

A Cultural Economic Perspective on Omnivorousness

From Cultural Omnivore to Cultural Traveller

Erasmus University Rotterdam
Department of Cultural Economics and Entrepreneurship

Master Thesis
(Revised version)

Name: Sebastiaan Smink
Student Number: 385745
Supervisor: Prof. dr. Arjo Klamer
Second Reader: Dr. Erwin Dekker

Amsterdam, June 2015

ABSTRACT

Richard Peterson's 1992 research on musical tastes in the US showed that the upper class, which he named cultural omnivores, exposed a more eclectic taste of music than the lower classes, the cultural univores. The research challenged Bourdieu's elite-to-mass model, which stated that the upper class preferred a restricted amount of high status arts over low status culture and mass entertainment.

More than twenty later the omnivore is still present in our society. However post-Peterson research on the omnivore proofed it's hard to pigeonhole the cultural omnivore into a single entity. Yes the cultural omnivore is still that person that is open to many different forms of art and culture, yet research showed that the motivations for the omnivore's behavior are as diverse as its eclectic taste.

In contrast to Peterson's original social stratification research this research investigates the cultural omnivore from a value-based cultural economic perspective. The aim of this research is to analyze the role of the cultural omnivore as consumer of cultural goods and services and look at its relationship with artists and cultural organization. The research shows that the cultural omnivore tries to realize sequential values through experience and spectacle. Additionally the research pleads for the use of the new label for the cultural omnivore, namely cultural traveler, an appellation that fits character of the cultural omnivore better than its original name.

ACKNOWLEDGEMENT

Although it took me a year longer than expected I'm happy with the results that came out of this master thesis research. It was a long and sometimes painful road, but I survived. Putting such an immense work together could never be done without the help and support some inspiring, caring and thoughtful people.

I would like to thank my parents and my brother for supporting me mentally, emotionally and financially in my educational career, my friends and roommates for keeping me inspired, happy and distracted when needed.

Thank you to all the volunteering participants of the focus group sessions: my own group of cultural omnivores. I enjoyed talking to you guys. You are all very thoughtful, considered and smart people.

A special thanks goes out to prof.dr. Arjo Klamer for guiding me and for believing in my thesis and me. I enjoyed the many talks and discussions we had. The freedom and autonomy you gave me were sometimes hard to deal with and at times even frustrating, yet your unconventional guiding method also proofed to be very motivating. In the end the results of this thesis were more interesting than I could ever wish for. This could never be done without prof.dr. Klamer's eccentric teaching methods.

TABLE OF CONTENTS

Introduction.....	6
Chapter I: Values.....	10
1.1 Introduction.....	10
1.2 Value and the economic perspective.....	10
1.3 Value and the cultural economic perspective.....	11
1.4 Distinguishing cultural values.....	12
1.5 Realizing values.....	13
1.6 Conclusion.....	15
Chapter II: The cultural omnivore.....	16
2.1 Introduction.....	16
2.2 The cultural omnivore of Richard Peterson.....	18
2.3 The cultural omnivore post Peterson.....	18
2.4 Understanding omnivorousness from a cultural economic perspective.....	20
2.5 Defining the cultural omnivore.....	21
2.6 Conclusion.....	21
Chapter III: Methodology.....	23
3.1 Introduction.....	23
3.2 Focus groups.....	23
3.3 Data collection.....	24
3.3.1 Stratification criteria.....	24
3.3.2 Execution.....	25
3.4 Data analysis: coding.....	25
3.4.1 List of codes.....	26
3.5 General limitations.....	27
3.6 Limitations concerning this research.....	28
Chapter IV: Results and findings.....	31
4.1 Introduction.....	31
4.2 Questionnaire results.....	31
4.3 The omnivore's values.....	32
4.4 The omnivore as impulsive and unplanned consumer.....	38
Chapter V: A cultural economic perspective on omnivorousness.....	39
5.1 Introduction.....	39
5.2 Sequential value.....	41
5.3 The realisation of sequential values through experiential values.....	43
5.4 The enjoyment of horizontal consumption.....	44
5.5 From cultural omnivore to cultural traveller.....	45
5.6 Conclusion.....	47
Conclusion.....	48

Bibliography.....49

Appendix.....52

 Appendix A: Focus group questionnaire FGR 1.....52

 Appendix B: Focus group questionnaire FGR 2.....55

 Appendix C: Transcription focus group interview R1.....59

 Appendix D: Transcription focus group interview R2.....71

 Appendix E: Transcription focus group interview R3.....87

 Appendix F: Focus group questionnaire Results.....100

INTRODUCTION

I started working on this thesis somewhere around November 2013. One and a half years later I'm getting close to finishing this monster piece. In the time that has past I've repeatedly asked myself why I didn't choose an easier topic to graduate with. Why didn't I just reproduce some existing research by slightly changing the subject but leaving the rest in place, like many of my classmates advised me to do? Why did I need to be so stubborn? Why did I need to reinvent the wheel all over again?

There were many meetings that preceded this thesis. During these meetings I always tried to explain what I was researching. Instead of clearing the air I always ended up looking at all these confused faces. And there were always questions. Questions I struggled to answer. Questions on what I was researching. Questions on the scientific relevance of my topic or how my research related to the field of cultural economics.

I never had clear answers. Most of the time I didn't really understand what I was researching myself. Sometimes it didn't even feel like I was doing something scientific. It felt more like an exploration of a strange interest. It felt like I had all of a sudden decided to collect stamps and that I now had to explain to my friends why. I didn't know yet. I just started collecting. The only thing I knew was that I had this strange fascination, something that attracted me to those weird, tiny, square shaped things.

Though, as you can guess this thesis is not about stamps, neither about collecting them. So what is it that tickled my imagination for so long? I will try to explain.

First and foremost I was interested in people. Not just people, but the people around me. By this I mean my fellow cultural economics students, my friends, the people I meet when I go out, the people I sit next to in cinema, the people I see in museums, and the people that wait in line with me before a concert.

What do these people have in common? Well, I am lucky to say that they all share this interest for art and culture. I say lucky because I share this interest with them. What we also share is that this interest is not limited to one cultural practice, one art form, one musical genre, or one generation of novelists. No, we all have a deep appreciation for the complete cultural spectrum. We're interested in going to the theatre just as much as we are interested in attending a rock concert. We love to read books but we also go out and dance to electronic music. We try to find beauty in modern art, pop culture, literature, electronic dance music, Dutch design, Hollywood cinema, and fashion all at once.

They call us the cultural omnivores.

Some say that the cultural omnivores represent the new generation of cultural consumers, a generation that doesn't discriminate between highbrow and lowbrow culture, a generation that evaluates pop culture with the same interest and gravity as 'serious art', a generation that is no longer interested in deepening its knowledge on art but rather scans the surface of the cultural

landscape, a generation of doped up thrill junkies that seeks to feel and experience rather than contemplate and study.

Some say the omnivores are catalysing the start of a cultural apocalypse. They feel the omnivore is slowly replacing our ideas of beauty with that of spectacle. They feel if we give in to the needs of these uncivilised barbarians the sophisticated arts sector will turn into a hollow entertainment industry. They feel the cultural omnivore is the start of a fast approaching cultural apocalypse.

And you? Do you also feel a cultural apocalypse coming our way? No? Well let me then briefly outline the current state of affairs of the Dutch cultural sector.

Just like many other countries The Netherlands faced a financial crisis back in 2008. The crisis forced the Dutch government to review their cultural funding system. Severe budget cuts were implemented to protect and rebuild the economy resulting in the government taking a big step backwards in their role as financier of the arts sector. The first major subsidy cuts were made in 2011 (30 million euros) and 2012 (50 million euros). In 2013 another cut of 200 million euros on the cultural sector was introduced, which meant a cut of more than twenty percent. Additionally, the granting process of the four year subsidies for arts and culture was tightened (Zijlstra, 2012).

At the same time a significant group of cultural institutions were facing a drop in their visitors (Cultuur in cijfers, 2012). Together with the subsidy cuts this proved a deadly combination. When there's no money from the government and little money gained from ticket revenues there's not much left to work with. Hence previously subsidised organizations started to struggle for survival. The urgency to rethink cultural business strategies became greater than ever. The main question for these struggling institutes was how to attract a new generation of arts consumers.

And then they looked at the cultural omnivores.

Cultural organisations all over the Netherlands started implementing business models targeted specifically at the cultural omnivore. Organizations such as 'We Are Public' (Wat is we are public?, n.d.) and 'Subbicultcha' (About Subbicultcha, n.d.) started to provide packaged membership programs with an eclectic mixture of cultural activities. SSBA Salon, a cultural platform initiated by the city theatre of Amsterdam, tried to change the highbrow image of the municipal theatre by transforming the venue into a place where highbrow- and popular culture could live hand in hand (Over Salon, n.d.). To gain funding from Fonds Podiumkunsten Amsterdamse Cello Biennale and Metropolis Festival incorporated strategies targeted to the omnivore into their funding submission plans (Meerjarige activiteitensubsidie festivals en concoursen 2013 – 2016 Fonds Podiumkunsten, n.d.). Even the Dutch government was looking in the direction of the omnivore by explicitly nominating the omnivore as *the* new cultural

consumer of our time in their brochure on developments and trends of the Dutch cultural sector (Boer et al., 2014, p. 34).

The tension should be clear by now. (1) The new generation of cultural enthusiasts is full of these seemingly barbaric omnivores. (2) The cultural sector is in need of a new audience in order to keep their heads above the water. (3) Cultural organisations try to appeal to the omnivore in order to survive.

Do you feel it now? Do you feel the cultural apocalypse approaching?

Well my thesis instructor professor Klamer certainly did when we first started to discuss the omnivore back in 2013. And I don't blame him. Because how can the sector build a meaningful relationship with these omnivores without turning cultural organisations into shallow, spectacle driven entertainment companies? This thesis tries to find a meaningful answer to this question.

I'm not sure if professor Klamer is becoming more conformable with the omnivores now that I'm at the point of finishing this thesis. If not, that's OK. However I do hope I've managed to clear the air a bit. I hope I succeeded in creating a balanced view on how the omnivore looks at the world. Hence, my aim was to deconstruct the role of the omnivore as consumer of cultural goods and services and analyze its position in relationship to the cultural organization. I tried to demonstrate that the omnivore has a logic of its own and that our understanding of the omnivore is mainly influenced by our worldviews. The two guiding questions that helped me to understand these issues were:

(1) What values does the cultural omnivore try to realize when it consumes art and culture? I.e.:
What are the reasons for the cultural omnivore to consume art and culture?

(2) How can artists and organizations respond in a meaningful way to the desires of the omnivore?

It is important to note here that the original omnivore thesis was written from a sociological perspective. In his research to musical tastes in the US Richard Peterson (1992) discovered that the upper class liked more diverse types of music than the lower class. He therefore called these upper-class people cultural omnivores. Peterson believed that omnivorousness for these people was a way to express their social status. It was a way for the upper class to distinct itself from the lower class that exposed a less diverse musical taste pattern. Hence, in terms of analysis Peterson tried to explain cultural behaviour as the result of social interactions, a practice common to many other cultural sociologists.

However, this thesis is written from a cultural economics perspective. Therefore a need for some 'scientific translation' is required.

In contrast to cultural sociologists cultural economists try to explain behaviour as the result of people's reaction to economic and non-economic incentives and disincentives. Economists look at the (mental) trade-off people make when they decide to do act on something. Cultural economists thus look at what people are willing to give up for and trying to gain from art and culture in economic and non-economic terms.

In addition, this thesis is written from a particular cultural economic perspective, namely a value-based perspective. The value-based perspective also dictates us to explain cultural behaviour as a reaction to different incentives and disincentives. However, from a value-based perspective these incentives are formulated as values. Economic and cultural behaviour therefore is explained as way to realize values. So, ahead of business, a value-based cultural economic perspective sees Peterson's upper class' consumption behaviour (taste) as the result of the realization of certain values.

CHAPTER I – VALUE

1.1 Introduction

“In both fields of our concern, economics and culture, the notion of value can be seen, despite its differing origins, as an expression of worth, not just in a static or passive sense but also in a dynamic and active way as a negotiated or transactional phenomenon” (Thorsby, 2001, p. 19–20).

Hence, values give us insight in how we see the world: they show what and how much we are willing to give up for the things in our lives. It therefore shows to what extent things matter to us. Not just in an economic sense, as Thorsby explains. The idea of value extends far beyond price. Value relates to all things that are important to us.

Take for example friendships, rituals or conversations. These concepts hold value that we can't express in monetary terms. When we think of friendships, rituals and conversations we are confronted with values that are much more real to us human beings: social values, spiritual values, cognitive values or educational values.

We call these noneconomic values cultural values. Cultural values express the symbolic worth of things. When we reflect upon cultural values we get to know who we are. We call this process validation. When we validate things we are actually realising our own values. We compare the things we find important (our own values) with the symbolic qualities (cultural values) of something else. We value the things that align with our own cultural, social, political, moral or aesthetic preferences. These things help us to realise our values. The things we dislike most often break with our own values.

Being aware of your values means being aware of what you find important. Being aware of your values means being aware of whom you are. Hence, if we want to know what the cultural omnivore finds important we need to look at what values it tries to realise. In this chapter I will show how that's done.

1.2 Value and the economic perspective

Describing the cultural sector from an *economic* perspective involves the use of an economic language. For example, when cultural economists talk about art or the output of artistic and cultural organisations they speak about cultural *goods* and *services*. Economists speak of the cultural sector as a market for cultural goods and services. The economic perspective dictates that a market involves a dynamic of trade between one or multiple suppliers and demanders. Thus the market for cultural goods and services is a dynamic of suppliers and demanders of cultural goods and services. The price of these goods and services is set by the dynamics of this market. Hence the expression 'market price' (Towse, 2010).

When economists refer to the value of cultural goods and services they are most likely to point to this market price. However, if we want to be precise the market price refers merely to the economic value of cultural goods and services. So what is economic value? Simply stated the economic value entails all the economic benefits that are gained from cultural goods and services. Besides price or market value there are also other economic expressions of cultural worth. We come across these through, for example, externalities (Towse, 2010).

There are different ways to measure economic. Price determination is one of them. In some cases however price can be an imperfect marker of economic worth. This becomes clear when we try to define the economic value of *immaterial* culture or *public* art. For example, measuring the economic worth of an ancient Chinese ritual becomes problematic through price indication.

When price becomes a non-usable indicator methods such as the contingent valuation method (CVM) can be used to determine economic worth. Although some practical and theoretical limitations exist for this method, standard economic evaluation methods such as CVM or price measurements are widely accepted among cultural economists and other researchers (Throsby, 2001, p. 23 – 26).

Now it might seem that the world of the economist looks quite simple. However even with CVM (or any other *pure* economic model) we can't fixate art's total value. The economic language is designed to simplify complex structures through economic models but is thereby overlooking some important aspects of the rather complex cultural product. It proves for example problematic to translate art's symbolic value into *pure* economic models. How to determine the expressive value of a beautiful painting? What is the social worth of a music festival? How should we measure the worth of a designer chair in terms the artist's craftsmanship? To answer these questions we need look at value through the eyes of the *cultural economist*.

1.3 Value and the cultural economic perspective

As cultural economists we differentiate between economic and cultural value. To explain the concept of cultural value I use Throsby's notion of the artwork as a double construction.

Throsby speaks of the artwork in its embodied and disembodied form. The embodied form of the artwork is visible in the physical object. It is for example expressed in the painting, the novel, the vinyl record, the architectural construction or the movie. It is the tangible and physical object that is traded on the market for cultural goods and services. It is the 'thing' that is traded for its market price.

The disembodied form of the artwork is the intangible counterpart of the physical object. It represents the social, educational, aesthetic or moral significance of the artwork. In contrast to the physical form this disembodied part is not tradable on a market. Instead it is traded on what Throsby calls the marketplace of ideas. We might understand the marketplace of ideas as the collective mind of the art world (Throsby, 2001). On the market of ideas, ideas are "consumed, exchanged, considered, and discussed by interested persons, and in these processes consumers

determine their individual valuations of the cultural worth of any given idea” (Throsby, 2001, p. 78).

Hence, suppliers of cultural goods and services are serving a double market: a market for physical artworks and a marketplace for ideas. The market of physical artworks determines the economic value of the work. However the marketplace for ideas is where cultural value is generated. Both markets are closely connected and influence each other in different ways. Moreover, both economic and cultural values are not stable and may change over time as further evaluation of the artwork follows.

Thus the value of cultural products and services is divided into economic and cultural value. The economic value is expressed through its price on the physical market for goods and services. Cultural value however should be understood as the symbolic worth a product or service. Cultural value articulates the cultural, social, political, moral or aesthetic significance of an object. Cultural value is generated on the market place of ideas. The market place of ideas is where all the stakeholders exchange ideas. These ideas get saved in the cultural product. Together they form the cultural value.

1.4 Distinguishing cultural values

It might not come as a surprise that we can express cultural value, just like economic value, in multiple ways. For example, when we speak of the cultural value of a music festival we might refer to its *social* value in the sense that we appreciate its power to bring people together and create cultural communities. But the cultural value of a music festival can also refer to its *experiential* value. In that case we appreciate the music festival because it helps us to get in a state of happiness and excitement.

Scholars have put a lot of thought and effort in distinguishing different cultural values. Some have managed to capture them in only a handful of descriptions (Throsby, 2001, Klammer, 2013). Others have used longer lists (Hutter and Schusterman, 2001). There is no fixed amount of cultural values and the length of such a list would depend on the way one would classify and categorize. I therefore sum up those cultural values that were most prominent throughout the literature. The list is in no particular order as it is not possible to rank and weigh the different forms of cultural value.

Social value. Participating in cultural activities can be a social activity. Attending a concert or reading a book for a book club discussion are ways in which art expresses its social value. Values are social when they reveal forms of human interaction. When art is valued for its power to foster friendships, status or communities it is social. Political values may also be social values.

Societal value. When a piece of art embodies the ideals of a society we speak of its societal value. Societal values point to our relationships with the communities we live in. Nationalist music for example has societal values because it helps to strengthen the spirit of a country. Societal values

can also refer to other ways in which a community or culture shares their ideals through art. Societal values relate to social values. Political values may also be a form of societal values.

Educational and cognitive value. There are ways in which art and culture can educate us. Some lyricists or poets are for example very skilful in communicating life lessons. Even if we dismiss the idea that there is *one* overarching truth we may still believe that art has the power to effectively communicate concepts that help us enhance our understandings. Educational and cognitive values refer to the way in which art can teach us something.

(Art-)historical and scientific value. These values refer to artworks with any historic or scientific significance, be it for its technical, stylistic or political importance. Scientific values relate to educational and cognitive values.

Art-technical or skill value. This is a special kind of artistic value that relates to the technique, skill, technical innovation or craftsmanship of the artwork or artist. It is possible that we might appreciate a musical piece not for of its beauty in aesthetic sense, but because of the virtuosity and technicality of the performer.

Moral value. Art can have the power to enlighten and morally inspire people. Religious art such as altarpieces or hymns are traditionally valued for their moral value. When we speak of the power of art to improve our character and moral awareness we also refer to moral values. In some cases moral values relate to transcendental values.

Transcendental, spiritual or religious value. Art can be valued along its potential to think about the holy or sacred aspects of life. Religious art is mostly valued for its transcendental capacities. However, spiritual values can also be addressed to other art forms.

Experiential value. Participating in cultural activities can be a pleasurable experience. When we talk about how art and culture function to entertain us we refer to experiential values. However, experiential values don't necessarily need to be pleasurable. Art may also be valued because evokes experiences of shock, fear or emotional distress.

Aesthetic value. The aesthetic value of art can refer to the formal design of an artwork such as balance, complexity, intensity or harmony. Artistic and aesthetic values are often used interchangeably. Expressiveness could be categorized as a form of aesthetic value.

1.5 Realizing values

Now that we understand the concept of value we need to understand how we realise values. Let me first briefly recapture what I've discussed so far.

There is a difference between economic and cultural value and we might find one or multiple forms of both values in cultural goods and services. Cultural value is created on the market place of ideas. Here it lives as those ideas that point to the symbolic qualities of the cultural good or service.

Now let us think of the symbolic qualities being stored within the artistic object. When we consume art and culture we reflect upon those ideas. During this process we compare our own thoughts, beliefs, ideas (values) with the ideas (symbolic qualities, or in other words, cultural values) stored in the artistic object. This process of reflection is called valorisation (Klamer 2009, 2013).

Now during the process of valorisation we might come to the discovery that the ideas we reflect upon align our own cultural, social, political, moral or aesthetic preferences: we discover that the cultural values support our own values and we decide that these things are important to us because we value what they stand for. This can be anything: our jobs, our family and beloved ones, even hobbies, such as making music or participating in sports. Whatever your love, when you do something you care for you are in the business of realizing values.

Hence, all our actions are geared towards the realization of some values. We do things because we think they're good for something: all our actions are geared towards some good. However, when we act upon our values we're most of the time not aware of them. Most of us just do that 'what feels good'. We act upon our gut feelings instead of a conscious set of values.

And we all value different things, as we find different things important. When we value something or someone that specific thing or person is important to us because of the values we hold ourselves. The valuation of things is thus not based on the intrinsic worth of an object or person. It is based on our own values (Klamer, 2013). Therefore, if we want to know someone's values, we might ask what he or she finds important. When someone values a museum he or she might consider such museum in light of values like beauty, enlightenment, inventiveness, friendliness or progressiveness. If these characteristics are important to you they are part of your values. If a specific museum holds one or more of these characteristics it will enable you to realize some of your own values. You will praise the museum, hold it dear, cherish it or even contribute to it. On the contrary, if a museum violates one or more of these characteristics it will not help you to realize your values. Consequently you will disapprove with the museum, discard it or ignore it.

Realizing values is doing that what you find most important. Realizing values is working for the things you believe in. Realizing values is striving for the things you care for. Hence in light of this research understanding the realization of values helps us to understand why cultural omnivores consume like they do. What values is the cultural omnivore trying to realize when it consumes art and culture? In other words: what do they find most important?

1.6 Conclusion

When we think of value we are easily seduced to look at the monetary worth of things. However, value extends beyond price. Cultural economists distinguish between economic and cultural value: economic value represents economic worth, cultural value the symbolic worth.

When we consume art and culture we realize our own values, a process we call valorisation.

When we realize our values we compare the things we find important (our own values) with the cultural values stored in art and culture. We appreciate art and culture when its cultural values align with the values we hold ourselves. These cultural values can be of all sorts.

Being aware of your values is important. Values tell us something about the things we care for: they tell us something about how we see the world. Asking for someone's values therefore help us to get to understand this person. Asking for the omnivore's values will thus help us to understand its behaviour.

CHAPTER II – THE CULTURAL OMNIVORE

2.1 Introduction

“Who is the cultural omnivore?” is the main question of this chapter. We will look into the history of the omnivore and see when the concept of the cultural omnivore was first coined. I will show how the original omnivore thesis was defined and how this has changed over the years. We find out that many researches have interpreted the omnivorousness in different ways and that it is hard to pigeonhole the cultural omnivore into a single character.

This chapter will also look into the sociological environment that brings the omnivore about. From a sociological standpoint omnivorousness is best explained as an expression of social status: omnivorousness as a way to realize social values. However, this sociological foundation limits our understanding of the omnivore, especially if we want integrate the notion of the omnivore into a cultural economic debate where consumption is used to realize many different values. Hence the cultural economic perspective will help us open up to wider variety of possibilities for the omnivore to expose its eclectic taste.

2.2 The cultural omnivore of Richard Peterson

The researcher Richard Peterson was the first to coin the term ‘cultural omnivore’. The idea of the omnivore originated from a series of social stratification studies on the link between cultural consumption patterns and social class. Peterson’s study on musical tastes in the US (1992) shows that upper-class people liked more different kinds of music than lower-class people. At the time the outcome of this study was interesting because it challenged some central assumptions about the relationship between class and taste formation: “the omnivore thesis stands in contrast to Bourdieu’s infamous ‘formulation of homology in cultural stratification’ (Sullivan and Katz-Gerro, 2007, p. 124). In his book ‘Distinctions’ (1984) Bourdieu states upper class consumers just prefer a restricted amount of highbrow arts over lowbrow culture and mass entertainment. However, according to Peterson’s findings high status people were interacting with different forms and practices of culture and thus became omnivores as “they were developing a taste for everything” (Warde et al., 2007, p. 144). Hence, Peterson pleaded to categorize the upper-class consumers as cultural omnivores.

On the other side of the taste spectrum Peterson placed the cultural univore. According to Peterson cultural univores tend to be actively consuming just one, or a few, cultural expressions and are more likely to originate from lower-class background.

Peterson was the first to point at a shift in the way upper-class people consumed culture but it never became completely clear why this transition took place. Peterson and others gave various explanations to justify the univore-omnivore shift. Some researchers argue the omnivore-univore shift is catalyzed through the improved and more extensive public education

(Gans, 1985); others say the growing power and sophistication of mass media after the sixties is to blame (Gans, 1985, Taylor, 2009); and some argue it's because of the growth in administrative service jobs (Gans 1985); even others say it's because the (post-)baby boom generation continued to consume their "own" cultural preferences after their adolescent years, finding it more socially and politically appealing than the "highbrow" culture that was presented to them (Peterson, 1990); or that the convergence of commerce and cultural production is to blame (Taylor, 2009).

The overview below provides an list with the explanations for the omnivore-univore shift I found throughout the literature. The list is in no particular order as it is not possible to rank and weigh the different arguments:

Accessibility argument. Arts and culture have become more accessible due to higher living standards, better educational systems, and the extensive presentation of arts and culture through media such as television and the Internet. This shift in structure has made wider variety of culture more accessible to a bigger part of the population and has therefore devalued art and culture as symbols of exclusion (Peterson and Kern, 1996, Gans 1985). This argument is closely related to the 'media power argument'.

Media power argument. Some argue that the rise of the media industry and its enormous power on cultural consumption is the reason for the omnivore-univore shift. Not only the traditional news media and television, but also social media and other Internet technologies are increasingly powerful in influencing cultural consumption (Cowen, 2008, Gans, 1985, Taylor, 2009).

Convergence of content and commerce argument. Some believe that the growing importance of marketing in the production of culture is the cause of eclectic taste formation. The 'convergence of commerce and culture' has created a situation in which the highbrow/lowbrow distinction is replaced by an ideology of the 'trendy', an ideological complex that under the influence of the marketing industry only discriminates the 'commercially successful' or the 'hip' from the 'commercial failures'. This argument is closely related to the 'accessibility argument' and the 'media power argument' (Taylor, 2009).

Intermediary argument. The intermediary argument states that cultural intermediaries, as the main influencers of cultural taste, are the key reason for the univore-omnivore shift. Cultural intermediaries have gained influence and recognition as the importance of their jobs grew from the 1960's on. Together with their growing power their influence on consumer behavior also grew. Consequently consumers adapted the same ideologies that the intermediaries were expressing through they work: a disregard for the traditional highbrow/lowbrow distinctions. The intermediary argument could be seen as an overarching argument that stands for several intertwined arguments of which the 'accessibility argument', 'media power argument',

'convergence of commerce and culture argument' and the 'value change argument' are the most prominent (Nixon and Du Gay, 2002).

Mixed demographics argument. The mixture of taste due to geographic migration and social mobility could have played a role in the change formation of the people. Especially big cities where a lot of different cultures live and work together may be of influence in eclectic taste formation (Peterson and Kern, 1996). This argument is closely related to the 'value change argument'.

Value change argument. The shift from the exclusive snob to the inclusive omnivore could also be understood as part of a bigger change in tolerance towards people with different values, gender, race, and religion. It is nowadays, in contrast to the nineteenth century for example, less conventional to publicly advocate group differences based on race or ethnicity (Gans, 1985, Peterson and Kern, 1996).

Art-World change argument. The moral and aesthetic beliefs of the cultural institutions of the traditional fine-arts world created a perfect environment for snobbism to flourish. Yet, new views on the evaluation of arts in the latter half of the twentieth century provided a new foundation for openness to aesthetic appreciations of a different sort. "It became increasingly obvious that ... expressions of all sorts from around the world are open to aesthetic appropriation" (Peterson and Kern, 1996, p. 905). This argument is closely related to the 'value change argument'.

Generational politics argument. In the early twentieth century young people were expected to like lowbrow culture in their years as adolescence, but to outgrow this taste and, as they matured, develop a better appreciation to highbrow culture. However, from the early fifties on this changed and popular culture transformed from "youth culture" to an alternative to highbrow elite culture. (Peterson and Kern, 1996).

Status-group politics argument. The globalization of our society has made it increasingly less fertile to diminish cultural expressions of others. While exclusion was an effective strategy to enforce dominance over others in the a traditional "homogeneous and circumscribed WASP-ish world" (Peterson and Kern, 1996, p. 906), respect for other cultures is nowadays a more appropriate strategy for people who are trying to make their way through personal and professional life (Peterson and Kern, 1996).

