meer hoogculturele, intellectuele journalistieke benadering van film, zelfs van meer populaire genres als komische- of politiefilms. Op deze manier kunnen nationale evaluatierepertoires nog steeds effect hebben op de aandacht voor bepaalde kunstvormen, zelfs in minder hiërarchische systemen (cf. Van Venrooij & Schmutz, 2010).

Ten tweede zou het nuttig zijn om onze bevindingen over één centrale legitimeringsinstantie - de kunstjournalistiek in elitekranten - aan te vullen met gegevens over andere legitimerende instituties (bijv. over subsidies, prijzen, internationale erkenning). Een dergelijke triangulatie zou ons in staat stellen om de status van populaire cultuurvormen en de ontwikkeling van culturele dehiërarchiseringsprocessen in westerse samenlevingen verder te kwalificeren. Ook de meer algemene theoretische vraag naar het relatieve belang van ontwikkelingen en variabelen op maatschappelijk dan wel veldniveau zou zo nader onderzocht kunnen worden. Hebben macrostructurele transformaties zoals toenemende sociale mobiliteit een vergelijkbaar effect op verschillende legitimeringsinstanties? Of is een consumentgerichte vorm zoals kunstjournalistiek veel sterker veldafhankelijk dan andere culturele instituties, zoals subsidiefondsen? Overtroeft de velddynamiek ook in andere instituties nationale evaluatierepertoires, zoals het geval lijkt te zijn in de kunstjournalistiek? In welke mate hebben we specifieke 'culturele' variabelen nodig, zoals nationale culturele repertoires, om de werking van nationale instituties te begrijpen?

Dankwoord

Dit onderzoek is verricht met behulp van een subsidie van de Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek als onderdeel van het VICI-project Cultural Classification Systems in Transition (NWO-project 277-45-001). Wij danken de reviewers en redactie van *Sociologie* voor hun commentaar op een eerdere versie van dit artikel en hun suggesties voor verbetering.

