

Vrije Universiteit Brussel

Faculteit van de Economische,
Sociale en Politieke Wetenschappen
en Solvay Business School

Folkrevival in Vlaanderen

Boomt het bal?

Eindverhandeling ingediend door

Julie Badisco

tot het behalen van de graad van licentiaat in de sociale wetenschappen:
sociologie

Promotor: Prof. Dr. I. Glorieux
Academiejaar 2006-2007

*"All songs are folk songs; I never heard horses singing 'em"*¹

Bob Dylan

¹ Middleton, Richard (1990) Studying Popular Music. Milton Keynes, Open University Press, p. 3.

DANKWOORD

Graag wil ik iedereen bedanken die me geholpen heeft deze eindverhandeling tot een goed einde te brengen. Ze is het resultaat van een jaar lang grasduinen in het folkmilieu, gaande van gezellige folkfestivalletjes tot nachtelijke doedelzakstondes, van het springen op overvolle dansvloeren tot folkwedstrijden op de radio. Eens te meer heb ik beseft dat "life is music".

Dit alles zou niet mogelijk geweest zijn zonder de hulp van mijn promotor, Prof. Dr. Ignace Glorieux, die in mijn onderwerp geloofde en me met een grote kennis van zaken begeleid heeft bij mijn onderzoek. Wendy Smits dank ik voor haar hulp bij mijn analyses en om de finesses van SPSS onder de knie te krijgen.

Ook zou ik Kim Delcour willen bedanken, die me met zijn kritische visie op het folklandschap nieuwe invalshoeken deed ontdekken en steeds stof tot discussie leverde.

Verder wil ik ook nog mijn ouders vermelden, die steeds in mij als student geloofd hebben en mij de nodige middelen leverden om elk jaar opnieuw te slagen. In het bijzonder wil ik mijn vader bedanken, die gewillig slachtoffer speelde tijdens mijn veldwerk op boombal en het begrip 'participerende observatie' wel heel letterlijk nam door enthousiast plaats te nemen in het midden van de dansvloer. Ook mijn hond en mijn katten wil ik graag vermelden, omdat zij mij om beurten gezelschap hielden op de momenten van eenzaam werken.

Een groot woord van dank gaat naar mijn mede-sociologen-in-spe, met wie ik vele avonden heb doorgebracht om de thesisbeslommeringen te bespreken en te vergeten, wat steevast nieuwe energie opleverde om er daarna terug tegenaan te gaan. Greet, Lindsay en Dorien, bedankt!

En Bram, bedankt voor je geduld en het bereidwillig aanhoren van al mijn bekommernissen en overpeinzingen. You rock!

ABSTRACT

In deze eindverhandeling wordt één aspect van de folkrevival in Vlaanderen bestudeerd, het folkbal. Via een studie van het merk 'boombal' wordt een antwoord gezocht op de vraag of het folkbal 'boomt' en aan een stevige opmars bezig is.

Ten eerste wordt een theoretisch kader geschetst aan de hand van muziek- en cultuursociologische theorieën om het fenomeen 'boombal' te kunnen plaatsen. Deze theorieën behandelen het belang van authenticiteit en rituelen, de invloed van groeperingen als subculturen en neo-tribes en het effect van klasse en status op iemands culturele voorkeuren.

In het empirische luik van deze verhandeling wordt door middel van een enquête gezocht naar het profiel van de boomballer. Uit de resultaten blijkt dat het boombalpubliek een duidelijk afgebakende, homogene groep is voor wie folk deel uitmaakt van een breder geheel van culturele voorkeuren. Folk blijkt voor de boomballer dus eerder een aangename hobby in plaats van een heuse 'way of life'.

Samenvattend kan gezegd worden dat het boombal wel degelijk 'boomt', maar beperkt is tot zijn eigen, specifieke doelgroep.

INHOUDSOPGAVE

DANKWOORD	3
ABSTRACT	4
INHOUDSOPGAVE	5
INLEIDING	7
TERREINVERKENNING: EEN AVOND BOOMBAL	8
DEEL I: LITERATUURSTUDIE	10
1 Folk en Boombal	10
2 Muzieksociologische theorieën	13
2.1.1 Folk als muziek <i>an sich</i> ?	13
2.1.2 De folkwereld en zijn rituelen	14
2.1.3 De zoektocht naar authenticiteit	15
2.1.4 De invloed van de gemeenschap	17
3 Cultuursociologische theorieën	20
3.1 Subculturen en neo-tribes	20
3.1.1 Subculturen	20
3.1.1.1 The Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)	20
3.1.1.2 Sarah Thornton	22
3.1.2 Neo-tribes	23
3.2 De sociale bepaaldheid van culturele voorkeuren	27
3.2.1 Smaakcultuur	27
3.2.2 Klasse en status	28
3.2.3 Kunstconsumptie	29
3.2.3.1 Appreciatie van kunst is aangeleerd	29
3.2.3.2 Appreciatie van kunst is contextueel	30
3.2.3.3 Kunstconsumptie bevordert standencoehesie	30
3.2.3.4 Kunstconsumptie is een vorm van cultureel kapitaal	31
3.2.4 De symbolische samenleving	31
3.2.5 De gewijzigde invloed van klasse	33
3.2.5.1 Homologie	34
3.2.5.2 Individualisering	35
3.2.5.3 Omnivorisering	36
4 Onderzoeksvragen en hypothesen	38
DEEL II: EMPIRIE	39
1 Methode en dataverzameling	39
2 Analyses	41
2.1 Geslacht en leeftijd	41

2.2	Opleidingsniveau	43
2.3	Mediavorkeur	45
2.4	Muziekvoorkeur	46
2.5	Verenigingsleven	49
2.6	Politieke voorkeur	51
2.7	Vrije Tijd	53
2.8	Folkparticipatie en boombalprofielen	58
2.9	Regressiemodel	63
3	Besluit empirie.....	65
	ALGEMEEN BESLUIT	66
	BIJLAGE: VRAGENLIJST	68
	BIBLIOGRAFIE.....	75

INLEIDING

In deze eindverhandeling werpen we ons licht op de folkrevival die gedurende enige jaren heerst in Vlaanderen. Deze strekt zich uit van het damestrio Laïs tot het immer populaire Klikske, van nieuwe ontwikkelingen op de markt van de doedelzakbouwers tot *cross-over* muziekgenres als elektrofolk en folkrock.

Binnen het bestek van deze verhandeling heb ik ervoor gekozen het boombal te bestuderen. Deze moderne vorm van folkbals kent een grote aanhang bij jongeren en studenten en bereikt steeds meer mensen op steeds meer plaatsen. Er wordt dan ook wel eens gezegd dat het boombal dezer dagen 'boomt'.

Met deze stelling in het achterhoofd zullen we in deze verhandeling onderzoeken welke factoren het succes van boombal bepalen en wat de kenmerken zijn van het boombalpubliek.

Hierbij richten we ons op volgende onderzoeksvragen:

1. Moet muziek als muziek *an sich* bestudeerd worden of kan muziek ook door sociaal-economische of culturele factoren beïnvloed worden?
2. Is boombal een klassenloos fenomeen? Treffen we alle lagen van de bevolking op dezelfde dansvloer aan?
3. Vormen boomballers een homogene groep? Of is folk een genre dat door verschillende mensen met verschillende achtergronden gesmaakt wordt?
4. Welke 'folkwaarden' heersen er op een boombal? Zijn hier patronen in te onderscheiden?
5. Verschaft boombal het publiek een specifiek groepsgevoel of is dansen een louter ontspannende vrijetijdsbesteding?

We beginnen deze verhandeling met een beschrijving van een boombal die we vervolgens zullen duiden vanuit een historisch-analytische invalshoek. Daarna behandelen we enkele muzieksociologische en cultuursociologische theorieën om uiteindelijk over te gaan tot het empirisch deel, waar op kwantitatieve wijze een antwoord op bovenstaande onderzoeksvragen gezocht zal worden. Tot slot koppelen we al onze bevindingen terug naar de theorie en geven we deze weer in het algemeen besluit.

TERREINVERKENNING: EEN AVOND BOOMBAL

Om een duidelijk beeld te krijgen van het fenomeen dat ik in deze verhandeling wil bestuderen, ben ik naar een boombal op de Gentse Feesten getrokken, waar ik me als participerende observant op de dansvloer heb opgesteld.

20.12

Aangekomen in Gent begeef ik me, laverend tussen frietkoten en drankstanden, naar het Baudelopark. Ik ontwaar een planken dansvloer met lampionnen en een podium voorzien van een spandoek met het boomballogo. Ik ben op de juiste plaats, zoveel is duidelijk.

20.19

De spelende kinderen, die de dansvloer als voetbalveld gebruiken, worden subtiel naar het aangrenzende grasveldje verwezen om hun wedstrijd verder te zetten. Ondertussen hebben twee dansleraressen post gevat voor het podium en wordt iedereen uitgenodigd om mee dansjes aan te leren. Ik voel me eveneens aangesproken en schuifel de plankenvloer op.

20.53

Na een klein halfuurtje bourrées, schottischen en jigs begin ik al aardig te zweten. Net op dat moment komt er een rustige sliertdans, die het perfecte moment vormt om mijn mededansers van naderbij te bekijken. Ik kom tot de bevinding dat lange haren, wikkelbroeken en sandalen een deel vormen van de folkoutfit, hoewel een groot deel van de mensen zeer casual gekleed de dansvloer bevolkt.

21.15

Einde van de dansinitiatie. Ik stel me op naast de drankstand en zie de habitués geleidelijk binnenstromen. Hier en daar valt een schouderklopje en een welgemeende "En oewist?" Toch lijkt de groep mensen die zich ietwat onwennig gedragen en niet weten of ze de net aangeleerde danspasje leuk mogen vinden nog in de meerderheid. Ik vermoed dat dit de folktoeristen zijn, die eens komen kijken wat dat beruchte boombal precies te bieden heeft.

21.33

Het bal trekt zich op gang. Naast accordeons en fluiten ontwaar ik ook een Fender Precision bas en een Gibson gitaar op het podium. Het klassieke beeld van folk op doedelzakken en draailieren door mannen met baarden lijkt dus niet geheel te kloppen.

Ik werp een blik op de dansende menigte en zie verschillende soorten mensen. Enerzijds heb je de echte folkies, die je snel herkent aan hun Teva-sandalen en lange haren. Voor de meisjes komt daar nog een rok of wikkelbroek, een topje en een vlecht of haarband bij. De jongens lijken eerder voor een short en een streepjesshirt te gaan, op een zeldzame zonderling met plastieken labobril na. Anderzijds tref ik ook heel wat mensen in jeans en proper hemd aan, de haren netjes geknipt en gekamd. Ook een occasioneel scoutsuniform duikt op, net als iemand met een T-shirt van Metallica. Van culturele omnivorisering gesproken.

22.47

Het bal zet zich verder, iedereen verzamelt zich voor een tovercirkel. Zoals de naam van de dans aangeeft starten alle dansers in een kring, waarna afwisselend de meisjes en de jongens, vergezeld van het nodige handgeklap, naar het midden van de cirkel huppelen. Wanneer ook de tolbeweging afgewerkt is, hoor ik verschillende mensen allerhande kreten slaken. De dansers lijken in extase en maken zich klaar voor een volgend rondje in de cirkel, waarbij de haren en de rokken nog sneller in het rond zwaaien.

23.37

Het bal is afgelopen, de dansers puffen uit en maken bij een laatste pint afspraken voor het volgende bal. Her en der nemen enkele jongeren hun instrument ter hand om nog wat dansjes te spelen in afwachting van de afterparty. Wanneer deze met de nodige worldbeats in gang gezet wordt, besluit ik dat ik voldoende informatie heb opgeslagen en zoek ik – met enkele omwegen – mijn weg uit Gent.

DEEL I: LITERATUURSTUDIE

1 Folk en Boombal

Folk is in. Hoewel het genre lange tijd met een imagoprobleem kampte, zien we dat een steeds groter wordend publiek zijn weg vindt naar allerhande folksensaties. Opvallend is dat de grote folkfestivals jaarlijks tienduizenden jongeren aantrekken die in hun cd-rek evengoed de nieuwste hiphoprevelatie of de nummer één van 'de Afrekening' hebben staan, terwijl de Vlaamse rocktempels of cultuurcentra intussen ook een uitgebreid aanbod folkconcerten programmeren. (Van Rompaey, 2005: 3)

Een opvallende speler in dit folklandschap is het 'boombal'. Dit is de naam van een folkbal dat maandelijks op diverse plaatsen in Vlaanderen georganiseerd wordt en vooral bij studenten populair is. Het grote verschil met een doorsneefuif is dat er op een boombal live traditionele folkmuziek gespeeld wordt op een hedendaagse manier en dat er niet zomaar individueel gedanst wordt, maar eerder per paar of in groep. Of zoals het op de website van boombal vermeld staat: "Boombal garandeert een avondje ongekend dansplezier voor jong en oud: je danst in groep of in koppel op swingende *live* folkmuziek." (<http://www.boombal.be>, 16/07/07)

Boombal is enigszins per toeval ontstaan in 2000. Accordeonist Wim Claeys vatte het plan op om met zijn leerlingen een bal te spelen als de ideale praktijkoefening. Dat gebeurde in een schuurtje bij één van hen, in de Boomstraat in Gent. Vandaar de naam boombal. De aanvankelijk beperkte groep aanwezigen vond dit concept geweldig, waardoor er nog boombals volgden. Al gauw werd het schuurtje te klein en verhuisde boombal naar andere, grotere locaties. Intussen is boombal in elke Vlaamse provincie aan te treffen en kan je zelf een boombal organiseren om je personeelsfeestje of buurtbarbecue op te luisteren. (Indesteege, 2005: 75A)

Vanwaar het succes van boombal? Luk Indesteege, voorzitter van het Limburgs Volkskundig Genootschap, maakt gewag van een complexe samenloop van elementen. Een eerste sterk punt is de live folkmuziek. Folk heeft zijn oubollig imago kunnen afschudden dankzij onder meer de deelname van Urban Trad aan het Eurosongfestival in mei 2003. Uit commentaren op diverse folkfora blijkt dat veel boomballers intens genieten van de goede muziek, omwille van het buikgevoel dat deze hen geeft.

Een tweede punt is het uitgesproken danskarakter van een boombal. Je hoeft je niet te schamen wanneer je voor het eerst naar een boombal gaat. Iedereen wordt verwacht mee te dansen, dus niemand moet zich bekeken voelen.

Ten derde is er de 'convivialiteit'. Iedereen danst met iedereen, je kan niet anoniem naar een boombal. Ook het maandelijks ritme van boombal speelt hierin mee, waardoor dansers op het ene boombal reeds afspraken maken voor het volgende. Een andere belangrijke factor is dat de muziek niet te luid staat, waardoor praten mogelijk is.

Een vierde sterk punt is de herwaardering van paardansen. Gezien direct fysiek contact uit de discotheken verdwenen is, wordt boombal soms aanzien als een vorm van compensatie. Ook het feit dat men een potentiële danspartner makkelijk kan aanspreken en uitnodigen om te dansen blijkt de populariteit van paardansen ten goede te komen, net als het feit dat er heel wat *singles* naar een boombal komen.

Een laatste sterk punt van boombal is de internetcultuur. Alle info over boombals verspreidt zich zeer snel via internet, met als meest gebruikte bookmarks

www.boombal.be en www.folkroddels.be. Als je boombal intikt op Google krijg je anno 2007 meer dan 100 000 vermeldingen. (Indesteege, 2005: 75B-75C)

Dit laatste sterk punt, de snelle verspreiding van informatie, is een gegeven dat typisch is voor 'underground' culturen. In 'Club Cultures' (1995) bestudeerde Sarah Thornton de manier waarop informatie het beoogde publiek bereikt. Haar studie mag zich dan wel focussen op het clubcircuit, deze mechanismen zijn evengoed op een boombal van toepassing. Dit publiek is namelijk evenzeer gegroepeerd op basis van communicatienetwerken als clubbers. Een boomballer belandt immers niet per toeval op een bal maar is meestal goed geïnformeerd over de 'places to be'. Hieronder volgt een overzicht van de door Thornton besproken informatiekkanalen.

Een eerste vorm van media om de authenticiteit van dansculturen kenbaar te maken is de mond-aan-mond reclame. Ook al wordt dit medium geromantiseerd als puur en autonoom, in het algemeen is het afgestemd op andere media. Veel conversaties onder vrienden over clubs zijn gebaseerd op flyers die men heeft gezien, radioprogramma's die men heeft gehoord en besprekingen die men heeft gelezen. Vaak is mond-aan-mond reclame dus een uitbreiding van andere communicatiemediën. Ook boombal dankt een groot deel van zijn succes aan enthousiaste dansers die hun vrienden meenemen naar een volgend bal omdat ze zich al dan niet onverwacht geamuseerd hebben op dat ietwat eigenzinnige feestje.

Flyers worden door veel cluborganisatoren als de efficiëntste manier beschouwd om een publiek op te bouwen omdat ze een relatief goedkope manier zijn om beperkte segmenten van het publiek te bereiken. Hun verdeling gebeurt op drie manieren: ze worden rechtstreeks naar clubbers gestuurd (vaak leden) onder de vorm van een

uitnodiging, ze worden uitgedeeld aan mensen op straat 'die eruit zien alsof ze in de club zouden thuishoren' of uitgedeeld in cafés, kleren- en muziekwinkels in de hoop dat ze opgepikt worden door het 'juiste publiek'. Actief flyeren gebeurt weliswaar minder in het geval van boombal, maar een uitgebreide affichage is wel aan te treffen. Heel wat cafés in de grote steden en zowat alle folkfestivals worden gesierd door affiches die de komende bals aankondigen.

Tot slot is er een relatief nieuw medium: het internet. E-mail is duidelijk een verbetering op de traditionele 'snail mail' omdat het sneller, goedkoper en interactiever is. Zoals eerder vermeld teert boombal grotendeels op die internetcultuur. Via gespecialiseerde sites en een efficiënte mailing (met meer dan 18 000 abonnees op de maandelijkse nieuwsbrief) bereikt boombal een grote groep dansers.

De hier opgesomde media hebben verschillende invloeden. Wat hun exacte effect ook moge zijn, ze zijn meer dan enkel vertegenwoordigingen van subculturen. Vooral micro-media zijn essentiële bemiddelaars tussen de deelnemers aan de subcultuur. Ze vertrouwen erop dat hun lezers/luisteraars/consumenten 'op de hoogte zijn' of 'op de juiste plaats en tijd' en zijn actief betrokken in de sociale organisatie van de jeugd. (Thornton, 1995: 137-151)

De juiste doelgroep bereiken aan de hand van een uitgekiende publiciteitscampagne is één zaak, die doelgroep ook effectief tot op de dansvloer krijgen is nog iets anders. De vraag die we hieruit kunnen afleiden is welke factoren bepalen dat iemand naar een boombal gaat en wat de exacte kenmerken van het boombalpubliek nu precies zijn.

2 Muzieksociologische theorieën

Nu we kennis gemaakt hebben met het begrip 'boombal' verbreden we ons perspectief en onderzoeken we hoe folk omschreven wordt in de muzieksociologische vakliteratuur. Hiertoe baseren we ons voornamelijk op het werk van de auteurs Richard Middleton, Simon Frith en Jason Toynbee, die interessante visies aanreiken over hoe folk bestudeerd moet worden en wat het belang van begrippen als 'authenticiteit' en 'puurheid' is.

2.1.1 Folk als muziek *an sich*?

Volgens Richard Middleton, musicoloog aan de universiteit van Newcastle, heerst er onenigheid over wat folkmuziek, folklore of folk nu precies is. In zijn werk 'Studying Popular Music' start hij met de drie benaderingen van de definitie van folkmuziek volgens Charles Seeger (1980).

In de eerste benadering wordt een schema met vier muziektypes gebruikt: (i) 'primitief' of 'tribaal', (ii) 'elitair' of 'kunst', (iii) 'folk' en (iv) 'populair'. Meestal wordt folkmuziek geassocieerd met een lagere klasse in samenlevingen die cultureel en sociaal gestratificeerd zijn, samenlevingen die met andere woorden een elite ontwikkeld hebben en mogelijk ook een populaire, muzikale cultuur. Volgens deze definitie is volksmuziek ook effectief de muziek van het volk, los van de hogere standen.