2.3 The cultural omnivore post Peterson

After Peterson many scholars conducted research on the cultural omnivore pursuing to reproduce his findings. Peterson's findings have been confirmed by the many studies that

followed over the past 20+ years. Yet some important ideas were added to Peterson's argument. First, the tastes of the omnivores appear to be far more widely spread than originally stated by Peterson. Second, there is growing support for the idea that the omnivore is cannot be seen as a uniform cultural participator. There are many different sorts of omnivores and fixating the omnivore into one specific role does not do justice to the many reasons why these people might enjoy art and culture (Ollivier et al., 2008).

For example, Bellevance claims a distinction can be made between traditional and modern omnivores (as cited by Ollivier et al., 2008), Lahire separates legitimate from illegitimate dissonants (as cited by Ollivier et al., 2008), Peterson's distinguishes highbrow and lowbrow omnivores (Peterson, 2005), Coulangeon differentiates enlightened and indifferent omnivores (as cited by Ollivier et al., 2008), and Lopez-Sintas and Katz-Gerro and Sonnet point to a distinction between omnivores and quasi-omnivores (Sonnett, 2004; Lopez-Sintas and Katz-Gerro, 2005).

Hence, if we really want to understand omnivorousness a multiform approach is required. The overview below provides a list of some of the different types of omnivores I found throughout the literature. The list is in no particular order as it is not possible to rank and weight out the different sorts of omnivores:

The highbrow/lowbrow omnivore. The classic notion of the omnivore as described by Peterson is a person that shows openness to a wide variety of different cultural forms. The classic idea of the omnivore is that it doesn't discriminate between so-called highbrow and lowbrow forms of culture. According to Peterson these people are mostly high status people as opposed to cultural univores who mostly originate from the lower social classes (Peterson, 1992).

The quasi-omnivore. This is a person that exposes a broad taste and wide appreciation for different forms of art and culture except for one or two cultural categories. In the case of Lopez-Sintas' and Katz-Gerro's research quasi-omnivore's had "a high probability of attendance at all the performing arts indicators except opera" (Lopez-Sintas and Katz-Gerro, 2005: p. 310).

The professional omnivore. This character might not 'just like a lot of different things' or tries to establish its social position through its consumption patterns. Instead he or she may use eclectic taste and broad cultural knowledge as a professional tool. Arts professionals are "engaged as producers and as cultural intermediaries. They profit from their cultural capital through their ability to earn a living making culture, rather than using it as a token in some competition for social honour. They, more than any others, might expect to feel secure and comfortable in the practice of social exchange around cultural matters" (Warde et al., 2007, p. 159).

The social protestor. Broad taste can also be used as a form of social protest. Warde calls these omnivoric protestors dissidents. This type of consumer associates omnivorousness "with social

good, breaking down hierarchies and barriers, and challenging powerful forces that are perceived to ... keep people in their place" (Warde et al., 2007, p. 155).

The indifferent omnivore. Broad taste may also be the result of an "inability to discriminate" between different forms of culture. This can be "caused by a relative lack of confidence over what one is supposed to like and do ... cultural engagement might be more ... an expression of their relative insecurity or lack of clarity regarding personal identities" (Warde et al., 2007, p. 156). In this sense cultural omnivores might be understood as cultural illiterates, as opposed to consumers with broad cultural knowledge.

2.4 Understanding the omnivorousness from a cultural economic perspective

It is essential to note Peterson's original omnivore thesis is embedded in a sociological debate. To be more precise: Peterson's study should be categorized as social stratification research. Social stratification points to the categorization of individuals into groups, based on social inequalities such as wealth, status or income. Social stratification is thus a system of society by which people are ranked in categories of hierarchy. There are three major systems of social stratification: the system of slavery, the caste system, and the class system.

The class system is the most common form of stratification in contemporary western societies. It is also by far the most open form of stratification: individuals are born into a social class, (upper, middle or lower) but are vertically mobile and can move up or down from their inherited position. This movement is mainly understood as the result of the person's own skills, effort and knowledge or the absence of these traits. Most theories from western sociologists such as Marx, Weber and Bourdieu focus on the class system in particular. Peterson's research is also concerned with the class system of social stratification.

From the perspective of the social stratification researcher omnivorousness could be best explained as a mechanism of society to establish different social classes. Translated into the value-based perspective of the cultural economist we could thus state that the social stratification researcher sees omnivorousness as a process of realizing social (class and/or status) values.

However, as I've explained in the previous chapter, in contrast to sociologists cultural economists believe that the realisation of social values is just one of the many (mental) trade-off people make when they decide to consume art and culture. That omnivorousness can come forth of many different motivations is backed by the findings of this chapter. We could say for example that the professional omnivore uses omnivorousness to realize professional values. Additionally the social protestor uses omnivorousness to realize societal or anarchistic values.

Social-, class- and status values are thus just a small portion of the large pallet of value that the omnivore is possibly trying to realize. Consequently understanding the cultural omnivore from a cultural economic perspective should entail a search to the complete pallet of values that the cultural omnivore tries to realize when it consumes art and culture.

2.5 Defining the cultural omnivore

As may be clear by now typifying the omnivore as a single actor is problematic. Cultural consumption should not always be understood as a pure expression of individual taste and choice, an idea that challenges the classic notion of the omnivore which suggests that the omnivores' eclectic taste functions as a new form of distinction amongst the elites. Wide knowledge and a broad appreciation for many cultural practices and products are not necessarily symbols of reputation and status (Warde et al., 2007, Chan & Goldthorpe, 2007). Art can, even for the omnivore, be of value in many different ways.

Consequently, fixating the omnivore into a single definition becomes problematic if we properly want to deal with this consumer's many faces. Yes, we can typify someone with broad taste and openness towards different types of culture as cultural omnivore, but that's it. The relationship between social status and consumer behavior is not intrinsic to the character of the omnivore. There are simply too many reasons for people to express omnivorous behavior to make such a statement.

However to research the cultural omnivore we do need some stratification criteria. Because of many different forms omnivorousness can take I chose to define the cultural omnivore along the lines of the following some practical criteria:

In this thesis I define an omnivore as someone with an explicit broad appreciation for many cultural practices and products. In practical sense this means that the omnivores for this research will have consumed at least 3 different categories of culture in the past 4 months, and more than 3 categories in the past six months. For example, someone can attend the focus group when he or she has visited a museum, went to the cinema and read a book in the past three months, and also went to a rock concert in the past six months.

Consumption of art and culture may be understood in the classic economic sense as the final purchase of a cultural good or service. For this research it may also be understood as the proactive participation in, or contribution to any of the given cultural endeavors, be it paid or for free. With proactive participation I mean any cultural activity that ask for a certain effort of the consumer and/or involves a certain risk to an unfulfilling outcome. Participation in this case is thus a form of investment in time and or effort. Participation thus not involves the consumption of culture on Facebook, Youtube or television as these forms of (passive) participation involve low forms of (financial) risks.

2.5 Conclusion

In 1992 the cultural omnivore was born out of a sociological research conducted by Richard Peterson. Peterson described the omnivore as a high status person that likes many different forms of music. Now twenty years later the omnivore is still present in our society, be it with a somewhat different personality. It proofed hard to pigeonhole modern-day omnivore into a

single character. Yes the omnivore is a person who likes many different cultural outputs more or less indiscriminately, yet the reasons for the omnivore's behavior is as diverse as its cultural taste and therefore contradicts with the sociological standpoint that taste will always be explained as a way to establish some form of social hierarchy. Studying the omnivore from a cultural economic perspective might help us to understand the refined mechanisms behind choice preferences a bit better as cultural economists see choice, taste and consumption as a way to realize values. Understanding choice and consumption as a form of valorization opens up to a lot more possibilities for the omnivore to expose its eclectic taste.

CHAPTER III METHODOLOGY

3.1 Introduction.

This chapter elaborates on the methodology of the empirical research conducted for this thesis and process that preceded it. The aim of the empirical research is to find out what values the cultural omnivore tries to realize when it consumes art and culture. In other words, what does the omnivore find important when it consumes art and culture?

3.2 Focus groups

The research consists of 3 focus group sessions. The focus group is an interview technique that involves a small group of interviewees. The focus group interview is a widely used, qualitative research method. Focus groups commonly concentrate on a specific theme that is explored in depth by its participants. Focus groups are mostly used by researchers concerned in the ways in which individuals debate a specific topic as associates of a larger group, rather than as sole individuals. The focus group technique allows researchers to know *why* individuals feel the way they do (Bryman, 2012).

During a focus group sessions the views of the participants are often challenged. The interactive nature of the focus group sessions allows participants to argue and to review each other's standpoints. This makes the focus group session in some cases more interesting than a one-on-one interview. Focus group participants may change of thought after listening to the answers of fellow interviewees, or may agree with standpoints that they would not have thought of without the interaction of the group discussion (Bryman, 2012). These opportunities make focus groups very helpful in the elicitation of a broad scope of different ideas and views on a specific issue, which is interesting in the case of this thesis as the literature review already showed a wide variety of different reasons for consumers' display of eclectic taste.

Another advantage of the focus group is that the sessions offer the ability to study the way in which people collectively make sense of the world. Focus group session reflect the way people build meaning in 'real life': individuals get to understand certain phenomena by interacting and discussing these with each other, not by investigating their thoughts in complete isolation. In this sense the focus group reflects also the way most art and culture is consumed and understood: in the context of a larger group of cultural consumers and participants (Bryman, 2012).

Lastly, focus groups stimulate individuals to bring up new topics that they find important in relationship to the research subject. This may be also the case with one-on-one interviews, however, it's common for a focus group session to be less organized and structured and more open to the input of the candidates (Bryman, 2012). The new input of the participators is important as their viewpoints where already the starting point for this research. Moreover, they might come up with ideas and answers to questions I never thought of.

3.3 Data Collection

Three independent focus groups are held, with 4 to 6 unique individuals per session. All individuals are selected according to specific stratification criteria. These criteria are designed in such a way that only individuals with omnivorous characteristics can partake in the research. Each focus group is guided with questions I distilled from the four sub-questions of this thesis. These four questions are used as a starting point for the different discussions.

3.3.1 Stratification criteria

Consumer profile. All participants must have an explicit broad appreciation for many cultural practices and products meaning they have consumed at least 3 different categories of culture in the past 4 months, and more than 3 categories in the past six months. For example, someone can attend the focus group when he or she has visited a museum, went to the cinema and read a book in the past three months, and also went to a rock concert in the past six months.

Categories. For the research I discriminated between visual arts, music, film, applied arts & design, heritage & architecture, dance, theatre, literature. I don't discriminate between highbrow or lowbrow culture.

Consumption. Consumption may be understood in the classic economic sense as the final purchase of a cultural good or service. For this research it may also be understood as the proactive participation in, or contribution to any of the given cultural endeavors, be it paid or for free.

Proactive participation. With proactive participation I mean any cultural activity that asks for a certain effort of the consumer and/or involves a certain risk to an unfulfilling outcome. Participation in this case is thus a form of investment in time and/or effort. Participation thus not involves the consumption of culture on Facebook, Youtube or television as these forms of (passive) participation involve low forms of (financial) risks.

Natural groups. The focus groups will be to great extent natural groups. A natural group is a selection of people that know to each other for example through work, school, or as friends or family. Since the participants are recruited from my own social circle (friends, colleagues, fellow students and family) and most of these people have some connections to one another, these groups can be considered to be somewhat natural.

3.3.2 Execution

Recruiting process. Candidates are selected from my personal network of friends, colleagues, associates, family and fellow students. Methods of recruiting were email, face-to-face contact and via social media.

General execution. In the first week of January 2015 I organized three focus group interviews on three consecutive days. Each focus group consisted of four interviewees and myself. More people were invited for the initial interviews. However not all participants showed up.

During the execution I made use of a small camera and an audio recording device to record the interviews. All together they recorded more than two and half-hours of raw material.

Before I started the interview I asked the participants to fill in a questionnaire (see appendix A and B). This questionnaire contained around 20 questions that asked participants to rank what they find most important when they consume art and culture. Not only did these questions help me to obtain measurable data but they also helped the participants start thinking of the different discussion points of the subsequent group interview.

After finishing the three focus group interviews I collected all raw audio and video material for transcription. Transcribing all interviews took about a week. The data analysis started right after the transcription was completed.

Language. All focus group sessions were held in Dutch, the native language of the participants. However, the questionnaires the participants received were in English.

3.4 Data analysis: coding

After the interviews I transcribed all the video material into text (see appendix C, D and E). This data was then analyzed by using the key tools of what is known as the grounded theory: coding. This process entails the labeling of (sections) of transcripts that are of potential scientific significance. The process of coding helps the researcher to organize its big pile of data into smaller portions. With the focus group interviews of this research coding helped me to theorize the stories of the focus group participants. The following overview shows a list of all the codes that were used for this research:

3.4.2 List of Codes

Value Codes:

1. Value: Experiential
 - i. Value: Experiential (new experience)
 - ii. Value: Experiential (not to miss/urgent experience)
2. Value: cognitive/educational
3. Value: social
4. Value: moral
5. Value: skill
6. Value: emotional
7. Value: aesthetic
8. Value: transcendental
9. Value: societal
10. Value: entrepreneurialism
11. Value: intention/context/significance
 - i. Value: intention/context/significance (authenticity & integrity)
12. Value: Sequential

Incentive Codes:

13. Incentive: Experiential
 - i. Incentive: Experiential (new experience)
 - ii. Incentive: Experiential (not to miss/urgent experience)
 - iii. Incentive: Experiential (former positive experience)
14. Incentive: intention/context/significance
15. Incentive: membership
16. Incentive: easy access/availability
17. Incentive: free time
18. Incentive: Habitual
19. Incentive: Social
20. Incentive: general interest
21. Incentive: image/reputation
22. Incentive: marketing
23. Incentive: education/information
24. Incentive: sequential

Disincentive Codes:

25. Disincentive: Habitual
26. Disincentive: Social
27. Disincentive: Costs
28. Disincentive: Image
29. Disincentive: Experiential
 - I. Disincentive: Experiential (non exclusive/generic experience)
 - II. Disincentive: Experiential (too much spectacle)
 - III. Disincentive: Experiential (former negative experience)
30. Disincentive: information/context/significance
31. Disincentive: lack of (general) interest
32. Disincentive: marketing
33. Disincentive: sequential

Other codes:

34. Different values/incentives for different situations
35. Different values for different stages of consumption
36. Impulsive and unplanned decision-making
37. Specific and planned decision-making
38. Type of omnivore: professional
39. Valuation of art: education
40. Social distinction through taste
41. Intention/context/significance
42. Discrepancy about question
43. Discrepancy between values and incentives
44. Destruction of value
45. Costs (financial and/or opportunity) influencing valuation
46. Expectations influence valuation

3.5 General Limitations

There are some general limitations to the use of focusgroup as research method. I listed the most prominent of these below:

Control. During the focus group the researcher has most probably less control over the events than with a one-on-one interview.

Data analysis. The huge amount of data that comes from focus group interviews is difficult to analyze. Not only the size of the data makes the analysis problematic. Also the fact that focus group recordings are prone to have inaudible segments can be disadvantageous.

Organization. Focus group sessions are difficult to organize. Individuals need to agree on participation and the researcher needs to make sure they show up at the right place on the right time.

Time. Organizing focus group sessions is laborious. Also transcribing the recordings and analyzing them can become a time-consuming process.

Group effects. Possible problems of group effects may occur during the focus group interviews. For example, prominent participants might overshadow shy and less outspoken participants. Individuals might also be inclined to express culturally accepted views instead of controversial or radical thoughts as the consequence of group effects (Bryman, 2012).

3.6 Limitations concerning this research

There were also some limitations and other issues exclusive to this research as listed below:

Language. The focus group sessions were held in Dutch. However, the questionnaires the participants received were English. In some cases this created confusion on the meaning or interpretation of questions.

Interpretation of questions. All participants had their own way of interpreting the questions. For example one of the questions asked the participants if they liked to discuss art and culture with their friends. When reviewing the question one of the participants said she liked to speak with friends about art and culture but that she filled in a low grade on that specific question. When I asked why she said it was because she liked to have normal chitchat on art and culture but disliked to discuss or debate art and culture.

Technical problems. During the last interview the camera went down in the middle of the session. I needed to pause the interview to replace the battery.

Layout changes. After the first focus group interview the order of the different parts of the questionnaire were changed. I also added some question numbers. The layout changes were made to enhance the process of filling out the forms and to make the order of the parts more logical and coherent.

Deleted questions. Reflecting on the first focus group session I decided to review the questionnaire. In hindsight some questions seemed irrelevant. Other questions proved to be confusing to the participants due to the way they were stated. I also thought of some new things that I would like to add to stimulate the discussion in some new directions. The alterations resulted in a new focus group research questionnaire FGR2 (see appendix B). In the list below you find the changes that were made:

Deleted statements.

The following statements were deleted because they were too hard to connect to one or more of the cultural values of art, listed in Chapter I:

- 12. *I find it important that art is easy to understand.*
- 15. *I find it important that artists and cultural organisations listen to the needs and wishes of their public*
- 16. *I find it important that art is authentic*

Altered statements.

Some statements were formulated in a too rigorous or extreme way. Participants might feel uncomfortable admitting such statement was true or not true for them. The following statements were altered:

- 5. *I **only** go to see art and cultural events when I know some of my friends are going*
This statement was altered to:
5. *I **often** go to see art and cultural events when I know some of my friends are going*
- 10. *After I attended a cultural event I like to **show** my friends **where I've been***
This statement was altered to:
10. *After I attended a cultural event I like to **tell** my friends **about it***

Combined statements.

Two statements were combined into one as they were too much alike:

- *7. I attend cultural events because they contribute to my professional life*

This statement was combined with:

9. I attend cultural events because it's helpful for my study

Into:

I attend cultural events because it's helpful for my study or my professional life

Added statements.

The following statements were added in order to diversify the discussion afterwards. The new statements also enhance our understanding of some values that were left out in the previous questionnaire, namely societal values, technical values transcendental values. The following three statements were added:

- *19. I find it important that art inspires me and helps me be to be a better person.*
- *20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills.*
- *21. I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole.*

CHAPTER IV RESULTS & FINDINGS

4.1 Introduction

Over the course of the three focus group sessions I spoke to a total of twelve people, four participants per interview. In this chapter I present the outcomes of all the three focus group sessions. This chapter tries not to interpret the results and findings yet. Instead I aim to present the findings as unbiased as possible. In chapter five we will interpret the findings from a cultural economic standpoint.

4.2 Questionnaire results

During three focus group sessions I spoke to a total of twelve people, four participants per interview. Half of the focus group participants were male, the other half female. The average age of the sample group was 26, the youngest participant was 23, the oldest 31. Two third of the participants lived in Amsterdam. The other participants came from different cities. All participants lived in cities with a population greater than 150.000 people.

To the question 'concerning my interest for art and culture, I'm mostly interested as a: ...' (multiple answers possible) ten out of twelve people answered they where interested in art and culture as an "*art consumer/user/visitor/buyer/lover*". Four out of twelve participants said they where interested in art and as an "*arts professional /cultural worker/art expert/cultural specialist*". Three out of twelve participants said they where interested in art and culture as a "*Professional Artist*". Just like three out of twelve people said they where interested in art and culture as an "*Arts student*" and a "*Free time arts practitioner/hobbyist*".

I asked the participants what kind of art and culture they had consumed in the 3 months and 6 months before the interview. Participants could choose between multiple categories: painting/drawing, sculpting, photography, music, film/cinema, design, fashion, heritage & architecture, dance, theatre, literature & poetry and new media art. Participants where also given the option to add a category. Only one participant made use of this by adding "debate" as an art form.

For this question it was made clear to the participants that consumption needed to be understood in the classic economic sense as the final purchase of a cultural good or service. For this research it could also be understood as the proactive participation in, or contribution to any of the given cultural endeavors, paid or for free. With proactive participation I mean any cultural activity that asks for a certain effort of the consumer and/or involves a certain risk to an unfulfilling outcome. Participation in this case is thus a form of investment in time and or effort. Participation thus not involves the consumption of culture on Facebook, YouTube or television as these forms of (passive) participation involve low forms of (financial) risks.

On average the participants consumed 4,6 different forms of art and culture in the three months before the interview. In the six months before the interview they consumed an average of 7,3 different types of art and culture. Participants were asked to take note when they had seen different art forms during one event, for example because they visited a museum like the Guggenheim where multiple art forms are exhibited together. During the three-month period none of the participants had visited such a multiform art venue. In the six-month time period only two people had visited such a venue. Most of the participants visited specific venues to participate in one type of art category. (For a complete overview of all the questionnaire results see appendix F)

4.3 The omnivore's values

All participants were asked to rate 21 opinions from one to ten. Table 1 gives an overview of the results.

Results in order from highest to lowest score		
#	Question	Overall Score
2	I find it important that art and cultural events surprise me	8,3
18	I find it important to know the story behind art	7,4
21	I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole	7,0
1	I find it important that art and cultural events teach me new things	6,8
3	I find it important to discuss art and cultural events with other people	6,7
8	I find it important that art touches me on an emotional level	6,7
11	I attend cultural events because I find it important to support artists	6,5
10	After I attended a cultural event I like to show my friends where I've been	6,3
13	I find it important to read and learn more about the artist I like	6,3
5	I often go to see art and cultural events when I know some of my friends are going	6,1
19	I find it important that art inspires me and helps me to be a better person	6,0
17	I find it important to know which cultural organization or institution is behind the events I attend	5,2
14	I find it important that cultural events have a degree of spectacle and showmanship	4,6
4	I find it important that art and cultural events help me to meet other people	4,5
6	Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it	4,5
20	I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills	4,3

Table 1. Outcome questionnaire questions. Scores are in order from highest to lowest score.

The statement "I find it important that art and cultural events surprise me" scored the highest, followed by "I find it important to know the story behind art" and "I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole". The statements "I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills" scored lowest.

The questionnaire results suggest that the omnivores from this research are mostly looking for surprising experiences when they consume art and culture. This is strongly supported by results coming from the group interviews. During the interviews the interviewees told me that when they go out for art and culture they like to be surprised, experience something unique, something exclusive or something that they haven't seen before. The stories from the interviewees showed that the notion of a new and unique artistic experience works in many cases as a powerful incentive to persuade these omnivores into consumption or participation.

These findings are backed once more by 'De cultuur verkenning', a prognosis on the developments and trends of the Dutch cultural sector executed by the Raad voor Cultuur (council for culture). 'De cultuur verkenning' points to an intensification of the experiential values among present-day cultural consumers. This research sees a growing desire to experience art and culture through a combination different media, activities or venues, all suggesting the upswing of the experience society (Boer et al. , 2014).

The interviews from this research also show that in some case the opposite was also true: generic or non-exclusive events appealed less to these omnivores and were in some cases the reason for them not to participate. In these cases generic experience function as disincentive.

The high outcome of the second statement (I find it important to know the story behind art) is also backed by the results of the group interviews. In many instances interviewees gave notion of the fact that they found it interesting to be informed about artistic intentions, the significance of artistic works or the debate and context in which works are situated. For many of these omnivores understanding art not only increases the enjoyment of its consumption but also influences the way they value it as a whole.

The omnivores focus on artistic context might also clarify why statements such as "I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills" and "I find it important that cultural events have a degree of spectacle and showmanship" scored relatively low. Such values only matter in the context of specific cultural settings. For example, during interview R2 the omnivores said they did value showmanship in a cultural settings like blockbuster shows or circus shows. However they also noted that in other cases such values can be irrelevant or even inappropriate, for example during an intimate theatre play on the life of Anne Frank.

The omnivores focus on context rather than substance might also explain why it remained hard to isolate other values. The results of the questionnaire seem to give a clear view on what these omnivores find important. However during the interview the interviewees where more fragmented and sometimes even jumpy in their opinions. What seemed important for these people in some cultural settings seemed almost never equally important in other cases. What became clear throughout the interviews is that these omnivores value different artistic goods for different reasons. Their values are in many cases not homogenous over different varieties of art or cultural experiences. A finding that is confirmed several times throughout the interviews:

For example, during focus group interview R2 I asked respondent P7 what she finds important when she considers to go to a cultural event. P7 answered that what she considers important depends on the type of art she's planning to see. When visiting theatre performances she believes it's important that the play is of societal relevance and that the experience is of educational value in contrast to her recent visit to a Marlène Dumax exposition. This cultural activity was just for the aesthetic experience. Later on she explained that she believed societal relevance is not important for musical concerts. During these events she values the experience of enjoying the music the most (see appendix D, p. 71–72).

Another example: in the same interview, during a discussion on the importance of spectacle and showmanship, respondent P5 said that he thought elements of spectacle and showmanship are important for theatre or dance performances yet not for the exhibition of artistic objects. He believes that artistic objects need to speak for themselves without the help of any show element (see appendix D, p. 75). Just like respondent P7 respondent P5 uses different values for different cultural settings. What is considered important for one cultural setting isn't necessarily important for another.

The previous two examples are exemplary for the rest of the research. Most participants expressed different values for different cultural settings, art forms and activities for different reasons. What the omnivore finds important depends on the cultural setting she/he participates in.

The research also showed that the respondents hold different values before and during or after they'd participated in a specific cultural activity. What the participants consider important before they consumed art and culture isn't necessarily the same as during or after consumption.

For example, during interview R1 respondent P2 told me that she loves to go to cinema. However she hates to know anything of a film before she had seen. She told me she always tries to ignore the previews that are shown before the main movie is on. Respondent P2 valued the way a visit to the cinema surprises her.

Somewhat later she reflected that after she watched a movie she likes she mostly wants to know more about it. So now after the surprising experience of a cinema visit new values are expressed related to a more cognitive or educational way of consumption (see appendix C, p. 64).

Hence, new values can be constructed after initial values are realized. Respondent P2's values change from experiential before consumption to cognitive and educational after consumption. She uses a different set of values during different stages –before, during, after– of consumption.

Another example: during interview R3 respondent P10 told me a story about her visit to an art gallery in Berlin. She explained that this visit was unplanned and happened by coincidence when she stumbled upon the gallery during a walk with her friends. She explained to me that she wasn't really looking for participating in a cultural setting but still went in because her friends said it would be fun. At that moment she considered the visit of the art gallery important because of its social value.

However, when they went in and looked around she told me that, while she wasn't really looking for anything more than being with her friends, the art and their stories inspired her. She told me she stayed in the gallery for a while, talked to the people there and left feeling a better person than when she went in. She now appreciated the gallery for its inspirational value.

Respondent P10 confessed that most of the time she is not actually looking for these kinds of experiences, but that when it does happen to her she is always pleased.

The omnivore might value art differently before, during or after consumption. The values of the omnivore are thus not homogenous over different stages of consumption. What the omnivore finds important depends on the stage of consumption it finds itself in.

The valuation of art during the two stages of consumption	
Before	During/After
‘I’m most of the time not really interested in art galleries but when I go I like to go with my friends’ <i>Social Value</i>	‘I like to talk about the art when I’m at the art gallery. I like to know the story behind the art.’ <i>Educational/Cognitive Value</i>

Table 2. The valuation of art during the two stages of consumption A.

In search for a reason for the discrepancy between the values before and during or after cultural consumption I considered it might be the case be that the initial values, the ones we hold before we’ve actually consumed a good, tell us something about what is important to persuade us in buying a good. These initial values tell us something about what we want to hear, know or feel about art before we actually go out and experience it. We therefore might understand these initial values as incentives.

The valuation of art during the two stages of consumption	
Before	During/After
‘I’m most of the time not really interested in art galleries but when I go I like to go with my friends’ <i>Social Incentive</i>	‘I like to talk about the art when I’m at the art gallery. I like to know the story behind the art.’ <i>Educational/Cognitive Value</i>

Table 3. The valuation of art during the two stages of consumption B.

From the interviews I distinguished eleven different incentives for these omnivores to be persuaded into consumption. I also distinguished eight disincentives, or reasons why these omnivores might avoid consumption of cultural goods. Table 4 gives an overview of all the incentives and disincentives participants expressed accompanied by an example from the interview that illustrates the connotation of the (dis)incentive. I should note that some of the labels overlap or relate in one or several ways to each other. It was not the intention to create a

explicit labelling system which could be used for other purposes outside the interviews of this research. The sole purpose for these labels is to give an overview of the different reasons the omnivores this research gave to consume or not consume art and culture.

<u>Incentives</u>	<u>Examples</u>
1. Incentive: Experiential <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="220 645 416 674">i. New experience <li data-bbox="220 790 544 819">ii. Not to miss/urgent experience <li data-bbox="220 936 515 965">iii. Former positive experience 	1. <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="616 645 1007 745">i. I want to go to that exposition because they showcase the oculus rift, a new medium that I've never seen before. <li data-bbox="616 790 1031 891">ii. We have to go to that museum because it temporarily shows a movie that is really good! <li data-bbox="616 936 1031 1037">iii. I want to go to see the new Hobbit movie because I enjoyed really enjoyed the book it is based on.
2. Incentive: intention/context/significance	2. I'd like to go to that new media exposition because I know the artist they're displaying. I've studied his background and work for a while.
3. Incentive: membership	3. I often go to the cinema because I've a Cineville membership card.
4. Incentive: easy access/availability	4. On a rainy Friday I like to go to the Rijksmuseum because it is very near to where I live.
5. Incentive: free time	5. I mostly go to the museum when I'm on holiday because then I feel I can take the time for it.
6. Incentive: habitual	6. I see a lot of movies because I'm used to. I grew up in a family where it was normal to go often to the cinema.