Literatuur

- ACE. 1998. *International Data on Public Spending on the Arts in Eleven Countries*. Art Council of England.
- Alexander, V.D. (2003). *Sociology of the Arts. Exploring Fine and Popular Art Forms*. Londen: Blackwell.
- Allen, M.P. & A.E. Lincoln (2004). Critical Discourse and the Cultural Consecration of American Films. *Social Forces*, 82 (3): 871-894.
- Allmendinger, J. (1989). Educational Systems and Labor Market Outcomes. *European Sociological Review*. 5 (3): 231-250.
- Baumann, S. (2006). A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements. *Poetics*, 35(1): 47-65.
- Baumann, S. (2007). *Hollywood Highbrow. From Entertainment to Art*. Princeton: Princeton UP.
- Beck, U. & E. Beck-Gernsheim (2002). *Individualization. Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Benson, R. (1999). Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies. *Theory and Society*, 29: 463-498.
- Benson, R. (2005). Mapping Field Variation: Journalism in France and the United States. In: R. Benson & E. Neveu (red.) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, Engeland: Polity Press, 48-63
- Bevers, T. (2005). Cultural education and the canon. A comparative analysis of the content of secondary school exams for music and art in England, France, Germany, and the Netherlands, 1990–2004. *Poetics*, 33: 388–416.
- Bielby, D.D., M. Moloney & B. Ngo (2005). Aesthetics of Television Criticism: Mapping Critics' Reviews in an Era of Industry Transformation. In: C. Jones & P. Thornton (red.), *Research in the Sociology of Organizations: Transformations in Cultural Industries*, deel 23, JAI Press: Greenwich, CT en Londen, 1-43.
- Blom, S.V. (2004). Education. In: D. Fokkema & F. Grijzenhout (red.), *1650-2000. Accounting for the Past Dutch Culture in a European Perspective*. Assen: Royal Van Gorcum/Palgrave, 197-228.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Bourdieu, P. (1990). *Photography: A Middle-Brow Art*. Stanford, CA : Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1996). *The State Nobility: Elite Schools in the Fields of Power*. Cambridge: Polity Press.
- Breen R. & R. Luijckx. (2004). Social mobility in Europe between 1970 and 2000. In: R. Breen (red.), *Social Mobility in Europe*. Oxford: Oxford University Press, 37-75.
- Breen, R., R. Luijckx, W. Müller & R. Pollack. (2009). Inequality in Educational Attainment: Evidence from Eight European Countries. *American Journal of Sociology*, 114 (5): 1475-1521
- Breen, R. & J.O. Jonsson (2005). Inequality of Opportunity in Comparative Perspective Recent Research on Educational Attainment and Social Mobility. *Annual Review of Sociology*. 31:223-43
- Bryson, B. (1996). Anything but Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes. *American Sociological Review*, 61: 884-899
- Bryson, B. (2005). *Making Multiculturalism. Boundaries and Meaning in U.S. English Departments*. Stanford: Stanford University Press.
- Champagne, P. (2005). The 'Double Dependency: The Journalistic Field Between Politics and Markets. In R. Benson & E. Neveu (red.), *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, Engeland: Polity Press, 48-63.
- Corse, S.M. & M.D. Griffin (1997). Cultural Valorization and African American Literary History: Reconstructing the Canon. *Sociological Forum*, 12/2: 173-203.
- Corse, S.M. (1997). *Nationalism and Literature: The Politics of Culture in Canada and the United States*. Cambridge, MA: Cambridge University Press
- Coulangeon, P. & Y. Lemel (2007). Is 'Distinction' Really Outdated? Questioning the Meaning of the Omnivorization of Musical Taste in Contemporary France. *Poetics*, 35 (2-3): 93-111.
- Crane, D. (1987). *The Transformation of the Avant-Garde: The New York Art World, 1940-1985*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Crane, D. (1992). *The Production of Culture. Media and the Urban Arts*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Cushman, G., A.J. Veal & J. Zuzanek (1996). *World Leisure Participation. Free Time in the Global Village*. Wallingford, Verenigd Koninkrijk: Cab International.
- Dowd, T.J., K. Liddle, K. Lupo & A. Borden (2002). Organizing the Musical Canon: The Repertoires of Major U.S. Symphony Orchestras, 1842 to 1969. *Poetics*, 30: 35-61.
- Dowd, T.J., K. Liddle & M. Blyler (2005). Charting Gender: The Success of Female Acts in the U.S. Mainstream Recording Market, 1940 to 1990. *Research in the Sociology of Organizations*, 23: 81-123.
- DiMaggio, Paul. 1982. Cultural entrepreneurship in 19th century Boston: The creation of an organizational base for high culture in America. *Media, Culture & Society* 4: 33-50.
- DiMaggio, P. (1987). Classification in Art. *American Sociological Review*, 52: 440-455.
- DiMaggio, P. (1991). Social Structure, Institutions, and Cultural Goods. The Case of the United States. In: P. Bourdieu & J.S. Coleman (red.), *Social Theory for a Changing Society*. Boulder, co: Westview Press, 133-155.