De tweede benadering gebruikt geen abstracte muziektypes maar culturele processen als criteria tot definitie. Van de meeste folkmuziekprocessen kan namelijk gezegd worden dat ze een zekere continuïteit in zich hebben en meestal mondeling overgeleverd worden. Deze mondelinge overlevering wordt gezien als één kant van een culturele dichotomie, waar de andere kant de geschreven cultuur omvat.

De derde benadering wil alle vaste grenzen verwerpen en zich op één veld richten, namelijk dat van 'muziek'. Dit is de benadering die het dichtst aanleunt bij de visie van Middleton zelf. Volgens hem moet muziek *an sich* bestudeerd worden, los van de invloed van status of overlevering. (Seeger, 1980 in Middleton, 1990: 127-128)

Toch is het lang niet zeker of muziek losstaat van alle andere factoren. Muziek zou evengoed beïnvloed kunnen worden door sociaal-economische en culturele factoren of zelfs door nieuwe sturingsmechanismen, die in de musicologie niet aan bod komen. Zo zouden geslacht, leeftijd en opleidingsniveau een invloed kunnen hebben op iemands

muzieksmaak. De vraag welke deze factoren zijn en wat hun exacte invloed is, vormt de rode draad doorheen deze verhandeling.

2.1.2 De folkwereld en zijn rituelen

Simon Frith hanteert een ander analytisch schema dan Middleton en deelt muziek op in verschillende werelden op basis van discursieve praktijken die een zekere waarde toekennen aan muziek. Hiervoor haalt hij zijn inspiratie bij twee sociologische modellen, namelijk Beckers (1988) bijdrage tot 'art worlds' en Bourdieus (1984) concept 'cultureel kapitaal'. Op deze manier onderscheidt Frith drie types muziekwereld. Deze zijn - volgens de benamingen van Becker - de wereld van de bourgeoisie, de wereld van de folkmuziek en de commerciële muziekwereld. Bourdieu noemt deze werelden respectievelijk de dominante cultuur, de populaire cultuur en de massacultuur. Waar de wereld van de bourgeoisie slechts toegankelijk is voor een beperkt aantal mensen met de juiste kennis en waar de commerciële wereld vooral georganiseerd is rond de muziekindustrie en de monetaire waarde van de afgeleverde producten, neemt de wereld van de folkmuziek een aparte plaats in.

Deze wereld bestaat namelijk uit twee componenten, zijnde het belang van traditie en een reeks 'performing rituals'. De eerste component heeft betrekking op het feit dat binnen de wereld van de folkmuziek de nadruk niet zozeer op geschiedenis en het verwerven van kennis ligt, maar eerder op 'puurheid' en de correcte (traditionele) manier van handelen. Folkmuziek wordt dan ook geëvalueerd op basis van concepten van onveranderlijke muzikale 'waarheden'. De tweede component houdt in dat de folkwereld georganiseerd is rond een reeks rituelen, die niet zo strikt zijn als de toelatingsvoorwaarden tot de wereld van de bourgeoisie, maar desalniettemin verschillen van het dagelijkse leven.

Het meest ontwikkelde en belangrijkste folkritueel is het folkfestival. Een dergelijk festival heeft plaats op een bepaald tijdstip (meestal tijdens het weekend) en op een bepaalde plaats (meestal buiten) waar bepaalde folkwaarden kunnen geleefd worden. Typisch voorbeelden hiervan zijn de artiesten die na hun optreden nog een glas komen drinken met hun publiek of iemand uit het publiek die ergens op de festivalweide spontaan zelf muziek begint te maken. Deze voorbeelden geven aan dat het folkfestival een antwoord wil bieden op de vraag hoe muzikale 'authenticiteit' te creëren. Een dergelijk festival biedt namelijk zowel de ervaring van het folkideaal als de ervaring van

het collectieve muziekmaken en de kans om muziek te beoordelen op basis van haar directe bijdrage tot de sociabiliteit. (Frith, 1990: 97-99)

Ook op een boombal, een moderne variant van de hierboven besproken folkwereld, worden bepaalde rituelen gebruikt en gelden zekere waarden. Een bal begint steeds met een dansinitiatie en is op deze manier bijzonder laagdrempelig, maar toch valt onmiddellijk op wie een ervaren danser is en wie als 'nieuweling' eens komt kijken. De waarden die op een bal heersen zijn dan weer erg uiteenlopend. Sommige mensen komen enkel om te dansen, anderen komen om nieuwe mensen te leren kennen en nog anderen komen om naar de muziek te luisteren. In het empirisch deel van deze verhandeling zullen we trachten verschillende patronen in deze waarden te onderscheiden.

2.1.3 De zoektocht naar authenticiteit

Net zoals Frith in het kader van zijn theorie rond folkrituelen het belang van de begrippen 'puurheid' en 'authenticiteit' aanhaalt, stelt Middleton zich eveneens de vraag hoe deze begrippen moeten ingevuld worden.

Hiertoe bestudeerde hij eerst de definitie van het begrip 'folksong', in 1954 opgesteld door de International Folk Music Council: "Folkmuziek is het product van een muzikale traditie die ontwikkeld werd via het proces van mondelinge overlevering. De factoren die deze traditie vormgeven zijn: (i) continuïteit die het heden met het verleden verbindt; (ii) variatie die ontspringt uit de creatieve impuls van het individu of de groep; en (iii) de selectie door de gemeenschap die de vorm of de vormen waarin de muziek overleeft bepaalt." (*Journal of the International Folk Music Council*, VII (1955: 23) in Middleton, 1990: 132-133)

Hoewel deze definitie enigszins abstract is, wijst ze toch op het eerder vermelde belang van traditie en puurheid en impliciet ook op het belang van rituelen om de overlevering van de muziek in stand te houden. Echter, gezien deze definitie uit 1954 dateert, kunnen we vermoeden dat de visie op folk tijdens de afgelopen decennia gewijzigd is.

Hiertoe stelt Middleton de aangenomen 'puurheid' van de folkgemeenschap in vraag. Deze puurheid, die in meer liberale termen evengoed de verzamelnaam voor de essentiële processen van folkcreatie genoemd kan worden, gaat namelijk hand in hand met de 'authenticiteit' van de muziek. Volgens Middleton berusten deze begrippen echter

op mythes. Op cultureel vlak stamt dit authenticiteitsideaal af van de romantische kritiek op de industriële samenleving. Op politiek vlak is het begrip 'authenticiteit' dan weer afgeleid van de pogingen van de bourgeoisie om die kritiek op de industriële samenleving comfortabel te maken, in de hoop de arbeiders een ideologisch werkende fantasie te kunnen voorhouden die op deze manier de bedreiging van de arbeiderscultuur zou moeten intomen. (Middleton, 1990: 139)

Ook al is de huidige folkbeweging geen rechtstreeks gevolg van een opkomende industrialisering of een dreigende bevolkingsgroep, toch gaan er de dag van vandaag regelmatig stemmen op die van een geromantiseerd folkideaal gewag maken. De vermeende gezelligheid en saamenhorigheid die folkies onderling kennen zou evenzeer een product zijn van de muziekindustrie, net zoals de singles aan de top van de hitlijsten.

Deze visie komt in de empirie aan bod onder de vorm van waardepatronen rond boombal en de vraag of boombal een wezenlijk alternatief is voor commerciële vormen van vrijetijdsbesteding, zoals uitgaan in discotheken of het bezoeken van een fuif. Ook wordt de vraag gesteld of de boomballers een saamenhorige groep zijn of eerder een saamenraapsel van individuen, zoals de these van het geromantiseerd folkideaal stelt.

Ook Frith zocht naar een verdere invulling van het begrip 'authenticiteit'. Na het belang van deze waarde reeds aangehaald te hebben in de context van folkrituelen, stelt hij vast dat 'authenticiteit' eveneens een belangrijke rol speelt bij de kruisbestuiving tussen rock en folk. Dankzij haar aparte karakter heeft de folk namelijk een grote invloed gehad op de rockmuziek. De folkbeweging was zelfbewust tegengesteld aan de conventies van het muziek maken voor en door de massa, en zoals hierboven vermeld werden haar waarden ontwikkeld in isolatie van de gewoonlijke poppraktijken. De grote verdienste van de folk is dat zij staat voor een alternatieve manier van muziek maken die van bijzonder belang is geweest voor die muzikanten die zich niet wilden overgeven aan een leven van manipulatie en uitbuiting door de populaire muziekindustrie. Deze muzikanten vonden in folk

de idee dat songs onderwerpen konden bevatten die veel breder waren dan de conventionele liefdesthema's, dat muzikanten hun werk konden benaderen als zelfexpressie, in plaats van "mensen te geven wat ze willen."
(Laing, 1975: 78-79 in Frith, 1981: 30)

Het verschil tussen folk en rock 'n' roll in de jaren zestig was dat rock 'n' roll het type muziek was dat iedereen kon spelen - iedereen kon zulke eenvoudige muziek maken, iedereen kon zulke rechttoe-rechtaan nummers schrijven - terwijl folkmuziek rond meer

dan enkel de muzikale kant van de zaak draaide. De technieken waren weliswaar eenvoudig te leren, maar dat betekende nog niet dat iedereen het met *originaliteit* kon spelen. Logisch gevolg is dat als niet iedereen zulke muziek kon maken, ook niet iedereen haar kon appreciëren. Hierdoor onderscheidde folk zich sterk van de populaire muziek.

Het is pas na de folkwave (vanaf de jaren 1960) dat er een rockcultuur ontstond die zich expliciet opstelde tegenover de ideologie van muziek maken voor de massa, zoals folk reeds twintig jaar eerder had gedaan. Toen folk werd omgevormd tot folkrock raakte haar politieke positie echter veelbesproken. Folkartiesten schreven geen muziek meer om de wereld te veranderen, maar voor zichzelf. Hierdoor kwam er een nieuwe definitie van het begrip 'authenticiteit'. Volgens Marc Eliot, die de New Yorkse folkscene in het midden van de jaren 1960 beschreef, waren folksongs in de naoorlogse periode een vorm van propaganda om solidariteit op te wekken, totdat ze in het midden van de jaren 1960 evolueerden tot retorische elementen om individueel misnoegen uit te drukken. Het was dan ook deze visie op authenticiteit – trouw aan zichzelf in plaats van trouw aan een beweging of een publiek – die de folkies bewaarden als ze succesvolle singer-songwriters werden, wanneer ze de beweging maakten van gemeenschappelijke naar commerciële manieren van muziek maken. (Frith, 1981: 29-32)

Ook binnen de boombalwereld worden regelmatig kritieken gelanceerd dat het boombal te groot wordt en uit zijn voegen barst en dat de muzikanten eerder voor zichzelf spelen (ze zijn namelijk in loondienst) dan voor hun publiek. In dit opzicht zou de vermeende 'authenticiteit' van de folkwereld zoek geraakt zijn op een boombal. Deze stelling werd voorgelegd aan de respondenten uit mijn onderzoek en wordt in het tweede deel behandeld.

2.1.4 De invloed van de gemeenschap

In de theorieën van Middleton en Frith zit impliciet reeds het belang van de gemeenschap in de folkmuziek. Een authenticiteitsideaal wordt immers niet door één individu gecreëerd, maar gedragen door een hele groep. In dit stuk gaan we dieper in op de waarde van het gemeenschapsgevoel binnen de muziekwereld. Dat dit een controversieel begrip is, blijkt uit de bijdrage van Jason Toynbee. In zijn 'Making Popular Music' ligt de klemtoon eerder op populaire muziek, maar toch treffen we er een aantal interessante begrippen aan om folk verder te theoretiseren.

Een vaak gehoord discours is dat de waarde van een muziekstijl afgeleid kan worden uit de mate waarin deze stijl een uitdrukking is van de *grass-roots* waarden en identiteit. Volgens Frith (1983) is dit een soort van ideologie, gezien het de gemeenschap verheerlijkt en de commerciële aard van populaire muziek weigert te erkennen. 'Gemeenschap' wordt door Frith en vele andere critici als irrelevant bevonden omdat het een air van naïef collectivisme heeft. Toynbee argumenteert echter dat er goede redenen zijn om aan te nemen dat stijl wel degelijk de uitdrukking van een gemeenschap is.

Om dat argument op te bouwen behandelt hij enkele kritieken aan het adres van de gemeenschap-stijl benadering. De eerste is dat deze benadering muziek reduceert tot een index van het sociale en er niet in slaagt het specifieke proces van muziekproductie in kaart te brengen. (Bennett *et al.* 1993) Toynbee beaamt dat dit inderdaad het geval is bij uitvoerige 'sociologistische' analyses van populaire muziek, maar gaat ervan uit dat het bestuderen van stijl als een uitdrukking van een gemeenschap niet noodzakelijk leidt tot de abstractie van de sociale functie van muziek.

Het tweede probleem houdt verband met de vorming en samenstelling van muzikale gemeenschappen. In de gemeenschap-stijl benaderingen ligt immers de gedachte dat gemeenschappen primaire sociale formaties zijn. Zulke gemeenschappen worden ook vaak gezien als onderdanig, met een muzikale activiteit die symbolische weerstand biedt aan de dominante sociale krachten. De vraag is echter welke factoren bepalen dat een groep mensen een gemeenschap vormt. Vooral wat betreft klasse en etniciteit wordt de vraag gesteld of deze elementen wel degelijk een gemeenschap genereren. Volgens Toynbee blijken klasse en etniciteit dit te doen, omdat mensen uit dezelfde klasse of met dezelfde etniciteit door de jaren heen onderdrukt werden en bijgevolg een sterk gevoel voor solidariteit hebben. Binnen zo'n gemeenschap kan dan een muziekgenre ontstaan dat deze gemeenschap vertegenwoordigt.

Dit leidt echter tot een derde probleem. Hoe wordt de sociale ervaring van de gemeenschap vertaald in de esthetische praktijk van stijl? Volgens Willis (1978) is het sleutelwoord hier 'structurele homologie'. Dit betekent dat muziekstijlen die overgenomen werden door een subcultuur het primaire klassenkarakter van deze groep uitdrukken.

Er gaan echter enkele bedenkingen gepaard met deze formulering. Laing (1997: 119) beweert dat het zoeken naar een verband tussen iemands zelfbewustzijn en de betekenis van voorwerpen te rationalistisch is. Middleton (1990: 162) haalt een ander probleem aan, namelijk dat van de circulariteit tussen homologische oorzaak en gevolg. Het probleem kan als volgt beschreven worden: klasse produceert een subculturele positie

die een stijl produceert die op zijn beurt een bepaald klassenkarakter vestigt. Wat dan met de diversiteit van subculturele stijlen en hun waarschijnlijkheid om over de tijd te veranderen?

Homologie is dus amper houdbaar als een algemene theorie van culturele productiviteit, want ze is te één-dimensionaal. Ze kan echter haar plaats nemen als slechts één soort van link tussen gemeenschap en muzikale praktijk, terwijl er nog vele andere bestaan.

Met deze redenering wil Toynbee duidelijk maken dat een benadering *pro* gemeenschap niet per sé uitsluitbaar is van een benadering *contra*. Sommige soorten gemeenschap hebben een sociale samenstelling die 'gereflecteerd', 'uitgebreid' of 'geresoneerd' wordt in een muzikaal genre. In andere gevallen is de overeenkomst tussen gemeenschap en stijl minder direct, of omvat een genre een groot stuk geografische ruimte dat amper als een gemeenschap beschreven kan worden. Om deze relaties te begrijpen, moeten we volgens Toynbee de rol van de muziekindustrie kennen. (Toynbee, 2000: 110-115)

Teruggekoppeld naar het domein van de folk kunnen we ons de vraag stellen of folk een uiting is van een bepaalde hechte gemeenschap of eerder een genre is dat door tal van mensen op verschillende plaatsen en met verschillende achtergronden gesmaakt wordt. Zijn boomballers een homogene groep of wordt de dansvloer bevolkt door een uiterst uiteenlopend publiek?

3 Cultuursociologische theorieën

3.1 Subculturen en neo-tribes

Uit bovenstaande muzieksociologische theorieën blijkt duidelijk het belang van gemeenschap binnen de (folk)muziekwereld. Ook vanuit cultuursociologische hoek verschenen de afgelopen decennia heel wat uiteenlopende visies over hoe mensen zich groeperen en uiting willen geven aan gedeelde belangen. Hieronder bespreken we enkele van deze theorieën.

3.1.1 Subculturen

3.1.1.1 *The Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)*

Gedurende de jaren 1970 en 1980 werden sociologische verklaringen voor de relatie tussen jeugd, stijl en muzieksmaak sterk verbonden met de subculturele theorie, ontwikkeld door het Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS).

In het belangrijkste werk van het CCCS, 'Resistance Through Rituals' (1976), wordt gesteld dat deviant gedrag van jeugdculturen of 'subculturen' begrepen dient te worden als de collectieve reactie van de jeugd, in concreto de arbeidersjeugd, op structurele veranderingen die in de Britse naoorlogse samenleving plaats vonden.

Deze notie van subculturen als een antwoord op structurele veranderingen is gebaseerd op een eerdere paper van het CCCS, Cohens 'Subcultural Conflict and Working Class Community' (1972). Volgens Cohen vormden jeugdschubculturen een collectief antwoord op het verdwijnen van traditionele arbeidersgemeenschappen. Deze verdwijning was het gevolg van de stedelijke ontwikkeling tijdens de jaren 1950, waardoor families naar 'nieuwe steden' en moderne woonblokken verplaatst werden. Zo argumenteert Cohen dat subculturen de tegenstellingen uit de ouderlijke cultuur zouden oplossen en bepaalde verwoeste sociale elementen uit de ouderlijke cultuur terug zouden vestigen. Dit concept werd verder ontwikkeld in 'Resistance Through Rituals', maar vormt slechts één van de vele thema's waarrond subculturele antwoorden werden opgebouwd. (Bennett, 1999: 599-601)

Het concept 'subcultuur' heeft de tand des tijds doorstaan en blijft ook vandaag overleven, maar vormt toch een problematisch begrip. Ook in de theorievorming rond folk en boombal blijkt het slechts weinig bruikbaar.

In de eerste plaats veronderstelt het begrip 'subcultuur' sterke grenzen tussen subculturen onderling. Deze grenzen kunnen echter vager en meer arbitrair zijn dan het concept 'subcultuur' zelf toelaat. Het CCCS geeft dit in zekere zin zelf toe. Op een bepaald punt in 'Resistance Through Rituals' suggereren John Clarke *et al.* het volgende: 'Ook al zijn subculturen belangrijk... toch kunnen ze minder betekenisvol zijn dan wat jongeren gedurende het grootste deel van hun tijd doen.' (1976: 16)

In 'Reconstructing Pop/Subculture' haalt Cagle (1995) dan weer aan dat het CCCS een groot deel van de muziek en stijl-gerelateerde activiteit van de jeugd negeerde. Volgens hem kan elke cultuuruiting een subcultuur genoemd worden, waardoor het begrip 'subcultuur' alles en niks tegelijk betekent. Glitter rock zou bijvoorbeeld ook een 'subcultuur' genoemd kunnen worden, ondanks het feit dat de leden een *mainstream* muzieksmaak en stijl hebben. De terechte vraag die Cagle zich bijgevolg stelt is waar het verschil tussen *mainstream* en *niet-mainstream* subculturen ligt.

Thornton (1995) lost deze vraag op door de voorstelling door de media als verklaring op te voeren. Volgens haar worden 'authentieke' subculturen namelijk grotendeels door de media gecreëerd en ontwikkelen leden van een subcultuur een zelfbeeld en beschouwen ze hun relatie tot de rest van de samenleving op basis van de manier waarop ze voorgesteld worden in de media. Het probleem met het invoeren van de media als verklarende factor is dat het begrip 'subcultuur' te pas en te onpas gebruikt wordt, waardoor het een gemakkelijk *catch-all* begrip is geworden.

Kortom, subculturen worden een onhoudbaar concept. Ze geven de complexiteit en diversiteit van het hedendaagse culturele leven niet meer weer. (Bennett, 1999: 603-605) Om deze reden zullen we dit begrip in het verdere verloop van deze verhandeling dan ook niet gebruiken.