7. Incentive: Social	7. I visited that photo exposition because my dad took me there.
8. Incentive: general interest	8. I decided to walk into that art gallery because I have a general interest in art.
9. Incentive: image/reputation	9. I don't know much about museums so I when I do visit one I go to a well know museum with a good reputation.
10. Incentive: marketing	10. Sometimes I want to see an exposition because the media covered it extensively.
11. Incentive: education/information	11. My interest in art and culture comes from the education I had when I was younger.
<u>Disincentives</u>	<u>Examples</u>
1. Disincentive: Experiential	a)
i. Disincentive: Experiential (non exclusive/generic experience)	i. I don't feel like I want to visit the van Gogh museum because I'm familiar with his work.
ii. Disincentive: Experiential (too much spectacle)	ii. I find it repulsive when theatre plays are claiming to be spectacular.
iii. Disincentive: Experiential (former negative experience)	iii. I didn't go to the concert because the last time the audience was awful.
2. Disincentive: intention/context/significance	b) When I know too much about a movie before I've seen it I don't feel like seeing it anymore.
3. Disincentive: Habitual	c) I don't go to the museum often because it isn't something I'm used to.
4. Disincentive: Social	d) I don't go to the theatre because non of my friends are going.
5. Disincentive: Costs	e) I don't go the theatre because I find it too

	expensive.
6. Disincentive: Image	f) I don't go to municipal theatre because it seems very unapproachable to me.
7. Disincentive: lack of (general) interest	g) I would never go to a fashion show. I'm not really interested in haute couture.
8. Disincentive: marketing	h) I don't feel like seeing a new exhibition when the museum has put up the best piece on the poster throughout the city.

Table 4. List of incentives and disincentives .

The incentives for the omnivore to consume art and culture are thus not homogenous over different varieties of art or cultural settings. What stimulates the omnivore to consume art depends on the cultural setting.

4.3 The omnivore as impulsive and unplanned consumer

The story of respondents P10's visit to the art gallery is also illustrative in how it shows how the choice of participating in cultural activities can be impulsive. During all the interviews respondents clearly stated that a lot of the time they don't really plan to go to the museum, a gallery, exhibition or any other cultural activity. They told me such visits 'just happen' because they're at the right moment at the right time, because friends or relatives invite them to join, or because they just spontaneously decide to do so.

To some extent the impulsive and unplanned decision-making of the participants might point out that the 'broad taste' of these omnivores is maybe not an expression of an actively, involved interest in different forms of art and culture but more an expression of the social setting these people live in where it is normal to once in a while participate in different kinds of cultural activities.

CHAPTER V – A CULTURAL ECONOMIC PERSPECTIVE ON OMNIVOROUSNESS

5.1. Introduction

In this Chapter I present a cultural economic perspective on omnivorousness by making use of all findings throughout the literature and the results from the focus group sessions.

So let us first get back all the way to the beginning of this thesis. We recognized that the value of cultural products and services consists of economic and cultural value. The economic value of cultural products and services is quantifiable: it is measured along its price on the market for cultural goods and services. Cultural value on the other hand is unquantifiable. Cultural value is the symbolic worth of a product or service. Cultural value expresses the significance of an object in terms of its cultural, social, political, moral or aesthetic qualities.

Cultural value is created in the market place of ideas. This is where all the people involved in the production, distribution and consumption of cultural goods and services exchange ideas. These ideas get stored in the cultural product or service so that consumers can reflect upon them. During this process of reflection cultural value is created and we call this valorisation. In other words, when we valorise art and culture we compare our own values with the ideas stored in the cultural object. Cultural products become valuable to us when they succeed to align with our cultural, social, political, moral or aesthetic preferences: cultural products become valuable to us when they are able to realize what we find important. We value art and culture because they help us to realize our values. Valorisation is therefore the process of realizing one's values.

So far so good, but when we apply these thoughts to the omnivores of this research we get in trouble. Because what these omnivores found important wasn't always clear. What these omnivores valued depended on many different things. Their values were not homogenous over the varieties of different cultural settings. Their values were not homogenous over different stages of consumption. I would even argue that, except for a strong interest in new and unique experiences, values were not homogenous over the different omnivores I spoke.

Throughout the interviews it became clear that omnivores hold a much more flexible and adaptive approach to values. An 'everything goes' mentality allows the omnivore to discuss a ninth symphony of Bach and a pop concert in one breath. They have an attitude that makes them quickly switch between different cultural settings, picking and choosing only certain elements to make their own. An attitude that moves them over a horizontal axis and helps them to scan the surface for the new ideas. And an attitude that makes them overlook the rich depths that lie underneath this surface.

It seems as if the cultural omnivore is not interested in Throsby's marketplace of ideas. Well, maybe one or two ideas. Ideas that are easy to obtain and fast to digest. But from the perspective of our established value-based framework the omnivore will never comprehend art's true value. Of all the beauty that is hidden in the market place of ideas they just touch upon a fraction of what is out there.

And what about experience as *the* only value that matters to the omnivore? The interviews taught us that the cultural omnivore values culture because it helps to trigger the senses, stimulate the brain and evoke emotions in innovative and unique ways. But what is new and exciting today becomes passé tomorrow. Shouldn't we be careful? The omnivore's need for the new could easily create a blind spot for the old: they might completely forget about the standards and canonical works.

I can't help but recognize that the impression we get of the omnivore is rather uncultivated. The omnivore's interest in art and culture just doesn't seem to go beyond anything more than fast digesting, spectacle-laden experiences. The omnivore seems to value shallowness over deepness, present over past, short-term over long-term, dynamic over static, effect over cause. We are easily seduced to think that art only appeals to the omnivore after we hollow it out, simplify it and accelerate it. The omnivore appears to be a cultural nihilist at best, a barbaric consumer willing to sacrifice anything civilised and sophisticated in order to realize that one thing it finds important: experience as *the* only value that matters.

Yet, I find it hard to accept that this is the complete picture. The omnivores I spoke during the interviews seemed all but barbaric. They were enthusiastic and appeared to be thoughtful people. They told many stories about their cultural experiences. They were keen in recognizing and pronouncing what they found interesting and eager to discuss it. Yes, they spoke a lot about experiential values. Yes, they seemed to be more horizontal consumers, interested in the relationship between art and the world around them. And yes, they showed to be less interested in a vertical way of consumption. But does this necessarily point to an absence of values? Do these people really have no morals? No ethics? Is the omnivore really uncivilized? Or is the omnivore's way of understanding the world maybe slightly different to us? It may be necessary to shift our value-paradigms to get a better understanding of the omnivore.

A sense of cultural collapse surfaces when we discuss the omnivore. I want to get this feeling out of the air. If we indeed need to stand up against the omnivore's uncultured behaviour then I think sentiments of cultural decline aren't very helpful. Let us therefore try to understand these people from a new perspective. Let us not evaluate the omnivore through our conventional value theories. This will only create more confusion. It will leave us with a great gap between the knowledge we have and the knowledge we want to obtain. No, let us take a closer look at what has changed. Let us address the *transformation* so to say. Maybe, if we understand what has changed we will be able to overcome our emotions of fear. And hopefully this will help us to truly value the omnivore's presence.

5.2 Sequential Value

P3: *"... Before I go watch a movie I always check the trailer. I make sure I understand the storyline and how all the elements fit. I always think: there are so many things that are not becoming completely clear just from watching the movie. I therefore look for background stories. It helps me to make connections."*

S: *"So does this mean that you find it important to learn something or are you more interested in context?"*

P3: *"No I'm rather interested in context. There's not so much to learn for me because I'm no artist."*

Later on:

P3: *"... Sometimes I'm not really interested in knowing the storyline beforehand but rather in how a movie came into existence. ... I'm interested in its background: how the director came up with the story, or something like that. That's what I like."*

Interview excerpt 1
Source: interview R1

Respondent P3 is interested in how a movie relates to the world around him. This allows him to create a narrative pathway between the ideas that live within in the movie and the ideas from outside the movie. This in return helps him to realise sequential values.

The idea that art can only be valuable to us by diving deep into the artistic object, to the point of reaching its true cultural value, is an idea that the omnivore rejects. Instead the omnivore values art because it succeeds to create a narrative pathway between the ideas that exist inside the artwork and ideas that exist outside the artwork. The omnivore is thus not interested in what a work means by itself but more how it relates to the world. The omnivore values art because it helps him to realize what I call *sequential values*.

Sequential value. Art and culture have sequential value when they are able to connect into a system of sequences with other areas of knowledge. In other words, when a piece of art enables us to discover new things about the world around us we speak of its sequential value. Values are sequential when they enable us to move from one sphere of ideas to another. A modern-day science fiction novel may have sequential value because it contains a passage about a nineteenth century painting. Stumbling upon this passage and reading it might evoke an unanticipated interest in topics such as nineteenth century painters, fine art or even art history. The book therefore creates a sequence between ideas from the book (science fiction) and ideas that exist outside the book (nineteenth century art). The book thus enables the reader to broaden its knowledge and interests by moving along the sequence. Sequential values relate to other values such as educational and cognitive values, and (art-)historical and scientific values.

P1: *"I really believe in the share/remix society. I don't care if people copy art and then exhibit it elsewhere. ... I think it's fine if he exhibits it in a space where its context changes."*

Later on:

P4: *"But would you feel cheated on if your walk into a gallery, without any good sense of what is shown, and then they tell you all these facts about the things you see ... but afterward you read that the particular artist who made those paintings was a fake?"*

P1: *"Hmm... Well that visit to the art gallery would become meaningless to me, yes, but I would also immediately question why they told me all those facts and that idea in itself would then become interesting to me."*

Later on:

P1: *"The context of the narrative. Indeed, context and narrative are important."*

Interview excerpt 2
Source: interview R1

Respondent P1 tells that the narrative and context of an artwork are important to him. The context of an artwork contains all the relating ideas that exist outside the artistic object. The context helps the omnivore to create sequences. It helps to realize sequential values.

Critics might argue that the realisation of sequential values is a hollow practice and that a sequence of ideas don't hold any value. I argue this is not entirely true. There might exist some value in the connection of ideas and this becomes apparent when we draw a parallel with the way scholars value research papers.

The valuation of scientific papers depends on two principles. The first principle: research papers with a great number of references leading to them, in other words those most often cited, are considered most important.

The second principle: a research paper becomes more valuable when the researcher that cites it is a classified, valuable and legitimate scientist. How to establish if someone is of scientific value? By the number of citations that he himself has received. In other words if David Throsby quotes you, that's more valuable than if your brother does. Why? Because Throsby as a scientist has more citations leading back to him than your brother. Thus a reference by Throsby is more valuable than a reference by your brother.

Hence, a great part of the valuation of a research paper depends on the relationship it has with other research papers: therefore the way scientists value research papers, at least in the very early stages of the valuation process, depend on sequential values.

Another critique might be that if we all depend on the citation of the next person we end up in a vicious circle. Nobody would really know what's going on in such a situation.

This is why the cultural professional is important for the omnivore. I'm talking here about artists in the first place. They are responsible to create meaning, study their craft and contribute

to the art sector. Artists need to make these sorts of sacrifices in order to be recognized, in order to obtain high sequential value.

But not only cultural producers and artist can impact the sequential value of art. Cultural intermediaries and tastemakers can have a great influence too. Gatekeepers and intermediaries “[...] perform an important role in providing information and forming consumers’ tastes for all sorts of cultural products. They sift out items from a huge potential stock of products that consumers choose from; consumers therefore have to find an intermediary they trust to make a selection that suits them. Shops can perform that function: you might go to a certain shop, say to get clothes that suit your taste, because you know you like the selection it stocks. Particular critics or blogs whose opinions you share are also ‘gate-keepers’ you can rely on.” (Towse, 2010 p 154 – 155)

P8: *“... What I recently did ... I was sitting next to a poet. I have no idea who she was. It was a by accident that I sat next to her. We talked for two hours about poetry. I didn’t understand a thing of it. However she did trigger my interest. Afterwards she sent me some things. That experience was so much richer because I met someone I didn’t know before. Therefore I got much more appreciation for the place I visited that day ... ”*

Interview excerpt 3
Source: interview R2

Respondent P8 speaks about how an artist allowed him to create a new sequence. The experience P8 had that day helped him to realize sequential values.

5.3 The realisation of sequential values through experiential values

For the omnivore the quest for knowledge has become a pursuit of experience. Or, from a Romantic point of view, the omnivore replaces the idea of beauty with that of spectacle. I’m referring here to the idea that the omnivores from this research showed a prime interest in new, unique and never before seen experiences. The cultural omnivore values culture because it helps to trigger the senses, stimulate the brain and evoke emotions in innovative and unique ways. Spectacle, vision and innovation should be the tools to seduce the omnivore. He needs stimulation in all ways: on emotional, physical and intellectual level.

But why does the omnivore need this spectacle? It seems as if the omnivore’s search for the new is disturbing the balance between substance and amusement. Is the omnivore just in it for the thrill? Should we understand the omnivore as a doped up thrill junky or is there a more intelligent explanation of its behaviour?

As I explained the omnivore is interested in the realisation of sequential values. Therefore what the omnivore really cares about is movement and the opportunity to travel from one idea to the next. However, moving from one point to another requires fuel. So what could this possibly be? Interest and curiosity are two possible answers. Yet for the omnivore this isn’t enough. To move forward the omnivore needs spectacle too. It helps him to stay on his feed; it keeps him enthusiastic and makes him eager for more. Spectacular experiences don’t use up the omnivore’s

energy. They generate acceleration and create energy. Therefore in order to realize sequential values the omnivore needs to realise one other value: experiential or spectacle value.

This might also explain why the omnivore is not interested in slowing down. Spectacle generates acceleration. It gives the omnivore drive instead of hinder. It generates forward motion instead of stagnation. As we know the omnivore is not interested in vertical consumption because it understands that slowing down creates the possibility of interruption and inactivity.

5.4 The enjoyment of horizontal consumption

A great deal of the omnivore's consumption preferences thus depends on the expertise of cultural professionals. They help the omnivore to create sequences between different spheres of ideas. They help the omnivore to realize sequential value. Critics might state that the omnivore's reliability on the arts professional, his horizontal orientation and his unwillingness to study the depths of art makes him a shallow consumer. They might say that to truly understand art one should study hard, just like the cultural professionals. Yet, is this really the case?

To answer this question we should discuss the essence of art, its true meaning. I'm talking here about understanding the true value of art, about the idea that there is a tension that lives within the artistic object that inspires us to look beyond the surface, an idea that is issued from the greatness of the collective mind, an idea that can only be grasped through persistence, study, hard work and brainpower, and of which its understanding rewards you with the status of a refined, cultivated and sophisticated art consumer.

An idea that the omnivore rejects.

Because the omnivore is a horizontal consumer that moves from sequence to sequence, picking and choosing ideas as he goes, never interested in going under, and unable to become a decent, cultivated cultural consumer. Discovering art's true meaning requires hard work. No sweat, no price.

But what if we change our perspective? If we would for example say that unveiling the meaning of art doesn't require hard work? Or, that there is no such thing as deep meaning? What if we say that this idea of hard work as the only pathway to understanding art is just an illusion?

As I discussed before, I understand that to become a serious member of the art world artists and organizations need to make sacrifices. They need to work hard in order to be recognized. They need to contribute and give to the community, as that is the only way to earn respect as an artist. I understand it is important for them to create meaning, to make sense of the world through their artistic practices. But does this mean that we should exclude those who see enjoyment of art as nothing more than an act of hedonism, a celebration of life and creativity? Should we exclude these people because they supposedly don't understand what's going on? Do we really need to educate them? After all, we don't need to study a fireworks show again and again in order to understand its beauty.

I don't think that the omnivores from this research would ever claim that all art should be easy to understand. They would never say that there is no pleasure in studying culture either. Or

that hard work doesn't bring us anything. The only thing these omnivores recognize is that to enjoy art a *tour de force* isn't always necessary. They understand that even if they look below the surface there is no guarantee of understanding the highest meaning of things. They recognize that meaning can also be subtracted from collecting ideas across the surface. They understand that vertical consumption isn't exclusively laborious and that looking for sequences, connecting ideas and wandering the horizontal axes can be effortful too.

So is the omnivores understanding of art hollow and meaningless? From the perspective of the arts professional maybe yes. However, is the omnivore's enjoyment of art therefore hollow and meaningless? I don't think so. After all, isn't it true that one of the greatest gifts of art is that we can all understand it in our own unique way? As opposed to science, art can mean anything to anyone at anytime. There is no wrong or right in enjoying art. The only thing that matters is that we care about art, that we do something with it and that it keeps on living in the collective mind of our society. And with all its enthusiasm and interest in art and culture I'm convinced that the cultural omnivore is undeniably helping to keep this spirit alive.

5.5 From cultural omnivore to cultural traveller

Let me recapitulate some of the ideas I've exposed above. We now understand the practice of horizontal consumption as a matter of realizing sequential values. Thanks to our brief look at the way research papers are valued we also understand that there exists value in the connection between ideas. Likewise we understand why spectacle and experience help the omnivore to realize sequential values. And we understand that to enjoy art hard work and contemplation are not always necessary.

Yet there is still one side in our omnivore debate underexposed. We haven't discussed how the cultural sector can meaningfully interact with the omnivore. To understand how to deal with the omnivore we first need to know what the omnivore adds to the cultural sector as a whole. What is it that the omnivore brings? Can we learn from the omnivore? Should we follow its lead or should we steer the omnivore in a certain direction?

The answers to the questions became clear to me during the one of the last meetings I had with my thesis instructor professor Klamer. During this meeting we tried to find out the significance of the omnivore ourselves. We discussed the omnivore from different angles and perspectives and found out that the omnivore had much in common with one other specific group of consumers: tourists and travellers.

We realized that the omnivore's horizontal consumption pattern looks a lot like the way travellers and tourist 'consume' foreign destinations. Just like travellers the omnivore travels from one cultural destination to another. And just like travellers and tourist the omnivore is never really at home. He's mere a cultural guest. The omnivore always passes through. Maybe the omnivore resides for a day, a week or a month in the same place. But you know for sure the omnivore will eventually leave for somewhere different, something new, and something exciting.

Professor Klamer and I agreed that to a large extent the omnivore could be seen either as a cultural traveller or cultural tourist. However the omnivore could never be both. There are simply too many differences between the people we perceive as tourists and the people we perceive as travellers.

Compared to travellers tourists are usually the most easy to spot. Tourists come in groups of variable sizes, usually armed with a photo camera, a traveling guidebook and a road map. Tourists tend to move from place to place in big city tour buses guided by a local tour guide. Tourists tend to form their trip around tourist attractions: sites, places, and activities that are safe and fun for everyone. It is most likely that the tourist stays within its comfort zone. Although they reside in a different country or culture it is likely they stick to their own language, their own customs or even their own types of food. It is unlikely that the tourist will discover off-the-map activities or hidden treasures. The tourist might therefore not be the one who comes home from a trip with exciting stories, unconventional insights and new visions.

Travellers on the other hand tend to be more adaptive when they visit new places. Travellers feel most comfortable when they immerse in the local culture. Travellers try not to stand out from the local crowd. They seek to learn from local customs, try to eat local food and speak the local language or dialect. Travellers seek to explore new locations where tourists usually don't go. It is very likely that travellers end up in desolated places where they are the only foreign people. Travellers are thus also very keen on interacting with locals. The goal of the traveller is usually not to relax and break from everyday life. No, the traveller rather seeks to learn and engage with life to the fullest. Travellers are therefore open to different perspectives, new stories and unusual ideas. It is most likely that travellers come home with ideas that will inspire, teach or enlighten us.

"So is the omnivore a cultural traveller or a cultural tourist?" professor Klamer asked me. "A cultural tourist" I answered. Through all the conversations I had with the different omnivores it was always very clear to me that these people were open towards new experiences, eager to learn, discover and search for all that the world has to offer. The omnivores that I spoke appeared all but uncultivated. They were excited, keen and open people, ever scared for new ideas, insights or experiences. The many stories they told me proof their adventurous attitude towards life, art and culture.

"Then what can we learn from the omnivore? What is it that the omnivore contributes?" professor Klamer continued.

Well, as omnivores seek to explore new cultural sites, locations and experiences it is very likely that they, just like travellers, end up in places unknown to many others. It is likely that the omnivore is keen on interacting in these cultural places. The omnivore will probably seek to learn and engage with its surrounding to enhance its experience to the fullest. The omnivores are therefore pre-eminently the people who come across different perspectives, new stories and unusual ideas. The omnivore therefore becomes a storyteller; a cultural encyclopaedia that could help us discover what is out there and encourages us to see the world from a different perspective. The omnivore might give us new insights and unconventional visions that could help

organisations and artist to see their business from new perspective and help them to overcome difficulties in unconventional ways.

My conversation with professor Klammer was aimed at understanding the significance of the cultural omnivore. It did however make me realize something more: cultural *omnivore* is an appellation that doesn't suit the character it belongs to. The label cultural omnivore evokes an image of a person that indiscriminately takes in all sorts of art and culture. The label of 'omnivore' creates a sense of randomness, a sense of indifference, and a sense of triviality. While researching the omnivore I found that the opposite of these ideas was mostly true. As I've repeatedly stated before the omnivores from this research were very sensible to the things they value. What I thus realised during my conversation with professor Klammer is that the label of cultural traveller is not only very powerful in understanding what the omnivore might contribute to the cultural sector as a whole but that the label of cultural traveller actually suits these people better than the label of cultural omnivore. Cultural omnivores are actually cultural travellers.

5.6 Conclusion

My intention here was to give an alternative reading of the omnivore's behaviour. I tried to show that the omnivore has a logic of its own. From this new perspective our emotions of fear and tragedy are challenged. In the end you may not agree with this perspective. You might still think the choices of the omnivore are immoral, uncultivated or shallow. That is ok. I'm not interested in convincing anyone that the omnivore's behaviour is morally right. What I'm interested in is showing you that our sympathy for the omnivore is shaped by our worldview. If you look through the eyes of the omnivore you see the world differently. You will become a cultural traveller that sees the world in a horizontal way. You will understand meaning as a sequence of ideas. You will recognize that hard work is not always resulting into the formation of meaning. And you will hopefully recognize that there might be a chance that the omnivore's enjoyment of art and culture is helpful to the arts sector as a whole.

CONCLUSION

I started this thesis pleading for a balancing view the cultural omnivore. I asked to get rid of all our prejudices and to look at the cultural omnivore through its own eyes. By making use of a value based cultural economic approach this thesis succeeded in understanding the omnivore from its own perspective.

We now understand that the cultural omnivore has evolved much since Peterson's 1992 study. This research showed that it's hard to pigeonhole the omnivore into a single character as omnivorousness is motivated by many different reasons.

However what all the omnivores from this study had in common was their search to create meaning out of horizontal consumption. The cultural omnivore realizes sequential values through spectacle and experience. The cultural omnivore enjoys art and culture not through contemplation and study but through movement and acceleration. The cultural omnivore takes pride and care in its cultural voyages. Although the cultural omnivore might find itself in new and unexpected events, its consumption behaviour is far from unintentional.

This research therefore pleads for a new appellation for the cultural omnivore, namely cultural traveller. Understanding the omnivore as cultural traveller helps us to see this consumer's potential instead of its flaws. As a modern-day Columbus the cultural traveller brings home stories from worlds unknown to the isolated artists and organisations. Listening to these stories might help these artist and organisations to open up to different perspectives and unusual ideas. Therefore, listening to the cultural traveller might inspire us, teach things we didn't know about and enlighten us to move into new directions.

REFERENCES

- About Subbacultcha. [Webpage]. (n.d.). Retrieved from <http://www.subbacultcha.nl/membership>
- Boer, J. D., Lans, J., Broek, A., Broekhuizen, K., Went, E., Bussemaker, J., ... & Ooijendijk, W. Raad voor Cultuur (2014). *De Cultuurverkenning: ontwikkelingen en trends in het culturele leven in Nederland*. Retrieved from http://www.cultuur.nl/upload/documents/tinymce/De_Cultuurverkenning.pdf
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford university press.
- Chan, Tak Wing, and John H. Goldthorpe. "Social stratification and cultural consumption: The visual arts in England." *Poetics* 35.2 (2007): 168-190.
- Cowen, T. (2008). Why everything has changed: the recent revolution in cultural economics. *Journal of Cultural Economics*, 32(4), 261-273.
- Cultuur in cijfers. (2012). Den Haag: Ministerie van OCW.
- Gans, H. J. (1985). American popular culture and high culture in a changing class structure. *Prospects*, 10, 17-37.
- Hutter, Michael, and Richard Shusterman. "Value and the valuation of art in economic and aesthetic theory." *Handbook of the economics of art and culture* 1 (2006): 169-208.
- Klamer, A. (2009). The lives of cultural goods.
- Klamer, A. (2013). *Doing the right Thing*. Erasmus University Rotterdam. Manuscript in preparation.
- López-Sintas, Jordi, and Tally Katz-Gerro. "From exclusive to inclusive elitists and further: Twenty years of omnivorousness and cultural diversity in arts participation in the USA." *Poetics* 33.5 (2005): 299-319.
- Meerjarige activiteitensubsidie festivals en concoursen 2013 – 2016. Amsterdamse Cello Biennale. Fonds Podium Kunsten. (n.d.). Retrieved from

http://www.fondspodiumkunsten.nl/nl/toekenningen/meerjarige_activiteitensubsidie_festivals_en_concoursen_2013_2016/amsterdamse_cello_biennale/

Meerjarige activiteitensubsidie festivals en concoursen 2013 – 2016. Metropolis festival. Fonds Podium Kunsten. (n.d.). Retrieved from http://www.fondspodiumkunsten.nl/nl/toekenningen/meerjarige_activiteitensubsidie_festivals_en_concoursen_2013_2016/metropolis_festival/

Nixon, S., & Gay, P. D. (2002). Who needs cultural intermediaries?. *Cultural studies*, 16(4), 495-500.

Ollivier, Michèle, Koen Van Eijck, and Alan Warde. "Presentation." *Poetics* 36.2 (2008): 115-119.

Over Salon. [Webpage]. (n.d.). Retrieved from <http://www.ssba-salon.nl/#!/page/about>

Peterson, R. A. (1990). Audience and industry origins of the crisis in classical music programming: Toward world music. *The future of the arts: Public policy and arts research*, 207-227.

Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21(4), 243-258.

Peterson, R. A., & Kern, R. M. (1996). Changing highbrow taste: from snob to omnivore. *American sociological review*, 900-907.

Peterson, R. A. (2005). Problems in comparative research: The example of omnivorousness. *poetics*, 33(5), 257-282.

Sonnett, J. (2004). Musical boundaries: intersections of form and content. *Poetics*, 32(3), 247-264.

Sullivan, O., & Katz-Gerro, T. (2007). The omnivore thesis revisited: Voracious cultural consumers. *European Sociological Review*, 23(2), 123-137.

Taylor, T. D. (2009). Advertising and the conquest of culture. *Social Semiotics*, 19(4), 405-425.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge university press.

Towse, Ruth. *A textbook of cultural economics*. Cambridge University Press, 2010.

Warde, A., Wright, D., & Gayo-Cal, M. (2007). Understanding cultural omnivorousness: Or, the myth of the cultural omnivore. *Cultural sociology*, 1(2), 143-164.

Wat is we are public?. [Webpage]. (n.d.). Retrieved from <http://www.wearepublic.nl/over-ons/>

Zijlstra, H. (2012). *Cultuur in beeld*. Den Haag: Ministerie van OCW.

APPENDIX

Appendix A: Focus group questionnaire FGR 1

MA Research
Focus group questionnaire FGR1

Full Name: _____

Age: _____ Nationality: _____ City of Residence: _____

Highest Level of Completed Education:

- Primary education
- Secondary education
- Bachelor
- Master
- Doctoral

Occupation: _____

In the past 3 months I've consumed* art/culture of the following categories:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Painting/drawing <input type="checkbox"/> Sculpting <input type="checkbox"/> Photography <input type="checkbox"/> Music <input type="checkbox"/> Film/Cinema <input type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> Other, namely: _____ | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fashion <input type="checkbox"/> Heritage & architecture <input type="checkbox"/> Dance <input type="checkbox"/> Theatre <input type="checkbox"/> Literature & poetry <input type="checkbox"/> New Media Art |
|---|--|

In the past 6 months I've consumed* art/culture of the following categories:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Painting/drawing <input type="checkbox"/> Sculpting <input type="checkbox"/> Photography <input type="checkbox"/> Music <input type="checkbox"/> Film/Cinema <input type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> Other, namely: _____ | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fashion <input type="checkbox"/> Heritage & architecture <input type="checkbox"/> Dance <input type="checkbox"/> Theatre <input type="checkbox"/> Literature & poetry <input type="checkbox"/> New Media Art |
|---|--|

***Consumption.** Consumption may be understood in the classic economic sense as the final purchase of a cultural good or service. For this research it may also be understood as the proactive participation** in, or contribution to any of the given cultural endeavors, be it paid or for free.