- DiMaggio, P. (1992). Cultural Boundaries and Structural Change: The Extension of the High Culture Model to Theater, Opera, and Dance, 1900-1940. In: M. Lamont & M. Fournier (red.). *Cultivating Differences. Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 21-57.
- DiMaggio, P. & T. Mukthar (2004). Arts Participation as Cultural Capital in the United States, 1982–2002: Signs of Decline? *Poetics*, 32 (2): 169-194.
- Eijck, K. van & W. Knulst (2005). No More Need for Snobbism. High-Brow Cultural Participation in a Taste Democracy. *European Sociological Review*. 21(5):513-528.
- Esser, F. (1999). Tabloidization' of News: A Contemporary Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, 14 (3):291–324.
- Ferguson, P.P. (1998). A Cultural Field in the Making: Gastronomy in Nineteenth-Century France. *American Journal of Sociology*, 104: 597-641.
- Ferree, M.M., W.A. Gamson, J. Gerhards & D. Rucht (2002). *Shaping Abortion Discourse: Democracy and the Public Sphere in Germany and the United States*. Cambridge, Verenigd Koninkrijk, New York: Cambridge University Press.
- Gebesmair, A. (2004). Renditen der Grenzüberschreitung. Zur Relevanz der Bourdieuschen Kapitaltheorie für die Analyse sozialer Ungleichheiten. *Soziale Welt*, 55 (2) 181-204.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Griswold, W. (1987). The Fabrication of Meaning: Literary Interpretation in the United States, Great Britain and the West Indies. *American Journal of Sociology*, 92: 1077-1117.
- Griswold, W., T. McDonnell & N. Wright (2005). Reading and the Reading Class in the Twenty-First Century. *Annual Review of Sociology* 31: 127-141.
- Hallin, D.C. & P. Mancini (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Hannah, D.F., D. Raffé & E. Smyth (1996). *Cross-National Research on School to Work Transitions: An Analytical Framework*. Paper, opgesteld in opdracht van het OECD-secretariaat als achtergrondinformatie voor het Transition Thematic Review.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries. Second Edition*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Jäckel, A. (2003). *European Film Industries*. British Film Institute.
- Janssen, S. (1999). Arts Journalism and Cultural Change. The Coverage of the Arts in Dutch Newspapers 1965-1990. *Poetics*, 26: 329-348.
- Janssen, S. (2006). Fashion Reporting in Cross-national Perspective, 1955-2005. *Poetics*, 34: 383-406.
- Janssen, S. (2005). Het Soortelijk Gewicht van Kunst in een Open Samenleving. De Classificatie van Cultuuruitingen in Nederland en Andere Westerse Landen na 1950. *Sociologie*, 1(3): 292-315.
- Janssen, S., G. Kuipers & M. Verboord (2008). Cultural Globalization and Arts Journalism. *American Sociological Review*, 73(5): 719-740.

- Johnston, J. & S. Baumann. (2007). Democracy versus Distinction. A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing. *American Journal of Sociology* 113: 165-204.
- Katz-Gerro, T. (2002). *Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States*. *Social Forces*, 81: 207-229.
- Kuhn, R. (1995). *The Media in France*. Londen, Engeland en New York: Routledge.
- Kuipers, G. (2006). Television and Taste Hierarchy: The Case of Dutch Television Comedy. *Media, Culture & Society*, 28 (3): 359-378.
- Lamont, M. (1992). *Money, Morals & Matters*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lamont, M. & L. Thévenot (red.) (2000). *Rethinking Comparative Cultural Sociology. Repertoires of Evaluation in France and the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lena, J.C. & R.A. Peterson (2008). Types and Trajectories of Music Genres. *American Sociological Review*. 73(5): 697-718.
- Levine, L.W. (1988). *Highbrow/Lowbrow. The Emergence of Cultural Hierarchy in America*. Cambridge, ma: Harvard University Press.
- Lizardo, O. (2006). How Cultural Tastes Shape Personal Networks. *American Sociological Review*, 71: 778-807.
- Lopes, P. (2002). *The Rise of a Jazz World*. New York: Cambridge University Press.
- López-Sintas, J. & E. García-Álvarez (2002). Omnivores Show up Again: The Segmentation of Cultural Consumers in the Spanish Social Space. *European Sociological Review*, 18: 353-368.
- Machet, E., E. Pertzimidou & D. Ward (2002). *A Comparative Analysis of Television Programming Regulation in Seven European Countries: A Benchmark Study*. Düsseldorf: European Institute for the Media.
- Mennell, S. (2007). *The American Civilization Process*. Cambridge, Verenigd Koninkrijk: Polity.
- Mulcahy, K. V. (2000). The Government and Cultural Patronage: A Comparative Analysis of Cultural Patronage in the United States, France, Norway, and Canada. In J.M. Cherbo & M.J. Wyszomirski (red.), *The Public life of the Arts in America*. New Brunswick, NJ: Rutgers State University Press, 138-168.
- National Endowment for the Arts (2007). *How the United States Funds the Arts. Second Edition*. Washington: NEA.
- Neuendorf, K.A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ollivier, M., K. van Eijck & A. Warde (red.). 2008. Models of Omnivorous Cultural Consumption: New Directions in Research. Special Issue. *Poetics*, 35(2-3): 115-264.
- Papathanassopoulos, S. (2002). *European Television in the Digital Age: Issues, Dynamics and Realities*. Cambridge, Verenigd Koninkrijk: Polity Press.
- Parkhurst Clark, P. (1979). Literary Culture in France and the United States. *American Journal of Sociology*. 84: 1057-1077.
- Peterson, R. A. (1972). A Process Model of the Folk, Pop, and Fine Art Phase of Jazz. In C. Nanry (red.) *American Music: From Storyville to Woodstock*. New Brunswick: Transaction, 135-151.
- Peterson R.A. (1997). *Creating Country Music: Fabricating Authenticity*. Chicago, IL: Univ. Chicago Press