3.1.1.2 Sarah Thornton

Sarah Thornton mag dan wel aan de kwaal lijden 'subcultuur' als stopwoord te gebruiken, toch loont het te moeite even dieper in te gaan op haar theorie. Dit omdat ze voor een hedendaagse invulling van Bourdieus 'cultureel kapitaal' zorgt.

In 'La Distinction' legt Bourdieu uit wat dit begrip precies inhoudt. Cultureel kapitaal omvat de kennis die men verwerft via opvoeding en onderwijs, wat op zijn beurt iemands sociale status weerspiegelt. (Bourdieu, 1984 in Thornton, 1995: 10) Op het gebied van jeugdcultuur ontwikkelt Thornton naar analogie met Bourdieu 'hipheid' als een vorm van subcultureel kapitaal. Ook al lijkt de link met folk bij de bespreking van clubculturen ver weg, toch vormt deze theorie een interessante invalshoek voor de benadering van het folkgebeuren.

Net als cultureel kapitaal kan men subcultureel kapitaal ook in geobjectiveerde of belichaamde vorm bezitten. Subcultureel kapitaal kan geobjectiveerd worden in de vorm van modieuze kapsels en nauwkeurig gekozen cd-verzamelingen. Manieren om subcultureel kapitaal in belichaamde vorm te bezitten zijn dialectwoorden gebruiken (zij het in niet-overdreven mate) en er uitzien alsof je geboren bent om de laatste nieuwe dansstijlen ten berde te brengen. Echter, niets doet meer afbreuk aan kapitaal dan iemand die te hard zijn best doet. Wie op een boombal de juiste hoeveelheid subcultureel kapitaal wil hebben, kan bijvoorbeeld sandalen dragen en danslessen volgen om alle pasjes feilloos te kunnen uitvoeren. Echter, bij dit laatste dreigt reeds het gevaar te hard te proberen erbij te horen.

Wat cultureel kapitaal uiteindelijk bepaalt is zijn mogelijkheid in economisch kapitaal omgezet te worden. Waar dit voor subcultureel kapitaal moeilijker ligt, bestaat er toch een variëteit aan beroepen en inkomens die verworven kunnen worden als een resultaat van 'hipheid'. (zoals DJ's, cluborganisatoren, modeontwerpers,...) In de clubculturen genieten deze mensen veel aanzien. Dit niet enkel omwille van hun groot volume aan subcultureel kapitaal, maar ook omwille van hun rol in het definiëren en ontwerpen van dit kapitaal. Ook op een boombal zullen de organisatoren en de muzikanten meer aanzien genieten dan de anonieme danser.

Volgens Thornton is subcultureel kapitaal niet zo klassengebonden als cultureel kapitaal. Hiermee wil ze niet zeggen dat klasse irrelevant is, maar wel dat klasse niet op een eenduidige manier met de verschillende niveaus van jeugdig subcultureel kapitaal

overeenkomt. In feite ligt de basis van subcultureel onderscheid precies in het ideaalbeeld van klassenloosheid. Subcultureel kapitaal is nu eenmaal iets dat men niet op school kan leren. (Thornton, 1995: 10-13)

Over deze visie valt echter te twijfelen. Is het inderdaad zo dat een boombal niet klassengebonden is en dat alle lagen van de bevolking op dezelfde dansvloer aangetroffen worden? Gezien de grote impact van opleidingsniveau in cultuurparticipatie, valt ook hier te vermoeden dat er wel degelijk een effect van scholingsgraad waarneembaar zal zijn.

3.1.2 Neo-tribes

Een alternatieve benadering voor subculturen kan gevonden worden in de neo-tribale theorie van Michel Maffesoli. Volgens hem is een 'tribus' of 'tribe' "zonder de vastheid van organisatievormen waarmee we vertrouwd zijn, het verwijst meer naar een zekere sfeer, een gemoedstoestand, en wordt bij voorkeur geuit via levensstijlen die verschijning en vorm begunstigen". (Maffesoli, 1996: 98 in Bennett, 1999: 605)

Een tribus is dus een sfeer of gemoedstoestand die mensen groepeerd, maar die de vastheid van een subcultuur mist. Ook een boombal zou onder deze noemer kunnen vallen, gezien het geen subcultuur is die zich verzet tegen de heersende klasse, maar eerder een spontane groepering van dansers. Toch werd reeds aangetoond dat boombal via sterk uitgebouwde informatiekkanalen zijn publiek op een doeltreffende wijze bereikt. Om na te gaan of boombal een tribus genoemd kan worden, gaan we even dieper in op de theorie van Maffesoli.

Maffesoli beschrijft in een typisch Franse, Durkheimiaanse stijl de krachten die in de hedendaagse samenleving werkzaam zijn. Ten eerste heeft hij het over een *vouloir-vivre*, wat de verzamelnaam is voor de passie en de gevoelens in het dagelijkse leven. Deze *vouloir-vivre* kan enigszins vergeleken worden met dat wat Durkheim het profane, of het alledaagse, noemt. Belangrijk is dat Maffesoli's *vouloir-vivre* niet op zichzelf werkt, maar geleid wordt door een ondergrondse, geheime en ondoorgrondelijke kracht: de *puissance souterraine*. Deze kracht is niet-rationeel en ordeloos en heeft bovendien de mogelijkheid om individuen of groepen mensen naar hogere sferen te brengen. Ook hier kunnen we de vergelijking maken met Durkheims begrippen. De *puissance souterraine* komt overeen met het sacrale, de 'heilige sfeer'. (Maffesoli, 1996: 31-32 in Steel, 1997: 32)

De *vouloir-vivre* en de *puissance souterraine* vormen samen de socialiteit. De socialiteit kan dus aanzien worden als het geheel van krachten die op zowel het alledaagse als het hogere niveau een invloed op individuen uitoefenen. Volgens Maffesoli wordt deze socialiteit constant bedreigd door de moderniteit. Deze wil namelijk de passie door middel van ratio en discipline beheersen. Die beheersing geschiedt via de werking van het sociale. Zoals ook bij Durkheim terug te vinden valt, heeft het sociale zowel een bevrijdende als een beperkende kant. Het sociale is tegelijkertijd *enabling* en *constraining*, het biedt mensen mogelijkheden om boven zichzelf uit te stijgen maar is tevens een vorm van controle die mensen steeds laat beseffen wat hun positie is in de groep. De kern van Maffesoli's betoog is dat volgens hem de wil tot leven en samenleven niet zo makkelijk door de krachten van de moderniteit en het sociale getemd kan worden. Hij benadrukt dus het *enabling* aspect van het sociale door ervan uit te gaan dat mensen er steeds opnieuw in slagen aan de rede te ontsnappen. (Steel, 1997: 33)

Uit deze redenering blijkt duidelijk dat Maffesoli een grote kracht ziet in het samen-zijn van mensen, een kracht die voor hem een basisgegeven is in de empathische periode waar we momenteel in leven. Deze periode brak aan na de rationele periode waarin het individualisme en separatisme centraal stonden. Hij noemt deze empathische periode het neo-tribalisme. (Maffesoli, 1996: 11 in Steel, 1997: 33) In deze periode wordt het sociale leven niet meer gestructureerd door de rede, taal of economie maar door de uitwisseling van affecten. De maatschappij wordt gezien als een organisch, collectief geheel waar de mens zich in verliest. De basis van de neo-tribale gemeenschap is socialiteit in plaats van individualiteit. (Maffesoli, 1996: 76 in Steel, 1997: 33)

De reden waarom Maffesoli van het *neo-tribale* tijdperk spreekt is dat het klassieke tribalisme van de jaren 1970 gekenmerkt werd door redelijke stabiliteit binnen de verschillende groepen, terwijl de gemeenschappen binnen het neo-tribalisme eerder onstabiel zijn en opgebouwd uit toevallige, spontane bijeenkomsten. (Maffesoli, 1996: 76 in Steel, 1997: 34)

De sterkte van een tribus zit in het feit dat dit een micro-groep is met eigen wetten, normen en ethiek binnen een wereld van groeiende massificatie. Dankzij die affectueuze verbondenheid tussen de groepsleden is een tribus in staat om te blijven voortbestaan. (Maffesoli, 1996: 41-42 in Steel, 1997: 34)

Een tweede sterk punt is de grote verscheidenheid aan groepen, waardoor ieder lid van de samenleving wel een groep kan vinden waar hij bij hoort. Toch mogen we niet zomaar stellen dat door deze distinctie een eenheid gevormd wordt, de atomisatie van de samenleving is dan ook slechts een impressie. Volgens Maffesoli komt de eenheid die we vormen elders vandaan, namelijk van de zinnelijke sfeer. Hiermee bedoelt hij een

moment waarop men het gevoel heeft het individuele te overstijgen en deel uit te maken van de groep. Dit noemt hij de '*ex-statis*'. (Maffesoli, 1996: 58 in Steel, 1997: 34-35) Bij Durkheim treffen we een begrip aan met een quasi identieke betekenis: de '*effervescence générale*'. Hij gebruikt dit begrip om een algemene staat van opwinding te beschrijven, een moment waarop men de kracht van de samenleving voelt, maar ook de verbondenheid met de stam. (Durkheim, 1968 in Steel, 1997: 46)

Een gelijkaardige visie vinden we terug bij Hetherington (1992) die het festival van Stonehenge bestudeerde. Hij gaat er namelijk van uit dat de neo-tribale levensstijl geassocieerd wordt met de reizigers die jaarlijks naar dit festival komen. De theorie die hij hanteert is gebaseerd op een complexe interactie tussen individualisering en de-individualisering. Het is namelijk via de modernisering en individualisering van de moderne vormen van solidariteit, die gebaseerd zijn op klasse, plaats en geslacht, dat mensen op zoek gaan naar andere manieren om hun identiteit te vestigen en een groepsgevoel te beleven. Dit proces, de-individualisering genoemd, grijpt plaats via het hercombineren van nieuwe vormen van *sociation* gebaseerd op politieke, culturele, seksuele, religieuze en therapeutische identiteiten. De op deze manier gevormde gemeenschappen zijn wat Maffesoli '*neo-tribes*' noemt. Zoals eerder vermeld zijn deze inherent onstabiel en niet gefixeerd door een van de gevestigde parameters van de moderne samenleving, zoals klasse, plaats en geslacht. Integendeel, ze worden in stand gehouden door gedeelde geloven, levensstijlen, consumptiepraktijken en dergelijke meer. (Beck, 1992 en Maffesoli, 1988 in Hetherington, 1992: 92-93)

Ook al is een boombal misschien niet zo'n spontane groepering als een neo-tribe, toch treffen we een aantal gelijkenissen aan wanneer we het neo-tribale concept toepassen op boombal.

Ten eerste overheerst de emotionele component duidelijk. Mensen die een bal bezoeken doen dit meestal niet uit rationele overwegingen, maar om te dansen en zichzelf enigszins te overstijgen. Samen met andere dansers wordt een unieke ervaring beleefd, iets wat Luk Indesteege '*convivialiteit*' noemt². Dit verwijst meteen ook naar de door Maffesoli aangehaalde '*ex-stasis*', het moment waarop men ten volle deel uitmaakt van de groep.

Net als een tribus kan een boombal ook gezien worden als een micro-groep in een wereld van groeiende massificatie. Op een bal is de kans groot dat de mensen elkaar herkennen van een vorige gelegenheid en is de drempel om iemand aan te spreken veel lager dan in de buitenwereld. Boombal kan dus in zekere zin gezien worden als een mini-wereldje dat

² Zie hoofdstuk 1 "Folk en Boombal"

ietwat verschilt van de algemene gang van zaken in het dagelijks leven. Uit de theorieën van beide auteurs kunnen we het vermoeden afleiden dat boombal beter onder de noemer 'neo-tribe' onder te brengen valt dan onder 'subculturen'. Een boombal verzet zich namelijk niet tegen de heersende klasse, maar is eerder een spontane, affectueuze gemeenschap van mensen.

Toch is er uit verschillende hoeken kritiek gekomen op de neo-tribale, postmoderne benadering. Vooral de visie van Bennett (1999), een notoire verdediger van het postmodernisme en aanhanger van Maffesoli's concepten, wordt zwaar onder vuur genomen. Volgens Blackman (2005) bieden de postmoderne interventies enkele nuttige inzichten, maar mist hun nieuwe theoretisering inhoud en kritische toepassing op de sociale, economische en culturele werkelijkheid van jongeren. De postmoderne benadering lijdt aan een gebrek aan kritische zelfreflectie en claimt tegen universelen te zijn, omdat deze de individualiteit belemmeren en ontkennen. Anderzijds heeft ze het steeds over universele morele voorschriften zoals pluraliteit in plaats van singulariteit, vloeibaarheid in plaats van vastheid, en zo verder. Door net die universelen als onderdrukkend te beschouwen negeert de postmoderne benadering de macht van kapitaal. Dus, zonder begrip voor collectieve vormen van onderdrukking blijft postmoderne emancipatie volgens Blackman een 'speculatieve oefening'. (Blackman, 2005: 15-16)

Ook Hesmondhalgh (2005) gaat ervan uit dat de neo-tribale benadering geen volwaardig alternatief is voor de subculturele theorie. Zijn stelling is dat de subculturalisten dan misschien wel de verbondenheid en duurzaamheid van groepsidentiteiten overschat hebben, maar dat simpelweg instabiliteit en tijdelijkheid als alternatief aanbieden geen goede oplossing is. Hij stelt tevens dat 'tribes' een sterke connotatie dragen met precies dat soort van vastheid en rigiditeit waarmee Bennett het oneens was in het werk van de subculturalisten. Kortom, volgens Hesmondhalgh hanteert Bennett een visie die consumeren verheerlijkt en te postmodern en te contingent is. (Hesmondhalgh, 2005: 23-25)

3.2 De sociale bepaaldheid van culturele voorkeuren

Muziek kan op verschillende niveaus benaderd worden. Via een eerste perspectief kunnen we muziek zien als een geordend systeem van betekenissen en een set van symbolen voor deelname aan sociale interactie. Op dit niveau is muziek een geheel van expressieve symbolen en waarden waarmee mensen hun werelden definiëren, hun gevoelens uitdrukken en hun oordelen vellen. Op een ander niveau treffen we echter ook het overkoepelende raamwerk van interactief gedrag, de sociale structuur, aan. Deze bestaat uit sociale klassen, groepen, organisaties en subculturen. Het dieper ingaan op de relatie tussen deze twee niveaus is een interessant uitgangspunt in de studie van moderne, complexe samenlevingen. Daarom zet ik in de volgende paragrafen de belangrijkste theorieën rond de rol van sociale stratificatie in muziek uiteen. (Lewis, 1992: 135-136)

3.2.1 Smaakcultuur

De Amerikaanse socioloog Herbert Gans heeft de term *smaakcultuur* bedacht om te verwijzen naar de set culturele strata in een samenleving die ruwweg overeenkomen met de sociale klassenstrata van die samenleving. (Gans, 1967 in Lewis, 1992: 139) Wat Gans in gedachten had was dat alle leden van een samenleving – van de hogere tot de lagere sociale klasse – bepaalde ideeën hebben over de waarde van verschillende culturele materialen, waaronder muziek. Als iedereen voor deze materie stemrecht zou bezitten, dan zouden individuen een ‘culturele ranking’ van hoog naar laag kunnen opstellen. Op deze manier is iemands positie in de klassenstructuur van de samenleving een belangrijke determinant van de muziek waar iemand van geniet. Omgekeerd is het ook mogelijk om iemands sociale klasse te voorspellen wanneer zijn of haar muzikale voorkeuren gekend zijn.

Ook Denisoff & Levine (1972), die Gans’ ideeën als eersten testten in Los Angeles, ondervonden dat sociale klasse een belangrijke determinant is van muziekvoorkeur, maar dat andere demografische factoren – leeftijd, opleiding, religie, ras, geografische localiteit – even belangrijk zijn.

Peterson & DiMaggio (1975) daarentegen kwamen tot de bevinding dat lijnen van onderscheid op basis van sociale klasse niet altijd evident zijn. Zij troffen duidelijk groeperingen van mensen aan die dezelfde soort muziek verkozen maar *niet* bij elkaar pasten in termen van sociale klasse. Anderzijds hielden mensen uit dezelfde strata ook niet altijd van dezelfde soorten muziek. (Lewis, 1992: 139-140)

Hieruit leidt Lewis af dat er geen eenduidig verband bestaat tussen sociaal klassenniveau en muziekconsumptie. Voor hem is muziek iets dynamisch, zit het vol met subjectieve betekenissen en overstijgt het indicatoren zoals sociale klassen, leeftijd en opleiding bij de creatie van groepen met gemeenschappelijke muzikale verwachtingen en symbolische definities. In feite komt het er op neer dat hoe complexer een samenleving wordt, hoe groter de kans is dat alle muzikale verbanden met de cultuur gelijktijdig zullen bestaan en dat er geen duidelijk verband tussen muziekvoorkeur en sociale klasse gevonden kan worden. In minder complexe samenlevingen daarentegen (waar sociale mobiliteit minder gangbaar is), lijkt een eenvoudiger model van traditionele smaakculturen die overeenkomen met sociale klasse wel de norm. (Lewis, 1992: 141-142)

De vraag die we ons hierbij kunnen stellen is of het wel degelijk zo is dat er geen verband bestaat tussen sociale klasse en culturele voorkeuren. Alvorens de verschillende theorieën hieromtrent uiteen te zetten, dienen we een onderscheid te maken tussen de begrippen 'klasse' en 'status'.

3.2.2 Klasse en status

Volgens Runciman (1966) vormen klasse en status twee basisdimensies volgens dewelke een samenleving gestratificeerd wordt.

Runciman hanteert een Weberiaanse definiëring en omschrijft iemands klassensituatie als de positie die iemand inneemt in de markt van arbeid en uitwisseling. Deze omvat voornamelijk het bezit van kapitaal, maar bijvoorbeeld ook kansen op economisch voordeel. Ook iemands levenskansen vloeien voort uit zijn klassensituatie.

Ook al is status verbonden met klasse, het is er geen synoniem van. Status omvat namelijk sociale waardering en prestige en wordt eerder bepaald door levensstijl dan door inkomen. Mensen met een gelijkaardige levensstijl hebben de neiging zich te groeperen en zo een stand te vormen. Aan de levensstijl die met een bepaalde status verbonden is wordt een bepaald prestige toegekend. Omdat deze levensstijlen met hun desbetreffende hoeveelheid prestige hiërarchisch ordenbaar zijn, vormen ze een bron van ongelijkheid. Het bekendste sorteringsmechanisme op dit gebied is het onderwijsniveau. (Runciman, 1966 in Bêteille, 1974: 47-50)

Nu beide begrippen gedefinieerd werden, kunnen we een overzicht bieden van de verschillende theorieën rond klasse, status en culturele voorkeuren.

3.2.3 Kunstconsumptie

Voor de opbouw van hun theorie stelden DiMaggio & Useem (1978) zich de vraag: welke zijn de oorzaken van de verschillen in culturele consumptie en hoe kunnen we deze verklaren? In hun studie van de kunstconsumptie in Amerika onderscheidden zij vier belangrijke factoren die een antwoord kunnen bieden op deze vraag.

3.2.3.1 *Appreciatie van kunst is aangeleerd*

Appreciatie van en verwantschap met hoge kunsten is een aangeleerde capaciteit, waarbij de toegang tot dit aanleren ongelijk verdeeld is onder de sociale standen. (DiMaggio & Useem, 1978: 149)

Soms kan men, bij afwezigheid van een familiale achtergrond om de hoge kunsten te leren kennen, via voornamelijk scholing dezelfde capaciteiten aangeleerd krijgen. Als dit correct is, dan is de blootstelling aan hoge kunsten ongelijk verdeeld via opleiding, zowel omdat individuen via opleiding verwantschap met elitaire culturele tradities verwerven als omdat individuen met een hoger opleidingsniveau disproportioneel vaker uit de hogere standen en de hogere middenstanden afkomstig zijn. De alternatieve verklaring, dat ongelijke consumptie het resultaat is van de hogere inkomens van hoogopgeleiden, kan dan ook maar op weinig bijval rekenen. (DiMaggio & Useem, 1978: 149-150)

De respectievelijke invloed van opleiding en inkomen op cultuurparticipatie nagaan zou een interessant onderdeel van mijn onderzoek kunnen vormen. Gezien mijn vragenlijst echter beperkt is en er geen vragen over inkomen in opgenomen werden, kan ik de vergelijking tussen opleiding en inkomen niet maken.