****Proactive participation.** With proactive participation I mean any cultural activity that ask for a certain effort of the consumer and/or involves a certain risk to an unfulfilling outcome. Participation in this case is thus a form of investment in time and or effort. Participation thus not involves the consumption of culture on Facebook, Youtube or television as these forms of (passive) participation involve low forms of (financial) risks.

PART 1

Check the boxes that are true for you. More than one answer is possible.

Question A

Concerning my interest for art and culture, I'm mostly interested as a:

- Art consumer/user/visitor/buyer/lover
- Arts professional /cultural worker/art expert/cultural specialist
- Professional Artist
- Arts student
- Free time arts practitioner/hobbyist

Question B

Concerning my interest for art and culture, I'm mostly interested in:

- Painting/drawing
- Sculpting
- Photography
- Music
- Film/Cinema
- Design
- Other, namely: _____
- Fashion
- Heritage & architecture
- Dance
- Theatre
- Literature & poetry
- New Media Art

PART 2

On a scale from 1 to 10 what is true for you. 1 is not true at all at all, 10 is very true.

Only 1 answer per question is possible

1. I find it important that art and cultural events teach me new things
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
2. I find it important that art and cultural events surprise me
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
3. I find it important to discuss art and cultural events with other people
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
4. I find it important that art and cultural events help me to meet other people
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
5. I only go to see art and cultural events when I know some of my friends are going
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
6. Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
7. I attend cultural events because they contribute to my professional life
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.

8. I find it important that art touches me on an emotional level
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
9. I attend cultural events because it's helpful for my study
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
10. After I attended a cultural event I like to show my friends where I've been
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
11. I attend cultural events because I find it important to support artists
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
12. I find it important that art is easy to understand
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
13. I find it important to read and learn more about the artist I like
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
14. I find it important that cultural events have a degree of spectacle and showmanship
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
15. I find it important that artists and cultural organisations listen to the needs and wishes of their public
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
16. I find it important that art is authentic
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
17. I find it important to know which cultural organization or institution is behind the events I attend
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
18. I find it important to know the story behind art
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.

Appendix B: Focus group questionnaire FGR 2

MA Research
Focus group questionnaire FGR2

1. PERSONAL INFO

Full Name: _____
(please also write your last name on the right corner of other pages)

Age: _____ Nationality: _____ City of Residence: _____

Highest Level of Completed Education:

- Primary education
- Secondary education
- Bachelor
- Master
- Doctoral

Occupation: _____

2. CULTURAL INTERESTS

Check the boxes that are true for you. More than one answer is possible.

Q2 A

Concerning my interest for art and culture, I'm mostly interested as a:

- Art consumer/user/visitor/buyer/lover
- Arts professional /cultural worker/art expert/cultural specialist
- Professional Artist
- Arts student
- Free time arts practitioner/hobbyist

Q2 B

Concerning my interest for art and culture, I'm mostly interested in:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Painting/drawing | <input type="checkbox"/> Fashion |
| <input type="checkbox"/> Sculpting | <input type="checkbox"/> Heritage & architecture |
| <input type="checkbox"/> Photography | <input type="checkbox"/> Dance |
| <input type="checkbox"/> Music | <input type="checkbox"/> Theatre |
| <input type="checkbox"/> Film/Cinema | <input type="checkbox"/> Literature & poetry |
| <input type="checkbox"/> Design | <input type="checkbox"/> New Media Art |
| <input type="checkbox"/> Other, namely: _____ | |

3. CULTURAL CONSUMPTION

Q3 A

In the past **3 months** I've consumed* art/culture of the following categories:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Painting/drawing | <input type="checkbox"/> Fashion |
| <input type="checkbox"/> Sculpting | <input type="checkbox"/> Heritage & architecture |
| <input type="checkbox"/> Photography | <input type="checkbox"/> Dance |
| <input type="checkbox"/> Music | <input type="checkbox"/> Theatre |
| <input type="checkbox"/> Film/Cinema | <input type="checkbox"/> Literature & poetry |
| <input type="checkbox"/> Design | <input type="checkbox"/> New Media Art |
| <input type="checkbox"/> Other, namely: _____ | |

Q3 B

In the past **6 months** I've consumed* art/culture of the following categories:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Painting/drawing | <input type="checkbox"/> Fashion |
| <input type="checkbox"/> Sculpting | <input type="checkbox"/> Heritage & architecture |
| <input type="checkbox"/> Photography | <input type="checkbox"/> Dance |
| <input type="checkbox"/> Music | <input type="checkbox"/> Theatre |
| <input type="checkbox"/> Film/Cinema | <input type="checkbox"/> Literature & poetry |
| <input type="checkbox"/> Design | <input type="checkbox"/> New Media Art |
| <input type="checkbox"/> Other, namely: _____ | |

***Consumption.** Consumption may be understood in the classic economic sense as the final purchase of a cultural good or service. For this research it may also be understood as the proactive participation** in, or contribution to any of the given cultural endeavors, be it paid or for free.

****Proactive participation.** With proactive participation I mean any cultural activity that ask for a certain effort of the consumer and/or involves a certain risk to an unfulfilling outcome. Participation in this case is thus a form of investment in time and or effort. Participation thus not involves the consumption of culture on Facebook, Youtube or television as these forms of (passive) participation involve low forms of (financial) risks.

4. CULTURAL PREFERENCES

On a scale from 1 to 10 what is true for to you. 1 is not true at all, 10 is very true.
Only 1 answer per question is possible

1. I find it important that art and cultural events teach me new things
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
2. I find it important that art and cultural events surprise me
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
3. I find it important to discuss art and cultural events with other people
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
4. I find it important that art and cultural events help me to meet other people
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
5. I often go to see art and cultural events when I know some of my friends are going
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
6. Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
7. DELETED
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
8. I find it important that art touches me on an emotional level
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
9. DELETED
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
10. After I attended a cultural event I like to tell my friends about it
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
11. I attend cultural events because I find it important to support artists
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
12. DELETED
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
13. I find it important to read and learn more about the artist I like
 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.

14. I find it important that cultural events have a degree of spectacle and showmanship

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

15. DELETED

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

16. DELETED

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

17. I find it important to know which cultural organization or institution is behind the events I attend

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

18. I find it important to know the story behind art

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

19. I find it important that art inspires me and helps me be to be a better person

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

21. I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.

Appendix C Transcription focus group interview R1

FOCUS GROUP R1
05_01_2015

S: Vertel me even wat je de afgelopen tijd hebt gezien en bezocht en dan beginnen we even bij P2 en dan doen we even het klokje rond.

P2: Uhhm, nou ja, ik ben wel uit geweest. Dus, uhhm, ik heb verschillende dance act gezien. Vraag me niet welke, want dat weet ik dan niet. Uhhm, ik lees boeken. Ik ga ook veel, één à twee keer per week, naar de film. Uhhm...

S: Eén à twee keer per week naar de film.

P2: Ja. En, uhhm, ik heb een museum jaarkaart, dus ik ga vaak langs bij musea.

S: Oké. Musea, film, dus dance noemen we even categorie muziek.

P2: Yep.

S: En literatuur .

P4: Uhhm, ik weet natuurlijk niet meer precies wat, welke maand het was, maar, uhhm, overal viel me wel op dat ik overal wel een ding toevallig van heb gedaan. Dus ik ben één keer naar de film geweest, één keer naar een echt optreden van Jungle, één keer naar, toevallig naar Foam, één keer toevallig naar het Rijks en dat met, uhhm, die party, die openingsparty bij, uhhm, hoe heette dat?

P3: Volkshotel?

P4: Nee.

P3: Fashion Week?

P4: Fashion Week. En dat was dan dans en fashion. Dus.

S: Oké. En daar zaten eigenlijk wat ongelukjes tussen, zal ik maar zeggen? Wat sporadische dingen?

P4: Ja, maar meer een soort van: dat als je het zo in categorieën aankruist, is het toch overal één van, weet je wel.

S: En bij P2 was het wat meer steady?

P2: Ja. Oh, ik ben ook naar het theater geweest trouwens. Maar dat was wel maar één keer.

S: Theater. Oké. En dit was meer. Oké. P3.

P3: Uhhm, ik ben ook museum, ik ben sowieso meer als P4. Dat gewoon gebeurt en het gebeurt me eens, eens in de zes maanden gebeurt het eigenlijk, dat is wel de steadyheid, dat het eens in de zes maanden allemaal eens gebeurt, museum. Uhhm, ja, dat is *Gugenheim*, dat is dan ook meteen fotografie, sculpturing, van alles. Daar heb je dan meestal in één museum wel, zo'n museum wel. Uhhm, dance, uhhm, gewoon grote dance evenementen, maar ook optredens als Thyfoon.

S: Muziekavonden.

P3: Ja. En, uhhm, ja, design, die valt eigenlijk ook onder het musea in dit geval.

S: Oké. P1.

P1: Uhhm, ja, painting en drawing vanuit Stedelijk, daar ook dus fotografie gezien. Uhhm, sculpturing, design. Uhhm, fashion waar P4 het over had, maar ook Dutch Design Week ben ik geweest. Heb ik ook veel design gezien en fotografie, maar dat waren ook een beetje van die per ongelukjes. Daar was ik gewoon aan het rondlopen. Uhhm, een aantal dance events. Ik weet eigenlijk ook niet meer precies welke.

S: Dance is toch dance?

P1: Ja, ik bedoel muziek dance. Uhhm...

S: Dance hier is dans inderdaad. Ja.

P1: Uhhm. Ja, theater dus door de Winterparade. En, uhhm, ja, ik ga soms selectief naar wat kleine exposities voor nieuwe-mediakunst, zoals met jou met die virtual reality shit en met mijn 'ZEST' groepje bijvoorbeeld naar...

S: En jij bent ook met die opening met de Fashion ding geweest.

P1: Ja, en dan, ja, gewoon in de stad naar waar, waar bijvoorbeeld één installatie staat, ga ik gewoon even voor installatie ergens kijken.

Commented [S1]: Incentive: membership

Commented [S2]: Impulsive and unplanned decision making

Commented [S3]: Impulsive and unplanned decision making

Commented [S4]: Impulsive and unplanned decision making

Commented [S5]: Specific and planned decision making

S: Oké. Dus even de groep een beetje, ik denk dat we in P2 en P1 een beetje meest steady, uhhm, mensen zijn die gekke dingetjes opzoeken en jullie zijn een beetje de sporadische, uhhm, dingen die ergen...

P3: Als je het in hokjes wil indelen omdat het moet.

S: Maar dat is interessant, want daar kunnen we het een beetje, daar kunnen we het over gaan hebben, want dan, laten we dan bijvoorbeeld beginnen bij P2 van, uhhm: hoe, hoe bepaal je dan of je, uhhm, naar zo'n film gaat? Of naar zo'n museum of naar zo'n dansavond?

P2: Ik heb een Cineville-pas en om de hoek bij mij is de filmhuis, dus ik als ik niks... En ik heb geen baan. Dus dan denk ik: nou, ik heb geen fuck te doen, wat draait er nu? Dan ga ik daar heen.

S: En waarom ga je dan naar die film?

P2: Omdat die dan draait. En het is om de hoek. En ik het, het leukst vind eigenlijk om niet veel te weten over een film en gewoon te gaan. En dan verrast te worden. Als ik alles al weet, dan denk ik: dan hoef ik ook niet meer te gaan. Als ik alle trailers al heb gezien...

S: Dat is gewoon een, is dat gewoon een, een, een ontspanning en je gaat daar heen om verrast te worden?

P2: Ja. Ja. En ik kom uit een familie van mensen die altijd naar de film gaan. Mijn ouders zijn, zitten allebei in het bestuur van een filmhuis, dus al vanaf dat wij zo groot waren, gingen we naar de film, dus het is voor mij ook een gewoonte misschien wel.

S: En is dat dan ook, geldt dat dan ook voor als je naar een, uhhm, uhhm, theater gaat of andere dingen doet?

P2: Nee, dat zoek ik echt uit.

S: Dat zoek je echt uit?

P2: Dat zoek ik echt uit.

S: En waarom zoek je dat echt uit?

P2: Uhhm, omdat dat minder een gewoonte is en ik ook minder mensen in mijn omgeving heb die veel naar het theater gaan. Het is duurder, wat minder, uhhm, toegankelijk, dus moet ik wel echt...

S: En een boek, want je zei dat je veel leest.

P2: Heel veel. Ja, dat vind ik gewoon lekker.

S: Dat vind je gewoon lekker, dus dat ligt dichterbij dan bij hoe je een film, naar een film gaat?

P2: Ja, ik heb altijd boeken, want als ik in de Kringloop ben, dan koop ik altijd 26 nieuwe boeken. En die staan dan in de kast tot ik een keer denk: hé, ik wil eens lezen en dan trek ik het uit de kast.

S: Oke. P4, hoe werkt het voor jou?

P4: Ik kijk films eigenlijk zelden in de bioscoop, maar ik denk dat ik qua film wel echt wel de allermest grootgebruiker ben van iedereen die ik ken. Wat dan misschien ook wel komt, omdat ik dat als categorie het dichtst bij mij ligt, bij mijn werk in dat geval, maar ik kijk, ja, gemiddeld, denk ik, één film per dag.

S: En waarom?

P4: Ja, omdat ik gewoon super, voor mij, zoals ik al zeg, omdat zoveel, omdat het veel met m'n werk te maken heeft, kijk ik een film die misschien iemand anders weer helemaal niet aanspreekt. Als ik een film saai vind, kan ik gewoon naar andere dingen kijken die ik super interessant vind. Dus een beetje, daar zie ik gewoon heel veel in, omdat ik dat gewoon heel goed begrijp, dus daarom vind ik dat interessant. Dat is hetzelfde als dat ik met andere die muziek veel beoefent gewoon flabbergast kan zijn door een band die speelt, waarvan ik denk: ja, als geheel vind ik het niet klinken, maar die hoeft alleen maar de drummer te kijken of zo. Dat kan ik bijvoorbeeld ook alleen maar naar het licht kijken. Op zo'n manier.

S: En wat je vertelde ook, dat je naar een, uhhm, dan eigenlijk is dat dus heel, je kijkt een film... Zoek je dat heel selectief uit dan? Of is dat dan een...?

P4: Nee, want ik kijk gewoon alles.

S: Je kijkt gewoon alles?

P4: Ja.

S: Dus dan gaat het eigenlijk niet per se om de film, of wel om de film?

P4: Wat bedoel je?

Commented [S6]: Incentive: membership

Commented [S7]: Incentive: easy access/availability

Commented [S8]: Incentive: fee time

Commented [S9]: Incentive: easy access/availability

Commented [S10]: Disincentive: sequential value

Commented [S11]: Value: Experiential

Commented [S12]: Disincentive: sequential value

Commented [S13]: Incentive: Habitual

Commented [S14]: Different values/incentives for different situations

Commented [S15]: Specific and planned decision-making

Commented [S16]: Disincentive: Habitual

Commented [S17]: Disincentive: Social

Commented [S18]: Disincentive: Costs

Commented [S19]: Disincentive: Image/reputation

Commented [S20]: Value: Experiential

Commented [S21]: Incentive: easy acces/availability

Commented [S22]: Type of omnivore: professional

Commented [S23]: Value: cognitive/educational

S: Als je een film kijkt, gaat het dan om die film die je kijkt of gaat het om dat je er iets van leert of opsteekt of dat je een soort van...

P4: Nou, laat ik, uhm... Hmm... Nou ja, laat ik het zo zeggen: 40% van de films, die zoek ik uit omdat ik dat dan interessant vind en 60% is ook wel gewoon puur vermaak. En als het dan tegenvalt, of het vermaakt me en dan is dat prima en als het me niet vermaakt, dan haal ik er gewoon weer andere dingen uit die ik interessant vind.

S: Oké. En de dingen die je niet uitzoekt, waar je dan terecht komt? Hoe werkt dat dan?

P4: Dus geen films.

S: Bijvoorbeeld: je was naar een fashiondingetje geweest.

P4: Ja, dat, uhm, dat is eigenlijk altijd afhankelijk van de, de mensen met wie ik ben.

S: Ja.

P4: Ja. Het is nooit zo dat ik dan... Ik ben daar nooit, uhm, *accelerator*.

S: Dus dan ga je mee?

P4: Ja.

S: En geldt dat eigenlijk voor alle dingen buiten dan jouw... Want je hebt, jouw expertise is film. Alle dingen buiten jouw expertise?

P4: Hmm... Misschien alleen muziek niet. Dat ik dan weleens, of laat ik het dan zo zeggen, dat ik dan... Dan ga je alsnog met mensen, maar dan af en toe kies ik wel echt iets wat ik leuk vind, omdat... En dan zoek ik daar gewoon weer zelf mensen bij, maar dan, ja...

S: Wat ik nu interessant vind om te vragen van: vind je dan dat jij brede smaak hebt? Vinden jullie, laat ik dat eerst vragen, vinden jullie, vinden jullie dat P4 een brede smaak heeft als hij zegt van: "Nou, ik kijk eigenlijk heel veel films."

P3: Ja, wat is brede, brede smaak? Dat heeft er in ieder geval mee te maken dat je zelf, zeg maar, initieert om ergens naartoe te gaan. Maar als je ergens naartoe gaat en je bent geïnteresseerd of je kan het wel mooi vinden, dan...

P1: Ja, of dat je, als jij, als je een brede smaak hebt in films, dan heb je ook een brede smaak.

P3: Ja. Het hoeft inderdaad niet...

S: Het hoeft niet over disciplines te gaan. Ja. En als ik het dan over disciplines heb? Zou P4 dan een brede smaak hebben in verschillende disciplines? Een brede smaak binnen cultuur?

P1: In ieder geval geen brede honger, om het zo maar te zeggen.

P3: Ik denk dat dat het is, maar als je er eenmaal bent en je gaat, je gaat er wel in op. Je gaat er wel goed naar kijken en misschien achter proberen... Als je er eenmaal bent, achter proberen te komen van: wat staat hier dan allemaal? Wat wordt ermee bedoeld? Of weet ik veel wat? Dan kan je nog steeds wel, nou, in zoverre een brede smaak, het kan je wel interesseren. Op het moment dat je, dat je daar denk ik nooit die honger naar hebt, dan is misschien je smaak ook niet echt smaak.

S: Nee. Maakt dat voor jou veel uit? Of je er zelf al geïnteresseerd in iets bent om ergens warm gemaakt voor te worden? Of ergens naartoe te gaan?

P3: Nou, ik denk dat ik wel een klein beetje hetzelfde heb, dat ik het niet zo vaak initieer om ergens naartoe te gaan. Ik vind het wel leuk om mee te gaan soms, en dan kijken we wat het precies is en er daar pas achter te komen wat het allemaal is, maar ik, uhm, ik zou, zou, zou, ga naar de meeste dingen die ik aangekruist heb niet uit mezelf.

S: Oké. Maar dat komt dan door je omgeving?

P3: Ja.

S: Je vriendin, je vrienden?

P3: Vriendin voornamelijk. Die, die, die is daar wel heel erg in. Ik steun haar heel graag en...

gelach

S: En hoe zit het met jou, P1?

P1: Uhm, ik zou zeggen dat het 50/50 is qua initiatief en meegesleurd worden. Ook super veel mensen die mij meesleuren. En dat doe ik heel graag, maar als ik meegesleurd word, dan lees ik me meestal in waar ik naartoe meegesleurd word. Dus ik maak die keuze dan vaak nog wel.

Commented [S24]: Value: cognitive/educational

Commented [S25]: Value: Experiential

Commented [S26]: Different values/incentives for different situations

Commented [S27]: Incentive: social

Commented [S28]: Different values/incentives for different situations

Commented [S29]: Value: Social

Commented [S30]: Incentive: social

Commented [S31]: Incentive/Value: social

Commented [S32]: Incentive: Social.

Commented [S33]: Value: educational/cognitive

Commented [S34]: Value: Sequential

S: Ja, en wat neem je allemaal mee in je keus? Wanneer laat je, laat je je overhalen om, of laat ik het zo zeggen: wanneer maak je zelf de keuze om ergens naartoe te gaan?

P1: Uhhm, nou, dat ligt er meestal aan of ik het vind, eerder vind dan de anderen in mijn groepje bijvoorbeeld waar ik nu dan me in bevind. Dat is echt de reden, een beetje stom. En, maar, en waar...

S: Maar als jij nu kijkt eerder dan je groepje, maar wanneer maak je de keuze om dan andere mensen ervan te overtuigen dat ze dat met jou moeten gaan doen?

P1: Uhhm, nou, nu is het vooral in de context van nieuwe media, kunst en events, omdat daar de meeste interesse ligt en als ik... en als ik... Kijk, de laatste tijd heb ik me er best wel in verdiept. Als ik dan, uhhm, artiesten zie die daar een installatie hebben, of een bepaald nieuw medium wat wordt uitprobeer, dat kan het ook nog wel zijn. Zoals laatst die 'Oculus' waar ik met jou was, dan overtuigt dat me van dat ik daar moet zijn, omdat te ervaren.

S: Jullie mogen er trouwens in inhaken, hoor, al jullie iets bedenken of, uhhm, oproepen, uhhm, uhhm... En wanneer, wanneer besluit je om met een vriend mee te gaan dan?

P1: Uhhm...

S: Waar hangt dat vanaf?

P1: Toch een beetje op datzelfde vlak. Meestal gewoon, eigenlijk, mijn vrienden, uhhm...

P3: Een beetje vertrouwen in de smaak van die persoon, van die vriend.

P1: Precies en ook omdat zij vaak hetzelfde hebben van: ja, we moeten naar het Stedelijk, want in de kelder draait in de bioscoop, een van de drie films is heel vet. Die moeten we zien. Kom, we gaan naar het Stedelijk. En dan, ja, dan heb ik altijd zoiets van: oké, is goed. En als het een beetje zo'n *general*, we gaan naar het Stedelijk is, zou ik daar veel minder enthousiast van worden. Meestal gaat het echt wel over een werk en meestal vind ik dat ook... Ik neem ook meestal maar één of twee werken echt mee in mijn hoofd als ik...

S: Oké. En wat vind je dan belangrijk om, wat, wat moet zo'n werk met jou doen?

P1: Uhhm, ja, dat vond ik dus, bij de vragen, het is echt super verschillend. Soms gaat heel erg om de ervaring van een, van een medium, dus van een techniek en soms gaat het heel erg om de, het verhaal dat iets vertelt op een hele vette manier. Uhhm, en dat ze bijvoorbeeld, uhhm, zoals laatst in het Foam die expositie over dat dorp en die radioshow, Love Radio, dat is dan, uhhm, op een hele andere manier omgaan met het vertellen van een verhaal en daar techniek bij gebruikt en dan ben ik daar in geïnteresseerd. Dan wil ik dat zien, terwijl ik niet per se echt van foto's houd, maar die pak ik er dan bij.

P4: Ik denk ook dat het er heel erg aan ligt hoe erg jij thuis bent in, in datgene wat je bezoekt. Als ik iets bezoek wat in mijn straatje ligt, dan ga ik kijken naar hoe die het heeft gemaakt en wat voor techniek en dan weet ik super, dan heb ik super veel context waarmee ik dan veel dieper dat werk in ga. Als ik naar het Rijksmuseum ga, dan vond ik het super chill dat er iemand bij me was die mij gaat vertellen van: "Nou, we zijn nu in deze eeuw en daarin gingen, uhhm, groepen rijke vrienden zichzelf laten schilderen. En daar komt onder andere ook de Nachtwacht vandaan." Oh. Oh. Oh. Nou, weet ik veel. En daar is natuurlijk nog boeken en boeken over te vertellen, maar gewoon alleen al de basisdingen, geen flauw idee. Dus ik denk dat dat er super erg aan ligt, ja, wat jouw context is bij hetgene wat je bezoekt.

S: Dus context is belangrijk?

P4: Niet of je het leuk vindt of niet, maar wel hoe je ernaar kijkt. En, en dus wat je ook wat je op dat moment belangrijk vindt, waar, wat de reden is waarom je er bent.

P1: Ja, en het is heel erg, wat P4 zegt, bij films, dat heb ik dan bijvoorbeeld in zo'n Foam en dat heb je denk ik overal als dat je, je komt op een foto-expositie doordat je pa je meeneemt op je verjaardag, je komt bij Love Radio en je vindt het heel vet dat ze dat digitale gebruiken om een verhaal te vertellen, omdat jij nou eenmaal geïnteresseerd bent in het vertellen van verhalen. En nieuwe media. En dan pak je de foto's er gewoon bij. Waar jij veel meer geïnteresseerd zou zijn in filmtechniek van de interviews in die tentoonstelling.

P4: Juist, dat ook. Ja. Absoluut.

P1: En omdat, en, en misschien raak je elkaar dan, omdat het een documentaire was op een bepaalde gekke manier en dat jij dan denkt: oh, vet! Ze hebben een documentaire zo aangepakt en weet ik veel.

P4: Maar ik denk uit, als ik zou moeten kiezen wat dan de reden zou zijn, dan zou ik altijd, vind ik het leukst om als het iets is wat, waar ik wel al veel context bij heb en waar iemand bijvoorbeeld iets, uhhm, in mijn geval iets, uhhm, de techniek op een ander manier zou hebben gebruikt. Op een originele manier zou hebben gebruikt. Dat zou ik dan, dat is voor mij het meest bevredigend. Ja.

S: Hoe is het voor jou?

P2: Heel anders. Voor mij is het heel [?? 16.32]. Ik ga mee met mensen, omdat ze zeggen: "Kom, we gaan." Dan denk ik: oké, haha, laten we gaan. En dan is er wel of niet iets wat zij interessant vinden en ik lees me meestal niet in. En dan ga ik ervoor staan en kijken wat ik voel. En soms word ik heel erg geraakt door sommige dingen en, nou ja, bij alle Gouden Eeuw in het Rijks, dan denk ik: ja... Ehhh... Ehhh... Maar dan dat ene kamertje boven, waar je dan die gekke bank hebt,

Commented [S35]: Incentive: sequential value

Commented [S36]: Incentive: experiential. (new experience)

Commented [S37]: Value: Skill

Commented [S38]: Value: Experiential

Commented [S39]: Disincentive: Experiential (non exclusive/generic)

Commented [S40]: Incentive: experiential (not to miss/urgent)

Commented [S41]: Value: Experiential

Commented [S42]: Value: Skill

Commented [S43]: Valuation of art, education

Commented [S44]: Value: Sequential

Commented [S45]: Incentive: Social

Commented [S46]: Value: Sequential

Commented [S47]: Value: Skill

Commented [S48]: Incentive: social

Commented [S49]: Value: emotional

waar dan die beetje modernere kunst ligt, daar, daar word ik dan weer heel blij van, omdat dat mij interesseert. Dus dat is voor mij...

S: En wanneer raakt dat dan? Waar ligt dat aan? Kan je daar...

P2: Ja, het is iets daarin... Ja, iets emotioneels, zeg maar. Je kan ergens voor staan en het is heel cool of je voelt niks! En ik heb een vriend, wij lopen ook altijd zo door musea heen, gewoon echt best wel snel en dan totdat we iets cool vinden en daar gaan we dan voor staan en dan Googlen we nog iets of zo en dan: oh cool en dan hebben we daar een nieuw gesprek over en dan lopen we weer verder. En dat zijn vaak niet de schilderijen waar iedereen voor staat. Uhhm, ja, het is echt vooral die manier. Zo ga ik ook naar films. Uhhm, ik wil graag ontdooid worden.

S: Dus eigenlijk zie je daar, zijn daar overeenkomsten, tussen hoe jij films kijkt en...

P2: Ja, hoe ik eigenlijk alle, alle kunst, uhhm, uhhm, beleef. Als ik niet geraakt word, dan denk ik: ja, goed, dan ga ik naar huis of zo. Maar ook dat, zelfs als ik uit ga, of zo, als ik naar feestjes ga, en met dance dingen, dan denk ik: ja, als het mijn hart raakt, als ik geen zin heb echt om te dansen, dan kan het nog zo cool zijn wat hier iemand staat te doen met al z'n synthesizers, maar ja, boeiend.

P1: Fuck you, gast.

P2: Ja. Fuck you. Ik ga lekker naar huis. Haha. Dus dat, dat is het voor mij.

S: Dus er zijn wel overeen... Heb jij dat ook, P3, dat er overeenkomsten zijn tussen verschillende dingen die je doet?