- Peterson, R.A. (2005). Problems in Comparative Research: The Example of Omnivouressness. *Poetics*, 33(5-6): 257-282.
- Peterson, R.A. & R. Kern (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 61: 900-907.
- Peterson, Richard A. & Anand Narasimhan (2004). The Production of Culture Perspective. *Annual Review of Sociology*, 30: 311-334.
- Rees, K. van (1983). How a Literary Work Becomes a Masterpiece. *Poetics*, 12 (4-5): 397-418.
- Rees, K. van, J. Vermunt & M. Verboord. (1999). Cultural Classifications under Discussion. Latent Class Analysis of Highbrow and Lowbrow Reading. *Poetics*, 26: 349-365.
- Rees, K. van & G.J. Dorleijn (2001). The Eighteenth-century Literary Field in Western Europe: The Interdependence of Material and Symbolic Production and Consumption. *Poetics*, 28: 331-348.
- Regev, M. (1994). Producing Artistic Value: The Case of Rock Music. *The Sociological Quarterly*, 35(1): 85-102.
- Rich, M. (2007). Are Book Reviewers Out of Print? *New York Times*, May 2.
www.nyt.com/2007/05/02/books/02revi.html.
- Riffe, D., C.F. Aust & S.R. Lacy (1993). The Effectiveness of Random, Consecutive Day and Constructed Week Samples in Newspaper Content Analysis. *Journalism Quarterly*, 70:133-39.
- Rosengren, K.E. (1987). Literary Criticism: Future Invented. *Poetics*, 16 (3-4): 295-326
- Rössel, J. (2006). Allesfresser im Kinosaal? Zur Übertragbarkeit des Konzepts der kulturellen Allesfresser auf Deutschland. *Soziale Welt* 57 (3).
- Sapiro, G. (2003). The Literary Field Between the State and the Market. *Poetics*, 31: 441-464.
- Schmutz, V. (2005). Retrospective Consecration in Popular Music: Rolling Stone's Greatest Albums of All Time. *American Behavioral Scientist*, 48 (11): 1510-1523
- Schmutz, V., A. van Venrooij, S. Janssen & M. Verboord (2010). Change and Continuity in Newspaper Coverage of Popular Music since 1955: Evidence from the United States, France, Germany, and the Netherlands. *Popular Music and Society*, 33 (4): 501-515.
- Shoemaker, P.J. & A.A. Cohen (2006). *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*. New York: Routledge.
- Shrum, W. (1991). Critics and publics: Cultural mediation in highbrow and popular performing arts. *American Journal of Sociology*, 97(2): 347-375.
- Stein, P. (2005). Soziale Mobilität und Lebensstile: Anwendung eines Modells zur Analyse von Effekten sozialer Mobilität in der Lebensstilforschung. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 57 (2): 205-209.
- Schulze, G. (1992). *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Campus, Frankfurt am Main.
- Venrooij, A. van & V. Schmutz (2010). The Evaluation of Popular Music in the United States, Germany and the Netherlands. A Comparison of the Use of High Art and Popular Aesthetic Criteria. *Cultural Sociology*, 3 (4): 395-421.

