

8. *Leefstijlen*

Een theoretische en methodologische beschouwing met een empirisch voorbeeld

H. GANZEBOOM

SAMENVATTING

De bestudering van leefstijlen is in de laatste decennia door de academische sociologie in toenemende mate overgelaten aan marktonderzoekers. Dit marktonderzoek heeft geleid tot leefstijlindelingen die vanuit theoretisch-sociologische opvattingen een aantal onwenselijke kenmerken vertonen: (a) de concentratie op discrete, via clusteranalyse afgeleide typen en segmenten, (b) het veronachtzamen van het verband tussen leefstijldifferentiatie en sociale stratificatie, en (c) het uit het oog verliezen van de mechanismen die aan de keuze van leefstijlelementen ten grondslag liggen. Voorgesteld wordt een leefstijlmodel, ontleend aan het werk van de Franse socioloog Bourdieu en de Amerikaanse methodoloog Sobel, dat een oplossing van deze moeilijkheden kan bieden.

1. INLEIDING

Wanneer gevraagd wordt naar verklaringen van variaties in consumptieve gedragingen, wordt nogal eens verwezen naar het bestaan van zgn. 'leefstijlen'. Zo'n verwijzing gaat vaak vergezeld van de erkenning dat men op basis van gebruikelijke indicaties van iemands sociale achtergrond, zoals leeftijd, opleiding, beroep, inkomen, geslacht, burgerlijke staat en woonplaats niet in staat is een adequate verklaring en voorspelling van gedragsvoorkeuren te geven. Waarom de een zich een moderne inrichting aanschafft en de ander een traditionele, of waarom de een zich bij voorkeur laaft aan een glas bier en de ander aan een citroenjenever, lijkt iets waarover men aan de hand van de opgesomde sociaal-structurele variabelen betrekkelijk weinig kan zeggen.

Toch laat zich vermoeden dat dergelijke gedragskeuzen niet willekeurig en structureloos zijn, maar aan een zekere mate van voorspelbaarheid onderhevig zijn en daarom systematisch verklaarbaar moeten zijn. Smaken en voorkeuren hebben niet alleen een grote mate van stabiliteit binnen een individu, men kan er evenzeer van uitgaan dat hierin sociale patronen te onderkennen zijn. Zowel de intra-individuele stabiliteit van smaken en voorkeuren als de sociale patroonvorming hierin leidt tot een zekere mate van voorspelbaarheid.

Voor een deel hangt deze voorspelbaarheid samen met de opgesomde sociale achtergrondvariabelen. De sociale achtergrond biedt specifieke mogelijkheden en legt tegelijkertijd beperkingen aan gedragskeuzen op. Iemand met een laag inkomen gaat niet op vakantie naar de Bahama's. Mensen met een drukke baan besteden hun tijd niet aan het zelf schilderen van hun huis. Een lager opgeleide abonneert zich niet op Vrij

Nederland. Voor al deze verschijnselen kan men een verklaring aanvoeren in termen van de kosten en baten, die voortkomen uit de sociale positie. Algemeen geformuleerd, kan men zeggen dat de opgesomde gedragskeuzen tot stand komen vanwege de specifieke kosten en baten die zij voor personen met respectievelijk een laag inkomen, een sterk onder druk staand tijdsbudget of geringe intellectuele vaardigheden met zich meebrengen. Wanneer men spreekt over 'leefstijlen', heeft men evenwel een patroon van gedragsvoorkeuren op het oog, die zich niet geheel en al op zo'n kosten- en batenstructuur laat reduceren.

Voor de wetenschappelijke achtergrond van het leefstijlbegrip wordt veelal verwezen naar het werk van Max Weber (1972[1921]). Deze klassieke sociologische auteur voerde het onderscheid tussen *klassen* en *standen* in. Een klasse is een groep mensen die dezelfde economische positie innemen. Een stand is een groep mensen die hetzelfde aanzien in de samenleving genieten en zich kenmerken door dezelfde leefstijl. De leefstijl waardoor een stand zich kenmerkt en zich onderscheidt van andere standen is de uitdrukking van het aanzien dat deze stand geniet. Een ieder die bij een stand wil horen, zal volgens Weber de leefstijl van die stand aannemen. Een leefstijl bestaat daarbij uit herkenbare en expressieve gedragswijzen of voorkeuren voor gedragswijzen, waarbij materiële consumptie een belangrijke plaats inneemt.

Volgens de theorie van Weber ontstaan standen met hun bijbehorende leefstijl uit economische klassen. De economische positie van een verzameling individuen is het uitgangspunt van waaruit zij zich tot interessegroepen verenigen, onderlinge netwerken aangaan en elkaar beschermen en voordelen bieden. De leefstijl - die derhalve veelal de uit de economische positie voortkomende gedragingen zal beklemtonen en thematiseren - is de basis waarop de leden van een stand zich verenigen. Via het lidmaatschap van een stand kunnen individuen zich losmaken van de wisselvalligheden van hun marktpositie.

Hoewel het leefstijlbegrip derhalve al een lange geschiedenis achter zich heeft, kan men niet zeggen dat het ermee te verbinden onderzoeksprogramma een groot succes is geweest. Dit programma zou moeten bestaan uit het gedetailleerd in kaart brengen van de verschillende leefstijlen die het statusbesef met zich mee heeft gebracht. Wel vindt men in klassieke sociologische stratificatiestudies (bijv. Kahl, 1957; Barber, 1957; Reissman, 1959; Kuiper, 1965) en monografieën over afzonderlijke sociale groepen (bijv. Goldthorpe e.a., 1968; Berting, 1969[1968]) veelal een behandeling van de 'symbolische' correlaten van sociale status, waaronder bijvoorbeeld behuizing, woninginrichting, taalgebruik, lidmaatschappen en politieke voorkeuren. Men kan evenwel niet zeggen dat dit soort werk op dit moment een dynamisch deelgebied is van de sociologie van stratificatie en sociale ongelijkheid. Hoewel inleidende boeken op dit gebied trouw een paragraaf over het onderwerp blijven bevatten (Gilbert & Kahl, 1987), concentreert de stratificatie-sociologie zich sterk op de 'hardere' gegevens als opleidings-, beroeps- en inkomenspositie. Het onderwerp van sociale ongelijkheid en leefstijlen wordt overgelaten aan populair-wetenschappelijke (Packard, 1959; Feldman & Thielbar, 1972; Buller, 1972; Murphy, 1976) en zelfs railerende benaderingen (Lynes, 1972[1949]; Fussell, 1983).

Veel weerklank heeft het leefstijlprogramma daarentegen gevonden in de marketing (bijvoorbeeld Hannan, 1980[1972]; Myers & Gutman, 1974; Inter/View, 1987). De gangbare werkwijze is daarbij een verzameling indicaties van gedragsvoorkeuren en gedragskeuzen, soms samen met sociale achtergrondvariabelen, te onderwerpen aan de een of andere explorerende data-analysetechniek, zoals factor- of clusteranalyse.

Gehoopt wordt dan dat uit de gegevens een repliceerbare systematiek naar voren treedt, op basis waarvan men de bevolking naar 'typen' of deelgroepen kan opsplitsen. Een aantal bevindingen van deze traditie zijn door Driessen (1978, 1983) samengevat. Hij is zeer negatief over de resultaten. Volgens Driessen laat elke leefstijlstudie een nieuwe typologie en bijbehorende terminologie zien. Als karakteristieke moeilijkheid beschrijft hij dat de typologische analyses "of teveel typen [vinden] (soms zelfs meer typen dan respondenten, en veel respondenten [behoren] tot meer dan één type), of (...) een beperkt aantal typen, maar in dat geval [is] het onmogelijk om een groot gedeelte van de respondenten (...) in te delen" (Driessen, 1978: 10). Wie de media op dit gebied volgt, moet ook zo langzamerhand wel enige argwaan krijgen van de telkens verschillende indelingen en terminologieën die gelanceerd worden om de differentiatie in leefstijlen in beeld te brengen. De geschiedenis van het 'yuppie'-syndroom, dat empirisch op niets blijkt te berusten (Jol, 1986; Dekker en Ester, 1988), suggereert dat we hier meer te maken hebben met producten om de fantasie (van reclamemakers?) te prikkelen dan met een onderbouwde beschrijving van de sociale werkelijkheid.

2. MITCHELLS 'THE NINE AMERICAN LIFESTYLES'

Een typerend voorbeeld van wat over leefstijlen in de marketing-literatuur naar voren wordt gebracht, kan men vinden in het populair-wetenschappelijke werk van de Amerikaan Arnold Mitchell: "The Nine American Lifestyles" (1984). Het boek heeft de veelzeggende ondertitel: "Who We Are & Where We Are Going; How Our Values, Beliefs, Drives, and Needs Will Combine with Social Trends to Shape Our Future". 'Veelzeggend', omdat deze zinssnede de combinatie van pretentiusheid en vaagheid van het boek smakelijk weergeeft.