P3: Nee. Nee. Als ik ergens in, uhhm, in m'n eentje ben en ik word meegenomen door m'n vriendin, nou, naar een 'conceptueel kunst iets', en dat, dat, dat zou mij verder niks doen, dan moet ik, ga ik wel op zoek naar iets zodat ik het wel tof ga vinden. Dan ga ik daar voor staan en dan ga ik boekjes doorlezen of internetten. Kijken naar van: oké, waar... Maar kijk in godsnaam naar zes stippen op dit witte vlak. En, nou, dan wil ik wel ook iets ervan snappen verder. En soms dan, dan heb ik nog steeds zoiets van: sorry, hoor, maar dit, dit, dat gaat, dit klopt voor mij niet of ik snap het niet, dat is het meer. Maar als ik een film ga kijken, dan, ik kijk altijd de trailer eigenlijk. Dan ga ik wel zorgen dat ik weet hoe het verhaal zit en dan ga ik juist, juist alle dingen die erin terugkomen. Dan denk ik: oh, maar, want er wordt zoveel niet verteld in een film, dat ik gewoon liever, zeg maar, wel de achtergronden weet, dat ik een beetje meer die verbanden kan leggen of iets dergelijks. Dat dus, ja, dat is voor mij wel anders. Maar dat is denk ik ook, omdat ik niet uit mezelf, ik ga wel uit mezelf een film kijken, maar ik ga niet uit mezelf naar het museum toe. Dus dan, maar als ik er eenmaal sta, dan ga ik er niet als een...

S: Maar vind je het dan belangrijk om iets te leren of vind je het belangrijk om de context ergens achter te weten?

P3: Nee, eerder de context. Want voor mij valt er niet zo heel veel te leren daar, want ik ben geen artiest of kunstenaar. Dus, dus dan, dat, ja, dat is, het is ook niet voor mij dat ik daar sta van: ik moet, uhhm...

S: Sommige teksten kunnen, van een lied, kunnen heel erg een soort van openbare zijn of een, of een, of een boek, maar je...

P3: Dat is, dat is anders. Ja, ja, boeken... Ik lees bijna geen, uhhm, fictie, dus boeken zou wel, uhhm, kunnen, maar teksten. Ik luister heel veel Nederlandstalige, uhhm, hiphop, zeg maar, van 'Thyfoom' of, of 'Opgezwolle'. Ja, daar hoef ik niet echt iets te leren. Dat is meer omdat ik, meer hoe ik het dan bewonder hoe het in elkaar zit of hoe ze het in elkaar hebben gezet, dan dat ik echt dat zelf wil kunnen op die manier. Ik bewonder het meer eigenlijk als het echt tof is dan dat ik er echt van wil leren, want ik kan, ik kan het zelf niet.

S: Oké. Laten we eens naar het lijstje kijken, wat we hebben ingevuld. Ik heb niks ingevuld. Uhhm, eigenlijk hebben we het over nummer 6 <6. Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it>, P1 vond nummer 6 <6. Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it> vond dat een lastige, of die vond dat een, een, een, Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it. Dus veel weten van tevoren over weten. Ja, nee, die hebben we een beetje besproken nu, hè? Eigenlijk zijn we er wel, tenminste, wat ik uit jullie een beetje haal, is dat de meeste van jullie het vrij, toch vrij belangrijk vinden om een soort context of een achtergrond, uhhm, te weten. Als iemand het daar niet mee eens is, moet 'ie dat dan nu even zeggen.

P1: P2.

P4: Ja.

S: P2, ja, P2. Maar ook P2 is...

P2: Ook wel, wel maar dan pas op het moment dat ik er ben en dat ik denk: goh, dit vind ik interessant.

S: Ja.

P2: Maar niet van tevoren.

P4: Dus wel echt het tegenovergestelde van, uhhm, P3? Dat vind ik wel interessant.

P3: Vooral in dat museum. Dan is het wel, als ik er ben, dan, dan doen we dat wel, maar de film is weer totaal anders.

Commented [S50]: Value: emotional

Commented [S51]: Value: cognitive/educational

Commented [S52]: Value: social

Commented [S53]: Social distinction through taste

Commented [S54]: Value: experiential

Commented [S55]: Value: emotional

Commented [S56]: Incentive: social

Commented [S57]: Value: Sequential

Commented [S58]: Value: Sequential

Commented [S59]: Value: Skill

Commented [S60]: Value: cognitive/educational

Commented [S61]: Different values/incentives for different situations

P2: Ja, ik zit, zeg maar, echt zo tijdens de previews in de film *gebaard met vingers in oren*, zeg maar, als dan al die trailers voorbij komen. Zit ik gewoon mezelf echt te hummen en doe ik, zeg maar, hoop ik dat het in het Frans is, want dat versta ik niet. Dus dan hoef ik niet zo mijn best te doen. Dat vind ik echt het aller, aller, aller, aller vervelends.

Commented [S62]: Disincentive: Sequential

P3: Ja, maar soms vind ik het ook echt wel lekker om niet eens het, het, het verhaal van tevoren te welen, maar wel hoe die film überhaupt tot stand gekomen is of waar het vandaan komt of iets dergelijks. Niet per se dat ik het verhaal van die film wil weten, maar wel de achtergrond ervan. Van wat die, weet ik veel, hoe die regisseur überhaupt op dit verhaal gekomen is of iets dergelijks. Dat vind ik ook tof.

Commented [S63]: Incentive: Sequential

S: Ja, dus verrassing is voor jou ook een heel belangrijk aspect?

Commented [S64]: Value: intention/context/significance

P2: Ja.

S: Verrast worden?

P2: Ja.

Commented [S65]: Value: experiential

P1: Maar het verhaal achteraf vind ik wel leuker bij een film. Het is, achteraf is de context, komt 'ie vaak harder aan dan vooraf voor mij.

Commented [S66]: Value: sequential

P2: Ja, en dan, als ik het achteraf wel interessant vind, dan wil ik er ook alles over weten, hoor. Ik bedoel...

Commented [S67]: Value: sequential

P1: Beetje zo'n naïeve blik naar zo'n film kijken is altijd toffer als het je lukt.

Commented [S68]: Different values for different stages of consumption

P2: En is ook je mening niet verpest door alle recensies.

Commented [S69]: Disincentive: sequential

S: Goed. Heeft, wat, even kijken, wat heb jij, waar heb jij een 10 ingevuld, P1?

P1: Uhhm, even kijken. Oh ja. Bij het verrassen.

S: Ja.

P1: Ja.

S: Bij welke vraag, noem even een nummertje van mijn vragen.

P1: I find it important that art and cultural events surprise me.

S: Als je even nummertjes noemt. Nummer 2 <2. I find it important that art and cultural events surprise me>, nummer 3 <3. I find it important to discuss art and cultural events with other people>.

P1: Nummer 3 en eigenlijk, ik zat net te denken dat 8 <8. I find it important that art touches me on an emotional level> eigenlijk ook een 10 zou moeten verdienen.

S: 8 zou ook een 10. Heeft iemand daar een heel laag cijfer? Bij nummer 2 <2. I find it important that art and cultural events surprise me>, 3 <3. I find it important to discuss art and cultural events with other people> of 8 <8. I find it important that art touches me on an emotional level>?

P3: Ja, ikke bij 8 <8. Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it>. Ja. Ik heb daar ook maar een 3.

P4: Ik een 3.

S: Oké, dan kunnen we het daar wel even over hebben. Nummer 8 is de vraag: ik vind het belangrijk dat kunst me op een emotioneel niveau raakt. Heeft, P2 heeft dat ook al even aangestipt.

P2: Ja, ik heb ook een 10 ingevuld.

S: Die had daar ook, uhhm... Hoe zie je dat? Waarom vind je dat belangrijk, P1?

P1: Uhhm... Waarom vind ik dat belangrijk? Ja, omdat, uhhm, uhhm, nou ja, ik kan, zeg maar, als maker kan ik heel erg, uhhm, uhhm, statisch en een soort van naar een werk kijken. Zo van: oh, dit werkt op een mooie manier of blablabla, maar als ik gewoon echt kijk, als ik naar kunst kijk, of, of in een installatie sta of whatever, dan moet het me gewoon raken, verdrietig maken overweldigend en ik moet het dan vervolgens dan ook mee naar huis kunnen nemen, dat gevoel dat ik heb gehad in die installatie of in, of in, voor dat schilderij of whatever, anders heeft het me eigenlijk niks gedaan, behalve dat ik er misschien uit mee heb genomen hoe het tandwielje draaide en dat ik dat dan zelf ook zo kan bouwen, maar in principe is het emotionele gewoon het belangrijkste. Voor mij.

Commented [S70]: Type of omnivore: professional

Commented [S71]: Value: emotional

Commented [S72]: Value: cognitive/educational

Commented [S73]: Value: Emotional

S: Ja, en kan je omschrijven wanneer dat gebeurt?

P1: Wanneer dat gebeurt?

S: Of is dat...

P1: Dat is te moeilijk. Dat is echt per discipline verschillend.

S: Oké. Dat is, dat is niet een tastbaar iets voor jou?

P1: Nee. Nee, dat is ook echt, zeg maar, uhhm, je hebt het er dan altijd over daarna, naderhand, met de mensen met je er bent geweest en dan is dat altijd heel grappig om te merken, zeker bij installaties, dat heel veel verschillende mensen andere dingen heel vet vonden. Of andere dingen uit de film hebben meegenomen, ook ben je allemaal heel erg stoked. Dus, ja...

S: En P4 heeft daar een? Wat heb jij daar ingevuld?

P4: Een 6.

S: Een 6.

P4: Maar ik zit nu heel diep na te denken hoe, hoe die vraag voor mij precies werkt. Daar ben ik nog niet helemaal uit.

S: En P3? Jij had daar een?

P3: Ik had een 3.

S: Een 3. Dus jij vindt het niet belangrijk dat kunst je op een emotioneel niveau raakt. Waarom niet.

P3: Nou ja, ik zit, ik zit net te denken en ik ben misschien wel rigoureuus geweest met een 3.

gelach

P3: Maar, uhhm, nee, omdat je begon over, over songteksten en zo. Dat, dat, dat, daar heb ik, daar heb ik dat wel mee, maar ik zat hier even in mijn hoofd van als ik door een museum loop of iets dergelijks. Ik kan me niet, niet herinneren dat ik ooit in m'n leven daar echt door geraakt ben, maar ik kon wel iets, iets heel tof vinden of iets heel mooi vinden of iets heel leuk gedaan of iets dergelijks, maar ik heb niet dat ik dat echt er emotie bij komt kijken, maar ik sta niet, niet, niet te, niet te springen en zeg: "Ellen, kijk nou hoe vet dit is." Of hoe, hoe, hoe tof dit werkt of iets dergelijks. Helemaal niet.

P1: Is dat andersom wel zo?

P3: Ja, zij kan... Ja, zij, zij is, zij, zij kan dat wel hebben en dan probeert ze mij heel erg ervan te over... Dat vind ik, dat vind ik eigenlijk het leuke eraan. Dat zij, als zij dan, dan, dan, omdat het haar gewoon meer interesseert. Ik heb dat bijvoorbeeld met sportwedstrijden. Als ik die zie. Ja, maar als ik, als ik een American football wedstrijd kijk en zij zit naast me op de bank, dan wil haar alles erover vertellen en dan vind ik het heel tof, zeg maar. Dan probeer ik haar te infecteren met dat. En dat doet, dat, dat vind ik het leuke eraan, maar het is niet zo dat, nou, het geldt eigenlijk natuurlijk voor dat hele rijtje, uhhm, wat links staat. Uhhm, painting, sculturing, uhhm, fotografie, uhhm, al dat soort dingen, ja, dat heeft me nog nooit, denk ik, emotioneel echt geraakt. En dat vind ik ook niet zo belangrijk trouwens.

S: Je vindt het niet belangrijk. Dat is wel interessant. Je vindt het ook niet belangrijk.

P3: Ik vind het ook niet zo belangrijk, omdat ik het, het, het, want ik, als ik, ik ga er ook niet echt in m'n eentje naartoe, dus ik heb, ik vind het leuke eraan om ernaar toe te gaan dan gewoon, ik vind het wel leuk om het erover te hebben. En van wat vind jij er zo tof aan dan? Dat vind, dat vind ik er wel leuk aan. Maar ik heb het niet zelf het gevoel erbij en het hoeft voor mij ook niet dat ik, dat ik er echt helemaal *flabbergasted* voor sta of zo.

S: Voor jou is een groot, tenminste, dat... Ik...

P3: Meer het sociale aspect van het heengaan, denk ik.

S: Oké ja ook eentje van die vragen waar we zo op terugkomen. En P4, heb jij nog, want jij, jij zat nu te twifelen, jij, je was een beetje *confused*?

P4: Ja, precies. Maar ik denk...

S: Vertel eens waarom je...

P4: ... ik denk dat het een beetje tweeledig is. Aan de ene kant, uhhm, kan ik net zo goed, volgens mij, ik heb dus een 6. Uhhm, ik kan net zo goed genieten van een stuk, van een werk wat ik, uhhm, niet op een emotionele manier interessant vind, dan dat ik het wel op een hele emotionele manier interessant vind en als ik het eenmaal emotioneel interessant vind, dan raakt het me misschien heel vaak, uhhm, als ik dan ergens bijvoorbeeld emotioneel van word, als in bijvoorbeeld verdrietig, vind ik dat niet per se een comfortabel gevoel. Dus...

S: Nee, dus kunst moet voor jou ook iets, het, het moet iets comfortabels zijn. Je bent niet op zoek naar...

P4: Nee, moet niet, maar het is meer een soort van...

S: ... iets dat schuurt?

P4: ... Hmm... Nou...

Commented [S74]: Different values/incentives for different situations

Commented [S75]: P1 explains emotional values

Commented [S76]: Value: social (After consumption)

Commented [S77]: Different values/incentives for different situations

Commented [S78]: Value: aesthetic

Commented [S79]: Value: social

Commented [S80]: Value: social

Commented [S81]: Value: social

Commented [S82]: Different values/incentives for different situations

S: Vind je dat belangrijk?

P4: Of het schuurt?

S: Nee. Ja. Of, of je, of je, of, of je dus een soort van wil bevestigd worden in fijne gevoelens of dat, dat je, uhm...

P4: Ja, misschien wel. Ja. Bij muziek heb ik dat heel erg. Daar zit heel erg een soort van, muziek, dat kan, daar ben ik echt altijd op zoek naar een bepaald gevoel wat ik super prettig vind. Kan ik ook helemaal niet goed uitleggen, maar dat, het liefst gewoon, zeg maar, waar ik juist krachtig van word bijvoorbeeld, voor mijn gevoel. En als ik, juist zielige muziek, daar kan ik echt niet tegen, want dat vind ik oncomfortabel. En als ik... Ja.

Commented [S83]: Value: transcendental

S: Ja, sorry. Wat wil je nog zeggen?

P4: Als ik denk aan een *emotional level*, dan denk ik heel snel daaraan.

S: Aan iets, aan iets negatiefs?

P4: Aan een... Ja.

P1: Verdrietige dingen.

P4: Als ik emotioneel word.

S: Interessant. Want heeft één van jullie dat wel? Dat je graag, dat je, uhm, eigenlijk graag, ook wel graag naar kunst, naar film of muziek of naar dingen kijkt wat je heel oncomfortabel laat voelen, waar je helemaal niet, niet fijn van wordt? Dat is natuurlijk heel veel kunst en cultuur dingen.

P3: Oncomfortabel niet, maar ik word niet oncomfortabel als ik verdrietig word van muziek of zo. Dat vind ik niet, niet oncomfortabel. Dus is in die zin niet. Maar ik, verdrietig niet, maar als het wel, ik ga ook niet naar iets wat me heel oncomfortabel maakt. Daar kan ik heel slecht tegen. Daar ga ik ook niet voor m'n lol heen.

Commented [S84]: Disincentive: experiential

P4: Dat vind ik nu grappig, want nu zeg jij: oncomfortabel, maar als ik bijvoorbeeld een, uhm, hele, nu snap ik ook schurend. Ik heb, noem maar, 'Festen', dat vind ik super gruwelijk. En dat is ook heel oncomfortabel, maar voor mij, ik vind dat geweldig. En ook bij bijvoorbeeld theater heb je dat best wel vaak, dat je zo, dat vind ik weer juist super gruwelijk.

Commented [S85]: Value: experiential

Commented [S86]: Different values/incentives for different situations

S: Ja. Waar hangt dat dan vanaf?

P3: Ja, bij theater heb ik wel, dat, dat kan heel com, oncomfortabel zijn,

P1: Ik vind het bij muziek wel vaak..

P3: Oh, sorry.

S: Wat zei je, P1?

P1: Ik vind bij muziek vaak ook niet chill als het echt te grijs en donker wordt. Ik vind donkere techno soms wel heel vet, maar echt nare muziek vind ik echt heel kut, maar als ik, uhm, in een tentoonstelling heb gelopen en ik voel me erna een beetje down, vind ik het vaak heel vet dat die tentoonstelling dat met mij heeft kunnen doen. Of, uhm, een film heb gezien die helemaal heeft geschuurd en me helemaal, omdat ik ondersteboven ben ervan, denk ik: what the fuck. Dat kan ik er dan weer heel vet aan vinden.

Commented [S87]: Value: experiential

Commented [S88]: Different values/incentives for different situations

P2: Ik lees ook weleens dat soort boeken. Ja, *Elementaire deeltjes*, wat een kutboek, een rotschrijver, maar ik lees wel al zijn boeken. Ja, maar het spiegelt iets in mij of zo wat ik echt, ik ga er echt niet lekker om, dat ik er gewoon heel heftig op reageer. En dan echt gewoon af en toe met zo'n boek smijt. Bleh. Maar het is toch, het spiegelt iets of zo en ik vind dat wel interessant. Wat dat betreft, ja. Omdat dus iets spiegelt.

Commented [S89]: Value: experiential

S: Ja, en ik weet niet of dit klopt, maar voor mij klinkt het ook een beetje, heeft het ook iets te maken met hoe je, hoe je, of je het, ja, ja, je hebt het over als ik het lees, dus dat is heel erg iets wat je zelf doet. Vind je het, uhm, vind je het wel prettig en misschien als je in, in gezelschap bent niet. Heeft het daar mee te maken? Zou dat kunnen? Of maakt dat niks uit? Zou je ook met een groep mensen naar iets heel naars, oncomfortabels kunnen kijken?

P1: Hmm...

S: Heeft het, heeft het met het delen te maken?

P2: Hmm...

P1: Nee, weet ik niet. Het is, zeg maar, bijvoorbeeld die Love Radio, daarna voelde ik me echt best wel kut ook. En daar was ik op m'n verjaardag, maar ik denk niet dat m'n vader dat nou per se had aan elkaar gekoppeld van: we gaan gezellig naar een schurende expositie.

S: Nee, precies. Misschien drijf ik hier nu gewoon te ver door. En zie ik... Goed. P2, waar heb jij je laagste ingevuld?

P2: Uhhm, heb ik bij 'was it helpful for my study?' <9. I attend cultural events because it's helpful for my study> Want dat is het niet. En: 'After I attended a cultural event I like to show my friends where I've been.'

S: Dat vind ik nog wel een leuke om even over te hebben. Welke, welk nummertje is dat?

P2: 10 <10. After I attended a cultural event I like to show my friends where I've been>.

S: Nummertje 10 <10. After I attended a cultural event I like to show my friends where I've been>. Heeft iemand daar een hoog cijfer ingevuld?

P3: Op 6.

S: Jij hebt 6.

P1: 5.

S: 5

P4: 4

S: 4. Oh, dat valt nog best mee. Oké. Waarom vind je het niet belangrijk dat mensen weten waar je bent geweest.

P2: Dat vind ik überhaupt niet belangrijk.

gelach

S: Met kunst en cultuur?

P2: Ja, ik vind het überhaupt niet belangrijk. Ik ben geen *life blogger*, dus ik, uhhm... En dat, ja, het is, het is mijn persoonlijke ervaring. Ik vind het wel, als ik, als ik heel erg onder de indruk ben of ik, nou ja, het heeft echt iets met me gedaan, vertel ik het wel graag aan mensen, maar dan gewoon live om, nou ja, mijn enthousiasme over te brengen van: ga dat zien, dat is cool. Maar, uhhm...

S: Als ik, als ik suggereer te laten zien, het suggereert ook iets misschien op Facebook. Laten we het, laten we het veranderen naar vertellen. Vertel.

P2: Dan wordt het een heel ander verhaal.

S: Wat zou je, wat zou je, wat zou je, wordt het dan een hoger cijfer of een lager?

P1: Het wordt een veel hoger cijfer dan voor mij.

P3: Ja, dat had ik ook wel een beetje. Ik dacht: ik ga niet, ik zet het niet op m'n Facebook dat ik daar geweest ben om tof te doen dat ik daar geweest ben, maar ik wil het wel graag aan mensen laten, gewoon aan vrienden waarvan ik weet dat ze dit tof vinden of misschien wel niet, maar dat ze juist dat moeten gaan zien, omdat ze het nog niet kennen of zo. Dan, dan ga ik het heel graag zeggen.

P1: Het komt dan ook dicht bij vraag 11 <11. I attend cultural events because I find it important to support artists>, alleen dan niet, ja, omdat je dan gewoon, je gaat het ook vertellen, omdat je graag wil dat andere mensen het meemaken, maar ook om die bepaalde vet, vette voorstelling *whatever* gewoon te *supporten*. Ja. En als je het wil *supporten* ben je wel weer heel gevoelig. Ik. Ik ben heel gevoelig.

S: Want?

P1: Nou, dan wil ik het graag delen, niet om mijzelf cool te maken, maar om de voorstelling cool te maken.

P2: Fair enough.

P1: Ja.

S: Dus dat is grappig, dus jullie, je zou, uhhm, uhhm, het vertellen, is, geef ik eigenlijk een andere context in plaats van dat het iets over jou of dat je het iets over jou wil zeggen, je zou, zou een van jullie ook kunnen zeggen van: ik vind, ik, ik, uhhm, ik, ik vind wel dat de dingen ik doe, waar ik naartoe ga, bijvoorbeeld als ik naar een museum ga, dat dat iets over mij zegt? Over wie ik ben?

P1: Hmm...

S: Dus de muziek die ik luister? De boeken die ik lees?

P1: Ik denk het wel.

P3: Ja, maar de muziek die je luistert...

Commented [S90]: Discrepancy on meaning question

Commented [S91]: Social distinction through taste

Commented [S92]: Value: social

Commented [S93]: Social distinction through taste

P2: Het ene meer dan het ander.

P3: Ja, precies. De boeken die jij leest en de muziek die jij luistert, doe je soms meer ook alleen. Bijvoorbeeld als je muziek op je koptelefoon hebt, of als je alleen bent. Boeken lees je ook vaak alleen, maar als je naar het museum gaat en dat, dat doe je, in mijn geval dus niet, omdat ik daar zelf heen ga, dan zegt dat wat minder over mij, denk ik.

S: Maar is niet iets dat je uitdraagt?

P3: Nee. Nee. Eigenlijk niet, maar de muziek en boeken zou ik wel meer zijn. Omdat ik daar echt wel voor, zelf, meer zelf voor kies om dat te gaan lezen.

S: Dus als we dan vragen zouden van: nou ja, uhhm, als ik een, voor jou dan P3, als ik een toffe cd heb geluisterd of gekocht, zou ik het graag aan mijn vrienden laten zien, dat ik die heb geluisterd. Gaat het daar meer om?

P3: Niet, niet laten dus, ik ga geen foto op, op, op, op Instagram zetten of zo. Maar ik zou het wel gaan vertellen aan mijn vrienden.

P4: Als die cd heel vet is.

P3: Als die heel vet is, ja.

P1: Of als het heel kut is.

gelach

P3: Ja, om ze te behoeden voor de mate van kutheid voor die cd, haha.

S: Oké. Nou, ik ga er nog eentje doen en dan zijn we er. Ik vind nummer 16 <16. I find it important that art is authentic> wel leuk, want die vond P4 heel lastig.

P2: Vind ik ook heel lastig.

P1: Ja, ik ook.

P3: Ja, vind ik ook wel lastig. Ja.

P1: Kan jij nog één keer uitleggen wat je ermee bedoelde of?

S: Nou ja, kijk, het is natuurlijk gewoon, ik, ik vind, ik vind het belangrijk dat kunst authentiek is. Nou ja, authentiek, dat...

P1: Is het dat het wat voor je hangt het origineel is, ziet? Of is het...

P4: Het kan, het werkt op zoveel niveaus.

P1: Ja. Geschilderd zou authentiek kunnen zijn.

S: Het mag, het mag, je mag, je mag het van mij interpreteren als: ik houd niet van, ik vind, ik vind het belangrijk dat een nummer dat ik luister geen cover is. Of je mag het van mij interpreteren als: ik vind het belangrijk dat de kunstenaar die de kunst maakt authentiek is, dus vanuit zichzelf heeft gemaakt en die het heeft geprobeerd een andere kunstenaar na te maken.

P1: Dan zou het misschien wel een 1 krijgen bij mij. In z'n totaliteit.

P3: Dan schuift het cijfer bij mij ook beetje naar achter. Ik had een best wel hoog cijfer, maar ik had meer...

S: Waarom? Wat, wat, wat dacht je?

P3: Ik vond het ook een beetje lastig, maar ik dacht van: ja, ik zat meer met authentiek een beetje erin van: ik vind het wel belangrijk dat 'ie er echt wat mee bedoeld heeft. Dat het echt een beetje, dat het, het moet niet, een cover mag wel, een cover mag wel, maar dan moet je er weer heel wat anders mee gedaan hebben of zoiets. Je moet niet een, een, een...

P1: Kopie.

P3: Nee. Het moet wel, ja, als het... Ik, ik ging ervan uit dat authentiek was dat het echt gewoon vanuit iemand zelf kwam en dat het, dat 'ie dat echt zelf zo heeft neergezet, omdat dat helemaal in zijn hoofd, zijn alles zit. En dat vind ik wel heel belangrijk, dat dat zo is.

S: Dus het, jij vind het wel heel belangrijk dat de...

P3: Ja, ik heb een hoog cijfer.

S: ... dat het echt vanuit het binnenste van een kunstenaar, uit z'n tenen komt, zal ik maar zeggen?

P3: Ja.

Commented [S94]: Social distinction through taste

S: Dat is ook een stukje authenticiteit.

P3: Ja, daarom had ik ook een hoog cijfer.

S: Ja. Oké. En bij jou gaat het cijfer weer naar beneden, nu na wat we het net over hebben gehad? Dat vind ik ook wel interessant. Waarom?

P1: Uhhm, ja, dat komt misschien meer ook door dat ik heel erg geloof in de, in de, uhhm, deel *remix*, uhhm, maatschappij, dat het mij eigenlijk geen kut interesseert als mensen dingen kopiëren en het weer ergens ophangen. Uhhm, dat ik naar een kopie sta te kijken of naar iets echts, uhhm, dat die kunstenaar het gejat heeft. Nou, dat is, zeg maar, echt letterlijk jatten, dat zou ik een beetje stom vinden, maar als 'ie het dan bijvoorbeeld op een plek heeft gehangen, uhhm, daarmee de context heeft veranderd, maar precies hetzelfde heeft opgehangen, vind ik ook al goed.

Commented [S95]: Value: sequential

P3: Ja, maar dat vind ik ook goed, maar dat, dat, dat bedoel ik ook met: heeft hij er wel vanuit zichzelf iets anders mee bedacht, zeg maar.

P1: Ja, maar dan gaat 'ie bij mij wel bijna naar 1, want dan is authenticiteit...

P4: Maar zou je je bijvoorbeeld bedrogen voelen als... situatieschets, haha, als jij in een galerie komt en er is, je hebt niet zoveel verstand van die, uhhm, kunst die daar hangt en je ziet al die kunst en er wordt allemaal *shit* over verteld. "Ah, dit is uit die tijd en dit is heel belangrijk geweest en, uhhm, dit betekent dat, dit betekent dat." Heb je allemaal *shit* over geleerd. En daarna lees je dat degene die al die kunst, schilderijen heeft gemaakt, dat die helemaal niet uit die tijd komt. Helemaal niet bij die echte groep mensen behoort.

P1: Hmm... Nou, het zou wel dan best wel betekenisloos worden voor me, ja, dat bezoek aan die galerie, maar ik zou me wel ook meteen gaan afvragen waarom die dan, waarom dat verhaal dan aan me is verteld en dat zou ik dan wel meteen weer interessant vinden.

P4: Maar hij heeft het, zeg maar, precies wel geschilderd on, zeg maar, in helemaal dezelfde stijl, misschien wel iets anders, iets andere onderwerpen bijvoorbeeld, maar wel echt dat het daar zo tussen kan hangen. Dan voel je je toch redelijk bedrogen?

P1: Maar stel dat, stel dat ik, stel, als het originele waren bijvoorbeeld, hè, en stel dat ik het echt super vet vond met dat verhaal en ik zou er later achter komen, dan zou ik dat best wel een vette hoax nog vinden dan ook.

P4: Maar dan ben je dus eigenlijk meer geïnteresseerd... Ja, oké.