- Verboord, M. (2009). The Legitimacy of Book Critics in the Age of the Internet and Omnivorousness. Expert Critics, Internet Critics and Peer Critics in Flanders and the Netherlands. *European Sociological Review* (accepted for publication, Advance Access online at August 3, 2009).
- Verboord, M. (2010). Commercialisering, culturele consecratie en bestsellerlijstsucces in het Franse, Duitse en Amerikaanse literaire veld, 1970-2007. *Sociologie*, 6 (1), 46-75.
- Verboord, M. & K. van Rees (2009). Literary Education Curriculum and Institutional Contexts. Textbook Content and Teachers' Textbook Usage in Dutch Literary Education, 1968-2000. *Poetics*, 37(1): 74-97.
- Weber, D. (2000). Culture of Commerce? Symbolic Boundaries in French and American Book Publishing. In: M. Lamont & L. Thévenot (red.), *Rethinking Comparative Cultural Sociology. Repertoires of Evaluation in France and the United States*. Cambridge: Cambridge University Press, 127-147.
- Wilke, J. (1998). Kultur als Thema der Auslandberichterstattung. In: U. Saxer (ed.) *Medien-Kulturkommunikation*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 187-198/
- Wouters, C. (2007). *Informalization: Manners and Emotions since 1890*. Londen: Sage.
- Zolberg, V.L. (1990). *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge: Cambridge University Press.

Appendix A. Geselecteerde kranten per land en hun oplages in 1955 en 1995^a

| | Oprichtings- jaar | 1955 | 1995 |
|--|----------------------|---------|-----------|
| <i>Le Monde</i> ^a | 1944 | 166.000 | 379.089 |
| <i>Le Figaro</i> ^a | 1854 | 384.000 | 391.533 |
| <i>Frankfurter Allgemeine Zeitung</i> ^b | 1949 | 145.475 | 391.220 |
| <i>Süddeutsche Zeitung</i> ^c | 1945 | 188.081 | 396.746 |
| <i>N.R.C. / NRC Handelsblad</i> ^d | 1844 | 109.471 | 267.000 |
| <i>De Volkskrant</i> ^d | 1919 | 149.501 | 359.000 |
| <i>New York Times</i> ^e | 1851 | 555.726 | 1.122.277 |
| <i>Los Angeles Times</i> ^f | 1881 | 462.257 | 1.029.000 |

^a Bron: J. M. Charon (1996). *La Presse Quotidienne*. Parijs; P. Murschetz (1998). State Support for the Press in Europe: A Critical Appraisal. *European Journal of Communication*, 13 (3): 291-313. Oplagecijfers hebben betrekking op 1960 in plaats van 1955.

^b Bron: FAZ Media Service.

^c Bron: IVW-Circulation Figures Süddeutsche Zeitung (eerste kwartaal).

^d Bronnen: F. van Vree (1996). *De metamorfose van een dagblad: Een journalistieke geschiedenis van de Volkskrant*. Amsterdam: Meulenhoff;

F. Huysmans, J. de Haan, A. van den Broek (2004). *Achter de schermen: Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: SCP (p. 41).

NRC Handelsblad is het product van een fusie tussen de *Nieuwe Rotterdamse Courant* (NRC) en het *Algemeen Handelsblad* in 1970. Voor eerdere jaren is alleen de *NRC* in dit onderzoek betrokken.

^e Bronnen: *The World Almanac and Book of Facts* (1956); *Audit Report New York Times* (1996).

^f Bronnen: *World Almanac and Book of Facts* (1956); *Quid* (1996)

Appendix BTabel B1. Percentage van kunst- en cultuurberichtgeving gewijd aan hoge en populaire kunsten in 1955 (N=124)¹