De basis van Mitchells betoog wordt gevormd door de aan Maslow toegeschreven veronderstelling dat menselijk behoeften volgens een hiërarchisch stelsel geordend kunnen worden. Op de onderste trede van de behoeftenladder staan basisbehoeften, de noodzakelijke dingen des levens als voeding, behuizing en rust. Wanneer hierin voorzien is, richt men zich op persoonlijke ontplooiing en bevrediging van esthetische behoeften. Aan deze eerste dimensie van ordening van leefstijlenmerken naar plaats in de behoeftenhiërarchie voegt Mitchell als tweede een contrast toe tussen '*inner-directed*' en '*outer-directed*'. Dit onderscheidt in zichzelf gekeerde personen die hun ontwikkeling en ontplooiing zoeken in hun eigen persoonlijkheid en waarden, van personen die zich laten leiden door modellen die in het sociaal systeem (de grote groep) gangbaar zijn. Het verschil tussen de *inner-directed* en de *outer-directed* wordt door Mitchell alleen doorgevoerd voor degenen die op het middenniveau van de hiërarchie zitten (zie Figuur 1). De lagere niveaus en het hoogste niveau zijn wat dit betreft ongedifferentieerd. Tenslotte blijven er ook binnen de onderscheiden hoofdcategorieën onderverdelingen op te treden, die door Mitchell ad hoc worden ingevoerd. De uiteindelijk door Mitchell gehanteerde indeling is:

I. De '*Need-Driven*': degenen wiens gedragskeuzen worden beheerst door de meest elementaire behoeften. Zij zijn bezig zich het hoofd boven water te houden. Hierbinnen worden twee subtypen onderscheiden:

a. *Survivors*: zij die sedert generaties gekenmerkt worden door een '*culture of poverty*' of daartoe in de loop van hun leven zijn afgezakt. Elke mogelijkheid tot het binnendringen in de middengroepen is afgesneden.

INTEGRATED (2%): personen van middelbare leeftijd, hoog inkomen en hoge opleiding, met een cosmopolitisch instelling, psychologische rijpheid en een evenwichtig consumptiepatroon.

SOCIETALLY CONSCIOUS (11%): personen van jonge tot middelbare leeftijd, met een hoog inkomen, hoge opleiding, vrije en academische beroepen, maatschappelijk bewust, in het bezit van twee of meer auto's, vaatwasmachine, hifi, drinkt wijn, gaat naar theater, concert en museum, is gestopt met roken.

EXPERIENTIALS (5%): jong mensen met een hoge opleiding en een gemiddeld inkomen, vrije en academische beroepen, wonend in de stad, actief, artistiek, persoonsgericht, in bezit van hifi, jeans, cosmetica, consumeert veel alcohol en suikervrije kauwgom.

I AM ME (3%): jonge alleenstaanden van goede komaf, vaak studenten zonder vaste woonplaats, impulsief, individualistisch en op experiment gericht; doet veel aan sportbeoefening, eet fast food, repareert auto zelf en maakt buitenlandse reizen.

ACHIEVERS (20%): personen van middelbare leeftijd met een hoog inkomen en een hoge opleiding, werkzaam in zakenleven of bestuur, materialistisch en conventioneel ingesteld, uit op efficiëntie en comfort, zoeken erkenning; doen aan golf, drinken cocktails, roken, hebben credit cards, gebruiken huurauto's, reizen veel, bezitten een encyclopedie.

EMULATORS (10%): jongeren met gemiddeld inkomen, gemiddelde opleiding, administratief medewerkers of handarbeiders, ambitieus, competitief en statusbewust, doen aan bowling, eten TV dinners, kijken vaak films op televisie, hebben een cassettedeck, gebruiken veel cosmetica en alcohol.

BELONGERS (38%): handarbeiders of gepensioneerden met middeninkomen en lage opleiding, geen stedelingen, risicovermijdend, conventionalistisch, traditioneel ingesteld, houden van tuinieren, roken, TV kijken, weinig luxegoederen, kijken TV journaals.

SUSTAINERS (7%): laag inkomen, lage opleiding, vaak werkloos, onzeker, afhankelijk, risicomijdend, eten TV dinners, roken, gaan naar discount winkels, hebben geen credit card, kijken veel TV, hebben een kleine auto.

SURVIVORS (4%): vaak oud, geen opleiding, soms analfabeet, hebben geen vaste verblijfplaats, leven in armoede, vervreemd, wantrouwend, conservatief, roken, kijken TV, hebben geen auto, eten blikvoedsel.

Figuur 1. Leefstijltypologie volgens Mitchell (1984).

b. *Sustainers*: ook levend op de armoedegrens, maar met de mogelijkheden (wat betreft levensfase en sociale contacten) om nog tot de middengroep door te dringen.

II. De '*Outer-Directed*': middengroepen die zich een zekere welstand hebben kunnen verschaffen en die er zich bij de inrichting van hun leefstijl op richten een gerespecteerd lid van de grote middenklasse te worden. Volgens Mitchell vallen deze uiteen in drie groepen:

c. *Belongers*: zij die zich op sobere wijze conformeren aan *middle class* gebruiken en op die manier bij de middengroep kunnen aanklampen.

d. *Emulators*: zij die zich op opvallende wijze beter proberen voor te doen dan ze zijn.

e. *Achievers*: zij die zich erop richten aan de middenklasse te ontsnappen en tot nog betere levensomstandigheden te komen.

III. De *'Inner-Directed'*: de middengroepen die zich in hun leefstijl niet op de traditionele middenklasse oriënteren, maar hun eigen waarden naleven. Ook dit valt uiteen in drie groepen:

f. *I-am-Me's*: narcistische, impulsieve jongeren.

g. *Experientials*: gelijk te stellen met 'alternatieve leefstijlen'. Personen die al wat meer gevorderd zijn in hun levensloop.

h. *Societally Conscious*: eveneens personen die al verder zijn in hun levensfase, maar zich bij de vormgeving van hun leefstijl richten op maatschappelijk kritiek en activisme.

IV. De *'Integrated'*: het equivalent van Maslow's stadium van 'zelfactualisatie'. Dit heeft geen subtypen, er is een evenwicht tussen *'inner-directedness'* en *'outer-directedness'*:

i. *Self-Integrated*: leden van deze leefstijlgroep vertonen een evenwicht van naar buiten en naar binnen gerichte oriëntaties, gebaseerd op een comfortabele materiële positie in een rijpere levensfase.

Mitchells indeling blijkt echter bij nadere beschouwing niet het resultaat van een uitwerking van Maslows of andermans veronderstellingen. Weliswaar doet de theoretische inleiding van het boek dat voorkomen en wordt het verderop nog eens gesuggerend door het argument dat de negendeling overeenkomsten vertoont met bevindingen van andere auteurs (Mitchell, 1984: p. 30), maar in de loop van het boek blijkt toch steeds meer dat we hier te doen te hebben met het resultaat van een explorerende bewerking van surveygegevens. Er is een (schriftelijke) vragenlijst uitgegaan, waarin onder meer de volgende onderwerpen aan de orde zijn gekomen: Inkomens- en beroepspositie; opleiding en cognitieve vaardigheden; levensfase; beschikking over consumptiegoederen; attitudes op politiek en moreel gebied (sexualiteit, nationalisme etc.); tevredenheid met werk- en woonsituatie; mediaconsumptie; recreatiegedrag; reisgewoonten en vakantiebestemmingen; eetgewoonten, gebruik van genotsmiddelen. Deze gegevens zijn op niet-gerapporteerde wijze tot de negendelige typologie van onderzochten verwerkt. Onduidelijk blijft hoe dat gebeurd is en waarom men juist tot deze negendeling heeft besloten. Naar alle aannemelijkheid worden we hier echter geconfronteerd met de resultaten van een clusteranalyse. Deze indruk ontstaat met name doordat Mitchell percentages noemt voor de omvang van de door hem onderscheiden leefstijlgroepen: achtereenvolgens (a-i) zijn deze: 4%, 7%, 35%, 9%, 22%, 5%, 7%, 8% en 2% (samen 100%, alle ondervraagden zijn dus eenduidig ingedeeld).

Mitchells boek is geschreven voor een semi-wetenschappelijk geïnteresseerd publiek en voldoet niet aan de maatstaven die in professionele kring aan verslaggeving van onderzoeksopzet en data-analyse worden gesteld. Het gaat er op deze plaats echter niet om dit soort werk als zodanig te bestrijden of te bekritisieren. Het verhaal van Mitchell is zeer bruikbaar als een kapstok om een aantal opmerkingen te maken over leefstijl-analyse. De opmerkingen betreffen:

- Het ongelede karakter van het leefstijlbegrip.
- Het ontbreken van verklarende hypothesen en het daaruit voortvloeiende explorerende karakter van het werk.
- Het gebruik van typologische en classificerende methoden.