P1: Ja, dan vind ik de kunst vet en het verhaal er goed bij passen en als ik dan later hoor dat dat verhaal is verzonnen, dan vind ik de kunst nog steeds vet. Vind ik het bijna vetter dat het verhaal is verzonnen.

P3: Dat is, dat is...

P1: Nee, maar snap je? Dus dan gaat die, die, dat wordt een hele lastige vraag dan, want authenticiteit maakt dan niet veel meer uit en dat...

P4: Nee. Oké. Nou ja. Ja, goed.

P1: Ja.

P3: Maar ja, als 'ie het helemaal als een voor opgezet plan heeft om dat gedaan te hebben, maar wel het hele verhaal erbij, komt het dan niet heel erg uit zichzelf.

P1: Dat is ook waar. Ja, ik weet het niet.

P4: Maar in principe dus, wat ik zeg van: de kunst die je daar hebt gezien, is niet authentiek.

P1: Nee, omdat die, hij heeft het, hij heeft het al...

P4: In de context die jij leert op dat moment.

P1: Nou, dan zou het me op zich wel wat interesseren, ja. Want hij heeft het gekopieerd van de gasten uit die tijd en het opzettelijk aan je verkocht als bullshit.

P4: Ja, en dan wordt het misschien daarna inderdaad weer interessant om te bedenken van: waarom heeft 'ie dat gedaan, maar in de eerste plaats voel je je wel...

P1: Je voelt je een beetje bedrogen, maar het blijft schuren, want als 'ie het zo goed heeft geschilderd dat 'ie het aan jou heeft verkocht, wordt het bijna weer authentiek.

P4: Ja, dan moet het weer extra verhaal achter zitten, anders is het namelijk heel laag.

P1: Ja.

S: En het gaat weer om context.

P4: Ja, dus eigenlijk is dat, is dat het ding dan misschien wel.

P1: De context van het verhaal. Context en verhaal blijft inderdaad belangrijk.

Commented [S96]: Value: sequential

P4: Het minst authentieke kunstwerk met een hele vette context kan super gruwelijk zijn. Ik zou dan in dat geval...

P2: Maar wat nou bijvoorbeeld als je naar het Van Gogh Museum gaat en je vindt een schilderij echt super vet en een jaar later komen ze erachter dat het een vervalsing is? Of dat hij dat helemaal niet geschilderd heeft, waardoor dus eigenlijk geen authentiek schilderij is, maar je was er wel heel erg van onder de indruk? Je dacht: ja, dat vind ik echt...

P1: Voor mij zou het z'n waarde behouden. Als je het echt een super vet schilderij vond, maar dat zei ik net ook over galerie van P4.

P3: Maar dan heeft hij het ook nooit bedoeld om als van *knock off* Van Gogh te schilderen waarschijnlijk.

P1: Maar als die gast bijvoorbeeld bedoelt als *knock off* en hij heeft zichzelf gewoon tussen die tijd geplaatst.

P3: Nee, maar ik vind juist, dat is juist goed, want het behoud zijn waarde juist wel.

P4: Is het een schilderij wat een kopie is van een Van Gogh schilderij of is het een heel ander schilderij wat ze dachten dat dan van Van Gogh was?

P2: Nou, laten we zeggen een kopie, zeg maar, dat het dus niet het echte schilderij is.

P1: Maar dan nog steeds is het zo...

S: We wijken een beetje af.

P1: Maar dan nog steeds, zelfs als het een kopie is, is het vaak fucking vet wat die gast, wat die vervalser heeft gedaan.

P4: Bij een goede kopie zou ik het verschil toch niet hebben gezien.

EINDE INTERVIEW

Appendix D: Transcription focus group interview R2

FOCUS GROUP R2
06_01_2015

S: Nou, dan gaan we beginnen. Vonden jullie het lastig?

P5: Nee.

S: Nee?

P5: Nou ja, wel om te herinneren waar ik allemaal geweest ben.

S: Dat wel?

P5: Ja.

S: Er zaten geen lastige vragen tussen in, in deel 4?

P8: Nou ja, ik vind vooral de vraag van: I find it important... Vind ik, vind ik het echt belangrijk, vind ik het echt belangrijk dat *art and culture events contribute to the society as a whole* <21. I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole> of gebeurt dat automatisch en heb ik daar niet zo veel mee van doen?

P6: Ja. Ik heb ook 5 ingevuld, haha. Want dat was speciaal een vraag waar ik ook van dacht: ja...

P8: Nee, ik heb de assumptie dat ik dat inderdaad, dat ik dus vind dat art and culture event, zeg maar, dat dat zou moeten bijdragen... Ik weet niet of ik dat per se vind, maar in z'n geheel heb ik het toch maar een 9 gegeven, want ik dacht, ja, dat is mijn interpretatie van de vraag.

Commented [S97]: Value: societal

P6: Ja, want ik dacht juist van: is dit als in maatschappelijk verantwoord, uhhm, bezig zijn, dus dat je echt iets...

P5: Maar dat is toch juist de maatschappij, uhhm, niet beïnvloedt, maar juist weergeeft.

P6: Ja, precies. Dat je *contribute to the society as a whole*. Nou, dat blijkt dat, dat lees ik dat als je, ik denk aan *art contribute to the society as a whole*, want society wordt gedefinieerd door, uhhm, de culturele uitingen over het algemeen.

P5: Maar vind jij dat belangrijk? Of vind je het meer belangrijk dat je het mooi vindt, of dat je het leuk vindt.

P7: Je kan ook zeggen: "Kunst staat op zichzelf."

P8: Is dat aspect van kunst hetgeen wat jou, wat maakt dat jij...

P6: Nee, ik heb een 5 ingevuld. Haha.

S: Ja, dat kan.

P5: Is gewoon meer de entertainmentwaarde of esthetiek of zo dat je dan belangrijker vindt?

P6: Nee, ik kan net zo genieten van een heel mooi schilderij als van een heel druk toneelstuk op de parade of zo.

Commented [S98]: Different values/incentives for different situations

S: We hebben het hier trouwens over kunst in de breedste zin van het woord, hè. Van Typhoon tot, uhhm, tot Van Gogh, zal ik maar zeggen, dus, uhhm... Maar goed, jij vindt dat wel?

P5: Ja, ik vind dat wel heel erg belangrijk. Tenminste, toen ik die vraag las, dacht ik wel meteen: ja, daar zet ik een 10 neer.

Commented [S99]: Value: societal

S: En waarom?

P5: Omdat ik sowieso cultuur en kunst heel belangrijk vind in de samenleving om mensen te inspireren en ook om mensen een soort van perspectief te bieden, die ook kan bijdrage in het dagelijks leven of dat mensen daardoor, ja, een 'beter mensen worden'. Zo zie ik dat wel, ja.

Commented [S100]: Value: moral

Commented [S101]: Value: Societal

S: Dus die heb jij ook hoog. Er is nog een vraag daarover, die had jij ook hoog ingevuld, dat is, uhhm, eens even kijken... Ja, 19 <19. I find it important that art inspires me and helps me to be a better person>.

P8: 19 <19. I find it important that art inspires me and helps me to be a better person> ja.

S: Wat had de rest daar? Bij 19 <19. I find it important that art inspires me and helps me to be a better person>? P7?

P7: Ik had daar 5. Want ik vind sommige dingen ook gewoon mooi om, omdat ze zijn op de muur of, uhhm, als voorstelling.

Commented [S102]: Different values/incentives for different situations

S: Maar hoe selecteer jij als jij, uhhm, ergens naartoe gaat?

P7: Dat verschilt ook qua vorm. Als ik bijvoorbeeld naar een theaterstuk ga, of toneel, dan, dan wil ik wel graag dat het gaat over bijvoorbeeld een maatschappelijk relevant onderwerp. En dat je daar meer iets van leert, terwijl bijvoorbeeld naar Marlène Dumax in het Stedelijk, dan ging ik echt, omdat ik die, ja, dat, dat echt om naar te kijken is en mooi op zichzelf. Ja, dat, sommige, sommige zijn natuurlijk...

Commented [S103]: Different values/incentives for different situations

Commented [S104]: Value: Sequential & Societal

Commented [S105]: Value: educational/Cognitive

Commented [S106]: Value: aesthetic

Commented [S107]: Different values/incentives for different situations

Commented [S108]: Value: Experiential

S: Maar hoe maak je dat onderscheid dan, wanneer je vind dat er een maatschappelijk iets aan moet zitten en wanneer het mooi moet zijn?

P7: Ik denk qua, ik denk dat dat verschilt per kunstvorm, want bijvoorbeeld naar een concert, daar ga ik ook niet voor maatschappelijk relevant onderwerp, maar meer omdat ik wil genieten van die muziek.

P5: Maar denk je ook niet dat, zeg maar, genieten van iets je ook al tot beter persoon maakt? Zeg maar, de inspiratie die je dan opdoet.

P7: Nee. Nee. Voor die 2 uur ben ik dan vast heel kalm en vredig of zo, maar niet, nee, dat is dan meer geïsoleerd ding.

P5: Ja, want ik geloof namelijk wel dat het je gewoon beïnvloedt als persoon.

Commented [S109]: Value: Moral

P8: Maar dat is niet gelijk beter, toch?

P5: Nou, nee. Maar ja, al die, al die begrippen zijn best wel discutabel natuurlijk.

P8: Ja. Nee. Ja. OK. Dat was waar ik me namelijk heel erg aan stoorde, dat ik dacht van: ja, *a better person*? Ja, in principe zou je kunnen stellen dat het inderdaad je veranderd heeft en dat verandering altijd goed is en dus dat je daarmee een beter persoon bent geworden of zo, maar, ja... Ik hou er ook wel van om soms gewoon naar dingen te kijken voor het kijken.

Commented [S110]: Value: experiential

P5: Oh ja, zeker. Ik ook wel. Ja.

P8: Weet je, we horen gewoon om te horen en niet gelijk te denken: oh ja, oorlog Syrië.

P5: Nee. Ja. Oké. Maar het verrijkt je wel. Want dat is, dat, dat is denk ik wat, wat je bedoelt met een *better person*. Iemand die wat meer verrijkt is, wat meer. Tenminste, zo zie ik dat.

P7: Ja, en die opvatting zou ik bij alles wel, doe ik alles omdat ik denk: oh, daar word ik, dat voegt iets toe van: dat is mooi om te zien en dan heb ik dat gezien en dat is mooi.

P6: Maar dat maakt je dan toch, uhm, een, een rijker persoon?

P7: Ja. Maar *better* is dan...

P6: Het is een beetje een belerende, belerende...

P5: Van: ik ben beter, want ik bezoek veel culturele dingen.

P6: Ja, maar ook de hele suggestie dat je geen goede persoon bent.

P8: Dat is inderdaad. Ja.

P7: Het kan altijd beter.

Commented [S111]: Discrepancy about question

P8: Maar ga je dan elke kunstvorm, weet ik veel, uiting bewust, want je stelt dat je van tevoren nadenkt over van: nou ja, goed, uhm, ik ga kijken wat, uhm, wat het me zou kunnen, wat het kan toevoegen aan mij persoonlijk, terwijl ik juist zo, ik kom heel vaak gewoon wel kunst tegen of zo. *At random*.

Commented [S112]: Impulsive and unplanned decision-making

P7: Ja, precies. Dus als ik zo'n bewuste keuze maak, dan, dan ga ik meer op onderwerp. Maar dat is bij bepaalde vormen. Bij het, bij het theater of toneel of een documentaire of zoiets.

Commented [S113]: Different values/incentives for different situations

P5: Want wat bedoel je precies met dat je kunst *random* tegenkomt? Want als je naar een voorstelling of weet ik veel een stuk gaat, dan plan je dat meestal wel van tevoren, toch?

P8: Maar er is toch veel meer dan dat?

P5: Ja, zeker.

P8: Je kan ook...

P5: Ik ben benieuwd wat jij daaronder verstaat, ja.

P8: Bijvoorbeeld laatst kwam ik, liep ik gewoon een boekwinkel binnen.

P7: [??? 06.43].

P8: Nee, maar toen was daar een lied en poëzie middag/avond ding bezig, weet je wel. Nou, ben ik gaan zitten. Dacht ik: geen idee. Toen bleek het inderdaad over de, de Syrische oorlog te gaan, dus was wel zwaar, maar het is meer...

Commented [S114]: Impulsive and unplanned decision-making

S: Maar waarom besluit je dan op zo'n moment naar binnen te lopen?

P8: Nou, er stond iemand, dat ik dacht: die heeft vast wel wat te vertellen. Zo. Ja.

S: En wat *triggert* je dan?

P8: Ja, mijn algemene interesse in mensen, denk ik. Een soort van: als, als daar dan iets staat en iemand staat daar iets te vertellen en je hoort een paar woorden vallen die dan...

Commented [S115]: Incentive: general interest

P7: Syrië, oorlog.

P8: Ja. Zoiets. Rinkelen wel aardig mijn interesse, dat het, dat het dan wel snel gaat of zo.

P6: Ik denk dat ik wel meer dan de helft van de keren *random*... Ik ga bijvoorbeeld heel vaak, bijna altijd *random* naar het museum. Als ik daar gewoon zin in heb.

Commented [S116]: Impulsive and unplanned decision-making

P8: Ja, precies.

P6: Dat, dat gaat ook lekker vanuit mijn huis, want je hebt, uhhm, de, ongeveer Nederlands beste musea op koprolafstand en dan ga ik gewoon, ik en mijn vriendin hebben allebei een museum jaarkaart en dan gaan we gewoon. En ik plan dat eigenlijk nooit, uhhm. En dat is heel erg, ja, dat is altijd op de regenachtige, uhhm, zondag als je even niks te doen hebt.

Commented [S117]: Incentive: easy access

Commented [S118]: Incentive: membership

Commented [S119]: Incentive: freetime

S: Dus dan is, dan is het eigen een, uhhm...

P6: Dan gaan we kijken: wat is er nu in het Stedelijk? Oh. Leuk.

S: Maar waarom kies je dan voor het Stedelijk en niet voor, uhhm, naar de bioscoop gaan?

P6: Om, uhhm, omdat ik in het Stedelijk, uhhm, dat vind ik een heel tof museum ten eerste, omdat ik, ja, heel vaak dingen zie, die ik niet, uhhm, kende. En die heel apart zijn of eigen en ik bedoel: er is niks mis met naar de bioscoop. Ga ik ook best weleens heel, maar ik vind... Ja, dat kijk ik dan nog liever thuis en in het Stedelijk kan je iets zien wat je dus niet, uhhm, thuis, uhhm, hebt.

Commented [S120]: Incentive: Experiential (new experience)

Commented [S121]: Value: experiential

P8: Ja, plus ik denk dat, dat, zeker op het moment dat je, dat je dus naar, naar een museum gaat. Natuurlijk in een bioscoop, hè, om de vergelijking door trekken, in een bioscoop zit je in principe allemaal alleen en zit je in een zwarte ruimte en ben je met z'n allen... Dat kan natuurlijk in het museum ook gebeuren, ware het niet dat dat naar mijn idee nog veel socialer is of zo, omdat het toch, uhhm, het is natuurlijk allebei een kunstvorm, maar het, het roept wel op tot een soort van discussie of zo. Kijk, je kan het wel even over de film hebben en dan beoordeel je het werk *an sich*, maar ik denk dat het met kunst, die je in het stedelijk ziet juist heel erg is dat het iets oproept wat er niet is of zo. Dus dat het tot de verbeelding spreekt. En dat, daarmee, ja, je, je ook weer interessante gesprekstof krijgt.

Commented [S122]: Incentive: social

Commented [S123]: Value: social

S: En als je het dan vergelijkt met iets meer vergelijkbaars, dus als je een druilerige vrijdagmiddag hebt en je hebt vrij en je kan naar, uhhm, het Stedelijk gaan of naar het Van Gogh Museum of een design beurs, die daar, die ergens in Amsterdam is. Hoe, hoe maak je dan de keuze?

P8: Nou ja, is dus inderdaad, is het, ik ben persoonlijk niet heel erg, ik vind design wel cool, maar dat is verder niet extreem mijn ding. Uhhm, de oude meesters zijn fantastisch, maar, uhhm, ja, daar voel ik, uhhm, ja, laat ik het zo zeggen: dan heb ik het idee dat ik wel weet wat me te wachten staat of zo. Dan denk ik: ah, schilderijen. Dat is ten eerste, die hangen allemaal in een ruimte en daar kun je langs lopen en dat, weet je... Dat is, dat is dan het idee dat ik erbij heb. Al moet ik zeggen dat ik nog niet in het nieuwe Van Gogh Museum ben geweest. Uhhm, waarbij ik dan toch voor het Stedelijk zou kiezen, omdat, ja, weet je, daar staat weleens een installatie of er staat weleens een, uhhm, 3D-ding of er staat weleens, ja...

Commented [S124]: Disincentive: lack of (general) interest

Commented [S125]: Disincentive: Experiential (non exclusive/generic experience)

Commented [S126]: Incentive/Disincentive: image/reputation

S: Maar betekent dat dat je dan liever niet buiten je straatje gaat?

P8: Nee, maar als ik de keuze zou hebben, dan zou ik daar voor gaan, juist omdat ik dan misschien mijn straatje zou zien als het niet-controversionele.

P5: Maar het verrassingselement is wel belangrijk voor jou dus ook? Dat je niet weet wat er gaat komen van tevoren?

P8: Ja, als ik naar het Van Gogh Museum ga, dan weet ik, daar kan ik wel uiteindelijk met een soort van, uhhm, vergrootglas nog kijken naar hoe dat perfecte streepje is aangebracht, natuurlijk, maar de plaatjes, die ken ik wel. Die heb ik wel gezien.

Commented [S127]: Value: sequential

Commented [S128]: Incentive: new experience (unpredictability)

P6: Ja. Ja. Het is ook...

P8: Dit is ook mijn tekortkoming in het, in het, in het begrijpen van waarom die, uhhm, kunstenaar zo fantastisch is of zo, maar, ja, voor mezelf, als ik die druilerige, uhhm, vrijdagmiddag aanhoud, dan denk ik dat ik toch qua gevoel, uhhm, me eerder zou laten, uhhm, slepen naar het Stedelijk dan naar, dan de andere twee voorbeelden.

S: Oké. En, uhhm, even over: vinden jullie het belangrijk, vraag, even kijken, ik vond vraag, even kijken, uhhm, toedoe doe, ik vind het belangrijk om veel van kunst en cultuur te weten voordat ik ergens naartoe ga. Dat is nummertje 6 *<6. Before I attend a cultural event I find it important to know a lot about it>*. Wie heeft daar iets heel hoogs ingevuld? Zeg, uhhm, 7 – 8+?

P7: Nee, maar dit vind ik anders dan, jij zegt: ik vind het belangrijk om veel van kunst te weten.

S: Uhhm, niet van de kunstenaar, uhhm, inderdaad, van het event, dus van hetgene waar je naartoe gaat.

P7: Nee, dat heb ik 1.

P5: Ik heb 5.

P6: Ik heb ook 5.

P8: Ik ben op 4 uitgekomen.

S: Oh, dat is interessant. Dus, ik vind 1 een interessante. Dat is heel laag. Jij vindt het niet interessant...
gelach

P7: Niet belangrijk.

S: Niet belangrijk...

P5: Een 1 is wel echt zo van...

S: ... voordat je naar een, naar een Van Gogh Museum gaat...

P7: Nee, kom, kom ga mee en dan, dan maakt het me niet zoveel uit. Dan zie ik het wel.

P6: Ja, dat heb ik ook, hoor. Ik heb weliswaar 5 ingevuld, maar dat vind ik, dat vind ik juist omdat ik het, ik vind het in principe altijd, ik vind het ook leuk om overal alles van te weten, maar als ik het niet weet, dan, uhhm, dat is juist... Dat is misschien ook juist leuk als je het niet weet.

P7: Of als het, ik was één keer naar een moderne dans en dat was heel raar.
gelach

P7: En toen dacht ik: dit is heel raar. Hier hoef ik niet meer naartoe, maar ik was wel blij dat ik dat dan ook wist.

P6: Nou, ik ga dan gewoon weg.

P8: Ja, dat vind ik...

P6: Ik ga het dan ook niet uitzitten.

P8: Nee, dat is zo Nederlands. Respect voor de...

P7: Maar het was in de Schouwburg. Dan kan je toch...

P5: Kan je toch niet weglopen?

P6: Ik ben weleens weggelopen tijdens de Stadsschouwburg, hoor. Bij...

P8: Dat is echt heel erg cultuurbepaald, want in Frankrijk en wat dan ook... Wij zijn in, in Nederland hebben we dat zo erg in ons hoofd zitten: uit respect voor de maker moeten we blijven, maar dan zit je dus je eigen tijd te verdoen, terwijl in Frankrijk of zo dan is het heel normaal om gewoon op te staan en weg te lopen.

P6: Ah, ja, ik ben toen wel in de pauze weggegaan, dat moet ik even, haha, een kanttekening, haha.

P5: Was 'ie echt heel slecht of zo of was het gewoon echt niet jouw ding?

P7: Nee, het was, het was heel seksueel.

P5: Oh, ongemakkelijk dus?

P7: Ja.

P5: Oh, oké.

P7: Ja, haha.

P8: Dan zou ik eigenlijk willen vragen: met wie was je daar, maar dat is dan een helemaal andere vraag.

S: Dat is weer een ander onderzoek, ja.

Commented [S129]: Different values/incentives for different situations

Commented [S130]: Value: Sequential

Commented [S131]: Destruction of value

P8: Ik vroeg het me af, maar ik vond die, die, die, die vraag vond ik een, een, heeft een beetje twee kanten. Als ik zelf ergens heen, kijk, er zijn natuurlijk wel momenten dat ik ergens heen ga en dan denk: ja, dit vind ik wel vet, dus daar ga ik specifiek heen, waar we het net ook al een beetje over hadden van; ja, ik weet, ik, ik ga ergens heen omdat ik er wat van weet en ik vind het vet en daarom kies ik ervoor, maar...

Commented [S132]: Incentive: knowledge/information

P5: Het hoeft niet?

P8: Maar aan de andere kant kan het dus ook maar zo zijn dat je ergens terecht komt via via of zomaar en dat kan ook net zo vet zijn en dan hoeft je er helemaal nijs vanaf te weten.

Commented [S133]: Disincentive: social

Commented [S134]: Impulsive and unplanned decision-making

P7: Ja, daarom. Zo begreep ik het van: vind ik het belangrijk? Nee.

P6: Ja, dat is de essentie.

Commented [S135]: Different values/incentives for different situations

P7: [??? 14.25]

P5: Ik vind het belangrijk, maar het hoeft niet en, ja... Een beetje in het midden.

S: Zullen we een tegenstelling gaan opzoeken? Ik ben wel benieuwd. Heeft iemand ergens een hele hoge score en dan gaan we kijken of iemand anders daar een hele lage score heeft. Bijvoorbeeld, uhm, nummertje, uhm, doedoedoedoe, nummer 14 <14. I find it important that cultural events have a degree of spectacle and showmanship>.

P7: Heb ik 1.

S: Heb jij 1.

P5: Ik heb daar een 7.

P6: Ik heb ook een 7.

P8: Ik heb 3.

S; 3. Nou, hier kunnen we het wel mooi over hebben.

P5: Precies wat ermee bedoeld wordt eigenlijk. Want spektakel en showelement. Ja, hangt heel erg af van waar je naartoe gaat.

Commented [S136]: Different values/incentives for different situations

P7: Is ook meer iets van, vind je amateur kunst kut?
gelach

P6: Sorry, wat zei je?

P7: Zo heb ik het begrepen van: vind je het belangrijk dat iemand echt skills heeft en het goed kan en dat het er professioneel uitziet?

P5: Dat is vraag 20 <20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills>.

P6: 20 <20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills>, heb zij ook 1. Haha.

P7: Heb ik ook 1. Wel consistent. Ja, a degree of spectacle and showmanship. Toen dacht ik wel iets van: dat moet een soort van groot en uitbundig en dat...

P5: Bij een theater of dansshow lijkt me dat dat op zich wel belangrijk is, maar bij een tentoonstelling van bepaalde kunstobjecten niet, dan moet het object voor zichzelf kunnen spreken. Dan hoeft je geen show iets element, daarom vind ik... Ja...

Commented [S137]: Different values/incentives for different situations

P7: Ja, en ook gewoon iemand met een gitaar op straat vind ik ook heel leuk. Spectacle dacht ik meer: oh, vuurwerk.

S: Je hebt in de kunstwereld natuurlijk ook, uhm, het begrip blockbuster, uhm, musea en blockbuster, uhm, exposities.

P6: Ja, daar ga ik gewoon lekker naartoe, hoor.

P5: Wat is dat precies?

S: Dat zijn bijvoorbeeld...

P7: Maar dat hoeft niet.

P6: Ik ben naar zo'n Pixar show geweest, zo'n hele expositie van Pixar, uhm, allemaal Pixar design en dat, dat reist dan door de wereld en dat verkoopt overal super veel tickets en je hebt hier in Amsterdam heb je, dat heet Expo Amsterdam. En het zit in zuid en die, uhm, doen allemaal van die exposities. Ik ben daar ook nog naar zo'n show geweest, ook zo'n rondtrekkende blockbustershow. Zo'n gozer die...

P7: Zo'n soort van Hollywoodfilm maar dan voor...

P6: Nee.

P5: Het is niet alleen een film?

P6: Nee, shows zijn het meestal.

P7: Maar groot opgezet, waar veel geld misschien ook in zit.

S: Je hebt ook een man die allemaal lichamen ontleedt.

P8: Humans.

P6: Body's.

P7: Body's, ja.

P8: Dat wou ik net zeggen, ja.

S: Nou, dat is best, wordt groots aange, aangekondigd. Dat soort dingen.

P5: Ja, ik wil 'm eigenlijk aanpassen, wat ik dan daar heb.

P7: Of Anne, die dan van Anne Frank.

P8: Ja, verschrikkelijk.

S: Maar vinden jullie, is dat een belangrijk element?

P5: Nee.

P7: Ik vind het vaak zelfs afstotelijk.

P5: Ik heb het aangepast nu. Ik had eerst een 7.

S: Jij vindt het afstotend?

P7: Ja.

S: Waarom?

P7: Nou, dat, ja, ik weet niet. Ik ben meer misschien dan zo, vind ik dat dan zielig. Voor die subsidie.

P5: Misschien de betekenis van die kunst dan gewoon al een beetje teniet of zo. Als je echt zo vol spektakelshow omheen moet hebben.

P7: Ja, ik denk: waarom moet je zo hard roepen? Als het toch goed is, hoeft je niet zo hard.

P6: Ik ben het daar niet zo heel erg mee eens, hoor.
gelach

P7: Oké.

P8: Ik ook niet helemaal. Niet met deze uitleg.

P6: Ik snap wel, ik snap wel wat jullie bedoelen, maar ik denk dat je het dan, uhm, te ver trekt. Kijk, natuurlijk is dat niet goed als je dat heel erg gaat schreeuwen, maar als je gewoon een goede tentoonstelling hebt, die het in de hele wereld goed doet en je besluit dan om die groots en dan, zoals Sebastiaan net aangeeft, spectaculair op te zetten, dat je dus gewoon goede pr erachter doet en weet je wel...

S: Het gaat hier ook niet alleen op pr, hè. Ik heb het ook wel over de inhoud, de inhoud event.

P6: Ik ga, ik ga niet naar Cirque du Soleil om, om een, om een uur lang naar, naar, naar een stillerven te kijken, weet je.

P5: Nee, en daarom verschilt het ook heel erg wat voor cultureel event het is.

P6: Een lego-tentoonstelling of is het een gozer die dan allemaal van die hele vreemde, uhm, legosculpturen heeft gemaakt, nou, dat is natuurlijk, dat is natuurlijk een beetje een populaire tentoonstelling, maar ik ben daar geweest, wel heel dope. Haha. Ja. En dan denk ik: ja, dat gaat natuurlijk ook hand in hand, want het kan alleen maar zo groots als het ook dope is. En dan kan je daar niet van houden.

P8: Maar je kan inderdaad, en dan komen we weer terug op wat daarnet gezegd wordt, ook wel, als zo'n marketingmachine achter zit, het, het moet ook zo groots op het moment dat er een bepaalde, uhm, voorstelling gemaakt wordt, want dat moet natuurlijk ook terugverdiend worden. Dus het heeft, het is een beetje een afweging die er telkens in

Commented [S138]: Disincentive: Experiential (too much spectacle)

Commented [S139]: Destruction of value

Commented [S140]: Disincentive: marketing

Commented [S141]: Different values/incentives for different situations

hangt, dat je aan de ene kant spektakel, groots, weet ik veel wat, maar dat moet natuurlijk ook bekostigd worden. Iets dat je ook weer goed terugziet in, uhhm, weet ik veel, de, de Soldaat van Oranje, zo'n, zo'n, zo'n musical op locatie, weet je wel.

P6: Een goed voorbeeld van echt spectaculair.

P8: In zo'n gigantische hangar en weet ik veel wat. Alles erop en eraan, maar ja, dan moet het natuurlijk, het moet groot, want anders kun, hoef je het niet op een vliegbasis te doen, weet je wel.