3.2.3.2 *Appreciatie van kunst is contextueel*

Appreciatie en het begrijpen van hoge kunsten is verbonden met de context waarin deze gepresenteerd worden. Deze context is in het algemeen vertrouwd voor de hogere middenstand en de hoge standen dan voor anderen. (DiMaggio & Useem, 1978: 150-151)

Als deze stelling correct is mogen we verwachten dat bijvoorbeeld kunstvoorstellingen in open lucht een diverser publiek aantrekken dan reguliere voorstellingen. (DiMaggio & Useem, 1978: 150-151) Ook bij boombals is er een verschil waarneembaar tussen de maandelijkse 'indoor' bals en de gelegenheidsbals tijdens de zomerfestivals. De tweede trekken een groter en diverser publiek aan dat deels uit toevallige passanten bestaat. Het is echter op deze manier dat heel wat mensen in contact komen met boombal en 'vaste klanten' worden.

3.2.3.3 *Kunstconsumptie bevordert standencohesie*

Participatie aan hoge kunstactiviteiten creëert sociale solidariteit onder degenen die participeren. De verschillende gradaties waarin mensen aan hoge kunsten worden blootgesteld heeft als effect dat standencohesie verder versterkt wordt. (DiMaggio & Useem, 1978: 151)

Standensolidariteit berust op sociale en ideologische cohesie. Om beide vormen van cohesie te behouden werpen standen grenzen van inclusie en exclusie op. Leden van de cohesieve groep moeten hun ideologische en sociale eenheid versterkt zien, terwijl niet-leden uitgesloten moeten worden van enige deelname aan deze eenheid. Opleiding speelt in dit proces een centrale rol.

Groepen vestigen hun sociale en ideologische cohesie vaak via collectieve deelname aan rituele gelegenheden. Deze rituele gelegenheden kunnen heel divers zijn. Deelname aan kunstevenementen kan bijvoorbeeld een dergelijke gelegenheid bieden, net als het bezoeken van een boombal. Dit belang van rituelen komt op hetzelfde neer als wat Simon Frith bedoelde met 'performing rituals'. De rituelen in de folkwereld (waaronder het folkfestival) garanderen dat niet iedereen zomaar toetreedt tot dit milieu, waardoor de interne cohesie onder de leden versterkt wordt.

Opvallend is dat vooral de hogere middenstand intens cultureel participeert. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat deel uitmaken van een kunstpubliek kansen biedt om

zich met de hogere standen te identificeren, waardoor de middenstand op deze manier toegang ziet tot een sociale status die anders onbereikbaar zou zijn. (DiMaggio & Useem, 1978: 151-154)

3.2.3.4 Kunstconsumptie is een vorm van cultureel kapitaal

Fracties van de hoge stand en de hogere middenstand die een gebrek hebben aan economisch kapitaal zullen cultureel kapitaal verwerven als alternatieve strategie om hun positie in de standenstructuur te behouden en te verbeteren. (DiMaggio & Useem, 1978: 154)

Cultureel kapitaal kan omgevormd worden tot sociaal kapitaal in de vorm van netwerken en connecties, terwijl sociaal kapitaal op zijn beurt gebruikt kan worden om economisch kapitaal te verwerven. Deze veronderstelling kan een verklaring bieden voor het feit dat fracties van de hoge en de hogere middenstand een hoge consumptie van kunsten vertonen. Sommige van deze strata hebben immers een tekort aan economische middelen, dat ze trachten te compenseren door cultureel kapitaal te verwerven en zo een verbetering van hun positie in de standenstructuur teweeg te brengen. Tevens kan men ook verwachten dat sommige families zullen trachten cultureel kapitaal te verwerven als middel tot opwaartse sociale en economische mobiliteit voor hun kinderen. Of zoals eerder vermeld: ouders voeden hun kinderen op met bepaalde op stand en klasse gebaseerde doelen voor ogen. Toch dient opgemerkt te worden dat economisch, cultureel en sociaal kapitaal op een veel complexere wijze met elkaar verbonden zijn dan in deze voorbeelden wordt aangegeven. Deze zijn dan ook slechts een mogelijke verklaring voor bepaalde vormen van sociaal gedrag, maar hebben niet de ambitie het samenspel van de verschillende kapitaaltvormen feilloos in kaart te brengen. (DiMaggio & Useem, 1978: 154-155)

3.2.4 De symbolische samenleving

Terwijl DiMaggio & Useem focusten op de verschillen tussen standen, zoekt Elchardus (2002) verklaringen bij nieuwe mechanismen. Met de these van de symbolische samenleving gaat hij er namelijk van uit dat elke samenleving het gedrag van haar leden stuurt. Deze sturing of sociale controle voltrekt zich op subtiele wijze, ze werkt als het ware van binnenuit. Elk individu heeft de mogelijkheid om vrije keuzes te maken, maar wat uiteindelijk gekozen wordt is als het ware reeds geprogrammeerd via vorming en de

maatschappelijke verdeling van vaardigheden, kennis, informatie en dergelijke meer. Een individu mag dan wel meer keuzevrijheid hebben, de gemaakte keuzes worden gecontroleerd via de productie en verspreiding van symbolen. Met deze symbolen wordt gesocialiseerd en beïnvloed, via ondermeer het onderwijs en de massamedia, waardoor deze het centrale sturingsmechanisme van de samenleving vormen. Vandaar dat we gewag kunnen maken van een *symbolische samenleving*. (Elchardus, 2002 in Elchardus & Glorieux, 2002:25-26)

Een concrete toepassing van deze these vinden we bij het onderzoek naar vrijetijdsbesteding. Tal van auteurs veronderstellen dat moderne mensen zelf een identiteit en een eigen levensstijl ontwikkelen en persoonlijke keuzes maken. Uit deze visie vloeide de detraditionaliseringstheorie voort. Deze houdt in dat de vrije tijd steeds minder gestuurd wordt door tradities of traditionele invloeden. De radicale variant van deze these zegt dat kenmerken zoals leeftijd, geslacht en sociale klasse nog maar weinig effect hebben op hoe mensen zich gedragen. De gematigde variant veronderstelt dat er zich nieuwe normen en voorschriften hebben ontwikkeld, terwijl de traditionele kenmerken mogelijk hun belang behouden. Doordat deze nieuwe mechanismen de vrije tijd vorm geven, zouden er symbolische patronen van vrijetijdsgedragingen, smaken en voorkeuren ontstaan.

Dit is waar de these van de symbolische samenleving bij aansluit. In de moderne samenleving zijn de school, de sociale netwerken en de massamedia de voornaamste cultuurnetwerken en socialisatiekanalen geworden. Zo hebben deze ook hun invloed op de vrijetijdsbesteding. Met andere woorden, de patronen van vrijetijdsbesteding houden verband met die socialisatiekanalen die men doorlopen heeft of de culturele invloeden waaraan men blootgesteld wordt. (Glorieux & Moens, 2002 in: Elchardus & Glorieux, 2002: 85-88)

Via deze sociale gestuurdheid zou er dus wel degelijk een verband kunnen bestaan tussen sociaal-culturele achtergrond en muziekvoorkeur. In het empirisch deel zullen we nagaan of deze stelling klopt.

3.2.5 De gewijzigde invloed van klasse

Hoewel Gans, zoals hoger vermeld, klasse als een belangrijke indicator voor culturele keuzes ziet, sluit hij zich toch enigszins aan bij de stelling dat klasse slechts een deel verklaart van waarom mensen een bepaalde cultuurvorm kiezen. Hij kwam namelijk tot de bevinding dat mensen hun keuzes niet tot slechts één cultuur beperken. Degenen die bijvoorbeeld uit een hogere cultuur kiezen zijn vaak ook betrokken in lagere culturen, een verschijnsel dat lange tijd 'slumming' genoemd werd. Peterson kwam later met de bredere term 'omnivoren', waarmee hij aangeeft dat mensen vaak uit veel verschillende menu's selecteren bij het maken van culturele keuzes. (Gans, 1999: 9-10)

De vermeende relatie tussen cultuurkeuze en klasse kan echter veranderen.

Ten eerste kan er convergentie optreden. Dit betekent dat de klassen gelijkaardig worden in het maken van culturele keuzes. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer mensen uit de lagere middenklasse een populaire tentoonstelling in een museum bezoeken of naar een onafhankelijk geproduceerde film gaan kijken.

Een speciale vorm van convergentie is gentrificatie. Dit is het proces waarbij 'hogere' culturen specifieke keuzes van de armen overnemen wanneer de armen deze achterwege laten. Dit treffen we aan bij sommige soorten country en rap, die na verloop van tijd een ander publiek bereikten dan dat waarvoor ze oorspronkelijk gecreëerd werden. Ook jazz en blues zijn muziekgenres die aanvankelijk door mensen uit de lagere sociale strata geapprecieerd werden, maar die door de jaren heen op de sociale ladder gestegen zijn en tegenwoordig eerder als 'hogere cultuur' gepercipieerd worden.

Een derde vorm van verandering is divergentie. Divergentie ontstaat omdat nieuwe, klassengerelateerde smaken hun intrede doen of omdat leeftijd, geslacht en etniciteit een grotere invloed hebben op smaak dan ze in het verleden hadden. Een voorbeeld van divergentie is de verdere opdeling van jeugdcultuur in verschillende leeftijdscategorieën, gaande van pre-tiener tot jongvolwassen. (Gans, 1999: 10-12)

De belangrijkste factoren voor deze vormen van omnivorisering bevinden zich grotendeels aan de vraagzijde van de culturele markt. In de eerste plaats is het gemiddeld inkomen sterk toegenomen, vooral onder de welvarender klassen. Toch maakt deze toename vaak het grootste culturele verschil bij een jonger publiek. Wanneer jongeren namelijk meer geld hebben om uit te geven, kan hun vraag hele culturele genres controleren, met film en muziek als belangrijkste voorbeelden. Hierdoor moeten volwassenen soms films bekijken die grotendeels voor een jonger publiek gemaakt zijn of moeten ze convergeren naar het kleinere aantal films dat specifiek voor volwassenen

gemaakt wordt.

Een tweede significant verschil aan de vraagzijde komt voort uit het gestegen opleidingsniveau. Gevolg hiervan is een daling van het aantal culturele producten gericht op de lagere sociale strata en een toename van de producten uit de middencultuur, samen met een meer algemene convergentie.

Een derde verandering is de afname van het aanwenden van cultuur als een statusindicator. Ouders voeden hun kinderen nog wel steeds op met op klasse gebaseerde doelen voor ogen, maar toch kunnen jongeren zich op cultureel vlak makkelijker van hun ouders onderscheiden dan vroeger. Het is wel een feit dat jongeren vaak beïnvloed worden door *peer pressure* bij het maken van culturele keuzes. (Gans, 1999: 17-18)

De hierboven vermelde factoren werden verder uitgewerkt in tal van theorieën omtrent omnivorisering. Hieronder licht ik de drie voornaamste toe.

3.2.5.1 Homologie

De eerste theorie is het homologie-argument. Hierin gaat men ervan uit dat sociale stratificatie en culturele stratificatie overlappen. Het komt erop neer dat individuen in hogere sociale strata 'hoge' en 'elitaire' cultuur verkiezen en consumeren, terwijl individuen in lagere sociale strata eerder een voorkeur hebben voor 'populaire' of 'massa'cultuur. (Chan & Goldthorpe, 2007: 1)

Er bestaan echter grondigere versies van het homologie-argument, met name die ontwikkeld door Bourdieu in 'La Distinction'. Volgens hem is status het symbolische aspect of de dimensie van de klassenstructuur, iets wat niet enkel tot economische relaties gereduceerd kan worden. Hij spreekt dan ook van een 'klassenhabitus' die een 'semantische' eenheid produceert bij praktijken in alle consumptiedomeinen. (Chan & Goldthorpe, 2007: 1-2)

Om deze visie beter te begrijpen dienen we Bourdieus kernbegrippen kort uiteen te zetten. Belangrijk hierbij is het onderscheid tussen economisch en cultureel kapitaal. Economisch kapitaal is de weerspiegeling van iemands klassenpositie en wordt verworven via het beroep en het inkomen. Het cultureel kapitaal is dan weer een maat voor iemands statuspositie, met name de culturele competentie die individuen ontwikkelen in een bepaalde leefstijl. Deze competentie zou samenhangen met de aard van de cultuuroverdracht die in het gezin plaatsvindt. Een deel van dit culturele kapitaal is een

uitdrukking van het economisch kapitaal waarover een gezin beschikt. Een ander deel wordt, relatief onafhankelijk, geïndiceerd door het opleidingsniveau van de ouders. Dit is wat Bourdieu het *scolaire kapitaal* van het gezin noemt. Waar Bourdieus visie in een notendop op neerkomt is dat zowel economisch als cultureel kapitaal, of anders gezegd klasse en status, bepalend zijn voor iemands culturele smaak en op die manier groepen van stijlvoorkeuren kunnen definiëren. (Tillekens, 1986 in Tillekens, 1993: 180)

3.2.5.2 *Individualisering*

Een tweede argument is wat we het individualiseringsargument kunnen noemen. Dit argument vertelt min of meer het tegengestelde van het homologie-argument, namelijk dat culturele voorkeuren eerder een uiting zijn van individuele 'zelf-realisatie' in plaats van gedetermineerd te worden door klasse en status. In de zwakkere versies van deze theorie worden structurele aspecten zoals leeftijd, geslacht, etniciteit en seksualiteit even belangrijk beschouwd als klasse of status op het vlak van levensstijlen. In de sterkere, vaak postmoderne versies worden levensstijlen beschouwd als totaal vrij van elke vorm van structurele onderbouw of inherente eenheid. Als we het homologie-argument vergelijken met het individualiseringsargument, kunnen we zeggen dat de nadruk bij het eerste ligt op de rol van habitus, terwijl men bij het tweede focust op vrijheid. (Chan & Goldthorpe, 2007: 2)

Een punt dat in deze postmoderne visie steeds terugkeert is het feit dat de huidige jeugdculturen zich min of meer onttrekken aan de invloed van het gezin. Zoals hoger vermeld wordt de invloed van leeftijdsgenoten, *peer pressure*, een belangrijkere factor bij het maken van culturele keuzes. Deze invloed wordt vaak in twee pijlers opgedeeld: jeugdcentrisme en marginaliteit. Kenmerkend voor het jeugdcentrisme is de gerichtheid op de eigen wereld van de vrije tijd, met name op de 'kicks' van het uitgaansleven. Hiertegenover staat de marginaliteit, die vertegenwoordigd wordt door groepen jongeren die een alternatieve leefstijl cultiveren die sterk op zichzelf betrokken is en duidelijk gericht is tegen het respectabele, 'burgerlijke' gezinsleven. (Miedema, 1989 in Tillekens, 1993: 181)

Wanneer we de vergelijking met boombal maken kunnen we vermoeden dat de factor 'marginaliteit' eerder toepasbaar is dan jeugdcentrisme, aangezien veel folkliefhebbers zich in bepaalde mate afzetten tegen heersende waarden en een alternatieve levensstijl aannemen.

3.2.5.3 Omnivorisering

Ten slotte hebben we het omnivoriseringsargument. Zoals reeds eerder vermeld gaat men er in deze visie van uit dat de culturele consumptie van individuen in hogere sociale strata verschilt van individuen in lagere sociale strata in de zin dat de eerstgenoemde vorm groter en wijder is in zijn bereik. Het culturele contrast tussen de verschillende strata wordt dus niet gevormd door 'snob versus slob', maar door dat van de culturele omnivoor versus de culturele univoor. Kortom, de hogere sociale strata hebben een bredere culturele voorkeur dan de lagere sociale strata. (Chan & Goldthorpe, 2007: 2-3) Dit betekent echter niet dat de lagere sociale strata *inactief* zijn. De reden waarom ze univoor genoemd worden is dat ze eerder actief betrokken zijn bij één, of in het beste geval een paar, alternatieve esthetische tradities. (Peterson & Simkus, 1992: 170) Op deze manier kunnen we omnivoren aanzien als tolerante individuen die een algemene openheid hebben ten opzichte van andere cultuurvormen dan degene waarin ze zelf gesocialiseerd zijn. Echter, deze zogenaamde tolerantie houdt ook een zekere culturele en sociale superioriteit in, wanneer deze tegen de beperkte cultuurvormen van de univoren wordt geplaatst. (Sintas & Alvarez, 2002 in Chan & Goldthorpe, 2007:3)

In hun artikel 'Hoe vrij is de vrije tijd?' kwamen Glorieux & Moens (2002) tot een omschrijving van de 'omnivoor'.

Omnivoren zijn hoogopgeleid, hebben een voorkeur voor kritische media en participeren in het maatschappelijk middenveld. Niet de sociaal-economische status, met determinanten als geslacht, leeftijd en inkomen, maar wel het onderwijstraject speelt een grote rol in het omnivoor vrijetijdsrepertoire. Het omnivore vrijetijdsgedrag komt namelijk veel meer voor bij hogegeschoolden dan bij laaggeschoolden.

De zogenaamde tolerantie en ruimdenkendheid van de omnivoor blijkt, zoals hierboven reeds aangehaald, niet zo baanbrekend als men soms wel aanneemt. De omnivoor profileert zich elitair in het medialandschap en heeft hierdoor een opvallend voorspelbare mediavorkeur. De brede smaak van de omnivoor kent zijn grenzen, want populaire media gebruikt hij niet.

Wat betreft de deelname aan het maatschappelijk middenveld hebben leden van een vereniging een aanzienlijk grotere kans om omnivoor te zijn. Op dit vlak zijn omnivoren ook echt omnivoren, ze zijn aanwezig in alle soorten verenigingen in alle segmenten van het maatschappelijke middenveld. (Glorieux & Moens, 2002 in: Elchardus & Glorieux, 2002: 103)

Elk van de drie bovenvermelde visies heeft voor- en tegenstanders, voor elke visie bestaat er wel een onderzoek dat met het nodige cijfermateriaal de theorie kracht bijzet.

Daarom zullen we in het empirisch gedeelte van deze verhandeling zelf op zoek gaan naar welk argument het best toepasbaar is op de folkwereld. Is folk een vrijetijdsbesteding van hoogopgeleiden of is het eerder volks vermaak, zoals de term 'volksmuziek' neigt aan te geven? Of zijn folk liefhebbers vooral culturele omnivoren, die naast een rockconcert en een museumbezoek ook regelmatig een bal frequenteren? Deze vragen worden in het tweede deel onderzocht.

4 Onderzoeksvragen en hypothesen

De grote vraag die ik me in mijn onderzoek stel is welke factoren bepalen dat iemand naar een boombal gaat. Deze vraag splits ik op in verschillende onderdelen.

Ten eerste, kunnen we een onderscheid maken tussen de verschillende redenen om naar een boombal te gaan? Of komt iedereen om dezelfde reden, in casu dansen?

Ten tweede, participeert het boombalpubliek ook aan andere vormen van folk buiten boombal?

Ten derde, vormt het boombalpubliek een homogene groep met kenmerken die haar duidelijk onderscheiden van niet-boomballers? Zo ja, welke zijn deze onderscheidende kenmerken?

Uit bovenstaande elementen stel ik de kernhypothese van mijn onderzoek op, gebaseerd op de these van de symbolische samenleving. Wij denken als vrije personen individuele keuzes te maken waarbij we ons noch door traditie, noch door gezag laten beïnvloeden. In werkelijkheid daarentegen worden we van binnenuit gestuurd door sociale en culturele mechanismen bij het maken van deze keuzes. Toegepast op het domein van boombal: folkliefhebbers zijn geen individuen die een vrije, originele keuze maken door van folk te houden, maar worden allen gekenmerkt door een gelijkaardige sociaal-culturele achtergrond.