Deze opmerkingen dienen niet om Mitchells typologie als zodanig te diskwalificeren.

Weliswaar kan men om allerlei redenen twijfels hebben bij de bruikbaarheid en repliceerbaarheid van zijn typologie, maar aan de andere kant behoeven de twee daaraan ten grondslag liggende dimensies (vervulling van hiërarchisch geordende behoeften; oriëntatie op eigen persoon vs. de grote groep) daarom niet irrelevant te zijn.

2.1. *Het ongelede karakter van het leefstijlbegrip*

Met een goed Nederlands woord zou men het door Mitchell gehanteerde begrip 'leefstijl' kunnen aanduiden als een 'allegaartje'. Sociale achtergrondvariabelen als de levensfase en opleiding worden vermengd met verklarende variabelen als waardenoriëntaties en cognitieve vaardigheden, en vervolgens nog eens samengevoegd met gedragskeuzes als consumptieve bestedingen, tijdsbestedingen en recreatiegedrag. Naast indicaties van fysiek gedrag, tijdsbestedingen en consumptieve bestedingen vinden we metingen van puur mentale grootheden als opinies, evaluaties en cognities. Alles wat in Mitchells vragenlijst was opgenomen en dat op de een of andere manier samenhang vertoonde met een ander onderdeel daarvan, wordt tot 'leefstijlkenmerk' benoemd.

Dit ongeleed samennemen van verschillend gearde kenmerken is in leefstijlonderzoek niet ongebruikelijk. Twee kritiekpunten liggen daarbij voor de hand. Ten eerste dat daarmee onduidelijkheid geschapen wordt omtrent hetgeen nu precies verstaan moet worden onder een bepaalde leefstijl of leefstijlgroep. Deze vaagheid ziet men gemakkelijk over het hoofd wanneer men afgaat op de typologische retoriek, waarin het preciese aantal leefstijlen, de omvang van de bijbehorende bevolkingsgroep en het criterium waardoor men nu juist tot de ene leefstijlgroep behoort en niet tot een andere, als eenduidige bevindingen worden voorgesteld. Maar als Mitchell een getal van 2% geeft voor de 'Self-Integrated', wat is er dan eigenlijk zo precies 2%? Het aantal mensen van middelbare leeftijd met een hoog inkomen, een hoge opleiding en met grote psychologische rijpheid? Ook moeten zij ook nog kosmopolitisch (een andere karakteristiek van deze groep) zijn? Kan iedereen wel eenduidig in zulke combinaties van kenmerken worden geplaatst? Het is duidelijk dat het zo niet werkt. Typologieën als die van Mitchell (ook als ze op correcte wijze zijn geconstrueerd) houden weinig anders in dan dat er samenhangen in de onderzoeksgegevens zijn te ontdekken die via de typenaanduiding gemakkelijk zijn te communiceren naar een lezer. In feite is er evenwel sprake van vloeiende overgangen, tendensen en diffuusheden waarin niet gemakkelijk grenzen zijn af te bakenen.

Belangrijker is wellicht nog het tweede bezwaar, namelijk dat op deze manier onder 'leefstijlen' kenmerken van personen worden verzameld, waarvan verondersteld mag worden dat zij op geheel onderscheiden wijze tot stand komen. Leeftijd, bijvoorbeeld, is een (biologisch en sociaal) gegeven, waarbij men niet te kiezen geeft en die alleen maar voorwaardescheppend kan zijn voor gedragskeuzes. Voor andere sociale achtergrondvariabelen als woonplaats, opleiding, burgerlijke staat etc. geldt dat zij weliswaar onder invloed van keuzeprocessen ontstaan, maar op korte termijn toch weer als voorwaardescheppende (en dus oorzaak-) variabelen optreden. Veel aanschaffen en tijdsbestedingen staan onder materiële beperking van geld- en tijdsbudgetten, maar dat is voor opinies, satisfacties en cognities juist niet het geval. Men zou elk van de leefstijlelementen van Mitchell kunnen zeggen dat zij onder invloed van nogal verschillend processen tot stand komen en dat zij daarom niet als gelijksoortig behandeld kunnen worden.

Analyses van een veelheid van verschijnselen zoals Mitchell die onder handen heeft, moeten beginnen met het uiteenleggen van de variabelen in sociale achtergrond, intermediaire (verklarende) mechanismen en uiteindelijke gedragskeuzen. Het lijkt daarbij vruchtbaar het begrip 'leefstijl' te beperken tot de laatste categorie variabelen: 'leefstijlen' onderkent men aan een samenhang tussen gedragskeuzes. Deze afbakening is weliswaar nog ruim, maar sluit sociaal-structurele kenmerken (leeftijd, opleiding, etc.) uit. Het lijkt zinvoller om te kunnen spreken over 'de leefstijl van hoger opgeleiden' dan over een 'universitaire leefstijl', waarbij hoog opgeleid zijn als afbakeningscriterium in de leefstijl wordt opgevoerd. Daarmee wil niet gezegd zijn dat leefstijldifferentiaties geen samenhang vertonen met sociale achtergrondvariabelen. Integendeel. Er wordt alleen een beperking ingevoerd voor de soort verschijnselen waarop die hier onder de soortnaam 'leefstijlkenmerk' te boek zullen staan. De verschillende kenmerken worden geordend naar plaats in het gedragskeuzeprocess: sociale achtergrond versus gedragskeuzen, met daartussenin de verschillende hulpbronnen en restricties waartoe de sociaal-structurele achtergrond aanleiding geeft. Het wordt dan mogelijk om de eigen aard van de totstandkoming van zulke verschillende dingen als tijdsbestedingen, consumptieve uitgaven en opinievorming te verdisconteren en tegelijkertijd de samenhang ervan in beeld te brengen en te verklaren.

2.2. *Explorerende beschrijvingen, geen verklarende hypothesen*

Op het eerste gezicht lijkt het erop dat Mitchells analyse voortbouwt op een onderzoekshypothese, namelijk die van Maslow over een hiërarchische ordening van behoeften. Op het tweede gezicht is Mitchells analyse hypothesenloos. De indeling in de negen typen staat maar vaag in verband met Maslows hypothese, en de verschillen die optreden tussen 'inner-directed' en 'outer-directed' worden al helemaal ad hoc ingevoerd. In de plaats van een tevoren geformuleerde theorie treedt een beschrijving achteraf, die men op zijn best 'exploratie' zou kunnen noemen en wat meer realistisch 'etikettenplakkerij'. Explorerend werk als dat van Mitchell is gedoemd om telkens te komen tot nieuwe, niet generaliseerbare en repliceerbare conclusies. Het resultaat is sterk afhankelijk van de toevallige inhoud van vragenlijsten en de vooringenomenheden van de onderzoekers.

Een explorerende onderzoeksstrategie is ook karakteristiek voor andere leefstijlanalyses. Er is geen terrein van de sociale werkelijkheid dat zo snel van structuur schijnt te wisselen als dat van de consumptieve voorkeuren. Elk jaar duiken nieuwe termen op ter karakterisering van leefstijlen en leefstijlgroepen. Kennelijk zijn op dit gebied weinig standaardideeën voorhanden. Er zijn twee mogelijkheden om op dit punt tot een betere strategie te komen.

Ten eerste kan men resultaten en conclusies van eerder onderzoek wel tot uitgangspunt van nieuw onderzoek nemen. Typologieën zoals die van Mitchell behoren bij nieuw onderzoek serieus te worden genomen en het uitgangspunt te zijn voor nieuw te verzamelen gegevens. Empirische indicaties van leefstijlpatronen dienen dan zoveel mogelijk te worden overgenomen en verder te worden uitgediept.

Ten tweede dient een analyse van leefstijlen in verklarende zin te worden uitgediept. Men dient niet alleen hypothesen te formuleren welke samenhangen van leefstijlkenmerken er zullen optreden, waar ook waarom dat het geval zal zijn. Pas wanneer men theoretisch beter in de greep kan krijgen op het ontstaan en functioneren van leefstijlen, kan men precieze verwachtingen omtrent de optredende samenhangen formuleren.

Deze twee punten (het niet vergeten van vorige indelingen; het gebruiken van verklarende inzichten) kunnen met elkaar gecombineerd worden. Het meest opvallende aan leefstijltypologieën á la Mitchell is wellicht dat het verband met bestaande theoretisch inzichten over de verdeling van hulpbronnen en restricties erin ontbreken. Kernvariabelen uit sociologische theorieën, in het bijzonder voorzover zij te maken hebben met sociale ongelijkheid (opleiding, inkomen, beroep) en andere hoofdvormen van sociale differentiatie (leeftijd, levensfase), krijgen slechts een marginale plaats in de typologie. Voor ieder die de massieve verschillen kent die in de sociale werkelijkheid bestaan tussen hoger en lager opgeleiden en tussen hogere en lagere inkomensgroepen, zal het verbazingwekkend zijn dat de leefstijlgroepen in eerste instantie in psychologische terminologie wordt aangeduid en de simpele, daaraan ten grondslag liggende sociaal-structurele voorwaarden slechts marginaal worden aangestipt.