S: Want hoe, hoe, hoe, hoe speelt dat, uhhm, een rol? Marketing? Als je dat heel erg ziet? Als dat zichtbaar?

P6: Dat kan goed en fout uitpakken natuurlijk.

S: Wanneer vind jij het fout uitpakken?

P6: Als je, zeg maar, uiteindelijk niet tevreden, uhhm, wegloopt, want marketing is natuurlijk de, de kunde van mensen, uhhm, bewust maken dat iets is.

S: Dus als jij wordt teleurgesteld, als jij denkt dat het iets heel moois is...

P6: Ja, dat is teleurstellende marketing. Dat ze je lekker hebben gemaakt met iets wat het dus niet delivered.

S: Ik heb het op voorhand, bedoel ik dan eigenlijk van: wanneer, hoe, hoe vind je dat als, als een, zo'n, zo'n show voorstelling heel erg wordt gemarkt, want jij hebt daar, heb ik het gevoel een beetje, een soort van, ja, een soort tegenreactie?

P7: Ja.

S: Ja, hoe zit dat?

P7: Ja. Misschien, ik weet het niet. Ik denk dan: waarom? Als het zo goed is, dan verspreidt dat zichzelf toch wel door bezoekers die hebben gezegd: "Oh, dat is tof. Daar moet je naartoe"? Want dat gebeurt ook met documentaires of zo of. En als het, als je heel erg moet verkopen, dan denk ik: blijkbaar verkoopt het zichzelf dan niet. Dus dat mechanisme zit dan in mijn hoofd, maar ik weet niet. Misschien is dat onterecht.

Commented [S142]: Destruction of value

P6: In mijn optiek is iemand nooit gelijk groot.

P7: Nee, maar sommige van die shows, die schreeuwen dat het eraan zit te komen. Dat was bijvoorbeeld met die Anne. En toen zei NRC: "Het is eigenlijk niet zo goed."

P6: Ja, dat is dan...

P7: Maar dat kan ook bijna, je kunt dan al bijna niet gaan waarmaken wat je allemaal belooft.

P6: Maar ja, ik vind het, ik vind het altijd te prijzen als iemand in de culturele sector, zeg maar, onderneemt en daardoor, uhhm, zichzelf bekostigd en ik denk dat je niet *huge* bent. Je bent eerst *indie* en als je dan, zoals jij zegt, uhhm, veel mensen trekt, dan vind ik dat jij het recht hebt, en dat maakt niet uit welke culturele of kunstvorm dat dan is, om jouw zaal te schalen naar de vraag. Dat is ook wat je hebt verdiend.

Commented [S143]: Value: Entrepreneurialism

P8: Maar dat is, het is, dat is natuurlijk altijd een afweging die je, het moet altijd, in mijn optiek, uhhm, passen bij datgen e dat je biedt. Dus je kan, je kan zeggen dat er inderdaad een soort van lineaire lijn loopt als in eerst ben je *indie*, dan ga je naar de iets grotere theaters en dan uiteindelijk speel je in Carré of zo. Dat zou, dat zou je kunnen zeggen en als je in Carré speelt, mag je in de hele stad hangen.

P6: En daarna ga je in de Heineken Music Hall spelen en ben je dan een *sell out*? Dat is de vraag.

P8: In de Arena en dan Toppers in Concert en dan ben je er, weet je wel. Zo zou je, zo zie ik het niet, uhhm, omdat ik juist, hè, ik, ik zit een beetje tussen jullie in, denk ik. Namelijk, de pr, als de pr zoals bij Anne het overschreeuwt, dan, uhhm, dan gaat dat ten koste van de kwaliteit van je voorstelling, naar mijn idee. Terwijl aan de andere kant, uhhm,...

Commented [S144]: Destruction of value

P8: Omdat, uhhm, je een stuk van je integriteit verliest. Op het moment dat je van alle daken, zeker met zo'n stuk als, als, als Anne, als we het daar toch over hebben, toevallig is er twee jaar geleden, twee/tweeënhalf jaar geleden, is er ook een, een, uhhm, een, een, uhhm, muziektheaterstuk uitgebracht, Je Anne, uhhm, en dat is, was heel kleinschalige set-up met volgens mij een piano en zes, uhhm, artiesten en, vond ik een briljante voorstelling, die hielden het heel intiem, heel integer. En daarna kwam dus dit hele spektakel van Anne eroverheen waarbij het hele verhaal, wat natuurlijk, iedereen heeft er z'n eigen emoties en, en, en, en ideeën bij, maar oppompen tot een soort Joop van de Ende kaliber musicalachtig gigantisch verhaal waarbij dus inderdaad door het zo het groot neer te zetten, meeslepend en tragisch en weet ik veel, dan flikker je dus eigenlijk de hele, de hele subtiliteit die er in het verhaal had kunnen zitten, ja, overboord.

Commented [S145]: Value: intention/context/significance (authenticity & integrity)

Commented [S146]: Value: experiential

Commented [S147]: Destruction of value

S: Goed punt.

P7: Nou, ja. Goed punt.

S: Wilde je er nog wat? Nee? Ik wil het even hebben over, uhhm, mmm, we gaan zo nog even een tegenstelling doen en daarvoor wil ik het even hebben over, uhhm, ik denk, uhhm, 3 <3. *I find it important to discuss art and cultural events with other people*> en 4 <4. *I find it important that art and cultural events help me to meet other people*>. Wat hebben jullie, uhhm, op 3 <3. *I find it important to discuss art and cultural events with other people*>, 4 <4. *I find it important that art and cultural events help me to meet other people*> en 5? En misschien kunnen we eerst even kijken, uhhm, wat jullie bij 5 <5. *I often go to see art and cultural events when I know some of my friends are going*> hebben?

P7: 7

P6: 2

P5: Ik heb een 7.

P8: 6

S: P5. Waarom een 7?

P5: Uhhm, nou, het is eigenlijk meer een beetje praktisch, uit praktisch oogpunt. Als ik hoor dat mensen daarheen gaan, dat ik ervan weet, en als ik hoor dat het vet is, dan ga ik er ook heen, dat is meer praktisch. Niet per se dat ik alleen maar naar dingen ga waar vrienden ook heen gaan, maar je ziet ook internet zie je, zie je het ook sneller voorbij komen als andere mensen bijvoorbeeld aanwezig klikken of zo op Facebook. Dus ja.

Commented [S148]: Incentive: social

S: En hoe verhoudt zich dat dan dus tot, uhhm, want dit was de vraag, uhhm, ik ga vaak naar culturele evenementen wanneer ik weet dat sommige van mijn vrienden gaan en hoe verhoudt zich dat dan bijvoorbeeld, uhhm, met vraag 3 van: ik vind het belangrijk om kunst en cultuur, uhhm, te bespreken met andere mensen? Wat heb je daar?

P5: Ik had daar ook een 7.

S: Ook een 7.

P5: Maar ik vind het eigenlijk, zou ik het ook wel een 8 of een 9 kunnen geven, want ik vind het zelf heel erg leuk om het te delen met mensen. Ik denk dat dat meer ook mijn persoonlijke voorkeur is, dat ik heel graag dingen wil delen met mensen altijd. Ja. Tot vervelens toe van anderen. En discussiëren van *art*, van kunst is ook wel een belangrijk onderdeel in het begrijpen van de kunst en ook voor jezelf het een soort van betekenis geven.

P8: Vind je dat?

P5: Ja, voor mij wel. Ja, als je met iemand anders erover hebt, dan kan je ook iemand anders perspectief...

Commented [S149]: Value: social

P8: Daar ben ik het helemaal mee eens, maar ik, dat snap ik ook, maar aan de andere kant heb je soms, kun je ook wel iets voor jezelf houden of zo op een bepaalde manier. Ja, je wilt het liefst alles gelijk met de wereld delen?

P6: Ja. Ja.

P7: Nou, dat heb ik echt helemaal niet.

P6: Ik wil eigenlijk altijd, ja, ik ben heel...

S: Maar speelt dat mee in de keuze om ergens naartoe te gaan?

P5: Of ik het met andere mensen?

S: Kan delen of dat sociale aspect?

P5: Uhhm, nou, niet per se dat ik dat wil, maar dat gaat vanzelf, denk ik. Iets dat ik van tevoren denk van: oh, daar wil ik heen, want daar kan ik met andere mensen praten of zo, nee, dat niet.

P7: Nou, ik ga weleens omdat iedereen het erover heeft. Dan denk ik: ja, ik moet er ook toch iets van vinden.

Commented [S150]: Incentive: social

P5: Ja, dat heb ik, ja, dat heb ik met sommige dingen. Marlène Du Mas had ik dat. Dat iedereen het erover had, niet alleen in mijn vriendenkring, maar ook gewoon in de media en zo.

Commented [S151]: Incentive: marketing

P7: Gefilmd.

P5: Ja.

S: Hoe zien jullie dat, P8 en P6?

P6: Nou ja, ik vind het dus wel heel fijn om over de kunst te discussiëren of over de voorstellingen. Dat vind ik sowieso leuk, maar ik ga bijna nooit met mijn vrienden naar events of zo, omdat als ik zie dat die mensen gaan, dat doet me vrij weinig. Ik ga gewoon als ik er zin in heb. Dus ik heb 2 ingevuld daar. Ik had eerst 4 en toen dacht ik: nee. 4 is nog te hoog. Ik ga, ik ga ook best vaak nog alleen ook, weet je wel.

Commented [S152]: Value: social

Commented [S153]: Discrepancy between values and incentives

P7: Naar een museum?

P6: Ja.

P7: Dat doe ik echt nooit.

P6: Maar ik ging ook altijd alleen naar de bioscoop, dat vind ik gewoon soms lekker.

P8: Snap ik wel.

P7: Maar ik vind bioscoop en museum echt van die alleen dingen ja, maar naar een concert of naar andere...

P6: Ja, kijk, ik heb, ik heb, uhhm, clubavonden niet meegerekend. En dan moet ik gewoon 2 invullen. Of weet je wel. En festivals, die gaan, die reken ik ook niet mee.

P7: Dat moet wel toch?

S: Je mag, ja, je mag ze meenemen, maar wat is kunst en cultuur?

P5: Oh, dat hoort er ook bij?

P8: Dat is het debat over wat wel en niet...

S: We hebben het over kunst en cultuur in de breedste zin des woord, dus van een concert in de Paradiso tot een, een voorstelling zoals Anne tot, uhhm,...

P6: Awakeningsfestival.

S: Tot een galerie.

P6: Ja. Nee. Dan ga ik het, want dat lijkt me echt een uiterste, weet je wel. Als dat ook nog is, dan zijn, als je andere festivals...

P8: Dat is ook nog kunst, misschien het festival *an sich* niet, maar wel hetgene dat daar gebeurt, toch? Weet ik niet.

P5: Moderne dans.

S: Nou ja, ik bedoel.

P7: Moderne dans, ja.

S: Daar wordt elektronische muziek van een heel hoog niveau wordt daar...

P8: Precies en er wordt wel modern gedanst, dus wat dat betreft...

P7: Heel modern.

P8: ... de vraag is of het heel professioneel is.

P6: Dan ga ik het aanpassen.

P8: Ja, ik had vooral bij 5 <5. I often go to see art and cultural events when I know some of my friends are going> eigenlijk, uhhm...

S: Maar het is wel grappig, want jullie maken, maken jullie heel erg een onderscheid in, in de verschillende disciplines? Want ik heb juist, ik heb dan in het begin een lijst ingevuld.

P7: Anders is het moeilijk om die vragen wel te beantwoorden, want het gaat over bijna alles wat je doet buiten werk.

P6: Ja, dat heb ik ook. Behalve naar een restaurant gaan dan.

S: Nou ja als jij leven buiten werk alleen maar uit kunst en cultuur bestaat.

P5: Wat ook kunst kan zijn, hè.

S: Ik heb het niet over sport. Ik heb het niet over televisie. Niet over...

P7: Maar wel over films.

S: gaming. Niet over, ja, en het gaat echt over buiten de deur gaan. Dus naar een evenement, een cultureel evenement toegaan. Ben je daar bewust mee bezig dan voordat je, als je dan zoiets kiest of het, of het past binnen het straatje 1 of straatje 2? Uhhm, nou, omdat P6 maakte net bijvoorbeeld al in z'n hoofd al gelijk een onderscheid van... Jij ziet festivals en clubmuziekavonden al niet als kunst en cultuur eigenlijk?

Commented [S154]: Value: experiential

P7: Inderdaad, als ik, als ik op vrijdagavond uit ga, dat zie ik er niet bij.

P6: Ik zie het wel als, als cultuur, maar niet zozeer. Maar ja, dat is, dat is dus moeilijk. Want eigenlijk niet dus, als ik, weet je wel... Die, die conclusie had ik voor mezelf getrokken al in het beantwoorden van deze vragen.

P8: Heeft dat ook te maken met het feit dat je daar zelf in actief bent?

P6: Misschien heeft het ook te maken met de vragen, want het is, weet je wel. *Often go to see art and cultural events.*

S: Maar maak je daar in je keuzes dat je naar, naar dingen toe gaat, maak je daar een bewuste keuze? Vind je, maak je een bewuste keuze van: ga ik vanavond naar een clubavond? Ga ik muziek bekijken of ga ik naar een museum?

P6: Nee. Nee. We hebben, ik heb een museum jaarkaart, dus ik kan naar een museum wanneer ik wil, maar bijvoorbeeld zoiets als Seen Fotofestival, daar ga ik dan gewoon heen omdat bij ons op kantoor daar kaartjes voor liggen en die neem ik dan mee. Ja, hé, *chill* en dan ga ik naar Seen. Als die kaartjes daar niet hadden gelegen, dan was ik waarschijnlijk niet naar Seen gegaan.

Commented [S155]: Incentive: membership

Commented [S156]: Incentive: easy acces

P8: Maar ook bijvoorbeeld dat zij is er een onderscheid in clubavonden, weet je wel. Soms heb je van die hele bizarre *happenings* waarin, uhhm, die toch redelijk af staan van, nou ja, je dj's die daar staan en met z'n allen gewoon gezellig een biertje drinken en soms, sommige dingen hebben wel iets meer aandacht nodig. Ik denk, weet ik veel, *Plasticman of zo*, weet je wel, dat is toch iets anders dan gewoon lekker even dansen of zo. Dat vraagt wel meer. Dat pakt dat hele visuele aspect erbij. En, en dan vind ik ook alweer dat het eigenlijk...

P6: Die scheidslijn is zo moeilijk. Het is zo moeilijk om te zeggen: ik weet niet of jullie nog kunnen herinneren: de bunker op de NDSM werf. Toen ze die wilden sluiten wegens, omdat het daar altijd een bende was, toen was het in keer een culturele broedplaats. Nou, sorry, het was een hoop dingen in de Bunker op de NDSM werf, maar culturele broedplaats dekt niet de lading. Het was gewoon een vies *afterhol*. Dat was het.

P8: Een culturele afrag, weet je. Een culturele afragplaats.

S: Waar ligt dan de scheidslijn volgens jullie?

P6: Die is er niet.

P5: Wat is kunst? Dat is net zo'n...

P6: Die is fluide.

P7: Ik denk wel dat het een verschil is tussen als je uitgaat dat je voor jezelf gaat of dat je iets gaat bekijken of iets meemaken, want als je op vrijdagavond naar de Social Club, dan ga je niet...

P6: Nee. Ja, maar goed, het is wel absoluut cultuur.

P7: Ja, ik heb, ik zou dat toch niet echt meerekenen in deze vragenlijst,

P8: Dat zie je niet als kunst?

P5: Bijvoorbeeld Super Social met al die mensen die ook heel extravagant daar gekleed gaan, zou je ook niet zien, ja, het is ook cultuur wel, hoor. Ja.

P6: Het feit dat dat hier wel is en een paar 100 kilometer verderop niet, dat geeft dus aan dat het cultuur is.

P7: Ja, maar dan is ook op straat kijken naar mensen cultuur.

P8: Maar alle mensen is cultuur.

P7: Ja, maar een culture event, dat is niet gewoon...

P8: Nou ja, dit is eigenlijk... Je zou het theoretisch kunnen zien als een samenkomst van veel mensen die daar allemaal zijn om iets wat een ander doet te appreciëren. En ook inderdaad als van groep zijn. Je zou het een soort van *ritual*, ritueel kunnen noemen zelfs. Cultureel ritueel gewoon waar wij met z'n allen dus schijnbaar in een ruimte gaan staan, ons laten omgeven door muziek en, en, en geuren van anderen...

P6: Als je ver genoeg uitzoomt, dan, dan kan je dat niet ontkennen toch?

P7: Een inheemse stam zal naar ons kijken...

P8: Begeleid worden door de sjamaan die de dj heet en, en, en...

P7: Tien keer naar de bar.

P6: Dat is ook echt iets van deze, van de afgelopen 25 jaar.

S: Maar is dan context belangrijk?

P6: Heel erg, lijkt mij.

S: Voor deze vraag.

P8: Context is alles.

P6: Ja, want eigenlijk...

P5: Welke vraag waren we nou?

S: Nee, voor wat, de discussie, zeg maar.

P6: Want is dit zegt maar, sluit *art*, want is het en/en of of/en?

S: Wat bedoel je?

P6: Nou, is het *art of cultural event* of is het een *art and cultural event*?

S: Ja, *art of culture events*, en/of.

P6: Precies. Oké.

S: Een en/of.

P8: Ja. Nee. Context is in...

S: Want het is, wat jij net aangeeft van: jij weet dan, jij weet wat er in de Bunker afspeelt, om even dat voorbeeld te pakken en voor een buitenstaander, die dat dan niet weet, die niet de informatie heeft die jij hebt, is dat misschien wel een culturele plek.

P5: Maar in principe is het ook wel een culturele plaats.

S: En in hoeverre gaat het dan dus om informatie die je hebt in hoeverre je ziet...

P8: Nou ja, dat is het dus. Het gaat echt om context. Altijd. Want het is namelijk zo dat als jij iemand, hè, precies om de vergelijking te pakken die jij nu ook neemt, iemand van, van, van 60, weet ik veel, 70 maakt geen onderscheid tussen de Bunker en Trouw. Weet je. Dus in dat opzicht, ja, komen van die jongelui die komen daar samen en die luisteren daar naar hun muziek. Ja, *whatever*. Dus in die zin is context altijd bepalend, want voor mij zijn die twee dingen dan niet hetzelfde, maar ik generaliseer weer op andere vlakken, simpelweg, omdat je nooit alles kan weten. Dus de context waarin jij je begeeft is bepalend voor hoe je dat evenement ervaart en hoe je daar ook tegenaan kijkt, dus in die zin is, is context alles bepalend voor hoe jij erin staat, voor hoe anderen ernaar kijken, hoe het hele evenement is, want wij kunnen op dezelfde plek zijn en wij ervaren het totaal anders.

S: En hoe wordt die context dan gecreëerd, denk je? Hoe?

P8: Nou, die komt van heel veel kanten. Die, die, die komt deels uit, uit, uit mijn opvoeding, mijn cultuur, maar die komt uit, uit de mensen met wie ik omga, wat ik om me heen zie, uhhm, wat ik leer, wat ik studeer, wat ik, weet je. Dat is, dat is een samenraapsel van zoveel dingen, dan zou je heel diep in moeten gaan op welke invloeden, wat beïnvloedt een mens of zo, weet je. Wat beïnvloedt een persoon...

S: Maar dat is voor jou niet iets tastbaars? Jij zit, jij zegt niet, uhhm, of een, of een van jullie anderen, uhhm, van: dit is heel bepalend voor mijn context?

P8: Nou ja, dat zou, dat kan wel, want je kan daar...

S: Dit is heel bepalend voor hoe ik zie waar ik, waar, waar ik me onderscheidend mee maak.

P8: Nee, er zijn wel handvatten waar je gewoon je aan vast grijpt, dus als je bijvoorbeeld iets tegenkomt, om het heel metaforisch te houden, en dat spreekt jou heel erg aan, dan denk ik dat zoiets onderdeel wordt van jou. Als je dat graag wil en je daarmee kan personifiëren, dan wordt zoiets een deel van dat wat jij bent en op die manier vormt dat dus mee in de context en vormt dat wie je bent.

S: Even een stapje daarvoor. We hebben het net heel even gehad over dat informatie dus heel belangrijk is. En soort van: jij hebt bepaalde informatie en daarom zie je een bepaald evenement zoals je dat ziet en die informatie, die heeft P6 niet, dus die ziet dat evenement op een andere manier. Daardoor maken jullie onderscheid in, in wat voor soort cultureel evenement dat is of wat voor soort kunstwerk dat is, maar wat denk jij dat voor jou dan de belangrijkste informatievorschaffer is om voor jou die beslissing te maken?

P8: Dat is een lastige.

P6: Wat de belangrijkste is?

S: Ja, want zijn belangrijke factoren in, in, in dat jij dus, jij jouw informatie hebt en jij jouw informatie, wat speelt daar een grote rol in?

P6: Nou, in mijn, kijk, je leest natuurlijk, uhhm, dat ligt eraan, welke bronnen jij gebruikt om je culturele agenda samen te stellen. En, kijk, dat kan je doen door, ja, de krant, uhhm, een beetje te lezen, de recensies en zo, maar dat kan ook bij De Wereld Draait Door, uhhm, zijn. Ik denk dat, dat verschilt natuurlijk voor iedereen.

Commented [S157]: Incentive: education/information

P8: Maar dat zijn ook weer bewuste keuzes. Dus in die zin zou je kunnen zeggen dat door dat jij ervoor kiest om die krant te lezen en dat programma te kijken, dat je uiteindelijk jouw context zo samenstelt dat jij uiteindelijk wel naar die ene voorstelling toe moet, omdat het allebei al jouw, uhhm, omgevingsfactoren zeggen van: Dit is vet. Ga hierheen. Ga hierheen. Daarmee is het van...

Commented [S158]: Value: sequential

P6: Ja, maar dat is natuurlijk ook eigenlijk.

P8: Ja, goed, dat is een vraag die ik, die ik je stel. Ik denk dat het wel, voor mij geldt dat ook wel, dat er een groot bewustzijn is.

P6: Wij zijn natuurlijk ook allemaal geïnteresseerd. En dat is natuurlijk de eerste stap, want, uhhm, er gaan lang niet zo veel mensen naar *cultural events* als dat er mensen in Nederland wonen. Ik denk dat het percentage nog relatief laag is. Helemaal als je het vergelijkt met banaal, basale dingen als een voetbalwedstrijd of zo. Maar, ja, maar gewoon elk...

P7: Nooit geweest.

P6: Maar daar zitten, weet je wel, daar zitten elke weekend, uhhm, een miljoen mensen naar te kijken, elke week weer. Uhhm, en het is, kijk, er zijn dus ook heel veel mensen, die pakken al die signalen niet op.

P8: Nee. Ja, klopt.

P6: Want die gaan namelijk nooit naar een *cultural event* en daar zitten ze niet eens mee, want het interesseert ze niet eens.

P8: Dus is zoiets van: opvoeding/geschiedenis of datgene dat je eerder gedaan hebt. Ik denk dat dat wel essentieel is.

Commented [S159]: Incentive: education/information

P6: Dat is het.

P8: Als je namelijk ooit een keer naar, uhhm, weet ik veel...

P7: Ja, of dat je ouders je meenamen.

P8: Ja, precies, maar als je daar ooit een keer geweest bent, en je hebt daar een positieve ervaring mee, dan kan ik me voorstellen dat je zegt: nou, dat was wel cool, we gaan daar nog eens kijken, terwijl, ja, er zijn toch wel mensen die zullen zeggen: nou, dat ene voorstellinkje was niks, we gaan nooit meer naar het theater. Dat is niks voor ons.

P7: Dat is niks voor onze soort.

P8: Dat is voor de Amsterdammers, de linkse Amsterdammers.

S: We gaan gewoon even verder. Als jullie, hebben jullie nog een beetje zin? We gaan nog een paar vraagjes doen en dan zijn we bijna klaar, hoor.

P5: Dat is helemaal prima.

P5: Super leuk.

S: P7. Waar heb je nog meer een heel laag cijfer?

P7: Bij 4 <4. I find it important that art and cultural events help me to meet other people>.

S: Ik vind het, ja, die hebben we net ook al besproken: ik vind het belangrijk dat kunst en culturele evenementen me helpen andere mensen te ontmoeten. Waarom vind je dat niet belangrijk? Kunnen we nog wel heel even op ingaan.

P7: Omdat ik al vrienden heb.
gelach

P7: Het is, het speelt bij mij gewoon totaal niet mee zo van: en oh ja, daar kan ik dan andere mensen ontmoeten. Nee. Totaal niet. Ja, er zijn vaak andere mensen, die vind ik meestal meer...

P5: Ja, als je festivals of clubavonden ook meerekent. Nou, je gaat er ook niet heen om echt mensen te ontmoeten, maar toch is dat toch wel weer een belangrijk onderdeel.

P7: Ja, het is, ja, dan is het leuk dat ze er zijn. Anders durf je niet te dansen, maar het is meer niet, nee. Het speelt totaal geen rol bij mijn keuze van...

P5: Het is geen motivatie of zo. Nee.

P7: En ik had ook heel laag bij 17 <17. I find it important to know which cultural organization or institution is behind the events I attend>.

S: Bij 17 <17. I find it important to know which cultural organization or institution is behind the events I attend>. Ik vind het wel grappig dat je dat, dat je zegt, nog heel even terugkomend, je vind het wel fijn dat andere mensen er zijn, maar je vind het niet belangrijk om, je gaat er niet naartoe om ze te ontmoeten?

P7: Nee.

S: Dus wat speelt, wat speelt dat sociale, hoe speelt het sociale aspect voor jou dan een rol in, in naar kunst en cultuur gaan en cultuurevenementen?

P7: Nou, bijvoorbeeld, soms heb je bij een festival dan bij een podium heel weinig mensen, dat is dan natuurlijk sneu. En, en ook...

S: Voor wie?

P7: Voor de artiest.

S: Oké, maar dat, en voor jou?

P7: Nee, voor mij maakt dat niet uit.

P6: Die groep komt gewoon. Ja.

P8: Ja, je gaat er in je eentje staan. Vooraan staan. Woohoo.

P6: In de, in de regen. In de regen en de wind.

P8: De modder.

P5: Misschien niet dat er weinig mensen staan, maar wel, het soort mensen. Als jij naar een concert gaat of iets en je staat...

P6: Je bent niet alleen, P7 staat daar.
gelach

P5: ... en je staat tussen de mensen waar je zelf totaal geen zin in hebt, of zo, dat het dan wel negatief bijdraagt aan je eigen ervaring met dat evenement. Dus in die zin...

P7: Maar ik kom echt totaal niet voor die andere mensen wat dat betreft.

P5: Nee, maar ik heb het zelf wel vaak meegemaakt, dat het publiek dan bijvoorbeeld dan totaal niet meegaat met de muziek. Het heel doods blijft, terwijl jij denkt van: wow, dit is echt heel vet. En dat heeft toch een negatieve invloed of zo.

S: Bedenk je dat dan van tevoren?

P5: Nee, maar ik bedoel te zeggen dat het wel belangrijk is wie er zijn en wat de *vibe* is. Als je komt voor het evenement of komt voor...

S: Maar dat is meer als je er bent?

P5: Ja, als je er bent. Maar van tevoren kan je ook bedenken inderdaad van: nou, ik was daar vorige keer en het publiek was echt verschrikkelijk.

P7: Zo werkt het wel weer.

P5: En dat je denkt: ja, dan ga ik liever een keer naar een andere locatie als er een andere locatie is of zo. Dat kan wel meespelen.

P7: Dat is, dat heb ik meer bij uitgaan, maar bij, bij een *cultural event* kom ik voor dat evenement. Wat ik interessant vind. Of waar ik, uhhm...

P8: Ja, maar ik vind het ook altijd wel interessant om *like minded people* of zo tegen te komen, dus inderdaad, als je daar dan toch bent, dat je dan toevalligerwijs al sta je naar hetzelfde te kijken.

P7: Ja, je ziet wel mensen, maar het speelt geen rol bij de keuze.

P8: Nee. Ja. Dat vind ik wel interessant. Voor mij is het, ja, jij zegt: "Ik heb genoeg vrienden." Ja, ik heb er nooit genoeg.

P7: Nee, dat was ook... Maar het speelt niet mee bij, zeg maar, oh, ik ga daarheen, want daar... En zo is die vraag gesteld, die dat evenement helpt mij om andere mensen te ontmoeten. Dat heb ik niet.

Commented [S160]: Disincentive: Experiential (former negative experience)

Commented [S161]: Different values/incentives for different situations

Commented [S162]: Value: social

P8: Nou ja, ik had laatst, ik vind wel dat er dus vaak interessante discussies uit voortkomen, komen met, met, met mensen die je daarna nooit meer ziet.