Deze socialiserende mechanismen omvatten ondermeer het onderwijs, de media, de muziek, het verenigingsleven en de vrijetijdsbesteding. Om na te gaan of de boombalgroep een homogene populatie is met specifieke scores op deze onderdelen, hou ik een vergelijkende studie tussen de boomballers en een bestand van Vlaamse jongvolwassenen. In dit kader worden volgende vragen gesteld:

- Zijn de boomballers hoger of lager opgeleid dan de gemiddelde Vlaamse jongvolwassene?
- Kunnen we een onderscheid maken tussen verschillende patronen van mediavorkeur? Hebben boomballers een duidelijke voorkeur voor één van deze patronen?
- Heeft een boomballer een *mainstream* muzieksmaak of kiest hij voor alternatieve genres?
- Is een boomballer actiever in het verenigingsleven dan de jongvolwassene? Heeft dit een invloed op de motivatie om naar een boombal te gaan?
- Is het folkmilieu politiek links of rechts georiënteerd?
- Zijn er verschillende patronen in de vrijetijdsbesteding te onderscheiden? Staan bepaalde patronen garant voor een frequentere deelname aan boombals?

DEEL II: EMPIRIE

1 Methode en dataverzameling

Voor het empirisch gedeelte van deze verhandeling werd geopteerd voor een kwantitatieve methode. Deze is gebaseerd op een enquête die ik afgenomen heb bij een steekproef van de boombalgangers. Deze enquête werd via Student & Onderzoek op het internet geplaatst³. De link werd verspreid via diverse folkfora en via de nieuwsbrief van boombal, die maandelijks via e-mail naar ongeveer 18 000 abonnees wordt verstuurd. Op deze manier hebben bijna 300 respondenten een vragenlijst ingevuld. Hoewel de vragenlijst gedurende een periode van drie maanden (van februari tot mei) *online* heeft gestaan, vulden de meeste respondenten tijdens de eerste twee weken van deze periode reeds een vragenlijst in. Op relatief korte tijd werden dus de meeste antwoorden verzameld.

Uiteraard dienen we rekening te houden met een zekere vertekening. Door internet als kanaal te gebruiken heb ik alleen de mensen met een computer bereikt. Gezien de snelle reacties op korte tijd kunnen we ervan uitgaan dat vooral gemotiveerde respondenten een enquête hebben ingevuld. Wanneer we nagaan hoe vaak de respondenten al naar een boombal geweest zijn, merken we inderdaad dat we vooral met ervaren dansers te maken hebben.

Tabel 1 - Aantal keer boombal

<i>Hoe vaak ben je al naar een boombal geweest?</i>	<i>Percentage</i>
1 keer	2,9
2 tot 5 keer	15,1
6 tot 10 keer	17,6
Meer dan 10 keer	64,4

Verder dienen we ook nog te vermelden dat de steekproef met 282 bruikbare respondenten relatief klein is, wat betekent dat veralgemeningen van de resultaten met enige omzichtigheid behandeld zullen moeten worden.

De enquête bestaat uit verschillende onderdelen. In eerste instantie werd gepeild naar achtergrondkenmerken van de respondenten en naar hun opleidingsniveau en

³ Zie bijlage voor de volledige vragenlijst

beroepsstatus. Vervolgens werden media- en muziekvoorkeur nagegaan en werd gemeten hoe actief men is in het verenigingsleven. Ook de vrijetijdsbesteding en de politieke voorkeur worden in kaart gebracht. Op het einde van de enquête werd tot slot gekeken naar hoe actief de respondenten zijn in het folkmilieu en werden hen enkele stellingen over boombal voorgelegd.

Het doel van dit onderzoek is na te gaan of de boombalpopulatie wezenlijk verschilt van de gemiddelde jonge Vlaming. Hiertoe vergelijk ik mijn resultaten met twee reeds bestaande databanken van de TOR-groep. De eerste omvat de resultaten van een onderzoek gevoerd in 2004 naar maatschappelijke participatie en onbehagen van 3251 jongvolwassenen tussen 19 en 36 jaar. De tweede peilt naar de maatschappelijke participatie van jongeren tussen 14 en 18 jaar. Dit onderzoek werd in 2002 gevoerd en telde 1769 respondenten. Aan de hand van deze gegevens probeer ik een beeld te krijgen van de positie van de boomballer en of deze een andere achtergrond en andere opvattingen heeft dan de rest van de jonge Vlamingen.

2 Analyses

2.1 Geslacht en leeftijd

De leeftijd en het geslacht van de respondenten worden in onderstaande frequentietabellen weergegeven. Deze bevatten zowel de cijfers voor de boomballers als voor de jongvolwassenen.

Tabel 2 - Geslacht

	<i>Boombal</i> (<i>n=282</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=3251</i>)
<i>Geslacht</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
Man	31,2	50,8
Vrouw	68,8	49,2

Tabel 3 - Geboortejaar

	<i>Boombal</i> (<i>n=282</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=3251</i>)
<i>Geboortejaar</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
1940-1959	5,7	-
1960-1969	6,4	12,2
1970-1979	19,6	49,3
1980-1989	65,8	37,9
1990-1999	2,1	0,6
2000-2007	0,4	-

Tabel 4 - Gemiddelde leeftijd

	<i>Gemiddeld</i> <i>geboortejaar</i>	<i>Gemiddelde</i> <i>leeftijd</i>
Boombal	1980	27
JVW	1977	30

Opvallend is de ongelijke verdeling naar geslacht bij de boombalpopulatie, bijna 70 procent van de respondenten is immers vrouw. Bij de jongvolwassenen daarentegen treffen we een gelijkmatige verdeling aan van ongeveer 50-50, een verdeling die ook bij volkstellingen verkregen wordt en bijgevolg kenmerkend is voor een volledige bevolking.

Als we de leeftijd in kaart brengen stellen we vast dat de overgrote meerderheid van de boomballers geboren is in de jaren 1980, terwijl de jongvolwassenen voornamelijk in de jaren 1970 geboren zijn. De verklaring hiervoor is dat deze laatste enquête in 2004 afgenomen werd en gericht was op jongvolwassenen vanaf 18 jaar. Iedereen die na 1986 geboren was behoorde dus niet tot de doelgroep. Dit in tegenstelling tot de boombalenquête, die drie jaar later afgenomen werd en waar geen minimumleeftijd vooropgesteld werd. Toch dienen we op te merken dat de gemiddelde leeftijd van de boomballers niet veel lager ligt dan die van de jongvolwassenen. Dit kunnen we verklaren door de aanwezigheid van oudere respondenten in deze doelgroep. Ook al zijn deze niet talrijk, ze verhogen toch de gemiddelde leeftijd.

Tabel 5 - Kruistabel geboortjaar-geslacht (boombal)

<i>Geboortjaar</i>	<i>Man</i>	<i>Vrouw</i>
1940-1959	10,2	3,6
1960-1969	9,1	5,2
1970-1979	33,0	13,4
1980-1989	44,3	75,3
1990-1999	2,3	2,1
2000-2007	-	0,5
Geen antwoord	1,1	-
<i>Totaal</i>	100	100

Wanneer we voor de boombalpopulatie een kruistabel maken van leeftijd en geslacht, komen we nog tot een andere opmerkelijke bevinding. Het zijn vooral de meisjes die in de jaren 1980 geboren werden, de jongens zijn meer gelijkmatig verspreid over de verschillende leeftijdscategorieën. Opvallend hier is het grote aandeel oudere respondenten, die bij de vrouwen bijna niet voorkomen. Deze verdeling dient dus in rekening gebracht te worden bij de verdere bespreking van de resultaten.

2.2 Opleidingsniveau

Voor deze analyses werd een onderscheid gemaakt tussen de respondenten die nog studeren en zij die reeds werken. Deze verdeling wordt weergegeven in onderstaande frequentietabel.

Tabel 6 - Al dan niet schoolgaand

	<i>Boombal</i> (<i>n=282</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=3251</i>)
<i>Ga je nog naar school?</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
Ja	53,2	23,3
Nee	46,8	76,7

Vooraf bij de jongvolwassenen valt het hoge percentage beroepsactieve respondenten op. Bij de boomballers daarentegen is de verdeling tussen schoolgaande en werkende respondenten eerder gelijkmatig. Ook hier kan de gemiddeld lagere leeftijd van de boomballers een verklaring bieden aangezien de respondenten jonger dan 18 jaar sowieso nog schoolplichtig zijn, terwijl de gemiddeld oudere jongvolwassenen de schoolbanken reeds verlaten hebben.

Tabel 7 - Studiejahr

	<i>Boombal</i> (<i>n=150</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=757</i>)
<i>In welk studiejaar zit je momenteel?</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
Secundair onderwijs - ASO	6,7	1,3
Secundair onderwijs - TSO	3,3	3,8
Secundair onderwijs - BSO	-	6,2
Secundair onderwijs - KSO	0,7	0,3
Secundair onderwijs - DBSO	-	0,1
Secundair onderwijs - Leercontract	-	0,1
Hogescholenonderwijs	35,3	48,5
Universitair onderwijs	54,0	39,7

Wanneer we enkel de schoolgaande respondenten in rekening nemen en peilen naar hun studiejaar, merken we dat ongeveer even veel boomballers als jongvolwassenen een opleiding volgen in het hoger onderwijs, met name bijna 90 procent. Dit is logisch, gezien de meerderheid van de nog schoolgaande respondenten de leeftijd van 18 jaar reeds bereikt heeft en de middelbare school verlaten heeft.

Als we de verdeling binnen het hoger onderwijs nauwkeuriger bestuderen, valt op dat de boomballers opmerkelijk vaker universitair onderwijs volgen dan de jongvolwassenen. In diezelfde groep blijkt ook geen enkele respondent les te volgen in het (deeltijds) beroepsonderwijs of met een leercontract te werken.

Uit deze cijfers kunnen we afleiden dat van de kleinere groep jongvolwassenen die nog studeert een groter deel lager geschoold blijkt te zijn dan de boombalpopulatie.

Tabel 8 - Diploma

	<i>Boombal</i> (<i>n=282</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=3251</i>)
<i>Wat is het hoogste diploma of getuigschrift dat je hebt behaald?</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
Geen onderwijs	-	0,3
Lager onderwijs	-	2,2
Lager secundair onderwijs	0,8	6,3
Hoger secundair beroepsonderwijs	1,5	18,1
Hoger secundair technisch onderwijs	5,3	19,6
Hoger secundair algemeen vormend onderwijs	6,9	7,9
Niet-universitair hoger onderwijs	41,2	31,0
Universitair onderwijs	39,7	11,9
Andere	4,6	2,8

Ook bij de beroepsactieve respondenten werd gekeken naar opleidingsniveau. Hiertoe werd de vraag gesteld wat hun hoogst behaalde diploma is. Nog duidelijker dan bij de groep schoolgaande respondenten blijkt dat de boomballers hoger opgeleid zijn dan de jongvolwassenen. 81 procent heeft namelijk hoger onderwijs gevolgd, tegenover slechts 43 procent van de jongvolwassenen. Deze groep lijkt eerder middengeschoold te zijn: 38 procent voltooide een opleiding in het beroeps- of technisch secundair onderwijs.

2.3 Mediavorkeur

Om de mediavorkeur na te gaan werd geopteerd voor een princalsanalyse. Deze bundelt de voorkeurradiozender, de voorkeur-tv-zender en het tijdschrift dat men het liefst leest. Deze analyse werd op de twee steekproeven (boombal en jongvolwassenen) samen uitgevoerd met als doel een vergelijking tussen de twee steekproeven te kunnen maken aan de hand van hun gemiddelde posities op de verkregen mediaschaal. Onderstaande tabellen geven respectievelijk de componentladingen en de categoriecoördinaten van de princalsanalyse weer.

Tabel 9 - Princals mediavorkeuren

Componentladingen op princals mediavorkeuren

	Componentlading
Tv-zendervoorkeur	-0,78
Radiozendervoorkeur	-0,80
Meest geliefde tijdschrift	-0,84
Eigenwaarde	0,57

Categoriecoördinaten op princals mediavorkeuren

1,81	Muziekbladen	-0,29	Hobbybladen
1,78	Klara	-0,44	Lifestyle-zenders (vb. Vitaya en Vijftv)
1,57	Radio 1	-0,55	VT4
1,42	Canvas	-0,57	Flair, feeling, ...
1,40	Knack	-0,58	Kanaaltwee
1,05	Natuur- en wetenschappelijke tijdschriften	-0,61	Menzo, Ché, ...
1,02	Studio Brussel	-0,61	Sportbladen
0,83	Humo	-0,62	Q-music
0,53	Tijdschrift van een vereniging	-0,63	Radio Donna
0,50	Ketnet	-0,70	C-Dance
0,36	één	-0,88	Radio Mango
0,11	Radio 2	-0,93	Top Radio
0,08	Modebladen	-0,97	JIM
-0,02	Regionale zender	-1,07	Radio Contact
-0,11	Computermagazines	-1,27	VTM
-0,16	4FM	-1,41	TV-bladen
-0,22	MTV	-2,35	Joepie, Fancy,...
-0,25	TMF		

De categoriecoördinaten leren ons dat de mediavorkeur zich over één duidelijke dimensie uitstrekt, gaande van muziekbladen tot *Joepie* en *Fancy*. Zenders als Klara, Radio 1, Studio Brussel en Canvas en tijdschriften zoals *Knack* en *Humo* laden sterk positief op deze dimensie. Opvallend is de sterke score van muziekbladen, die vermoedelijk vooral door de boombalpopulatie gelezen worden (denken we hierbij aan het in het folkmilieu populaire tijdschrift *Goe Vollek*). Al deze zenders en bladen getuigen van een elitaire mediavorkeur. Aan de andere zijde van het spectrum vinden we Radio Mango, Top Radio, Radio Contact, JIM, VTM en TV-bladen zoals *TV Story* en *Dag Allemaal*. Deze wijzen op een eerder populistische mediavorkeur.

Tabel 10 - Gemiddelde score op mediadimensie

Populatie	Gemiddelde
Jongvolwassenen	-0,12
Boomballers	1,03
Significantie	0,000

Wanneer we de gemiddelde categoriecoördinaten van onze twee respondentengroepen met elkaar vergelijken, zien we onmiddellijk dat de mediavorkeur van de boomballers zich eerder aan de elitaire kant van het spectrum bevindt, in tegenstelling tot deze van de jongvolwassenen. Deze bevindt zich meer in het midden van de mediadimensie. Boomballers zijn dus niet enkel hoger opgeleid dan de gemiddelde jongvolwassene, ze hebben ook een andere, meer elitaire mediavorkeur.

2.4 Muziekvoorkeur

De muziekvoorkeur werd in de verschillende databanken op andere manieren bevraagd. De databank die hier ter vergelijking gebruikt wordt is deze voor maatschappelijke participatie van jongeren, een onderzoek dat in 2002 gevoerd werd bij jongeren tussen 14 en 18 jaar. Hen werd gevraagd om voor een lijst van dertig verschillende muziekgenres aan te duiden hoe goed of slecht ze deze vonden op een schaal van 10. Bij de boombalenquête daarentegen werd gevraagd de drie favoriete muziekgenres aan te duiden. Om toch enigszins een vergelijking te kunnen maken, werden de antwoorden van de jongeren gehercodeerd tot drie categorieën: 'slecht', 'tussen beide' en 'goed'. De percentages voor de categorie 'goed' komen op deze manier ongeveer overeen met de percentages voor de favoriete muziekgenres van het boombalpubliek.

Tabel 11 – Muziekvoorkeur (boombal)

<i>Welk muziekgenre hoor je het liefst?</i>	<i>Percentage</i>
Jazz en/of Blues	5,9
Disco	0,6
Rap, Hip Hop	0,7
Rock	9,6
(Licht)klassieke muziek	4,0
Wereldmuziek	11,3
Techno	0,1
House	-
Drum&Bass/Triphop/Breakbeats	0,9
Heavy Metal, Hard Rock	1,1
Folk	25,8
Agila	-
Punk/Punkrock	0,7
Sixties muziek	1,3
Seventies muziek	0,5
Eighties muziek	4,6
Alternatieve gitaarrock/grunge	2,1
Filmmuziek	3,4
Franse chansons	1,3
Raï	0,4
Kleinkunst	9,3
Vlaamse rock	2,2
Hardcore - gabber	-
Hardcore - gitaar/skatemuziek	0,1
Funk	0,1
Hitparademuziek	2,6
Soul/R&B	1,5
Reggae	0,8
Trance/Ambient/Chill-out	0,4
Fusion/Lounge/Down Tempo	0,4
Geen antwoord	8,2
<i>Totaal</i>	100

Tabel 12 – Muziekvoorkeur (jongeren)

<i>Hoe goed vind je deze genres?</i>	<i>slecht</i>	<i>tussen beide</i>	<i>goed</i>	<i>ken ik niet</i>	<i>geen antwoord</i>
Jazz en/of Blues	34,5	52,7	8,0	4,5	0,3
Disco	22,7	59,1	15,8	2,0	0,4
Rap, Hip Hop	9,0	47,2	42,3	1,1	0,3
Rock	3,2	46,5	38,4	1,2	0,7
(Licht)klassieke muziek	59,9	34,8	3,6	1,3	0,5
Wereldmuziek	34,3	46,7	9,2	9,3	0,6
Techno	29,2	41,2	27,4	1,9	0,4
House	32,0	42,1	23,9	1,6	0,5
Drum&Bass/Triphop/Breakbeats	16,3	48,4	21,9	12,9	0,5
Heavy Metal, Hard Rock	29,7	42,3	23,3	4,2	0,4
Folk	41,0	31,4	3,7	23,2	0,6
Agila	9,3	4,5	0,2	85,0	1,0
Punk/Punkrock	30,8	39,7	20,5	8,5	0,5
Sixties muziek	32,7	51,7	9,9	5,1	0,6
Seventies muziek	30,3	54,2	10,1	4,9	0,5
Eighties muziek	27,2	53,8	13,2	5,0	0,7
Alternatieve gitaarrock/grunge	24,9	41,3	15,9	17,3	0,6
Filmmuziek	14,7	59,7	23,7	1,3	0,6
Franse chansons	59,1	29,7	3,8	6,8	0,6
Rai	10,3	7,2	1,2	80,4	0,8
Kleinkunst	33,9	27,7	3,9	33,9	0,7
Vlaamse rock	40,1	43,2	7,7	8,3	0,7
Hardcore - gabber	58,8	26,9	7,3	6,4	0,6
Hardcore - gitaar/skatemuziek	31,4	42,2	20,1	5,7	0,6
Funk	25,6	45,2	10,2	18,3	0,8
Hitparademuziek	18,6	48,2	31,3	1,5	0,5
Soul/R&B	11,8	42,4	37,4	7,6	0,8
Reggae	15,9	47,3	20,7	15,2	0,8
Trance/Ambient/Chill-out	17,0	35,7	17,9	28,8	0,7
Fusion/Lounge/Down Tempo	14,7	27,7	7,5	49,5	0,6

Uit de tabellen blijkt dat jongeren vooral van genres als rap, hip hop, rock en R&B houden, terwijl boomballers ietwat vanzelfsprekend voor alternatieve genres als folk en wereldmuziek kiezen. Toch is ook rockmuziek heel populair bij dit publiek, het werd immers door 10 percent van de respondenten als favoriete genre aangeduid. Opvallend is dat 41 procent van de jongeren folk als 'slecht' bestempelt, terwijl rap, hip hop en R&B dan weer op weinig bijval van de boomballers kunnen rekenen.

Het boombalpubliek verschilt qua muziekgenre dus duidelijk van de gemiddelde Vlaamse jongere. Naast folk en wereldmuziek zijn ook kleinkunst, jazz en retro-muziek bij dit publiek erg in trek. Terwijl de boomballers vooral naar minder voor de hand liggende muzieksoorten luisteren, kiezen de jongeren eerder voor *mainstream* genres en in niet onbelangrijke mate ook voor dansmuziek zoals house en techno.

Belangrijk bij deze resultaten is rekening te houden met de leeftijdscategorie waarin de respondenten zich bevinden. De ondervraagde jongeren zijn met hun gemiddelde leeftijd van 16 jaar meer dan tien jaar jonger dan het boombalpubliek, waar de gemiddelde leeftijd 27 jaar bedraagt. De muziekvoorkeuren van de jongeren getuigen dus eerder van een tienerleefwereld, die gekenmerkt wordt door specifieke voorkeuren en stijlen die sterk kunnen verschillen van de preferenties van volwassenen.