2.3. Het gebruik van typologische methoden

Mitchell's betoog is nog in een derde opzicht representatief voor veel werk over leefstijlen. Het berust volledig op typologische methoden, in het bijzonder clusteranalyse. Zo'n methode bestaat eruit dat tegelijkertijd een wederzijds uitsluitende indeling van variabelen en onderzoekseenheden plaatsvindt. Er wordt naar gestreefd de resultaten van analyse te presenteren in de vorm van een aantal vast omschreven groepen en daarin aangetroffen gedrag patronen. Van deze groepen zou eenduidig gezegd kunnen worden (a) hoe groot ze zijn (b) wie er wel en wie er niet bijhoren (men kan maar bij één groep horen) en (c) welke karakteristieken men al dan niet aantreft bij een groep. Binnen groepen worden geen verschillen gemaakt; iedereen maakt in dezelfde mate deel uit van een leefstijlgroep.

Typologische aanduidingen kunnen vaak nuttig zijn om een onderzoeksresultaat naar een lezer te communiceren en als zodanig is er weinig tegen. Men moet er echter rekening mee houden dat de aangegeven typen niet echt bestaan en men in de werkelijkheid alleen maar vloeiende overgangen aantreft. Wanneer men probeert op basis van een veelheid van kenmerken een typologische indeling te construeren, dan heeft men doorgaans de keus tussen twee alternatieven: ófwel er ontstaat een onoverzichtelijke hoeveelheid typen, ófwel men beperkt de typen tot een overzienbaar aantal, met als gevolg dat men een groot deel van de eenheden daarin niet kan plaatsen, omdat ze niet duidelijk bij één type horen. Wanneer het anders afloopt (zoals bij Mitchell het geval lijkt), is veelal gebruikt gemaakt van zogenaamde procrustesmethoden en informatie onder het tapijt geveegd.

Zo valt bijvoorbeeld op te merken dat de typologie van Mitchell, wat betreft sociale posities (leeftijd, levensfase, opleiding, inkomen) consequent is doorgevarieerd: de betreffende karakteristieken verschuiven van inhoud per categorie. De karakterisering van de negen typen in termen van waarden en consumptieve voorkeuren mist nog in sterkere mate systematiek.

Zoals reeds opgemerkt, kunnen typologische frasen nuttig zijn voor communicatieve doeleinden. Maar men dient ook dan niet uit het oog te verliezen dat ermee dingen worden gesuggereerd die onjuist zijn. Dit geldt in het bijzonder voor het aantal leefstijlen dat uit zo'n analyse komt en de omvang van de bijbehorende groepen. Deze resultaten zijn noodzakelijkerwijs in hoge mate het product van strikt subjectieve beslissingen. Het suggereert een quasi-exactheid. Voor de sociologie is het geven van zo'n precies cijfer voor aantal en omvang van groepen ook niet zo interessant en is het belangrijker

de algemene verbanden op te sporen die aan die typologie ten grondslag liggen. Het gebruik van typologische methoden doet het onderzoek naar leefstijlen over het geheel genomen weinig goed. Daarbij zijn er goede alternatieven voorhanden. Omdat vrijwel alle typologische methoden naar hun aard explorerend zijn (zij staan geen tevoren als hypothese gespecificeerde structuren toe), kan men ze beter inwisselen voor technieken uit de familie van technieken voor analyse van covariantiestructuren (correlatie, regressie, factoranalyse, mimic-modellen), die kenmerken als continue schalingen opvatten, een onderscheid tussen onafhankelijke en afhankelijke variabelen mogelijk maken en de toetsing van tevoren veronderstelde samenhangen toelaten.

3. LEEFSTIJLEN IN DE STRATIFICATIESOCIOLOGIE

Aan enig recent werk in de stratificatiesociologie kunnen leidraden worden ontleend, hoe leefstijlanalyses vruchtbaarder zouden kunnen worden aangepakt. In het bijzonder doel ik hiermee op de leefstijlanalyses van de Franse socioloog Pierre Bourdieu (1984[1979]) en de Amerikaanse socioloog Michael Sobel (1981).

3.1. *De theorie van Bourdieu*

Bourdieu's opvattingen over leefstijldifferentiatie zijn met name neergelegd in zijn reeds 10 jaar geleden verschenen 'La Distinction'. De analyses hierin vallen in eerste instantie op door de grote hoeveelheid schijnbaar los van elkaar staande dingen die hij in de loop van het boek te berde brengt. De tabellen in het boek zijn een compilatie van een veelheid (meer dan 30) surveys over uiteenlopende onderwerpen die deels onder Bourdieu's supervisie tot stand gekomen zijn en deels door statistische bureaus zijn verricht. Op deze wijze worden een groot aantal variabelen met elkaar in verband gebracht: onder meer de opleiding, het beroep, het inkomen, het contrast tussen Parijs en provincie, intergenerationale beroepsmobiliteit, bezit van luxegoederen, vakantiebesteding en vakantiebestemmingen, sportbeoefening, cultuurdeelname (theater, museum, lezen), esthetische beoordeling en voorkeuren op gebied van beeldende kunst, beoordeling en voorkeuren op het gebied van klassieke en populaire muziek, boekenbezit en abonnementen, uitgaven aan (re)presentatie (kleding, toiletartikelen, cosmetica), televisie kijken, politieke participatie (stemvoorkeuren en non-participatie), morele voorkeuren, interieur (moderne versus traditionele inrichting).

De gedragswijzen die Bourdieu analyseert hebben gemeen dat zij alle betrekking hebben op de wijze waarop men zich presenteert in de sociale omgang. Zij tonen hoe men zich gedraagt in communicatie zowel in kring van bekenden als met vreemden. Daarnaast spelen een beperkt aantal achtergrondvariabelen een rol. Daarbij draait het in hoofdzaak om opleiding en inkomen, in onze samenleving de fundamentele dimensies van sociale stratificatie.

De structuur van Bourdieu's leefstijlruimte, als getoond in Figuur 2, kan worden samengevat als opgebouwd uit twee verschillende maatschappelijk ladders. De ene ladder reikt van de traditionele lagere statusgroepen (handarbeiders, boeren) omhoog naar de traditionele, economische elite. De andere ladder reikt van dezelfde lagere statusgroepen maar een nieuwere, culturele elite.

De economische elite vertoont de leefstijlkenmerken van de aloude hoge statusgroepen, de 'eigendomselite'. Zij laten hun welvaart 'breed hangen'. De basis voor hun leefstijl

| | | | | |
|------------------|----------------------|--------------------|---------------|--------------------------|
| | VADER HOGE | piano | | |
| | opera | OPLEIDING | antiek | ZEER HOOG INKOMEN |
| WETENSCHAPPELIJK | kunstboeken | VRIJE | | kunstverzameling |
| MEDEWERKERS W.O. | cruises | BEROEPEN | golf | |
| Warhol | | Renoir bridge | | BEDRIJFSEIGENAREN |
| Boulez | Le Monde | whisky | | & DIRECTEUREN |
| | buitenlandse auto | | | |
| KUNSTENAARS | Bach | | tennis hi-fi | |
| ultra-links | exotisch eten | | tweede huis | aandelen |
| | | | | Le Figaro |
| MIDDEN INKOMENS | vreemde talen | rechts-liberaal | hotelvakantie | |
| Kandinsky | STEDELINGEN | 2.0 kind | 40-50 uur | rechts |
| Brecht | LERAREN M.O. | museum | | werken eigen film- |
| fietsvakantie | | Vivaldi | | huis camera |
| | | | | Peugeot 504 |
| jazz | Renault 16 | vliegtuig | VADER | Citroen DS GS |
| | huurhuis | creditcard | ONDERNEMER | 50-60 uur |
| Goya | yoga | | zeilen | werken |
| | VADER LOONDIENST | SOCIAAL & MEDISCHE | | Tsjajkovski |
| France Culture | | DIENSTVERLENING | Bizet | Lectures pour Tous |
| milieubewust | wandelen | | | |
| JOURNALISTEN | | | | Rhapsody in Blue Beatles |
| Ravel | socialistisch | | | |
| Van Gogh | | KUNSTHANDELAREN | | |
| | 40 uur werk | | | |
| | jeans | geen politieke | | |
| | ONDERWIJZERS | voorkeur | Renault 6 | Renault 10 |
| monumenten | | | Ami 6 | Simca 1100 |
| | | | WINKELIERS | |
| bibliotheek | volksdansen | circus | | >60 uur |
| BELEIDS- | | | | werken |
| MEDEWERKERS | | Renault 8 | | |
| 1.7 kind | | Aznavour | | |
| l'Humanite | | ZELFSTANDIGE | | |
| | | AMBACHTEN | | |
| | | Louis de Funes | | |
| ADMINISTRATIEVE | | VERKOOP- | | |
| MEDEWERKERS | | MEDEWERKERS | | |
| | | regionaal dagblad | | |
| | doe-het-zelven | | | |
| onderhoud | bier | DORPSBEWONERS | | |
| eigen auto | | Renault 4 | | |
| | VOORLIEDEN | vissen | | |
| | | Brigitte Bardot | Fernandel | |
| | | voetbal | 3.0 kinderen | |
| | HANDARBEIDERS | patat | | |
| | communistisch | 2.8 kinderen | | |
| | ONGESCHOOLDE | spek | | |
| | HANDARBEIDERS | | | |
| | ZEER LAAG INKOMEN | | | |
| | LAGE OPLEIDING | | | |
| | VADER LAGE OPLEIDING | | | |
| | BOEREN | | | |