| | Gem. ² | F | D | NL | VS | | Gem. ² | F | D | NL | VS |
|------------------|-------------------|------|------|------|------|------------------|-------------------|------|------|------|------|
| HOOG | | | | | | POPULAIR | | | | | |
| Theater | 16.8 | 23.1 | 21.7 | 14.9 | 7.5 | Film | 16.5 | 20.8 | 10.4 | 12.6 | 22.4 |
| Literatuur | 15.7 | 11.1 | 18.4 | 15.0 | 18.2 | Mode | 4.9 | 9.5 | 0.0 | 3.8 | 6.4 |
| Klassieke muziek | 12.6 | 7.0 | 16.1 | 13.7 | 13.6 | Popmuziek | 2.1 | 2.5 | 1.6 | 3.0 | 1.3 |
| Beeldende kunst | 10.9 | 8.5 | 15.9 | 13.6 | 5.4 | Populair theater | 2.9 | 3.0 | 2.9 | 2.2 | 3.6 |
| Dans | 2.3 | 3.2 | 2.5 | 1.8 | 1.8 | Populaire fictie | 2.0 | 0.5 | 1.0 | 2.0 | 4.7 |
| Architectuur | 1.6 | 0.1 | 1.1 | 4.1 | 1.1 | Populaire dans | 0.5 | 0.4 | 0.9 | 0.3 | 0.4 |
| | | | | | | Fotografie | 0.6 | 0.2 | 1.3 | 0.4 | 0.4 |
| | | | | | | Design | 2.0 | 0.6 | 1.7 | 2.5 | 3.2 |
| | | | | | | Televisiefictie | 1.5 | 0.1 | 0.5 | 0.2 | 5.0 |
| | | | | | | Jazzmuziek | 0.4 | 0.7 | 0.4 | 0.0 | 0.6 |

Noot: F=Frankrijk; D=Duitsland; NL=Nederland; VS=Verenigde Staten.

¹ Gemiddeld aandeel van elk kunstvorm in de totale kunst- en cultuurberichtgeving gebaseerd op 4 geconstrueerde weken per jaar per krant

² Gemiddelde van de vier landengemiddelden.

Tabel B2. Percentage van kunst- en cultuurberichtgeving gewijd aan hoge en populaire kunsten in 1975 (N=124)¹

| | Gem. ² | F | D | NL | VS | | Gem. ² | F | D | NL | VS |
|------------------|-------------------|------|------|------|------|------------------|-------------------|------|-----|------|------|
| HOOG | | | | | | POPULAIR | | | | | |
| Theater | 12.9 | 15.9 | 11.3 | 11.0 | 13.4 | Film | 13.8 | 19.7 | 6.3 | 16.2 | 10.4 |
| Literatuur | 17.2 | 19.8 | 23.1 | 12.3 | 13.6 | Mode | 2.2 | 2.7 | 3.0 | 1.5 | 1.6 |
| Klassieke muziek | 12.5 | 7.6 | 14.1 | 17.4 | 11.0 | Popmuziek | 3.9 | 2.1 | 1.7 | 2.9 | 8.8 |
| Beeldende kunst | 12.1 | 10.3 | 17.0 | 12.5 | 8.7 | Populair theater | 2.6 | 1.3 | 1.5 | 4.6 | 3.2 |
| Dans | 3.3 | 2.7 | 2.9 | 1.7 | 5.8 | Populaire fictie | 4.2 | 3.8 | 3.8 | 3.4 | 5.6 |
| Architectuur | 2.6 | 1.5 | 3.4 | 3.6 | 1.8 | Populaire dans | 0.2 | 0.0 | 0.1 | 0.1 | 0.7 |
| | | | | | | Fotografie | 1.2 | 1.0 | 1.2 | 1.0 | 1.7 |
| | | | | | | Design | 1.0 | 0.5 | 2.0 | 0.8 | 0.6 |
| | | | | | | Televisiefictie | 4.1 | 3.2 | 5.7 | 2.5 | 5.0 |
| | | | | | | Jazz | 1.0 | 0.1 | 0.6 | 1.9 | 1.6 |

Noot: F=Frankrijk; D=Duitsland; NL=Nederland; VS=Verenigde Staten.

¹Gemiddeld aandeel van elk kunstvorm in de totale kunst- en cultuurberichtgeving gebaseerd op 4 geconstrueerde weken per jaar per krant

²Gemiddelde van de vier landengemiddelden.