2.5 Verenigingsleven

In de enquête werd aan de hand van vier vragen gepeild naar de deelname aan het verenigingsleven van de respondenten. De vierde vraag, die het aantal uren per week besteed aan het verenigingsleven bevroeg, werd echter weggelaten uit de analyses wegens te veel *missings*. De frequentietabellen van de vraag naar actief en organiserend lidmaatschap en het aantal bezoeken aan activiteiten van verenigingen worden hieronder weergegeven.

Tabel 13 - Actief lid

	Boombal (n=282)	JVW (n=3251)
Van hoeveel verenigingen ben je actief lid?	Percentage	Percentage
0	4,2	36,2
1	19,2	29,5
2	27,0	16,5
3 of meer	49,6	17,8

Tabel 14 - Organiserend lid

	<i>Boombal</i> (<i>n=282</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=3251</i>)
<i>Van hoeveel verenigingen ben je organiserend lid?</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
0	8,3	67,6
1	47,4	17,1
2	26,2	4,3
3 of meer	18,1	11,0

Tabel 15 - Bezoek verenigingen afgelopen 12 maanden

	<i>Boombal</i> (<i>n=282</i>)	<i>JVW</i> (<i>n=3251</i>)
<i>Hoe vaak ben je naar een activiteit van een vereniging gegaan?</i>	<i>Percentage</i>	<i>Percentage</i>
Nooit	3,3	28,2
1 keer per jaar	2,6	5,2
Meerdere keren per jaar	25,1	22,6
1 keer per maand	9,6	5,2
Meerdere keren per maand	23,6	12,3
1 keer per week	16,2	10,3
Meerdere keren per week	19,6	16,1

Uit de drie tabellen blijkt duidelijk dat boomballers vaker deelnemen aan het verenigingsleven dan de gemiddelde jongvolwassene. De helft van de eerstgenoemde groep zegt van minstens drie verenigingen actief lid te zijn. Ook zou bijna de helft van deze populatie van één vereniging organiserend lid zijn. Dit terwijl 67 procent van de jongvolwassenen van geen enkele vereniging organiserend lid blijkt te zijn. Boomballers bezoeken ook trouw activiteiten van (andere) verenigingen. Meer dan 35 procent zegt minstens één keer per week deel te nemen aan een activiteit van een vereniging, tegenover slechts 26 procent bij de jongvolwassenen. In deze groep zegt 30 procent nooit naar activiteiten van verenigingen te gaan.

2.6 Politieke voorkeur

De politieke voorkeur in het folkmilieu is reeds meerdere malen onderwerp van discussie geweest. Er gaan stemmen op dat volksmuziek liefhebbers eerder rechts georiënteerd zijn, met zekere Vlaams-nationalistische sympathieën. In dit geval verwachten we stemmen voor partijen als NV-A en Vlaams Belang. Volgens anderen is de folkliefhebber dan weer links, omdat hij het groene gedachtegoed en een alternatieve levensstijl hoog in het vaandel zou dragen. Als deze stelling klopt, zou het percentage stemmen voor Groen! en SP.a hoog moeten zijn.

De resultaten worden hieronder in twee afzonderlijke frequentietabellen weergegeven. De eerste heeft betrekking op de boombalpopulatie, de tweede dient ter vergelijking en omvat de politieke voorkeur van de jongvolwassenen. De reden van de afzonderlijke tabellen is dat de antwoordcategorieën in de vragenlijst van de jongvolwassenen kartels bevatten, terwijl elke partij bij de boombalenquête een afzonderlijke categorie vormde. Een kleinere nuance is ook het verschil in vraagstelling. Bij de jongvolwassenen werd gevraagd tot welke politieke partij men zich het meest aangetrokken voelde, bij de boomballers werd naar de stemintentie voor de federale verkiezingen van 10 juni jongstleden gevraagd. Gezien het politieke landschap snel verandert en gezien er drie jaar ligt tussen beide enquêtes, dienen we dus voldoende rekening te houden met de politieke context bij het maken van vergelijkingen.

Tabel 16 - Politieke voorkeur (boombal)

Partij	Percentage
VLD	4,2
CD&V	20,1
NV-A	6,8
SP.a	14,0
Spirit	1,9
Groen!	39,4
Vivant	1,1
Vlaams Belang	0,8
Andere	3,4
Blanco	1,9
Ongeldig	6,4

Tabel 17 - Politieke voorkeur (JVW)

Partij	Percentage
Groen! (Agalev)	6,3
CD&V	12,2
NV-A	3,7
Kartel SP.a - Spirit	22,7
VLD	19,6
Vlaams Blok	10,7
Andere	1,4
Geen enkele	23,5

Uit de resultaten voor boombal blijkt het beeld van de 'groene jongens' in de folkwereld enigszins te kloppen. Groen! wordt door maar liefst 40 procent van de respondenten als favoriete partij aangeduid. Toch noteren we ook een aanzienlijk aantal stemmen voor CD&V (20 procent), wat meer is dan het percentage voor SP.a, namelijk 14.

Belangrijk is hier de politieke context in het achterhoofd te houden. Volgens alle peilingen zou CD&V de grootste partij van Vlaanderen worden na de verkiezingen, wat ook bewaarheid werd op 10 juni. Naast de gunstige peilingen kunnen we ook nog een andere factor aanbrengen ter verklaring van de populariteit van CD&V: de partij heeft uitdrukkelijk campagne gevoerd rond 'samen' en 'respect', thema's die vermoedelijk op veel bijval van de boombalpopulatie konden rekenen, omdat deze sterk actief is in het verenigingsleven. Uiteraard dienen we ook in rekening te brengen dat CD&V een centrumpartij is die in alle regionen van de bevolking aanhang vindt, dus ook bij de folk liefhebbers. Bijgevolg kan een groot deel van de stemmen op deze manier verklaard worden.

Het lagere stemmenaantal voor SP.a kan naar alle waarschijnlijkheid ook voor een stuk aan de politieke context geweten worden. Dezelfde peilingen die een forse winst voor CD&V voorspelden, gaven aan dat paars sterk zou verliezen. Na de verkiezingen van 10 juni is gebleken dat het verlies vooral voor SP.a was, wat misschien een verklaring kan bieden voor de relatief lage score van deze partij binnen het boombalpubliek.

Verder dient nog vermeld te worden dat ook NV-A aardig scoort, terwijl het Vlaams Belang bijna geen stemmen haalt. Het beeld van de nationalistische volksmuziek liefhebber is dus niet geheel onterecht, al blijft het toch een beperkt fenomeen en situeert het zich zeker niet aan extreem-rechtse zijde.

Uit deze politieke cijfers kunnen we besluiten dat de these van de 'groene jongen' meer bijval vindt dan die van de 'Vlaamsgezinde nationalist', ook al ligt de nadruk meer op waarden als 'samen' en 'respect' dan op puur socialistische thema's. Het boombalpubliek lijkt dus vooral rooms-groen te zijn.

2.7 Vrije Tijd

Om de vrijetijdsbesteding van de respondenten na te gaan werd geopteerd voor een factoranalyse die werd uitgevoerd op de databanken van de jongvolwassenen en de boomballers samen. Op deze manier kunnen we in een volgende stap een vergelijking maken tussen de twee populaties door na te gaan hoe sterk deze populaties laden op de verkregen factoren. Bij het uitvoeren van de analyse werd gebruikgemaakt van oblique rotatie, omdat we veronderstellen dat er een relatie kan bestaan tussen de verschillende factoren. De vijf factoren die op deze manier werden verkregen, worden weergegeven in onderstaande tabel.

Tabel 18 - Factorladingen vrijetijdsbestedingen (oblique rotatie)

	<i>F1</i>	<i>F2</i>	<i>F3</i>	<i>F4</i>	<i>F5</i>
	<i>Cultuur- Partici- patie</i>	<i>Informeel en com- mercieel</i>	<i>Zelf- ont- plooiing</i>	<i>Ont- span- ning</i>	<i>Spel en tech- niek</i>
Naar een muziekoptreden of -concert gaan	0,75	0,28	0,12	-0,19	0,10
Naar een muziekfestival gaan	0,71	0,33	0,08	-0,12	0,12
Naar theatervoorstelling of toneel gaan	0,71	0,08	0,22	-0,27	-0,03
Naar een ballet- of dansuitvoering gaan	0,56	0,01	0,21	-0,19	-0,06
Bezienswaardige monumenten bezoeken	0,51	0,01	0,36	-0,32	0,10
Naar fuif, discotheek of megadancing gaan	0,09	0,78	-0,05	-0,10	0,16
Op café gaan	0,19	0,77	0,05	-0,14	0,11
Contact met vrienden/kennissen	0,21	0,61	0,23	-0,24	0,13
Naar de film gaan	0,25	0,59	0,17	-0,13	0,23
Luilekker nietsdoen, luieren, dromen	0,02	0,51	0,47	0,03	0,10
Boeken en/of strips lezen voor ontspanning	0,18	0,08	0,72	-0,10	0,01
Gezelschapsspelen, puzzelen, schrijven,...	0,26	0,07	0,62	-0,19	0,20
Naar een bibliotheek gaan	0,28	0,10	0,59	-0,46	-0,11
Creatieve hobby's	0,42	-0,11	0,46	-0,33	0,26
Studeren	0,10	0,32	0,25	-0,74	0,09
Cursussen/les volgen	0,23	0,07	0,17	-0,69	0,06
TV of video kijken	-0,36	0,08	0,16	0,54	0,00
Computeren (chatten, e-mailen, surfen, ...)	0,11	0,35	0,27	-0,43	0,36
Technische hobby's	0,06	0,03	-0,09	-0,14	0,81
Spelen van video- of computerspelletjes	-0,11	0,30	0,18	0,15	0,69
Eigenwaarde	4,14	2,09	1,45	1,24	1,19
Verklaarde variantie	20,70%	10,43%	7,23%	6,18%	5,95%

Tabel 19 - Correlatie tussen de vijf soorten vrijetijdsbesteding

	<i>Cultuur- participatie</i>	<i>Informeel en commercieel</i>	<i>Zelfontplooiing</i>	<i>Ontspanning</i>	<i>Spel en techniek</i>
1	1,00	0,10	0,20	-0,30	0,05
2	0,10	1,00	0,14	-0,08	0,18
3	0,20	0,14	1,00	-0,18	0,10
4	-0,30	-0,08	-0,18	1,00	-0,08
5	0,05	0,18	0,10	-0,08	1,00

De eerste factor bestaat uit verschillende vormen van 'cultuurparticipatie', zoals naar muziekconcerten en -festivals, theater en ballet gaan of bezienswaardige monumenten bezoeken. Vooral theater, ballet en dans zijn vertegenwoordigers van het canon of de hogere cultuur.

Activiteiten die sterk op de tweede factor laden zijn uitgaan in een discotheek of megadancing, op café gaan, vrienden en kennissen bezoeken of ontvangen en naar de film gaan. Ook nietsen en dagdromen vallen onder deze noemer. Deze activiteiten worden geklasseerd onder de naam 'informele en commerciële vrijetijdsbesteding'.

Bij de derde factor treffen we vooral activiteiten aan die een zekere educatieve waarde hebben: boeken lezen, naar de bibliotheek gaan en schrijven, maar ook werken aan een verzameling, puzzelen, corresponderen en creatieve hobby's als naaien, schilderen en fotografie. Al deze activiteiten zijn op 'zelfontplooiing' gericht.

Vervolgens treffen we een reeks vrijetijdsbestedingen aan die negatief laden op een vierde factor. Onder deze reeks vallen studeren, cursussen volgen en computeren. De enige activiteit die sterk positief scoort op deze factor is TV of video kijken. Omdat deze laatste activiteit eerder ontspannend is en diegene die negatief laden vrijwel het tegenovergestelde zijn, noemen we deze factor 'ontspanning'.

De laatste factor groepeerde technische hobby's waaronder modelbouw, elektronica en websites maken. Ook het spelen van video- of computerspelletjes laadt sterk op deze factor. De vijfde en laatste factor heet dan ook 'spel en techniek'.

Tabel 20 - Gemiddelde scores op vijf factoren vrijetijdsbesteding

	<i>Cultuur- participatie</i>	<i>Informeel en commercieel</i>	<i>Zelfontplooiing</i>	<i>Ontspanning</i>	<i>Spel en techniek</i>
Jongvolwassenen	-0,12	-0,01	-0,06	0,10	0,00
Boomballers	1,09	0,10	0,61	-0,98	0,03
Significantie	0,000	0,113	0,000	0,000	0,636

Uit tabel 20 blijkt dat de gemiddelde score van de boomballers aanzienlijk hoger ligt op het vlak van cultuurparticipatie en zelfontplooiing dan deze van de jongvolwassenen. Ook wat betreft de informele en commerciële vrijetijdsbesteding zouden boomballers vaker aan dit soort activiteiten deelnemen dan de jongvolwassenen. Echter, dit verband blijkt niet significant te zijn. Op de factor ontspanning laden de boomballers dan weer minder sterk dan de jongvolwassenen, terwijl de tijd besteed aan spel en techniek ongeveer gelijk is voor beide populaties. Bij deze laatste factor merken we echter opnieuw een niet-significante relatie op.

In de volgende stap gaan we aan de hand van frequentietabellen in detail na hoe vaak de twee respondentengroepen afzonderlijk deze verschillende vormen van vrijetijdsbesteding beoefenen. De resultaten worden hieronder weergegeven.

Tabel 21 - Percentages vrijetijdsbestedingen (boombal)

	<i>Hoogstens 1 keer per jaar</i>	<i>Meerdere keren per jaar</i>	<i>Meerdere keren per maand</i>	<i>Meerdere keren per week</i>	<i>Elke dag</i>
Cultuurparticipatie					
Naar een muziekoptreden of -concert gaan	7,2	52,3	35,7	4,3	0,4
Naar een muziekfestival gaan	19,9	74,7	4,7	0,7	-
Naar theatervoorstelling of toneel gaan	39,3	53,6	6,0	1,1	-
Naar een ballet- of dansuitvoering gaan	62,4	32,7	4,6	0,4	-
Bezienswaardige monumenten bezoeken	29,0	62,9	7,7	0,4	-
Informeel en commercieel					
Naar fuif, discotheek of megadancing gaan	42,0	37,4	19,5	1,1	-
Op café gaan	7,0	24,8	52,2	15,2	0,7
Contact met vrienden/kennissen	0,4	9,7	40,6	41,7	7,6
Naar de film gaan	13,7	66,4	19,6	0,4	-
Luilekker nietsdoen, luieren, dromen	4,4	12,9	27,2	34,6	21,0
Zelfontplooiing					
Boeken en/of strips lezen voor ontspanning	10,3	23,9	31,3	23,2	11,4
Gezelschapsspelen, puzzelen, schrijven,...	8,9	34,3	34,7	18,1	4,1
Naar een bibliotheek gaan	18,1	32,6	43,0	5,9	0,4
Creatieve hobby's	11,0	26,1	24,6	22,1	16,2
Ontspanning					
Studeren	17,4	20,4	12,8	27,9	21,5
Cursussen/les volgen	19,0	20,1	21,9	32,7	6,3
TV of video kijken	5,5	11,3	24,4	38,2	20,7
Computeren (chatten, e-mailen, surfen, ...)	-	1,4	5,1	30,3	63,2
Spel en techniek					
Technische hobby's	70,7	18,0	6,6	3,5	1,2
Spelen van video- of computerspelletjes	59,4	20,7	13,0	5,7	1,1

Tabel 22 - Percentages vrijetijdsbestedingen (JVW)

	<i>Hoogstens 1 keer per jaar</i>	<i>Meerdere keren per jaar</i>	<i>Meerdere keren per maand</i>	<i>Meerdere keren per week</i>	<i>Elke dag</i>
Cultuurparticipatie					
Naar een muziekoptreden of -concert gaan	42,1	51,4	6,0	0,4	0,1
Naar een muziekfestival gaan	62,8	35,1	1,8	0,2	0,1
Naar theatervoorstelling of toneel gaan	65,8	31,1	2,9	0,1	0,0
Naar een ballet- of dansuitvoering gaan	87,1	11,2	1,5	0,1	0,1
Bezienswaardige monumenten bezoeken	58,9	38,3	2,4	0,3	0,1
Informeel en commercieel					
Naar fuif, discotheek of megadancing gaan	33,9	34,8	25,8	5,3	0,3
Op café gaan	13,4	29,5	40,8	15,0	1,3
Contact met vrienden/kennissen	1,1	19,9	50,5	26,0	2,5
Naar de film gaan	17,0	53,3	27,7	1,9	0,2
Luilekker nietsdoen, luieren, dromen	9,4	28,5	35,5	19,1	7,6
Zelfontplooiing					
Boeken en/of strips lezen voor ontspanning	20,5	32,3	28,2	13,2	5,9
Gezelschapsspelen, puzzelen, schrijven,...	26,1	34,2	28,5	8,7	2,5
Naar een bibliotheek gaan	42,3	31,1	23,1	2,8	0,7
Creatieve hobby's	43,8	25,4	19,0	8,3	3,6
Ontspanning					
Studeren	40,1	19,6	11,8	17,4	11,1
Cursussen/les volgen	54,0	18,7	12,8	10,4	4,1
TV of video kijken	0,7	1,8	9,9	32,0	55,6
Computeren (chatten, e-mailen, surfen, ...)	12,3	8,9	16,8	28,8	33,1
Spel en techniek					
Technische hobby's	71,4	13,0	9,0	4,6	1,9
Spelen van video- of computerspelletjes	47,5	21,9	14,9	11,2	4,5

Wanneer we de eerste factor, 'cultuurparticipatie', bestuderen, valt op dat de boomballers vaker deelnemen aan deze activiteiten dan de jongvolwassenen. Vooral muziekoptredens en het bezoeken van monumenten lijken in trek te zijn, alhoewel ook de meerderheid van de boomballers aangeeft slechts één keer per jaar naar een ballet- of dansvoorstelling te gaan. Het zijn dus vooral de minder elitaire vormen van cultuurparticipatie die de voorkeur van het boombalpubliek genieten. Bij de jongvolwassenen ligt de deelname aan al deze activiteiten een stuk lager, muziekoptredens en -festivals inbegrepen.

Op 'informeel en commercieel' vlak merken we de invloed van de cafécultuur: zowel boomballers als jongvolwassenen blijken regelmatig met vrienden op café te zitten

(respectievelijk 52 en 41 procent gaat meerdere keren per maand op café). Hieruit leiden we af dat beide respondentengroepen regelmatig contact hebben met hun vrienden. Dit blijkt eveneens uit de cijfers, aangezien 42 procent van de boomballers en 26 procent van de jongvolwassenen meerdere keren per week vrienden opzoekt of ontvangt. Verder lijkt het boombalpubliek zich voornamelijk toe te spitsen op de eigen boombals en minder vaak naar fuiven, dancings of discotheken te gaan. 42 procent zegt hoogstens één keer per jaar dergelijke uitgaansgelegenheden te bezoeken, tegenover 34 procent bij de gemiddelde jongvolwassene. Tot slot kunnen we nog vermelden dat wie naar boombal gaat blijkbaar regelmatig durft te nietsen of dagdromen, terwijl de jongvolwassenen minder vaak op hun lauweren rusten. Bij deze bespreking dienen we echter in rekening te brengen dat de gemiddelde scores van beide steekproeven op deze factor niet significant waren (zie tabel 20) en dat deze resultaten niet veralgemeenbaar zijn.

Bij 'zelfontplooiing' zet de trend zich voort. Boomballers nemen vaker deel aan de activiteiten die onder deze factor geklasseerd zijn dan de gemiddelde jongvolwassene. Zo leest 23 procent van deze eerste groep meerdere keren per week een boek of stripverhaal, terwijl dit percentage bij de jongvolwassenen slechts 13 procent bedraagt. Ook het bibliotheekbezoek ligt lager bij de jongvolwassenen dan bij de boomballers: 42 procent zegt hoogstens één keer per jaar naar de bib te gaan, wat bij de boomballers slechts 18 procent is.

Wat betreft 'ontspanning' stellen we vast dat boomballers vaker activiteiten beoefenen die negatief laden op deze factor, zoals studeren en cursussen volgen, maar evengoed regelmatig TV kijken. Toch geeft slechts 21 procent aan dagelijks TV te kijken, een percentage dat bij de jongvolwassenen tot 56 procent klimt.