Figuur 2. Leefstijlruimte (correspondentie-analyse) volgens Bourdieu (1984[1979]).

is een bijzonder comfortabele materiële positie, welke zij in consumptie en woninginterieur tot uiting brengen. Op het gebied van esthetica en moraliteit zijn de voorkeuren en beoordeling van de economische elite traditioneel en behoudend. Ook de leden van de culturele elite leven niet onder armoedige omstandigheden, als men hen vergelijkt met de lagere statusgroepen. Zij reiken evenwel in materieel opzicht minder ver dan hun tegenpolen, de leden van de economische elite. De basis van hun leefstijlkeuzes is meer hun vaardige beheersing van culturele codes dan hun materiële positie. Zijn de esthetische en morele voorkeuren van de economische elite traditioneel, de culturele elite betoont zich veeleer modern en libertijns. Beide elites onderscheiden zich van de lagere statusgroepen door hun consequent gecultiveerde en bestudeerde gedragskeuzes. De groepen die laag op beide ladders staan, hebben – volgens Bourdieu – eerder een lossere, weinig ambitieuze leefstijl. Zij laten zich niet leiden door de smaken die bovenaan de statusladders van kracht zijn, maar vormen hun eigen smaak, die door directheid en ondubbelzinnigheid contrasteert met die van de elites. De middengroepen op beide ladders worden daarentegen gekenmerkt door een goedwillende, maar vaak weinig succesvolle navolging van de normen die van kracht zijn in de elitegroepen ('la bon volonté culturelle'). Doordat de middengroepen de materiële en culturele basis missen voor deze gedragskeuzes, blijft het vaak bij een goedwillende, maar voor de beschouwer (Bourdieu!) vaak pijnlijk duidelijke, nabootsing.

Bourdieu's analyse is een rechtstreekse uitwerking van het leefstijlprogramma van Weber. De basis van zijn tweedimensionele leefstijlruimte wordt gevormd doordat men in onze samenleving in hoofdzaak twee soorten hulpbronnen kent waarmee men zijn levenskansen kan beïnvloeden: (a) kennis en vaardigheden, zoals deze men name via de opleiding worden verworven en (b) inkomen en bezit, op de verwerving waarvan met name de zakenelite zich heeft toegelegd. Heel plat gezegd is Bourdieu's leefstijlruimte weinig anders dan het systematisch in kaart brengen van de gevolgen die opleidings- en inkomensverschillen op de verschillende gebieden van het leven heeft. Interessant is daarbij met name dat opleiding en inkomen niet in elkaars verlengde worden gezien, maar dat het grootste deel van het verhaal ontleend wordt aan het contrast dat in onze samenleving tussen deze twee dimensies bestaat.

3.2. *Correspondentie-analyse*

De wijze van analyseren van empirische gegevens is het tweede bijzondere kenmerk van Bourdieu's aanpak. Naast kruistabellen vindt men zogenaamde correspondentie-analyses¹. Dit zijn grafische (veelal tweedimensionele) voorstellingen, waarbij achtergrondkenmerken en leefstijlkenmerken tegelijkertijd worden gevisualiseerd. Deze grafieken bieden in één klap een aansprekend overzicht van de 'sociale ruimte'. In Figuur 2 (gebaseerd op de figuren in 'La Distinction' (engelstalige editie) pp. 128-129 en p. 452) is een poging gedaan een indruk te geven van Bourdieu's analyses en de manier waarop de resultaten van correspondentie-analyse grafisch worden weergegeven. Het gaat hier eigenlijk om twee op elkaar gelegde diagrammen. De eerste is de 'ruimte van de sociale posities' (hier weergegeven in HOOFDLETTERS) waarin onder meer in kaart gebracht zijn: beroep, opleiding, inkomen en bezit, urbanisatie en sociale herkomst. De tweede ruimte is die van de 'leefstijlen', waarin onder meer indicaties zijn opgenomen voor cultuurparticipatie, kranten, dranken, voorkeurscomponisten, populaire artiesten, gerechten, autobezit, uren besteed aan beroepsarbeid en politieke voorkeuren. De figuur is een vereenvoudigende bewerking van de analyse zoals

Bourdieu's boek die biedt. Gepoogd is met name die karakteristieken op te nemen die ook in de Nederlandse verhoudingen betekenis zouden kunnen hebben, maar tegelijkertijd toch niet de Franse sfeer geheel verloren te laten gaan.

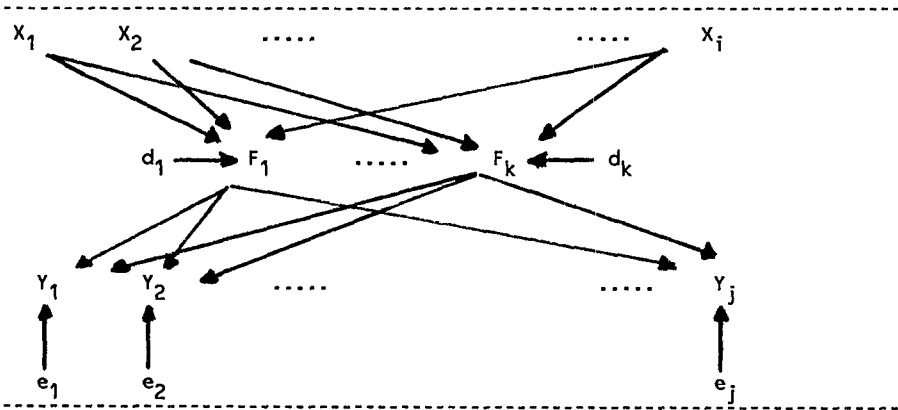
De interpretatie van Figuur 2 is intuïtief heel eenvoudig: nabijheid tussen twee dingen betekent dat zij relatief vaak samen voorkomen. Zo kan men bovenin de figuur zien dat het beoefenen van golf en bridge vaak samengaan, de betreffende personen hun meubelen bij antiques kopen en vaak vrije beroepen uitoefenen. Linksboven vindt men het terrein van de intellectuele groepen, wier favoriete culturele repertoire namen als Warhol, Bach en Brecht omvat, en die bij voorkeur in huurhuizen wonen en op fietsvakantie gaan. Rechtsboven treft men de economische elite, veelal bezitters van een eigen huis en een tweede huis, rijdend in een buitenlandse auto en hun vakanties doorbrengend in een hotel. Daalt men af naar de lagere regionen van de leefstijlruimte, dan treft men de groepen aan met lagere opleiding, inkomen en beroepsstatus. De favoriete auto is hier de Renault 4 en men verricht hieraan het onderhoud zelf. Karakteristieke sporten zijn hier vissen, rugby en voetbal, tot de favoriete sterren behoren Fernandel en Brigitte Bardot.

Deze en soortgelijke grafieken in *La Distinction* zijn het resultaat van explorerende analyses en, naarmate men verder in het boek vordert, meer het resultaat van het synthetiserend oordeel van de schrijver dan de directe uitkomst van statistische analyses. Niettemin zijn het plaatjes die een grote hoeveelheid zeer gedetailleerde gegevens op aansprekende wijze in kaart brengen. In tegenstelling tot hetgeen het geval is bij clusteranalyses wordt geen discontinuïteit verondersteld. In Bourdieu's model kan niet ieder lid van de samenleving eenduidig tot een leefstijlgroep worden gerekend of behoort iedere gedragsvorm eenduidig tot een leefstijlpatroon. Presentatie van een leefstijlmodel in de vorm van correspondentie-analyses doet recht aan het feit dat in werkelijkheid sprake is van vloeiende overgangen. De afstand die men tot een object of andere sociale groepen inneemt is daarin een continu gegeven. In de ruimte van leefstijlkenmerken kan men ook alle onderzoekseenheden afbeelden. Zo men wil (Bourdieu doet dit niet) kan men zelfs aangeven welk percentage van de bevolking bij een bepaalde kring horen. Men vindt een 'kring' letterlijk door het trekken van een cirkel. Overlappende lidmaatschappen zijn daarbij mogelijk.