Tabel B3. Percentage van kunst- en cultuurberichtgeving gewijd aan hoge en populaire kunsten in 1995 (N=124)¹

| | Gem. ² | F | D | NL | VS | | Gem. ² | F | D | NL | VS |
|------------------|-------------------|------|------|------|------|------------------|-------------------|------|------|------|------|
| HOOG | | | | | | POPULAIR | | | | | |
| Theater | 7.6 | 5.4 | 9.4 | 8.3 | 7.1 | Film | 14.5 | 18.4 | 10.5 | 9.3 | 19.9 |
| Literatuur | 18.0 | 21.5 | 20.1 | 19.1 | 11.5 | Mode | 2.3 | 4.5 | 0.6 | 1.2 | 3.0 |
| Klassieke muziek | 8.1 | 6.4 | 10.1 | 8.2 | 7.6 | Popmuziek | 9.7 | 9.5 | 3.6 | 12.4 | 13.4 |
| Beeldende kunst | 13.0 | 9.6 | 19.3 | 14.8 | 8.5 | Populair theater | 2.4 | 1.6 | 1.2 | 4.7 | 2.2 |
| Dans | 2.4 | 2.4 | 2.4 | 2.0 | 2.0 | Populaire fictie | 3.3 | 3.0 | 2.9 | 2.7 | 4.5 |
| Architectuur | 3.5 | 1.1 | 5.4 | 5.3 | 2.0 | Populaire dans | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 0.6 | 0.4 |
| | | | | | | Fotografie | 1.7 | 1.8 | 2.4 | 1.3 | 1.5 |
| | | | | | | Design | 1.8 | 2.2 | 0.7 | 2.2 | 2.0 |
| | | | | | | Televisiefictie | 4.1 | 4.3 | 5.0 | 0.9 | 6.0 |
| | | | | | | Jazz | 1.9 | 2.3 | 1.1 | 2.1 | 2.1 |

Noot: F=Frankrijk; D=Duitsland; NL=Nederland; VS=Verenigde Staten.

¹ Gemiddeld aandeel van elk kunstvorm in de totale kunst- en cultuurberichtgeving gebaseerd op 4 geconstrueerde weken per jaar per krant

² Gemiddelde van de vier landengemiddelden.

Tabel B4. Percentage van kunst- en cultuurberichtgeving gewijd aan hoge en populaire kunsten in 2005 (N=124)¹

| | Gemiddeld ² | F | D | NL | VS | | Gemiddeld ² | F | D | NL | VS |
|----------------------|------------------------|------|------|------|-----|------------------|------------------------|------|------|------|------|
| HOOG | | | | | | POPULAIR | | | | | |
| Theater | 7.7 | 8.4 | 7.1 | 6.6 | 8.8 | Film | 18.4 | 22.9 | 15.5 | 12.8 | 22.5 |
| Literatuur | 14.6 | 15.9 | 17.8 | 17.7 | 6.4 | Mode | 2.1 | 3.9 | 1.3 | 1.5 | 1.9 |
| Klassieke. muziek | 8.5 | 7.4 | 10.9 | 8.2 | 7.5 | Popmuziek | 9.9 | 6.6 | 6.7 | 13.8 | 12.7 |
| Beeldende kunst | 11.1 | 10.6 | 13.7 | 11.8 | 8.4 | Populair theater | 2.7 | 1.6 | 1.5 | 3.9 | 3.8 |
| Dans | 2.1 | 1.7 | 1.1 | 2.3 | 3.1 | Populaire fictie | 2.9 | 4.1 | 3.1 | 1.6 | 2.8 |
| Architectuur | 3.9 | 2.8 | 4.6 | 4.0 | 4.4 | Populaire dans | 0.3 | 0.5 | 0.1 | 0.1 | 0.5 |
| | | | | | | Fotografie | 2.9 | 2.3 | 3.1 | 5.5 | 0.7 |
| | | | | | | Design | 2.1 | 1.9 | 0.8 | 1.7 | 3.9 |
| | | | | | | Televisiefictie | 4.7 | 3.6 | 7.2 | 0.7 | 7.1 |
| | | | | | | Jazz | 1.3 | 1.6 | 0.4 | 2.0 | 1.3 |

Noot: F=Frankrijk; D=Duitsland; NL=Nederland; VS=Verenigde Staten.

¹Gemiddeld aandeel van elk kunstvorm in de totale kunst- en cultuurberichtgeving gebaseerd op 4 geconstrueerde weken per jaar per krant

²Gemiddelde van de vier landengemiddelden.