Het boombalpubliek blijkt bovendien een sterke *online* generatie te vormen: maar liefst 63 procent surft dagelijks op het internet, bij de jongvolwassenen is dat slechts de helft. Zoals eerder aangehaald is boombal sterk op het internet gericht voor de verspreiding van nieuwtjes en foto's en om de verschillende bals aan te kondigen. Ook de jonge leeftijd van dit publiek speelt vermoedelijk een rol in hun hoge internetgebruik.

Geen van beide groepen is vaak met 'spel en techniek' bezig. Zowel 71 procent van de boomballers als van de jongvolwassenen zegt hoogstens één keer per jaar een technische hobby te beoefenen. Ook computerspelletjes zijn niet erg in trek, al zijn deze wel iets populairder bij de jongvolwassenen. Net als bij de factor 'informele en commerciële vrijetijdsbesteding' stellen we echter een niet-significant effect vast bij deze factor en dienen we deze resultaten met de nodige omzichtigheid te interpreteren.

Samenvattend kunnen we zeggen dat een boombalganger vaker participeert aan cultuur dan de gemiddelde jongvolwassene, regelmatig een boek ter hand neemt of naar de bib gaat en constant *online* is.

2.8 Folkparticipatie en boombalprofielen

Deze factoranalyse heeft enkel betrekking op de boombalpopulatie. Ze onderzoekt of er verschillende profielen van boombalgangers bestaan en wat de voornaamste beweegredenen zijn om naar een boombal te gaan.

Tabel 23 - Factorladingen folkparticipatie

	<i>F1</i>
	<i>Folk- participatie</i>
Folkconcerten	0,82
Andere folkbals	0,74
Folkcd's	0,73
Folkfestivals	0,71
Folkprogramma's op de radio	0,66
Stages en workshops	0,42
Eigenwaarde	2,87
Verklaarde variantie	47,83%

Een eerste factoranalyse, gebaseerd op de vraag in welke mate de respondenten deelnemen aan folkactiviteiten buiten boombal levert de factor 'folkparticipatie' op. De activiteiten die onder deze factor vallen omvatten het luisteren naar folkprogramma's op de radio, naar folkfestivals en andere folkbals gaan, deelnemen aan stages en workshops en dergelijke meer.

Tabel 24 - Factorladingen folkmotivatie (oblique rotatie)

	<i>F1</i>	<i>F2</i>	<i>F3</i>
	<i>Sociaal</i>	<i>"Die</i>	<i>Puristen</i>
	<i>aspect</i>	<i>hard"</i>	
Belangrijke vorm van vrijetijdsbesteding	0,63	0,49	-0,02
Alternatief voor fuiven en discotheken	0,58	0,00	0,09
Makkelijk contact	0,53	0,37	-0,25
Buiten komen	0,53	0,08	-0,33
Ook naar andere folkbals en folkfestivals gaan	0,53	0,18	-0,19
Tientallen mensen kennen	0,09	0,79	0,03
Folk is een belangrijk deel van mijn leven	0,07	0,69	0,03
Zelf muziek spelen	0,08	0,66	-0,13
Steeds dezelfde mensen	-0,04	0,10	0,70
Te groot en te bekend	-0,23	-0,06	0,62
Dansen is het belangrijkste aspect	0,49	-0,14	0,52
Eigenwaarde	2,49	1,56	1,33
Verklaarde variantie	20,79%	12,97%	11,05%

Tabel 25 - Correlatie tussen de drie soorten folkmotivatie

	<i>Sociaal</i>	<i>"Die</i>	<i>Puristen</i>
	<i>aspect</i>	<i>hard"</i>	
1	1,00	0,09	-0,09
2	0,09	1,00	-0,08
3	-0,09	-0,08	1,00

Een volgende factoranalyse, uitgevoerd op een vraag met allerhande stellingen omtrent boombal, levert drie factoren op. Deze factoren vormen een indicatie van de beweegredenen om naar boombal te komen.

De eerste factor, het 'sociaal aspect', wordt gevormd door stellingen die aangeven dat boombal een makkelijke manier is om contact te leggen met mensen, ervoor zorgt dat mensen buiten komen en dat het een alternatief is voor fuiven en discotheken. Ook de stelling dat boombal voor de respondent een belangrijke vorm van vrijetijdsbesteding is behoort tot deze factor.

Het 'sociaal aspect' valt enigszins samen met de tweede factor, die de 'die hard'-waarden weergeeft. De stellingen die sterk op deze factor laden zijn die stellingen die aangeven dat folk een belangrijk aspect van de respondent zijn leven is, dat men steeds tientallen

mensen kent op een boombal en dat een boombal aanzet tot het zelf spelen van muziek. Tot slot is er nog de factor van de 'folkpuristen' die vinden dat boombal te groot wordt en uit zijn voegen barst en dat je er steeds dezelfde mensen tegenkomt.

In de volgende stap kijken we hoe vaak het boombalpubliek aan folkactiviteiten deelneemt en in welke mate het zich aansluit bij de verschillende factoren.

Tabel 26 - Percentages folkparticipatie

	<i>Hoogstens 1 keer per jaar</i>	<i>Meerdere keren per jaar</i>	<i>Meerdere keren per maand</i>	<i>Meerdere keren per week</i>	<i>Elke dag</i>
Folkparticipatie					
Folkconcerten	31,8	53,8	13,4	1,1	-
Andere folkbals	41,5	43,3	14,1	1,1	-
Folkcd's	7,6	15,5	29,5	30,2	17,3
Folkfestivals	37,6	60,1	1,8	0,4	-
Folkprogramma's op de radio	46,3	25,6	24,4	3,7	-
Stages en workshops	62,9	27,3	8,3	1,5	-

Het merendeel van de boomballers komt verrassend genoeg slechts in beperkte mate in contact met andere soorten van folk: tussen de 40 en de 60 procent van de respondenten geeft aan hoogstens één of enkele keren per jaar naar folkprogramma's en -cd's te luisteren of naar folkconcerten en andere bals dan boombal te gaan. Het lijkt ernaar dat boombalgangers vooral gericht zijn op boombal zelf, en niet zozeer op folk in het algemeen.

Tabel 27 - Percentages folkmotivatie

	<i>Helemaal oneens</i>	<i>Eerder oneens</i>	<i>Noch eens, Noch oneens</i>	<i>Eerder eens</i>	<i>Helemaal eens</i>
Sociaal aspect					
Belangrijke vorm van vrijetijdsbesteding	4,6	12,1	24,9	30,6	27,8
Alternatief voor fuiven en discotheken	1,1	2,5	9,2	28,4	58,9
Makkelijk contact	-	3,9	12,8	45,0	38,3
Buiten komen	1,1	4,3	21,8	48,9	23,9
Ook naar andere folkbals en folkfestivals gaan	1,4	8,9	19,1	52,1	18,4
"Die hard"					
Tientallen mensen kennen	7,8	15,7	24,6	27,0	24,9
Folk is een belangrijk deel van mijn leven	2,5	8,5	21,6	29,4	37,9
Zelf muziek spelen	3,2	20,3	30,6	34,2	11,7
Puristen					
Steeds dezelfde mensen	0,4	11,7	30,5	47,9	9,6
Te groot en te bekend	5,7	15,2	29,4	30,5	19,1
Dansen is het belangrijkste aspect	3,2	8,2	18,4	37,6	32,6

Wanneer we ons licht werpen op de folkmotivatie zien we dat de belangrijkste reden om naar een boombal te komen het 'sociaal aspect' is. Meer dan 40 procent van de respondenten is het eerder eens met de stelling dat men er makkelijk contact maakt met andere dansers en dat boombal ervoor zorgt dat mensen buiten komen. Bijna 60 procent vindt boombal bovendien een waardig alternatief voor fuiven en discotheken.

Ook de 'puristen' scoren hoog: bijna de helft van de respondenten is het ermee eens dat je steeds dezelfde mensen tegenkomt op een boombal. In mindere mate treffen we eensgezindheid aan met de stelling dat dansen het belangrijkste aspect is van een boombal en dat het geheel te bekend wordt.

Tot slot is er de 'die hard'-factor. Hier verklaart bijna 40 van de respondenten het volledig eens te zijn met het feit dat folk een belangrijk deel van hun leven is. Boomballers die steeds de helft van de zaal kennen treffen we in mindere mate aan, net als zij die vinden dat boombal aanzet tot zelf musiceren.

Uit deze factoranalyse kunnen we besluiten dat er drie soorten motivatie bestaan om al dan niet naar boombal te komen.

De eerste soort is vooral gebaseerd op het sociaal aspect van een boombal. De meeste respondenten vinden dit motief het belangrijkste en zien boombal bijgevolg als een goede manier om in contact te komen met andere dansers en als afwisseling voor een fuif of

discotheek.

Een tweede reden om naar boombal te komen is omdat men belang hecht aan de 'die hard'-waarden. Deze waarden worden vooral bijgetreden door respondenten voor wie folk een belangrijk deel van hun leven is en meer dan louter een hobby. Dit soort motivatie komt echter het minst vaak voor.

De derde factor, purisme, getuigt eerder van redenen om *niet* naar een boombal te komen. De waarden die samenhangen met het purisme zijn een uiting van de gedachte dat boombal te groot en te bekend wordt en teveel afwijkt van bestaande tradities.

Vermoedelijk viert het purisme hoogtij in de iets oudere leeftijdscategorie, terwijl de jongere respondenten eerder aanhangers zijn van de sociale en 'die hard'-waarden. We gaan na of deze hypothese klopt aan de hand van volgende kruistabellen.

Tabel 28 - Verdeling factorscores 'purisme' naar leeftijd

Geboortejaar	Percentage	
	Negatief	Positief
1940-1959	56,3	43,8
1960-1969	66,7	33,3
1970-1979	49,1	50,9
1980-1989	45,8	54,2
1990-1999	66,7	33,3

Tabel 29 - Verdeling factorscores 'sociaal aspect' naar leeftijd

Geboortejaar	Percentage	
	Negatief	Positief
1940-1959	68,8	31,3
1960-1969	44,4	55,6
1970-1979	50,9	49,1
1980-1989	44,1	55,9
1990-1999	16,7	83,3

Hieruit blijkt dat we toch niet eenvoudigweg van 'oude puristen' en 'jonge sociale boomballers' kunnen spreken. Van de oudere leeftijdscategorie (geboren tussen 1940 en 1959) heeft een meerderheid van 56 procent een negatieve factorscore op de dimensie 'purisme'. In tegenstelling tot de verwachtingen zijn het de jongere categorieën die positief scoren op 'purisme'. Bij de generatie geboren in de jaren 1970 zijn er ongeveer evenveel puristen als niet-puristen, bij zij die tien jaar jonger zijn treffen we een meerderheid van 54 procent aan die een positieve factorscore heeft op de purisme-dimensie. Bij de scores op de factor 'sociaal aspect' zien we een gelijkaardige trend. De oudere dansers scoren overwegend negatief op deze factor, de jongere dansers eerder positief. We kunnen dus met enige voorzichtigheid zeggen dat de jongere generatie zowel belang hecht aan het sociaal aspect als aan het bewaren van traditie en kleinschaligheid, terwijl de oudere generatie geen van beide factoren hoog in het vaandel draagt. Toch dienen we hier rekening te houden met de kleine steekproef, die vooral jonge respondenten bevat. Gezien het kleine aantal oudere respondenten zou het kunnen dat de resultaten voor deze categorie niet betrouwbaar zijn.

2.9 Regressiemodel

Tot slot proberen we een regressiemodel op te bouwen waarin de verschillende verklarende variabelen stapsgewijs opgenomen worden. Op deze manier willen we zicht krijgen op welke variabelen de grootste invloed hebben op het al dan niet naar boombal gaan. Als afhankelijke variabele nemen we de factorscores op de tweede factor, 'sociaal aspect', uit de hierboven uitgevoerde factoranalyse (FAC1_folkmotivatatie). De keuze voor deze factor lag voor de hand: de meeste respondenten laadden hier het sterkst op.

Tabel 30 - Regressiemodel

	Model 1			Model 2		
	b	β	p	b	β	p
constante	-0,589	-	0,009	-32,261	-	0,014
geslacht (v02)	0,349	0,162	0,007			
geboortejaar (v03x3)				0,016	0,148	0,014
	Model 3			Model 4		
	b	β	p	b	β	p
constante	0,532	-	0,431	-33,583	-	0,092
geslacht (v02)				0,292	0,145	0,107
geboortejaar (v03x3)				0,017	0,152	0,090
diploma (v12)	-0,087	-0,084	0,343	-0,105	-0,102	0,251

In het eerste model nemen we v02 of geslacht als verklarende variabele, waarbij v02=0 staat voor mannen en v02=1 voor vrouwen⁴.

Hieruit leiden we af dat geslacht een invloed heeft op het belang dat men hecht aan de sociale waarden van een boombal. Voor mannen bedraagt de factorscore voor deze factor -0.589, voor vrouwen ligt deze 0.349 hoger. Vrouwen vinden het sociaal aspect van een boombal dus belangrijker dan mannen.

Een volgend element is de invloed van leeftijd, die in model 2 wordt nagegaan. Hiertoe werd dezelfde afhankelijke variabele gebruikt en werd geboortejaar (v03x3) als verklarende variabele ingevoerd⁵.

⁴ De regressievergelijking van model 1: $FAC1_folkmotivatatie = -0.589 + 0.349 * v02 + e_{FAC1_folkmotivatatie}$

⁵ De regressievergelijking van model 2: $FAC1_folkmotivatatie = -32.261 + 0.016 * v03x3 + e_{FAC1_folkmotivatatie}$

Hier zien we dat naarmate de respondenten jonger worden (naarmate hun geboortjaar stijgt) hun factorscore hoger wordt. Met andere woorden, hoe jonger de respondent, hoe hoger de score op de factor 'sociaal aspect'. Tot deze bevinding kwamen we overigens reeds in kruistabel 23 uit bovenstaande paragraaf. Ook daar werd aangetoond dat de jongere respondenten overwegend positief scoren op de sociale dimensie, terwijl de oudere generaties een eerder negatieve score hebben.

Na het effect van leeftijd en geslacht bestudeerd te hebben, vragen we ons in het derde model af of het opleidingsniveau een gelijkaardige invloed heeft. Is het zo dat een hoger opleidingsniveau een hogere score op de sociale factor inhoudt?⁶

Wanneer we ons licht werpen op de significantie en de proportie verklaarde variantie van deze vergelijking, moeten we echter vaststellen dat de vergelijking te weinig verklarende kracht heeft om interpreteerbaar te zijn. R^2 , of de proportie verklaarde variantie, bedraagt immers slechts 0.007, terwijl ook de significantiewaarden voor het intercept en de slope met respectievelijke waarden 0.431 en 0.343 het minst strenge significantieniveau niet halen. Ook bij model 4, het totaalmodel, zien we dat geen enkele van de verklarende variabelen nog voldoende significant is.

Deze tendens treffen we eveneens bij verdere regressievergelijkingen aan. Noch mediavorkeur, noch deelname aan het verenigingsleven leveren een model met voldoende verklarende kracht op. De conclusie die we hieruit kunnen trekken is dat het boombalpubliek een zeer homogene groep vormt, waardoor de gebruikte variabelen geen onderscheidende invloed hebben. Deze bevinding toont nog maar eens aan dat de boomballers een duidelijk afgebakende groep vormen.

⁶ De regressievergelijking van model 3: $FAC1_folkmotivatie = 0.532 - 0.087 * v12 + e_{FAC1_folkmotivatie}$

3 Besluit empirie

Uit dit onderzoek kunnen we besluiten dat er wel degelijk verschillen zijn tussen het boombalpubliek en de gemiddelde jonge Vlaming.

Een boomballer heeft een hoger opleidingsniveau, heeft een eerder elitaire mediavorkeur en neemt vaker deel aan het verenigingsleven. Qua muzieksmaak liggen de voorkeuren van het boombalpubliek enerzijds bij genres als folk, wereldmuziek en kleinkunst, maar anderzijds ook bij rock- en retromuziek. Ook op het vlak van vrijetijdsbesteding zien we uiteenlopende bezigheden: boomballers participeren geregeld aan cultuur en zelfontplooiing, maar besteden hun vrije tijd evengoed op een informele en commerciële manier. Op politiek vlak lijkt de voorkeur voornamelijk van rooms-groene aard te zijn, vooral Groen! en CD&V dragen de voorkeur weg van het boombalpubliek.

Wanneer we ons toespitsen op het thema 'boombal' in concreto, stellen we vast dat onze doelgroep vooral gericht is op boombal zelf, maar nauwelijks op andere vormen van folk. De boombalganger is dus zeker geen 'die hard'-danser, maar komt eerder om nieuwe mensen te leren kennen en als afwisseling voor een fuif. Het mag dus duidelijk zijn dat het sociale aspect op een boombal primeert.

Al deze elementen tonen aan dat de boomballer een culturele omnivoor is, en dit zowel wat betreft de algemene vrijetijdsbesteding en cultuurvoorkeuren als op het meer specifieke folkgebied. Een boomballer is een culturele shopper: hij laadt zijn karretje niet enkel met folk, maar met een breed gamma aan uiteenlopende producten.

ALGEMEEN BESLUIT

In dit besluit geven we een antwoord op de in de inleiding gestelde onderzoeksvragen:

1. Moet muziek als muziek *an sich* bestudeerd worden of kan muziek ook door sociaal-economische of culturele factoren beïnvloed worden?
2. Is boombal een klassenloos fenomeen? Treffen we alle lagen van de bevolking op dezelfde dansvloer aan?
3. Vormen boomballers een homogene groep? Of is folk een genre dat door verschillende mensen met verschillende achtergronden gesmaakt wordt?
4. Welke 'folkwaarden' heersen er op een boombal? Zijn hier patronen in te onderscheiden?
5. Verschaft boombal het publiek een specifiek groepsgevoel of is dansen een louter ontspannende vrijetijdsbesteding?

(1) Volgens tal van auteurs is muziek een persoonlijke aangelegenheid en een vorm van zelfexpressie. Toch is uit dit onderzoek gebleken dat heel wat externe factoren iemands muziekvoorkeur beïnvloeden. Muziek lijkt dus meer te zijn dan een louter individuele keuze. Dit onderzoek is dan ook een bevestiging van de these van de symbolische samenleving: individuen worden van binnenuit gestuurd door sociale en culturele mechanismen bij het maken van keuzes en vertonen op deze manier enigszins voorspelbaar gedrag.

(2) Boombal blijkt geen klassenloos fenomeen te zijn. Ook al wordt vaak beweerd dat een boombal alle soorten mensen aantrekt, in werkelijkheid treffen we slechts specifieke lagen van de bevolking aan. In concreto wordt het boombalpubliek gevormd door mensen uit de hogere sociale strata die voornamelijk hooggeschoold zijn. Omdat opleiding zo'n belangrijke rol speelt in het bepalen van iemands cultuurparticipatie, kunnen we zeggen dat boombal bepaald wordt door status en niet door klasse.

(3) Zoals het antwoord op de vorige vraag reeds suggereerde blijkt het boombalpubliek een homogene groep te zijn. Een boombal wordt namelijk vooral bevolkt jonge, hoogopgeleide personen met een elitaire mediavorkeur en een frequente participatie aan het maatschappelijk middenveld, die naast folk ook nog van andere muziekgenres houden en een boombal afwisselen met naar een fuif of op café gaan. Dit geeft aan dat folk voor boomballers slechts een onderdeel is van een breder geheel van muziek- en vrijetijdsvoorkeuren. We vinden dus eerder bevestiging voor de theorie van de omnivorisering dan voor deze van de homologie of de individualisering.

(4) Op een boombal heersen verschillende 'folkwaarden'. De voornaamste is het sociaal aspect van een bal. Uit het onderzoek is namelijk gebleken dat het grootste deel van de boomballers naar een boombal komt om nieuwe mensen te leren kennen en vindt dat boombal ervoor zorgt dat mensen buiten komen. Een andere folkwaarde is het 'die hard' aspect. Dit element wordt belangrijk bevonden door de dansers die steeds tientallen mensen kennen op een bal en die beamen dat folk een belangrijk deel van hun leven vormt. Een laatste uit het onderzoek gedistilleerde waarde is het puritanisme. Deze wordt voorgestaan door boomballers die vinden dat boombal te groot en te bekend wordt en dat je er steeds dezelfde mensen tegenkomt.