Er zijn ook nadelen aan correspondentie-analyse verbonden. Ten eerste blijft het een explorerende techniek, die slecht bruikbaar is voor het modelleren en toetsen van vooraf gegeven veronderstellingen. Een ander nadeel is dat de techniek geen verschil maakt tussen onafhankelijke en afhankelijke variabelen. Bourdieu's onderscheid tussen de 'ruimte van sociale posities' en de 'ruimte van leefstijlen' suggereert weliswaar anders, maar in feite wordt dit onderscheid niet gebruikt om de analyse te sturen.

3.3. Sobels mimic-modellen

Leefstijlen vormen een uitdrukking van specifieke hulpbronnen en restricties die sociale achtergrond met zich meebrengt. Een adequate structuur om dergelijke gegevens te behandelen, is het door Sobel (1981) in dit verband gepropageerde mimic-model, een bijzonder combinatie van regressie- en factoranalyse. Een intuïtieve karakteristiek wordt gegeven in Figuur 32. De naam 'mimic'-model komt van Multiple Indicators, Multiple Causes, hetgeen de structuur van het model weergeeft: meerdere oorzaken, meerdere gevolgen (en daartussenin een of meerdere latente dimensies). Het Engelse woord 'mimic' betekent voorts ook 'nabootsen'. Wat in een mimic-model



Figuur 3. Structuur van een multipel mimic-model.

veelal wordt nagebootst, is het bestaan van een algemene statusvariabele. Behoudens het werk van Sobel hebben vrijwel alle toepassingen betrekking op de relatie tussen meerdere vormen van sociale status (zoals opleiding, beroep en inkomen) en een verzameling afhankelijke variabelen en is er sprake van een enkelvoudig model. Deze modellen testen of de werking van verschillende vormen van sociale status of een verzameling afhankelijke variabelen via één latente variabele, de hypothetische sociale status, kan worden geïntermedieerd.

Sobel's toepassing heeft betrekking op het meervoudig mimic-model, waarin meerdere latente variabele intermediëren tussen sociale achtergrond en consumptievariabelen. Een multipele mimic-analyse modelleert de structuur van een correlatiematrix via de volgende vergelijkingen:

$$F_k = \text{SOM}_i B_{ik} * X_{ik} + d_k$$

$$Y_j = \text{SOM}_k B_{kj} * F_{kj} + e_j$$

Hierin zijn:

X_i : i gemeten onafhankelijke variabelen

Y_j : j gemeten afhankelijke variabelen

F_k : k ongemeten (latente) intervenierende variabelen met d_k en e_j als residuele termen.

Modellen van deze vorm kunnen worden geschat met programma's voor lineair-structurele vergelijkingen, zoals LISREL (Sörbom & Jöreskog, 1981) en EQS (Bentler, 1985).

Het doel van een mimic-analyse is allereerst om het aantal intervenierende variabelen F_k te vinden dat minimaal vereist zijn om de (cor-)relaties tussen de X en Y -variabelen te reproduceren. Deze latente variabelen vormen de leefstijldimensies die de verbinding vormen tussen de sociale posities en de uitingen daarvan in de leefstijlvariabelen. Dit onderdeel van de analyse is geheel analoog aan de beslissing over het aantal factoren in factoranalyse.

Indien een beslissing is genomen over het aantal dimensies dat voldoende is om de correlaties te representeren, komt – evenals bij factoranalyse – de taak om een eenvoudige voorstelling van de gevonden structuur te geven. Evenals bij factoranalyse kan van de gevonden dimensies een oneindig aantal voorstellingen gegeven worden, die alle equivalent zijn in de representatie van de gegevens, maar kunnen verschillen in de een-

voud van interpretatie. De verschillende oplossingen zijn rotaties van elkaar. In factoranalyse verkiest men doorgaans een 'simple structure', dat wil zeggen dat elke dimensie in verband wordt gebracht met een gering aantal hoog daarop ladende indicatoren en zoveel mogelijk ladingen die dichtbij 0 liggen. Rotatie kan zowel op basis van een mathematisch gedefinieerd criterium worden uitgevoerd (zoals het veelal gebruikte 'varimax'-criterium), ofwel op basis van de keuze van de onderzoeker gebeuren. In explorerende factoranalyse vertrouwt men op zo'n mathematische criterium om tot een eenvoudige interpreteerbare voorstelling van zaken te komen. In confirmerende factoranalyse dient de onderzoeker tenminste een van de coëfficiënten op een vooraf gegeven waarde te zetten (veelal 0), hetgeen de rotatie fixeert. Bij mimic-analyse moet de onderzoeker de rotatie zelf fixeren, een explorerende variant bestaat niet. Wel staat de keuze open of men de rotatie wil vastleggen via de ladingen van de afhankelijke variabelen, dan wel via de effecten van de onafhankelijke variabelen. Het ligt voor de hand de rotatie steeds te fixeren via de onafhankelijke variabelen. Elk van de latente variabelen zal op die wijze eenduidig in verband worden gebracht met één of een geringe aantal van de onafhankelijke variabelen en zal op die manier een gemakkelijk benoembare leefstijldimensie vormen.

4. LEEFSTIJLANALYSE: EEN EMPIRISCH VOORBEELD

Als empirische voorbeeld van een mimic-analyse van leefstijlen wordt gebruik gemaakt van materiaal verzameld in de stad Utrecht in 1984/85. Daarbij wordt uitgegaan van de hierboven weergegeven stratificatietheorie van Bourdieu. Volgens Bourdieu kunnen leefstijldifferentiaties in twee hiërarchisch dimensies worden samengevat: de economische en de culturele dimensie.

De *economische* hiërarchie berust in eerste instantie op verschillen in financiële hulpbronnen en de economische positie wordt het sterkst bepaald door het besteedbaar inkomen. Inkomensverschillen zijn in eerste aanleg verantwoordelijk voor een groot aantal in het oog lopende variaties wat betreft omvang van consumptie. In wat voor een huis men woont, of men auto rijdt en welke auto men rijdt, hoe vaak en waar men buitenshuis eet, en waar men zijn vakantiebestemming kiest, zijn alle een direct gevolg van hoeveel geld men te besteden heeft en wil besteden. Met de economische hiërarchie wordt evenwel een breder complex van posities aangeduid dat de inkomenspositie. In navolging van de analyses van Bourdieu omtrent de Franse samenleving lijkt het aannemelijk dat ook een bepaald soort beroepsposities (en mogelijk daarop voorbereidende opleidingen) karakteristiek zijn voor de top van de economische ladder, namelijk beroepen in het zaken- en bedrijfsleven. Als een algemene karakteristiek van deze beroepen (de economische elite) kan gelden dat zij een hoog inkomen met zich meebrengen. Noodzakelijk is dat evenwel niet, noch brengt een hoog inkomen alleen noodzakelijk een hoge positie op de economische ladder teweeg.

De *culturele* dimensie laat zich in eerste instantie het best indiceren aan de hand van de opleiding. Opleidingsverschillen vormen in veel onderzoek de belangrijkste determinant van gedragskeuzen. Dit is in het bijzonder het geval, wanneer het gaat om onderwerpen als cultuurdeelname, morele en esthetische overwegingen. De culturele ladder valt evenwel niet helemaal samen met een hoge opleiding. Een leraar klassieke talen en een bedrijfseconoom hebben in beginsel dezelfde opleidingshoogte, maar de eerste staat hoog op de culturele ladder, en de tweede op de economische ladder. Ook groepen

die helemaal niet zo'n hoge opleiding vereisen (te denken valt aan beroepen als journalist, literator en beeldend kunstenaar) kunnen toch nog relatief hoog staan op de culturele ladder. Wat bepalend is voor de culturele positie, zijn niet alleen achtergrondskennmerken als opleiding en beroep, maar een complex van kenmerken, waarin de gedragsverwachtingen, de kennis en vaardigheden waarover men beschikt, en de aard van het sociaal netwerk waarvan men deel uitmaakt.

Naar mijn inzicht geeft Bourdieu's tweedimensionele leefstijlmodel niet afdoende bedekking van de empirisch constateerbare variaties in leefstijlkeuzes. De twee dimensies dienen worden aangevuld met de dimensie die in Bourdieu's leefstijlruimte niet wordt aangetroffen, maar die bij Mitchell van wezenlijk belang is: de levensfase. Ook tal van ander onderzoek (Andreasen, 1984) wijst op een overheersende invloed van de levensfase op consumptiepatronen.