(5) Een waarde die niet rechtstreeks meetbaar was maar die toch door veel boomballers als belangrijk beschouwd wordt is het groepsgevoel dat op een bal ontstaat. Uit mijn participerende observatie kon ik inderdaad afleiden dat de dansers makkelijk een praatje slaan met elkaar, snel op een potentiële danspartner afstappen en op bepaalde momenten haast in een extatische toestand verkeren. We kunnen boomballers dus als een neo-tribe klasseren: een affectueuze groepering van mensen die sterk beheerst wordt door het gevoel dat men deel uitmaakt van een groep en dat deze groep tot meer in staat is dan een individu alleen.

Gezien de impact en de populariteit van boombal kunnen we wel degelijk stellen dat het boombal 'boomt' en te aanwezig is in het folklandschap om geen deel uit te maken van een grotere folkrevival. Over hoe groot het boombal nog kan en mag worden liggen de opinies ver uiteen, maar we weten wel dat de laatste noot nog niet gespeeld is.

That's all folks!

BIJLAGE: VRAGENLIJST

Vraag 1	Wat is het postnummer van je gemeente? Postnummer: □□□□ (Naam gemeente:)
Vraag 2	Ben je een 1 ☐ man 2 ☐ vrouw
Vraag 3	Wat is je geboortedatum? Dag: □□ Maand: □□ Jaar: 19 □□
Vraag 4	Ga je nog naar school? Hiermee bedoelen we het volgen van een volledig leerplan; dus een vormingscursus of avondcursus wordt <u>niet</u> beschouwd als naar school gaan. 1 ☐ Ja, ik volg momenteel onderwijs met volledig leerplan (} ga naar Vraag 5) 2 ☐ Nee, ik ga niet meer naar school (} ga naar Vraag 6)
Vraag 5	In welk studiejaar zit je momenteel? (<i>KRUIS HET GEPASTE ANTWOORD AAN</i>) 1 ☐ Ik volg les in het secundair onderwijs – Algemeen Secundair Onderwijs (ASO) 2 ☐ Ik volg les in het secundair onderwijs – Technisch Secundair Onderwijs (TSO) 3 ☐ Ik volg les in het secundair onderwijs – Beroeps Secundair Onderwijs (BSO) 4 ☐ Ik volg les in het secundair onderwijs – Kunst Secundair Onderwijs (KSO) 5 ☐ Ik volg les in het secundair onderwijs – Deeltijds beroepsonderwijs (DBSO) 6 ☐ Ik volg les in het secundair onderwijs – Leercontract 7 ☐ Ik volg les in het hogescholenonderwijs 8 ☐ Ik volg les in het universitair onderwijs (} ga naar Vraag 10)
Vraag 6	In welk jaar ben je gestopt met naar school gaan? Noteer jaartal □□□□
Vraag 7	Wat is het hoogste diploma of getuigschrift dat je hebt behaald? (<i>KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN</i>) 1 ☐ Geen onderwijs 2 ☐ Lager onderwijs 3 ☐ Lager secundair onderwijs 4 ☐ Hoger secundair beroepsonderwijs 5 ☐ Hoger secundair technisch onderwijs 6 ☐ Hoger secundair algemeen vormend onderwijs (humaniora) 7 ☐ Niet-universitair hoger onderwijs 8 ☐ Universitair onderwijs 9 ☐ Andere:
Vraag 8	Wat is je beroepsstatuut? (<i>KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN</i>) Ik ... 1 ☐ werk tegen betaling 2 ☐ ben uitkeringsgerechtigd werkloos, sta aan de dop 3 ☐ ben voltijds huisman/huisvrouw 4 ☐ ben ziek, werkonbekwaam of invalide 5 ☐ ben met loopbaanonderbreking 6 ☐ andere:

- Vraag 9 Tot welke professionele categorie behoort je (of behoorde je laatste) hoofdberoep? (*KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN*)
- 1 ☐ ongeschoolde arbeider/arbeidster
 - 2 ☐ geschoolde arbeider/arbeidster
 - 3 ☐ bediende
 - 4 ☐ onderwijzer/leerkracht/docent
 - 5 ☐ hoger bediende/kader
 - 6 ☐ kleine zelfstandige/handelaar
 - 7 ☐ landbouwer/landbouwster
 - 8 ☐ vrij beroep
 - 9 ☐ zelfstandig ondernemer
 - 10 ☐ ik heb nooit een beroep gehad
 - 11 ☐ andere:

- Vraag 10 Er volgt nu een lijst met radiozenders. Naar welke van deze zenders luister je het liefst en naar welke het minst graag? Het is niet makkelijk om **slechts 1 antwoord aan te duiden voor de zender waarnaar je het liefst luistert en 1 antwoord voor de zender waar je het minst graag naar luistert**, maar wil je toch proberen? Indien je bijna nooit naar de radio luistert, kan je dit ook aangeven.

Radio-zender ↓	Ik luister <u>het liefst</u> naar	Ik luister <u>het minst graag</u> naar
1 Radio 1	☐	☐
2 Radio 2	☐	☐
3 Klara	☐	☐
4 Studio Brussel	☐	☐
5 Radio Donna	☐	☐
6 Top Radio	☐	☐
7 C-Dance	☐	☐
8 Q-music	☐	☐
9 4FM	☐	☐
10 Radio Mango	☐	☐
11 Radio Contact	☐	☐
12 Ik luister bijna nooit naar de radio		☐

Vraag 11 Er volgt nu een lijst met televisiezenders. Naar welke van deze zenders kijk je het liefst en naar welke het minst graag? Het is niet makkelijk om **slechts 1 antwoord aan te duiden voor de zender waarnaar je het liefst kijkt en 1 antwoord voor de zender waar je het minst graag naar kijkt**, maar wil je toch proberen? Indien je bijna nooit TV kijkt, kan je dit ook aanduiden.

TV-zender ↓	Ik kijk <u>het liefst</u> naar	Ik kijk <u>het minst graag</u> naar
1 één	☐	☐
2 CANVAS	☐	☐
3 Ketnet	☐	☐
4 VTM	☐	☐
5 VT4	☐	☐
6 Ka2	☐	☐
7 Regionale zender (ATV, TV Limburg, ...)	☐	☐
8 TMF	☐	☐
9 MTV	☐	☐
10 JIM-TV	☐	☐
11 Vitaya	☐	☐
12 Vijf-tv	☐	☐
13 Ik kijk bijna nooit TV		☐

Vraag 12 Welk tijdschrift of soort tijdschrift lees je het liefst? (*KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN*)

- 1 ☐ Humo
- 2 ☐ Knack
- 3 ☐ Joepie, Fancy, ...
- 4 ☐ Menzo, Ché, ...
- 5 ☐ Flair, feeling, ...
- 6 ☐ TV-bladen (TV-story, Dag Allemaal, ...)
- 7 ☐ Modebladen (Cosmopolitan, Vogue, ...)
- 8 ☐ Sportbladen (Voetbalmagazine, ...)
- 9 ☐ Natuurtijdschriften, wetenschappelijke tijdschriften (bv. Eos, National Geographic, ...)
- 10 ☐ Muziekbladen (Oor, NME, Rif-Raf, Goe Vollek, Bourdonske, fRoots,...)
- 11 ☐ Hobbybladen (autogids, knutselen, koken, ...)
- 12 ☐ Computermagazines
- 13 ☐ Tijdschrift van een vereniging
- 14 ☐ Ik lees nooit tijdschriften

Vraag 13 Lees je gespecialiseerde muziektijdschriften? Zo ja, welke?

.....

Vraag 14 Van hoeveel verenigingen ben je **op dit moment** actief lid? (dit wil zeggen dat je lidgeld betaalt en gedurende het laatste jaar deelgenomen hebt aan minstens één activiteit)

Aantal verenigingen

Heeft één van deze verenigingen te maken met folkmuziek of volksdans? Zo ja, welke?

.....

Vraag 15 Van hoeveel verenigingen ben je **op dit moment** organiserend lid? (dit betekent dat je zelf activiteiten mee helpt organiseren of actief bent in een bestuursorgaan (in het kader van een vereniging of als vrijwilliger) of dat jezelf verantwoordelijk bent voor een groep kinderen of jongeren (bijv. trainer van een jeugdploeg, verantwoordelijk of losse medewerker binnen een jeugdhuis, in de leiding staan, ...))

Aantal verenigingen

Heeft één van deze verenigingen te maken met folkmuziek of volksdans? Zo ja, welke?

.....

Vraag 16 Hoe vaak ben je, de afgelopen 12 maanden, naar een activiteit van een vereniging gegaan? Ook de activiteiten van verenigingen waarvan je geen lid bent, tellen mee (*Kruis aan*)

- 1 ☐ Nooit
- 2 ☐ 1 keer per jaar
- 3 ☐ Meerdere keren per jaar
- 4 ☐ 1 keer per maand
- 5 ☐ Meerdere keren per maand
- 6 ☐ 1 keer per week
- 7 ☐ Meerdere keren per week

Vraag 17 Hoeveel uren per week besteed je gemiddeld aan het verenigingsleven? (*NOTEER AANTAL UUR PER WEEK*)
 uur / week

Vraag 18 Op welke politieke partij ben je van plan te stemmen bij de federale verkiezingen van 10 juni? (*KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN*)

- 1. ☐ VLD
 - 2. ☐ CD&V
 - 3. ☐ NV-A
 - 4. ☐ SP.a
 - 5. ☐ Spirit
 - 6. ☐ Groen!
 - 7. ☐ Vivant
 - 8. ☐ Vlaams Belang
 - 9. ☐ Andere, namelijk
 - 10. ☐ Blanco
 - 11. ☐ Ongeldig
-

Vraag 19 Er volgt nu een lijst met muziekgenres. Welke van deze genres hoor je het liefst en welke het minst graag? Het is niet makkelijk om **slechts 3 antwoorden aan te duiden voor de genres die je het liefst hoort en 3 antwoorden voor de genres die je het minst graag hoort**, maar wil je toch proberen?

Genre ↓	Ik luister <u>het liefst</u> naar	Ik luister <u>het minst graag</u> naar
1 Jazz en/of Blues	☐	☐
2 Disco	☐	☐
3 Rap, Hip Hop	☐	☐
4 Rock	☐	☐
5 (Licht)klassieke muziek	☐	☐
6 Wereldmuziek	☐	☐
7 Techno	☐	☐
8 House	☐	☐
9 Drum&Bass / Triphop / Breakbeats	☐	☐
10 Heavy Metal, Hard Rock	☐	☐
11 Folk	☐	☐
12 Agila	☐	☐
13 Punk / Punkrock	☐	☐
14 Sixties muziek	☐	☐
15 Seventies muziek	☐	☐
16 Eighties muziek	☐	☐
17 Alternatieve gitaarrock / grunge	☐	☐
18 Filmmuziek	☐	☐
19 Franse chansons	☐	☐
20 Rai	☐	☐
21 Kleinkunst	☐	☐
22 Vlaamse rock	☐	☐
23 Hardcore - gabber	☐	☐
24 Hardcore - gitaar / Skatemuziek	☐	☐
25 Funk	☐	☐
26 Hitparademuziek	☐	☐
27 Soul / R&B	☐	☐
28 Reggae	☐	☐
29 Trance / Ambient / Chill-out	☐	☐
30 Fusion / Lounge / Down tempo	☐	☐

Vraag 20 De volgende vraag gaat over hoe je je vrijetijd doorbrengt. Voor elke soort activiteit kan je op een schaal van 5 aangeven hoe vaak je ze de voorbije 12 maanden hebt gedaan.

1	2	3	4	5
Hoogstens 1 keer per jaar	Meerdere keren per jaar	Meerdere keren per maand	Meerdere keren per week	Elke dag

Duid het gepaste antwoord aan (KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN)

	Hoogstens 1 keer per jaar	Meerdere keren per jaar	Meerdere keren per maand	Meerdere keren per week	Elke dag
1 Studeren	1	2	3	4	5
2 Cursussen/les volgen (muziekschool, taalcursus, informaticalessen, tekenacademie)	1	2	3	4	5
3 Langs gaan bij vrienden/kennissen of vrienden/kennissen op bezoek	1	2	3	4	5
4 Spelen van video- of computerspelletjes (playstation, ...)	1	2	3	4	5
5 Computeren (chatten, e-mailen, surfen, ...)	1	2	3	4	5
6 Gezelschapsspelen, puzzelen, werken aan verzameling (postzegels,...), Schrijven, gedichten maken, dagboek bijhouden, corresponderen,	1	2	3	4	5
7 Technische hobby's (Modelbouw, electronica, websites maken, sleutelen aan brommer, ...)	1	2	3	4	5
8 Creatieve hobby's (Naaien, breien, schilderen, fotografie, boetseren, filmen, tekenen, knutselen, muziek maken, ...)	1	2	3	4	5
9 Naar de film gaan	1	2	3	4	5
10 Op café gaan	1	2	3	4	5
11 Naar fuif, discotheek, danscafé of megadancing gaan	1	2	3	4	5
12 Naar een muziekoptreden of -concert gaan	1	2	3	4	5
13 Naar een muziekfestival gaan	1	2	3	4	5
14 Naar theatervoorstelling of toneel gaan	1	2	3	4	5
15 Bezienswaardige gebouwen of monumenten bezoeken	1	2	3	4	5
16 Boeken en/of strips lezen voor ontspanning	1	2	3	4	5
17 Naar een ballet- of dansuitvoering gaan	1	2	3	4	5
18 Naar een bibliotheek gaan	1	2	3	4	5
19 TV of video kijken	1	2	3	4	5
20 Luilekker nietsdoen, luieren, dromen, ontspannen	1	2	3	4	5

Vraag 21 Hoe vaak ben je al naar een Boombal geweest? (KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN)

- 1 ☐ 1 keer
 2 ☐ 2 tot 5 keer
 3 ☐ 6 tot 10 keer
 4 ☐ Meer dan 10 keer

Vraag 22 Ben je buiten Boombal nog op een andere manier met folk bezig? Je kan op een schaal van 5 aangeven hoe vaak je onderstaande activiteiten de voorbije 12 maanden hebt gedaan.

1	2	3	4	5
Hoogstens 1 keer per jaar	Meerdere keren per jaar	Meerdere keren per maand	Meerdere keren per week	Elke dag

Duid het gepaste antwoord aan (KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN)

	Hoogstens 1 keer per jaar	Meerdere keren per jaar	Meerdere keren per maand	Meerdere keren per week	Elke dag
1 Naar folkconcerten gaan	1	2	3	4	5
2 Naar folkfestivals gaan (bv. Dranouter, Gooikoorts, Deerlycke,...)	1	2	3	4	5
3 Naar folkcd's luisteren	1	2	3	4	5
4 Naar folkprogramma's op de radio luisteren (bv. De Groote Boodschap op Radio 1)	1	2	3	4	5
5 Deelnemen aan stages en workshops (bv. dans, samenspel, instrumentenbouw,...)	1	2	3	4	5
6 Naar andere folkbals gaan (bv. in Gooik, Asse, Belsele,...)	1	2	3	4	5
7 Andere, namelijk	1	2	3	4	5

Vraag 23 Bespeel je zelf een of meerdere muziekinstrumenten? Zo ja, welke?

.....

.....

Vraag 24 Kan je, op een schaal van 1 tot 5, aangeven of je het eens bent met volgende stellingen?

1	2	3	4	5
Helemaal oneens	Eerder oneens	Noch eens, noch oneens	Eerder eens	Helemaal eens
--	-	- / +	+	++

Duid het gepaste antwoord aan (KRUIS SLECHTS ÉÉN ANTWOORD AAN)

	--	-	+/-	+	++
1 Op een Boombal maakt men makkelijk contact met andere mensen	1	2	3	4	5
2 Boombal zorgt ervoor dat mensen buiten komen	1	2	3	4	5
3 Boombal wordt te groot en te bekend, het barst uit zijn voegen	1	2	3	4	5
4 Boombal zet aan tot zelf muziek spelen	1	2	3	4	5
5 Boombal is voor mij een belangrijke vorm van vrijetijdsbesteding	1	2	3	4	5
6 Dansen is voor mij het belangrijkste aspect van Boombal	1	2	3	4	5
7 Op een Boombal kom je steeds dezelfde mensen tegen	1	2	3	4	5
8 Boombal wijkt teveel af van bestaande danstradities	1	2	3	4	5
9 Boombal is een goed alternatief voor fuiven en discotheken	1	2	3	4	5
10 Folk en volksmuziek vormen een belangrijk deel van mijn leven	1	2	3	4	5
11 Boombal moedigt mensen aan om ook naar andere folkbals of folkfestivals te gaan	1	2	3	4	5
12 Ik ken altijd tientallen mensen op een Boombal	1	2	3	4	5

BIBLIOGRAFIE

Bennett, Andy (1999) 'Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste'. Sociology, 33, 3, p. 599-617.

Béteille, A. (ed.) (1974) Social Inequality. Harmondsworth, Penguin, 397 p.

Blackman, Shane (2005) 'Youth Subcultural Theory: A Critical Engagement with the Concept, its Origins and Politics, from the Chicago School to Postmodernism'. Journal of Youth Studies, 1, 1, p. 1-20.

Cagle, Van M. (1995) Reconstructing pop/subculture. Art, rock, and Andy Warhol. Thousand Oaks (Calif.), Sage, 240 p.

Chan, Tak Wing & John H. Goldthorpe (2007) 'Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England'. European Sociological Review, 23, 1, p. 1-19.

DiMaggio, Paul & Michael Useem (1978) 'Social class and arts consumption. The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America'. Theory and Society, 5, 2, p. 141-161.

Elchardus, Mark & Ignace Glorieux (red.) (2002) De symbolische samenleving. Een exploratie van de nieuwe sociale en culturele ruimtes. Tielt, Lannoo, 421 p.

Frith, Simon (1981) Sound effects. Youth, leisure and the politics of rock 'n' roll. New York, Pantheon Books, 294 p.

Frith, Simon (1990) 'What is good music?' Canadian Universities Music Review, 10, 2, p. 92-102.

Gans, Herbert J. (1999) Popular culture and high culture. An analysis and evaluation of taste. New York, Basic Books, 248 p.

Hall, Stuart e.a. (1976) Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain. London, Hutchinson, 287 p.

Hesmondhalgh, David (2005) 'Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above'. Journal of Youth Studies, 1, 1, p. 21-40.

Hetherington, Kevin (1992) 'Stonehenge and its festival. Spaces of consumption'. In: Shields, Rob (ed.) Lifestyle shopping. The subject of consumption. London, Routledge, p. 83-98.

Indesteege, Luk (2005) 'Folkdansen, een nieuwe oude rage?' Mores, april 2005.

Lewis, George H. (1992) 'Who Do You Love? The Dimensions of Musical Taste'. In: Lull, James (ed.) Popular music and communication. Beverly Hills (Calif.), Sage, p. 134-151.

Maffesoli, Michel (1996) The time of the tribes. The decline of individualism in mass society. London, Sage, 176 p.

Middleton, Richard (1990) Studying popular music. Milton Keynes, Open University Press, 328 p.

Peterson, Richard A. & Albert Simkus (1992) 'How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups'. In: Lamont, Michèle & Marcel Fournier (eds.) Cultivating differences. Symbolic boundaries and the making of inequality. Chicago, University of Chicago Press, p. 152-186.

Steel, Steven (1997) Let the rhythm take control. Een sociologische analyse van het fenomeen House. Leuven, K.U.L. Faculteit sociale wetenschappen. Departement sociologie (Licentiaatsverhandeling Sociologie), 129 p. + bijlagen.

Thornton, Sarah (1995) Club Cultures. Music, media and subcultural capital. Cambridge, Polity Press, 191 p.

Tillekens, Ger (1993) 'Het patroon van de popmuziek. De vier dimensies van jeugdstijlen'. Sociologische Gids, 40, 2, p. 177-194.

Toynbee, Jason (2000) Making popular music. Musicians, creativity and institutions. London, Arnold, 199 p.

Van Rompaey, Peter (2005) 'De Vlaamse folkwereld'. Gids Kunst in Vlaanderen, aflevering 13 (supplement 12), 15 februari 2005, 27.