De *levensfase*-dimensie kan als volgt worden omschreven. Er zijn tal van elementen van gedrag die karakteristiek zijn voor jongeren en onderdeel uitmaken van het onderling verkeer tussen jeugdigen (SCP, 1985). Te denken valt aan uitgaansgedrag, sportbeoefening, mode en vrijetijdsbesteding, maar evenzeer aan politieke en morele denkbeelden. Het lijkt niet moeilijk om een 'jeugdige' leefstijl te onderkennen die zich in het algemeen zal kenmerken door een vitale, buitenshuis plaatsvindende gedragingen. Daartegenover staat een karakteristiek leefpatroon dat men eerder onder ouderen aantreft. Deze zal vorm krijgen in consumptie en tijdsbestedingen binnenshuis, in gerichtheid op familie en gezin en op traditionele opvattingen. Aan de keuze van deze gedragingen liggen structurele voorwaarden ten grondslag die men vaak beter als 'levensfase' dan als 'leeftijd' kan benoemen. Van belang zijn hier de keuze van een (vaste) partner, het krijgen van kinderen, de woonsituatie en het verkrijgen van een (vaste) werkkring. Het tijdstip waarop men in dit soort fasen terecht komt, is nogal variabel. De een komt al voor zijn of haar twintigste aan het eind van de adolescentie terecht, voor de ander duurt het nog tientallen jaren door. De meest directe determinant van deze levensfase dimensie is weliswaar de leeftijd, maar deze kan worden aangevuld met het karakteristieke patroon van de levensloop, waarin het volgen van een opleiding, beroepsuitoefening en de verschillende fasen die voortkomen uit keuze van een partner en gezinsvorming.

De levensfase-dimensie verschilt in aard en werking van de eerder geschetste economische en culturele dimensies. Zo is er geen sprake van een eenduidige hiërarchie, waarin het gedrag van een groep in hoog aanzien staat bij de anderen. Aan de ene kant kan men tendenties zien om het gedrag van jongeren als model te zien, aan de andere kant is het leefpatroon van ouderen de toekomst voor de jongeren.

De werking van de levensfasedimensie berust in bepaalde opzichten wel op dezelfde mechanismen als die van de culturele en economische dimensie: men oriënteert zich op de gedragsvoorbeelden van de groep waartoe men behoort en van de groep waarmee men veel omgaat. Jongeren nemen het gedrag van andere jongeren tot voorbeeld. Daarom is het zinvol om het sociaal netwerk naar deze dimensie te onderscheiden: wie veel met jongeren omgaat, blijft jong.

Een algemene karakteristiek van gedragsvormen en opvattingen die onder jongeren de goede toon zijn, is dat die contrasteren met die van oudere generaties en daarom in sterke mate vernieuwend zullen zijn. Dit is in het bijzonder belangrijk omdat de gedragsvormen en opvattingen van de jongere generatie – voorzover zij in de levensloop niet veranderen – via het de opvolging van cohorten in de toekomst algemeen gangbaar zullen zijn.

Aan de andere kant berust de werking van de levensfase-dimensie op een aantal consequenties van de levensfase, die moeilijk vergeleken kunnen worden met die van de culturele en economische hiërarchie. Belangrijk is in het bijzonder de consequentie voor inrichting van het tijdsbudget, die de levensfase heeft. Jongeren, zonder samenwonen- of huwelijksrelatie, hebben een minder gebonden tijdsbudget dan ouderen. Intreding in de arbeidsmarkt brengt eveneens een groot aantal restricties in het tijdbestedingspatroon tot stand. De komst van kinderen brengt tenslotte een nog sterkere binding aan huis met zich mee. De gevolgen van de grotere tijdsdruk die de latere levensfase met zich meebrengt, worden vaak nog versterkt door de inkomensgroei die men in deze fasen meemaakt. Aan de ene kant brengt dit een hoger consumptieniveau met zich mee en privatisering van vermaak. Aan de andere kant is een groter gedeelte van het inkomen in de latere levensfasen gebonden door primaire uitgaven en minder ter discretionaire beschikking. Het consumptiepatroon wordt daardoor stabiel. Andere factoren die een rol spelen bij de verklaring van de karakteristieke verschillen tussen jongeren en ouderen zijn dat ouderen reeds langer geïnvesteerd hebben in hun consumptie en met betrekking daarvan vaardigheden en gewoonten hebben opgebouwd. Ook indien zij in een latere fase weer over meer tijd gaan beschikken, zullen zij daarom aan reeds ontwikkelde patronen vasthouden.

Een mimic-model, waarin de relaties tussen de sociale posities van ondervraagden en 14 leefstijlvariabelen via drie dimensies worden geïntermedieerd, is weergegeven in Tabel 1 (voor een nadere toelichting op de gebruikte variabelen, zie Ganzeboom (1988, hoofdstuk 5). De interpretatie van deze tabel is analoog aan de beter bekende procedures voor factoranalyse: sterk positieve of negatieve coëfficiënten staan voor een sterke relatie tussen de latente dimensie en de betreffende variabele, een coëfficiënt rondom 0 betekent geen relatie. De coëfficiënten vallen uiteen in twee soorten: die voor de onafhankelijke variabelen en die voor de afhankelijke variabelen.

De eerste dimensie is die in het bovenstaande als de culturele dimensie van leefstijl of als de culturele hiërarchie is beschreven. De sociale positie die vooral bijdraagt aan de plaats op deze hiërarchie is de opleiding die beide echtgenoten hebben genoten. De invloed van de beroepsvariabelen bestaat er met name uit dat de economische status van het beroep is negatief met deze culturele dimensie is verbonden. Bij de interpretatie van dit effect moet men rekening houden met de hoge correlatie tussen culturele en economische beroepsstatus: een hogere economische status van het beroep leidt (enigermate) tot een lagere positie op de culturele dimensie, indien men de culturele status van het beroep in acht neemt. De negatieve coëfficiënt betekent bijvoorbeeld niet dat zakenlieden (hoge economische status) op de culturele dimensie minder actief zijn dan verkopers (midden economische status). Het betekent dat zij lager staan dan beroepsgroepen met een vergelijkbare status, zoals medici of universitaire medewerkers. Het patroon van de afhankelijke variabelen laat hoge ladingen op de culturele dimensie zien voor alle culturele indicatoren. Personen met een hoge culturele status uiten dat door veel cultureel uitgaansgedrag, intensief leesgedrag, het houden van klassieke muziek, zowel als sympathie voor popculturele items en negatief, door het afwijzen van uitingen van massacultuur. Daarnaast heeft de betreffende dimensies relaties met taalgebruik, interieur en postmaterialisme. Personen met een hogere culturele status spreken beter ABN, hebben een modern interieur en betonen zich een sterke voorstander van postmaterialistische waarden. Opmerkelijk is dat culturele status geen invloed

Tabel 1. Mimic-analyse van leefstijlindicatoren en sociale posities van ondervraagden, bevolking van de stad Utrecht, 1984/85.

| | CULTURELE DIMENSIE | ECONOMISCHE DIMENSIE | LEVENSFASE DIMENSIE |
|----------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------|
| <i>Sociale posities</i> | | | |
| Opleiding | .49 | 0 | 0 |
| Opleiding partner | .46 | 0 | 0 |
| Culturele beroepsstatus | .02~ | -.17~ | 0 |
| Economische beroepsstatus | -.22 | .28 | 0 |
| Huishoudinkomen | 0 | .67 | 0 |
| Leeftijd | 0 | 0 | -.55 |
| Levensfase | 0 | 0 | -.41 |
| <i>Leefstijlvariabelen</i> | | | |
| Cultuurdeelname | .61 | 0 | -.19 |
| Leesgewoonten | .50 | 0 | -.10~ |
| Massacultuur | -.62 | 0 | -.17 |
| TV uren | -.51 | 0 | -.11~ |
| Klassieke muziek | .64 | 0 | -.34 |
| Popcultuur | .23 | 0 | .54 |
| Postmaterialisme | .47 | 0 | .22 |
| Stemgedrag | 0 | .25 | -.32 |
| Taalgebruik | .47 | .20 | 0 |
| Modern interieur | .42 | 0 | .15 |
| Luxegoederen | -.24 | .43 | -.15 |
| Vakantiebestemming | .30 | .25 | 0 |
| Woningomvang | .20 | .31 | -.55 |
| Auto | -.19 | .66 | 0 |

(zie ook Ganzeboom (1988): hoofdstuk 5)

heeft op het stemgedrag. Tenslotte heeft de dimensie ook een aantal relaties met die dimensies van de leefstijlvariabelen die eerder in verband te brengen zijn met de economische status. Enigszins verrassend is dat een hogere culturele status meer uitgaven ten behoeve van vakantie met zich meebrengt. Negatief is daarentegen de relatie met uitgaven ten behoeve van luxegoederen en uitgaven ten behoeve van een auto. Personen met een hogere culturele status geven minder uit aan deze items, dan men op basis van hun sociale positie (in het bijzonder hun economische status) zou verwachten. Zo men wil, kan men hierin de ascese van de groepen met hogere culturele status herkennen.

De tweede dimensie vertegenwoordigt de invloed van de economische status en de keuze voor een daaruit voortvloeiende materialistische leefstijl. Aan de onafhankelijke zijde wordt de positie op deze dimensie in het bijzonder bepaald door de inkomenspositie en (in mindere mate) de economische status van het beroep. De invloed van de culturele beroepsstatus is aan de andere kant negatief: personen met een beroep met een hogere culturele status scoren minder hoog wat betreft de materialistische kenmerken, dan men op basis van hun economische status zou verwachten.

De coëfficiënten aan de afhankelijke zijde laten zien dat de leefstijl van personen met een hogere economische status, in vergelijking met personen met een lagere economische status, het scherpst is afgetekend bij de uitgaven aan de auto. Daarnaast is er een invloed op vakantie-uitgaven, luxegoederen en de woning. De invloed van economische status op vakantie-uitgaven is even sterk als die van de culturele status. Het contrast tussen de culturele en de economische elite doet er voor vakantie-uitgaven kennelijk niets toe. Wat betreft taalgebruik ontlopen de beide elites elkaar enigszins, maar beide contrasteren met de lagere statusgroepen. De culturele elite bedient zich sterker van Algemeen Beschaafd Nederlands dan de economische elite. Tenslotte is er een significante, maar niet zeer grote invloed van de economische status op (rechts) stemmen. De keuze tussen links en rechts wordt – volgens deze gegevens – echter meer bepaald door de levensfase dan door de status dimensies.

De derde dimensie vertegenwoordigt de verschillen tussen jong en oud en tussen hen die nog vooraanvang van beroeps- en huwelijks carrière staan en hen die al een beroep uitoefenen en/of getrouwd zijn. De gegevens laten evenwel zien dat het verschil in levensfase van vrijwel even grote betekenis is als de leeftijd zelf. De in het oog springende uiting van de verschillen tussen jong en oud is de waardering voor popculturele vormen van amusement. Aan de andere kant is er een veel hogere waardering onder ouderen voor klassieke muziek. Verder bestaat er een sterke relatie tussen de leeftijds-/levensfasedimensie en (rechts) stemmen. Deze relatie is zelfs sterker dan die tussen deze dimensie en postmaterialisme. De leeftijd/levensfase maakt kleine verschillen voor cultureel uitgaansgedrag, en uitgaven aan luxegoederen, en moderniteit van het interieur. Ook zijn er lichte, maar significante tendensen te bespeuren dat ouderen een hogere waardering hebben voor massa-culturele uitingen en minder moderne interieurs hebben.

5. CONCLUSIE

De hierboven beschreven mimic-analyse van leefstijlvariabelen zou nader kunnen worden toegelicht met een ruimtelijk model als in correspondentie-analyse (vgl. Ganzeboom, 1988, figuur 5.1). Dat is echter alleen maar een presentatiewijze, verwant aan de meer bekende typenindelingen uit het marketingonderzoek. Aan onze analyse te ontleen typen zouden kunnen zijn: 'culturele elite', 'economische elite', 'lage statusgroepen', 'studenten', 'werkende jongeren', etc. Zulke presentaties zijn nuttig en wellicht noodzakelijk, maar het is van belang ze niet te verwisselen met de statistische analyse zelf. Wie een realistisch beeld van leefstijldifferentiaties wil geven, dient de in de analyse betrokken variabelen consistent te variëren en zich van hun probabilistische relaties rekenschap te geven. Alleen dan is er hoop dat een consistente en generaliseerbare voorstelling van zaken gegeven kan worden.

NOTEN

1. In Nederland staan deze technieken ook bekend onder namen als HOMALS, PRINCALS en ANACOR (Gifi, 1981; Israëls, 1981).
2. Het betreffende model is voor het eerst ingevoerd door Goldberger & Jöreskog (1975).

LITERATUUR

- Andreasen, A.R., 1984. Life status changes and changes in consumer preferences and satisfaction. *Journal of Consumer Research* (11-3), 771-783.
- Barber, B., 1957. *Social stratification. A comparative analysis of structure and processes*. New York: Harcourt.
- Bentler, P.M., 1985. *Theory and implementation of EQS. A structural equations program*. Los Angeles: BMDP Statistical Software.
- Berting, J., 1969[1968] *In het brede maatschappelijke midden*. Meppel: Boom. [Or. dissertatie].
- Bourdieu, P., 1984[1979]. *Distinction*. London: Routledge. [Or. La distinction, critique sociale du jugement, Paris: Editions de Minuit].
- Buller, L.M., 1972. 'The encyclopedia game.' In: S.D. Feldman & G.W. Thielbar (Eds.). *Lifestyle. Diversity in American Culture*, Boston: Little, Brown & Co, 60-72.
- Dekker, P. & P. Ester. (1988). Yuppies: marketingretoriek of nieuwe sociale groepering? *Sociologische gids* (90), 82-101.
- Driessen, F., 1978. *Leefstijlnotitie RPD-onderzoek*. Utrecht: Sociologisch Instituut.
- Driessen, F., 1983. 'Theoretische achtergrond van het onderzoek.' In: F. Driessen & H. Beereboom, *De kwaliteit van het stedelijk leefmilieu*. Den Haag/Utrecht: Rijksplanologische Dienst/Vakgroep Theorie en Methodologie van de Sociologie, 309-333.
- Feldman, S.D. & G.W. Thielbar (Eds.), 1972. *Lifestyle. Diversity in American culture*. Boston: Little, Brown & Co.
- Fussell, P., 1983. *Class*. New York: Ballantine.
- Ganzeboom, H., 1988. *Leefstijlen in Nederland*. Een verkennende studie. Alphen aan de Rijn: Samsom.
- Gifi, A., 1981. *Non-linear multivariate analysis*, Department for Datatheory, Leiden.
- Gilbert D. & J.A. Kahl, 1987. *The American class structure. A new synthesis*. Chicago IL: Dorsey Press, 1982.
- Goldthorpe, J.H., D. Lockwood, F. Bechhofer & J. Platt, 1968. *The affluent worker: industrial attitudes and behaviour*. Cambridge UK: Cambridge University Press.
- Hannan, M., 1980[1972] *Life-styled marketing. How to position products for premium profits*. New York: Amacom.
- Inter/View, 1987. Jeugd '87. *Levensstijlen en consumptiepatronen van jongeren van 12-24 jaar in 1987*. Amsterdam.
- Israels, A.Z. (Ed.), 1981. *Multivariate analysis methods for discrete variables*. Den Haag: Staatsuitgeverij (CBS Statistical Studies 30).
- Jol, Chr., 1986. Jonge tweeverdieners: meer welvaart en welzijn? *Sociaal-Cultureel Kwartaalbericht* (86-1), 6-10.
- Jöreskog, K.G. & A.S. Goldberger, Estimation of a model with multiple indicators and multiple causes of a single latent variable. *Journal of the American Statistical Association* (70-351), 1975, pp. 631-639.
- Kahl, J., 1957. *The American class structure*. New York: Rinehart.
- Kuiper Hzn, G., 1965. *Rangen en standen. Een studie in sociale stratificatie*, Zeist: De Haan.
- Lynes, R., 1972[1949]. 'Highbrow, lowbrow, middlebrow.' In: S.D. Feldman & G.W. Thielbar (Eds.), *Lifestyle. Diversity in American Culture*. Boston: Little, Brown & Co, 73-87.
- Mitchell, A., 1984. *The nine American lifestyles*, New York: Warner.
- Murphy, R.W., 1976. *Status and conformity*. Time- Life International.
- Myers, J.H. & J. Gutman, 1974. 'Lifestyle. The essence of social class', In: W.D. Wells (Ed.), *Lifestyle and psychographics*, American Marketing Association, 243-256.
- Packard, V., 1959. *The status seekers*. London: Longmans.
- Reissman, L., 1959. *Class in American society*. Glencoe IL: Free Press.
- SCP (Sociaal en Cultureel Planbureau), 1985. *Jongeren in de jaren tachtig. Een beschrijvende studie naar maatschappelijke kenmerken en denkbeelden van jongeren*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau (Cahier 47).

- Sobel, M.E., 1981. *Lifestyle and social structure; concepts, definitions, analysis*. New York: Academic Press.
- Sörbom, D. & K.G. Jöreskog, 1981. 'The use of LISREL in sociological model building.' In: D.J. Jackson & E.F. Borgatta (Eds.), *Factor analysis and measurement in sociological research*. London: Sage, 179-200.
- Weber, 1972[1921]. Weber, M., *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: Mohr.