P7: Maar kies jij het evenement daar op uit? Want dat is de vraag. Denk ik. Van: ik vind het belangrijk bij mijn keuze dat dat evenement mij gaat helpen om andere mensen te ontmoeten.

P8: Nee, maar het speelt wel mee in de afweging, denk ik. Bij sommige, uhm, bij sommige, uhm, uhm, gebeurtenissen. Kijk, in een museum kan ik prima alleen staan of zo, maar op het moment dat ik naar een publiek debat en of, meer [???

Commented [S163]: Different values/incentives for different situations

P6: Nou, ik vind het wel leuk als er andere mensen staan.

P8: Ja, precies. Bij dat soort dingen is het wel weer leuk om, om, en dan reageer ook weer even terug naar... Dat is hetgeen wat ik laatst heb gedaan, maar die, die, die poëet die daar dan stond, daar zat ook een, een, een, een, een dichter naast me, geen idee wie het was, maar omdat ik toevallig naar haar zat, uhm, raakten we aan de praat en daar heb ik echt twee uur mee zitten babbelen over, over poëzie waar ik geen fuck van begreep, maar je hebt wel door haar weer, door ik geïnteresseerd ben en zij stuurde vervolgens weer wat op wat ik dan kon... En op die manier heb ik eigenlijk met iemand die ik totaal niet ken, die ik daar heb ontmoet, is mijn ervaring, die ik daar heb gehad zoveel verder verrijkt dat ik de waardering voor datgene waar ik geweest ben ook weer groter is, vandaar dat ik ook een 8 neergezet heb.

Commented [S164]: Value: sequential

P7: Maar in het, ja, nee, dat vind ik, dat ben ik met je eens, maar dat is dus meer bij de beleving op dat moment en de waardering achteraf dan hoe ik de vraag begreep, dat je dat vooraf, dat je daardoor je keuze laat leiden, want dat heb ik totaal niet, maar ik vind dat wel heel leuk.

P8: Niet als Koos Vriendloos... Wil er iemand een biertje, jongens?

P7: Oh, daar gaan heel veel mensen heen.

P6: Ik heb ook nog ergens een 10 ingevuld.

P8: Oh ja?

P6: Bij vraag 20 <20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills>?. Daar heb jij een 1.

P8: Ik heb 2.

P7: Oh ja.

S: Want dat gaat, want dat is de vraag van: ik vind het belangrijk dat, uhm...

P5: Jij bent heel extreem, hè? In je antwoorden? Ik geef echt nooit een 1, want dat is echt, ja...

S: Vraag 20 <20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills> gaat over dat je het belangrijk vindt dat een artiest...

P6: Er wat van kan.

P7: Haha. Great technical skills.

S: Art, art technical skills, ja, dus de, de, de, de technieken die je nodig hebt om de kunst die jij beoefent te beoefenen.

P6: Kijk, ja, ik, ik kan dit niet anders interpreteren als van: ja...

P8: Haha, ik weet nu al waar dit heen gaat. Ga je gang.

P6: ... want als iets gewoon, uhm, slecht is, hè, daar wil je toch niet, daar wil je toch niet naartoe? Al gewoon echt kwaliteit 0, dus, zeg maar, dat is namelijk art made by artist with bad technical skills.

Commented [S165]: Value: skill

S: Het gaat hier over techniek. Ja. Concept en verhaal. Dat stelt P7 er waarschijnlijk tegenover.

P7: Ja.

P6: Concept en verhaal, daar had ik totaal niet aan gedacht.
gelach

P6: Wat bedoel je? Wat bedoel je? Vertel, P7.

P7: Nou, bijvoorbeeld als je kijkt naar, naar schilders, die kunnen inderdaad een geweldige techniek hebben, allemaal details helemaal uitgewerkt en toch denk je: ja... Er zit geen enkel gevoel, terwijl een storm op zee waarvan je eigenlijk niet eens dat er een boot is, maar ziet de wind en je wordt helemaal meegesleurd in de emotie, ja, dat is misschien dan ook weer een bepaalde techniek, dat is waar, maar ik vind het, ja, lastig. Nee, niet, niet Josti Band achtig, maar wel...

P8: Die kunnen op hun manier best wat hoor.

P7: Nee, precies. Dat is dan ook weer knap. Nee. Ja. *Technical skills*, ik vind enthousiasme en een soort van bezieling belangrijker.

P6: Ik vind gewoon als jij bijvoorbeeld foto's maakt, dan moet je gewoon goede foto's maken.

P7: Maar wat is dat?

P6: Kijk, je hebt bijvoorbeeld bepaalde...

P8: Blijkbaar is voor hem goede foto's een technisch hoog...

P5: Hoogstandje of zo.

P6: Je hebt bepaalde meisjes, die maken foto's met analoge camera's, terwijl ze daar eigenlijk niet goed mee kunnen werken. Dat zie je aan de foto's, want het is vaak op de verkeerde film met de verkeerde lens op de verkeerde iso, vet overbelichte foto van de...

P7: Misschien is dat hun stijl.

P6: ... van de Amsterdamse grachten. Precies, nou misschien is dat hun stijl, maar dan vind ik dat dus niet goed en dat vind ik dus, ik vind het *important* dat als, zeg maar, iemand besl, kijk, want niet alles is kunst, hè. Nogmaals, je kunt, tenminste voor mij is niet alles goed.

S: Ja, dat is goed. Je mag gewoon zeggen wat je wil, hè. Er zijn geen goede en foute antwoorden op die manier.

P6: Voor mij is niet alles kunst. Kijk, je hebt heel veel mensen die hobby'en en als je dan heel erg goed bent, ja, kijk, dan, dan is het kunst en dan is het ook de moeite waard voor ons met z'n allen, of in ieder geval de mensen die daar in geïnteresseerd zijn, uhhm, en dan, dan wordt het wat.

P8: Maar stel nou dat een van die meisjes met zo'n analoge camera, zwaar overbelicht, verkeerde filmrol, weet ik veel allemaal wat, nou in één keer die foto schiet, perfect. Het totale verhaal, alles gewoon in één foto. Jij kijkt ernaar en je denkt: nou, dit moet het beste werk ooit zijn. Dan is je hele thesis toch onderuit geschopt?

P6: Uhhm... Vind je?

P8: Laat ik, laat ik het anders stellen. Uhhm, op het moment dat jij in een museum staat en je weet niet van wie dat werk is, en dat blijkt uiteindelijk blijkt het van, van, van zo'n, zo'n meisje met zo'n analoge camera te zijn, maar op het moment dat jij daar staat en je weet niet, dat is eigenlijk die andere vraag natuurlijk, uhhm, jij weet niet van wie dat werk is, kun je er dan nog steeds door gegrepen worden? En stel dat dat zo is, dan is, dan valt het hele verhaal van of het nou technisch goed is en of het nou door een meisje met een camera, analoge camera gemaakt is, valt dan toch in het niets, omdat uiteindelijk het doel de middelen heiligt?

P7: Want volgens jouw theorie is een, uhhm, vervalsing ook kunst. Want het is skilled artist with great art technical skills. Maar geen verhaal.

P6: Kijk, ik vind het, een vervalsing, hoe heet die Nederlandse vent? Die, uhhm, zeg maar...

P7: Janssen.

P6: Zijn werk wordt verkocht voor prijzen van, van Picasso, van oude meesters, terwijl hij het gemaakt heeft. Nou, dat heb, vind ik zo'n ongelooflijke baas. Dan denk ik van: deze man is zo'n koning.

P8: Hij is alleen niet creatief.

P7: Geen kunstenaar.

P6: Nee, maar hij maakt wel... Kijk, als, als zijn schilderij van Sobethy's wordt behandeld, waar dus allemaal mensen die, die kunstgeschiedenis hebben gestudeerd, de zogenaamde experts het verschil niet zien, dan is hij toch een meester?

P8: Hij kan het namaken, maar hij is niet een meester in het creëren. En voor mij is een kunstenaar iemand die creëert en niet iemand die namaakt.

P6: Maar moet je niet, zeg maar, heel goed zijn om heel goed te kunnen namaken?

P7: Ja, moet je hele goede skills hebben.

P8: Maar dat is, dat is, dat is de kunst van het namaken.

P6: Maar ik vind bijvoorbeeld. Ja. Nee. Goed.

S: Jullie zijn het er niet over eens in ieder geval.

P6: Bijvoorbeeld met muziek, hè. Als een, een, een, om een voorbeeld te nummer, het nummer van Bakermat.
gelach

Commented [S166]: Value: intention/context/significance

P6: Nee, maar dat is technisch gezien een hele simpele plaat, het was volgens mij ook echt de eerste of de tweede plaat die die jongen in zijn hele leven had gemaakt. Dat hoor je ervan af. Iedereen die een beetje wat met muziek heeft, luistert ernaar en die vraagt...

P5: Met Martin Luther King?

P6: Ja, met Martin Luther King, en die vraagt zich ook af van, weet je wel, wat is dit überhaupt voor een, voor een laag kwaliteit plaat en het wordt de grootste hit in het genre, zeg maar, de, de, firestarter van het genre. Maakt het het dan een goede plaat? Nee.

P8: Voor jou niet.

P6: Nee. Vind ik dat belangrijk? Ja.

EINDE INTERVIEW

Appendix E: Transcription focus group interview R3

FOCUS GROUP R3
08_01_2015

S: Goed, eigenlijk wil ik een klein rondje doen en gewoon beginnen met iemand die een hele vraag heel erg vervelend vond. Bijvoorbeeld P11. Welke vraag vond jij heel vervelend?

P11: Uhm, vervelend.

S: Of sprong er voor jou uit of vond je...

P11: Ja, ik vond 19 <19. I find it important that art inspires me and helps me be to be a better person> en 20 <20. I find it important that art is made by skilled artist with great (art)technical skills> en 21 <21. I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole.> vond ik allebei, allemaal een beetje gek, omdat, uhm.

S: Laten we met 1 beginnen. Uhm, 19. Ik vind het belangrijk dat kunst mij inspireert en me helpt een beter persoon te worden.

P11: Ja.

S: Wat heb je daar ingevuld?

P11: 3. Want ik vind 2 en 1 zo negatief dat ik voor 3 ben gegaan. Maar...

S: Jij vindt dat niet belangrijk?

P11: Nou, nee. Ja, je wil van alles misschien een beter persoon worden. Ik vind het niet iets waar ik over nadenk, nee.

S: Waarom vind je dat niet belangrijk?

P11: Omdat je daar niet over nadenkt. Heeft deze expositie mij een beter persoon gemaakt? Heeft dit concept mij een beter persoon gemaakt? Ja, misschien geleerder of, uhm, uhm, nou ja, weet je. Maar niet beter.

P9: Maar als je het zo, als je het zo breed pakt als zelfontplooiing?

P12: Exact. Ontwikkeling. Ik zit wel te denken van: het is echt super kut.

P9: Het is vooral een dubbele vraag, dat vond ik er gek aan.

P11: Een beter persoon, iemand, iemand, ja, dat is voor mij misschien een andere... Inderdaad, als je zegt: zelfontplooiing, is het wel belangrijk, alleen, een beter persoon, ik weet niet.

S: En dat staat je hier in tegen. En als je, als je zegt: ik vind het belangrijk dat kunst me inspireert?

P11: Ja. Ja, dat, heb ik een 10 ingevuld.

S: Daar had je een 10 ingevuld?

P11: Ja.

S: En waarom?

P11: Uhm, omdat als kunst je niet inspireert het je misschien ook niet per se interesseert. Ik bedoel: iets dat negatief is, kan je ook inspireren iets dat je lelijk vindt, daar een mening over, dus dat kan je inspireren.

P10: Ja het moet iets ofzo

P11: Ja. En ik denk dat, uhm, bij inspiratie niet alleen positief hoeft te zijn, van oh dat is een goed idee, maar... Hé moeder, leuk, hoor.
gelach

P11: Dat is mijn moeder.

S: Het wordt allemaal opgenomen, dit, hoor.

P11: Ja.

P12: En doorgestuurd.

S: En getranscribeerd.

P11: Moeten we nu overnieuw te beginnen?

Commented [S167]: Value: moral

Commented [S168]: Value: Moral

S: Nee, je hoeft niet overnieuw te beginnen.

P9: Opnieuw mag wel.

P11: Het heeft wel zo'n werking dat ik nu niet meer weet waar ik het nu over heb.

S: Nou, P9 wil er heel graag op reageren. Dat zei 'ie.

P9: Dat klopt, want ik zat namelijk, wat je vertelde, dacht ik eerst, dacht ik heel lang: ja, klopt. En toen dacht ik ineens: er zijn gewoon dagen dat ik gewoon, uhhm, dat ik het echt puur wil consumeren. Bijvoorbeeld een serie kijken of, of gewoon weet ik veel, kei hard black metal op mijn koptelefoon, en dat luister ik echt niet om geïnspireerd te worden. Sterker nog, eerder omdat even kwijt te zijn of zo.

P12: Het lijkt me zo vermoeiend om black metal te horen.

P11: Ook niet geïnspireerd, is dat een soort van...?

P9: Ja, Ja, misschien omdat je daarna weer zin om geïnspireerd te raken of zo, maar het is niet dat ik denk van: dat is een interessant gitaarpartij.

S: Als ik, als ik heel even mag inhaken op P9, we hebben, we hebben het wel over consumeren in deze zin, want het stond volgens mij aan het begin van het ding, uhhm, uhhm, in deze discussie als een proactieve aanzet tot het participeren aan culturele evenementen.

P11: Dus dat je naar een black metal concert gaat.

S: Precies, dus thuis een YouTube-filmpje aanklikken of, uhhm, op televisie iets aanzetten, uhhm, valt in dit gesprek dan even niet onder kunst en cultuur consumeren. Het gaat er echt om: waarom, waarom ga jij naar een...

P11: Ja, precies.

P12: Oh zo. Dan kan ik er al een paar wegstrepen.

P9: Ik ook.
gelach

P10: Waar ik aan moest denken toen ik die vraag las, ik was laatst in Berlijn en toen waren gewoon door de straten aan het lopen en niet per se ergens mee bezig, totdat we een galerietje tegenkwamen waarin interessante kunst hangt, hing. Dus we dachten: we gaan even naar binnen. En dat bleek uiteindelijk allemaal kunst te zijn uit, van kunstenaar uit Beirut, die daar echt een plek kregen om een verhaal te vertellen, weet ik wat. En terwijl ik daar binnen was, terwijl ik er helemaal niet naar op zoek was, werd ik wel geïnspireerd, dan hoorde je dat verhaal en dan kom je wel weer iets meer open te staan voor ook dat, die kant van het verhaal. Uiteindelijk ging ik daar wel weg met een beter gevoel dan dat ik daar binnen ging.

S: Maar waarom ging je in eerste instantie naar binnen?

P10: Omdat er heel kneuterig gezegd een paar grafische werken hingen [??? 08.27].

P12: Gewoon een passant was je?

P10: Ja, absoluut.

S: En wat deed dat dan met je? Waarom, waarom wilde je op basis van die grafische werken naar binnen?

P10: Uhhm, omdat, uhhm, voor een deel, omdat, uhhm, de mensen met wie we waren, zeiden: "Kom, we gaan naar binnen." Maar op het moment dat je daar dan eenmaal binnen bent, toen greep het ons wel echt en toen zijn we best wel lang binnen geweest om met die mensen te praten. Alles echt wel, nou ja, bekeken en... Dus in die zin, dus daar moest ik als eerste aan denken toen het ging over inspireren en een beter persoon maken, dat je wel weer gewoon iets nieuws leert.

S: Ja, want dat vind ik interessant van wat het moment dat je nog buiten staat en niet hebt besloten naar binnen te lopen en dan, en dan besluit de drempel over te gaan. Want je zegt, je raakt, je vind het heel fijn om geïnspireerd te raken, denk je dan van tevoren na van: dit is een plek waar ik naartoe zou kunnen gaan om geïnspireerd te raken? Of is dat iets wat je overkomt? Of?

P10: Uhhm, ik vind het fijn zodra het gebeurt, maar ik moet wel zeggen dat ik ook wel een persoon ben, die dat niet heel effectief opzoekt, dat ik nog weet dat ik, wat ik kan verwachten, dus ik kan ook in een bui zijn, dat ik denk: geen zin in extra prikkels, maar op het moment dat het dan wel gebeurt, dan, dan ben ik er wel heel blij mee. Dan is het wel iets dat wel echt iets toevoegt, zeg maar.

P12: Ik denk dat het heel afhankelijk is wat voor, of je een passant bent of niet.

S: Wat bedoel je daar mee?

Commented [S169]: Different values/incentives for different situations

Commented [S170]: Incentive: freetime

Commented [S171]: Incentive: easy acces

Commented [S172]: Impulsive and unplanned decision-making

Commented [S173]: Intention/context/significance

Commented [S174]: Value: Moral

Commented [S175]: Incentive: social

Commented [S176]: Value: social

Commented [S177]: Value: cognitive/educational

Commented [S178]: Discrepancy between values and incentives

Commented [S179]: Different values for different stages of consumption

P12: Nou, als ik zomaar hier door de straat ga lopen en ik wil een galerie binnenlopen, dan denk ik: eh, een galerie. Ja. Dan vind ik eigenlijk alles wel best. [??? 10.00].

P9: Doe je dat weleens hier?

P12: Ja. Ja. Ja. Zeker, maar is gewoon, ik kom de straat en...

S: Maar waarom loop je dan naar binnen?

P12: Omdat ik er gewoon raakvlakken mee heb. Omdat ik dan denk dit is wel....

S: Wat vind je dan, wat vind je dan specifiek interessant als je zo'n galerie binnenloopt?

P12: Ja, dat je werken ziet hangen waarvan je denkt: hé, dit is tof of sowieso in het algemeen ben ik wel geïnteresseerd in kunst en cultuur, dan zie je van die dingen en dan loop je met je meisje binnen, nou top. Maar kijk, dus dan, dan heb ik helemaal niet terugkomend naar die vraag 19 <19. I find it important that art inspires me and helps me be to be a better person>, dat ik graag getriggerd wil worden of dat het een beter persoon maakt en inspireert, maar als ik echt 30 euro betaald voor een concert of voor een museum of voor wat dan ook, ja, dan vind ik wel even dat het iets met me doet, terwijl, ik dacht eerst zo van: oké, dat het minder proactief was, tegenstelling van proactief? Passief?

S: Passief, ja.

P12: Passief daarin, ja, dan interesseert het me niks. Dan vind ik het super chill het ene oor in, het andere oor uit en dan, uhhm, en dan klaar, maar als ik echt proactief wil [??? 10.58], dan wil ik ook echt luisteren, zien, wat is het, dat het echt wat is. En dan ben ik ook kritisch. Heel kritisch.

P10: Het kan je wel verrassen, misschien juist als je ergens impulsief in gaat.

P12: Absoluut, absoluut. Ja, maar dan, met passief, als, ja, als met 19 <19. I find it important that art inspires me and helps me be to be a better person>, bij, dan moet je eigenlijk vragen van misschien: het kunst, het is hoe je eraan kijkt, weet je.

P10: En met welke verwachting je ergens naartoe gaat.

S: Maar jij hebt het over verrassen. Vind je dat belangrijk?

P11: Dat je wat overhoudt aan, aan, aan die ervaring, naar die galerie gaan, naar die exposities iets daaraan over houdt. Niet dat je een beter persoon wordt. Ja.

S: Maar wil je er dan, wat zou je eraan over willen houden of wat, wat vind je prettig om eraan over te houden?

P11: Uhhm, ja, goede vraag. Uhhm, zo'n linnen tasje.
gelach

P11: Nee, in ieder geval dat je het idee hebt dat je iets heel gaafs hebt gezien en iets geleerd hebt. Dus dat je naar Foam bent geweest en ik me daar echt mijn best ga doen om, om te onthouden hoe die fotograaf heet, wat ik niet kan, omdat ik alleen voor muziek blijkbaar ruimte heb in mijn hersenen. Haha, dus, uhhm, maar dat ik wel het idee heb dat ik iets geleerd heb en dat ik die hele serie heel gaaf vond en iets heb gezien wat ik nog nooit had gezien. Uhhm, ja, even stilstaan bij alles waar iets uitgelegd is en...

S: En ga jij ook met dat idee daar naartoe? Of is het iets dat je ter plekke...

P11: Ik doe dat. Ik lees die dingen. Mijn moeder, die daar net voorbij kwam, ja, die gaat dan ook mee en die zegt: "Ja, wel mooi, hè, die foto's. Ja, wel heel mooi. Ja mooi dat zwart wit. Zou ik thuis ook wel willen, van die foto's. Mooi." En dan denk ik: ja, lees nou even en dan ga ik meestal, ga ik haar weer verder vertellen waarom dat nog bijzonder is, omdat in die tijd waarin het gemaakt, de series die ze heeft gemaakt waarom die zelfportretten gaan, weet ik veel. Gewoon, uhhm, iets meer informatie en dan, ja, ik weet niet, dat heeft je dan iets geleerd over, over hetgene waar je bent geweest.

S: Wat heb jij bij 18 <18. I find it important to know the story behind art> ingevuld? Ik vind het belangrijk om het verhaal achter kunst te weten.

P11: Ik heb een 7 ingevuld, want ik vind het namelijk niet altijd, want soms is iets mooi. En is dat oké.

S: En waar ligt, waar hangt dat voor jou vanaf?

P11: Uhhm, ja, misschien ook wel zin om, om, om je erin te gaan te verdiepen. Soms, soms loop je een galerie in even leuk en dan ga je weer weg in plaats van dat je vraagt: waar komen deze werken vandaan? Uhhm, weet je, het hoeft niet altijd. Het is niet altijd, maar als je echt heel gericht iets uitkiest en erheen gaat, dan denk ik wel dat ik geïnteresseerder ben.

P9: Ik zit te denken, want we hadden het net over die serie die geconsumeerd heb, maar ik herinner me net, ik ben ook naar The Hobbit geweest en daar ben ik echt absoluut niet naartoe gegaan om een beter persoon van te worden.

P11: Maar ben je er een beter persoon van geworden?

S: Wat was de keuze dan om naar de Hobbit te gaan?

Commented [S180]: Impulsive and unplanned decision-making

Commented [S181]: Incentive: general interest

Commented [S182]: Incentive: general interest

Commented [S183]: Costs (financial and/or opportunity) influencing valuation

Commented [S184]: Costs (financial and/or opportunity) influencing valuation

Commented [S185]: Expectations influence valuation

Commented [S186]: Value: experiential

Commented [S187]: Value: cognitive/educational

Commented [S188]: Value: Experiential (new experience)

Commented [S189]: Specific and planned decision-making

Commented [S190]: Different values for different situations

Commented [S191]: Expectations influence valuation

Commented [S192]: Different values for different situations

P9: Ik wilde even 3 uur lang niet hier zijn. Gewoon even op vakantie, zeg maar.

Commented [S193]: Value: experiential

P11: Ja dan ben je dus ook wel een beter persoon misschien geworden.

P9: Ja, een beetje, maar ik lees ook, een boek dat ik lees zouden ze kunnen zeggen van: daar wil ik echt me mee ontwikkelen of zo.

Commented [S194]: Value: moral

P12: Ik vind dat een grote vorm van kunst, hè. The hobbit.

P9: The hobbit. De film? Oh, het verhaal. Zeker, ja. Zeker.

P12: Ik bedoel: het is gedaan en bla bla bla.

S: Hoe maak je dan het onderscheid tussen wel of niet kunst voor jou?

P12: Ja, dan kom je in de discussie: wat is kunst en dat gingen we niet doen.

S: Dat gingen we niet doen, maar als jij nu heel duidelijk schetst dat jij De hobbit, maak jij zo'n keuze van tevoren als je een hobbit gaat of naar een galerie, maak je bewust een keuze: ik ga nu in mijn hoofd cultuur doen? Of ik ga nu in mijn hoofd The Hobbit doen?

P12: Is meer ontspanning

P9: Ja, die film was, was, is voor mij dan echt van: oh, ik heb, ik heb even deze ochtend de tijd, nou, ga ik kijken, want ik ben gewoon een grote Tolkienfan, het boek zou ik aan beginnen met andere redenen, zeg maar.

Commented [S195]: Incentive: free time

Commented [S196]: Incentive: Experiential (former positive experience)

S: Wat zou dat voor reden zijn?

Commented [S197]: Different values/incentives for different situations

P9: Uhhm, nou, ik, dat soort dingen lees ik nu eigenlijk niet meer, maar boeken die ik lees, is wel echt wel degelijk ook weer ontwikkeling, zeg maar. Dus dat zou je kunnen zien als ook een poging om er wat beter uit te komen van wat ik gelezen heb. Maar ik doe het wel allebei zo.

Commented [S198]: Value: moral

P11: Ja, precies. Ja. Dat denk ik ook wel. Ik denk dat het ook het verhaal achter kunst dat je daar de ene keer wel heel geïnteresseerd in bent en de andere keer niet en misschien ligt het er ook aan of je het mooi vindt of niet.

P10: überhaupt wat voor beeld het is.

P11: Ja, of het een serie is of iets heel kleins. Of weet ik veel. [??? 15.40].

P10: Dat is ook het lastige als je die vragen leest, dan komt er eigenlijk altijd wel iets in je naar boven waardoor je denkt: ja, of nee. Maar dat is ook net waar je het mee associeert op het moment dat je het leest. Dat je eigenlijk dat op het moment dat ik die vraag las van: wil ik het verhaal erachter weten? Toen kwam er meteen een fotoserie langs dat ik dacht: ik ben zo blij dat ik het verhaal erachter ken dat ik denk: ja, vind ik super belangrijk. Maar toen hoorde ik net wat hij zei: "Soms is het gewoon mooi." Dan denk ik: ja, soms is het gewoon mooi en dan hoeft het ook verder...

P9: Ja, soms roepen dingen vragen op, hè?

P10: Ja, ook. Dus het is niet altijd hetzelfde natuurlijk.

Commented [S199]: Different values/incentives for different situations

P9: Maar ik weet wel, als ik onder mijn vrienden kijk in ieder geval, dat er echt wel verschillen zijn tussen mensen die altijd daar naar op zoek gaan en ook echt meteen de biografie lezen en, en weet ik veel en andere gasten die gewoon, ja, een paar lievelingsnummers hebben en over die muziek hebben bijvoorbeeld. Dus daar zit wel verschil in, ook in algemene zin, denk ik.

P11: Ik vind dat bij oudere en klassieke kunstwerken, het is jammer dat Adinda er nu niet is, maar die heeft me echt gewoon op sleeptouw genomen in, in Lissabon door gewoon een *fucking* groot museum met alleen maar dingen over bijbelse dingen. Ik snap er echt geen reet van, ik vind het, ik vind het niet mooi. Ik hoef er niet graag naar te kijken. Ik snap de symboliek niet. Ik weet er helemaal niks vanaf en dat is echt heel erg, hoor. Dat is gewoon niet iets waar ik iets van weet, maar Adinda, die zegt dan: ja, maar deze jurk is blauw omdat, bla bla bla bla bla. Dan denk ik: ja, maar... Dan, dan, dan vind ik het op eens wel heel leuk of zo. Dus iets waar je als, als iemand je er iets over vertelt, dat kan iets wat je eigenlijk niet mooi vindt of, of niet per se interesseert, toch heel vet worden. Door er iets meer vanaf te weten.

Commented [S200]: Incentive: social

Commented [S201]: Value: social

Commented [S202]: Value: cognitive/ educational

P10: Het voegt absoluut iets toe natuurlijk aan alleen het zien.

S: Heb je dan bij 3 <3. I find it important to discuss art and cultural events with other people> ik vind het belangrijk om kunst met andere mensen te bediscuteren, wat heb je daar ingevuld? Wat is jou cijfer daar

P11: 4 want ik vind een discussie iets anders dan kennis oifzo

P12: Ja zeker. klopt wel

P11: Discussie ja ik weet niet ik ben daar niet zo van

S: Niet van het bespreken?

P11: Bespreken euhm.

P10: Dat is het verschil tussen het Engelse woord en het Nederlandse woord denk ik

P11: Ja, ja, *discuss*, dat is misschien wel waar inderdaad. Het bespreken, ja, als iemand me er iets over kan vertellen vind ik het heel gaaf maar ik denk niet dat je kunst echt altijd hoeft te bespreken. Ik vind het, ja, ik vind dat een beeld ook heel vaak niet echt uit te leggen is ofzo, dus dat je daar niet, of een concert, ja, ik kan een half uur lang tegen Willem kunnen aanlullen hoe vet het was maar je had er bij moeten zijn. Ja.

P9: ja maar dat als jij als jij als je een soort vondst hadden ofzo weetjewel en en het is gewoon heel goed bedacht en het sluit bijvoorbeeld heel goed aan het kan technisch zijn of qua show of qua volgorde van nummers of qua uitvoering of qua wat dat ook en het is een soort vondst

P11: Maar zie je dat dan niet meer professioneel. Ik bedoel als als in misschien moet ik die opbouw zo doen of dat is wel een vette opstelling

P9: Ik zou het heel interessant vinden om langer dan een half naar dat verhaal te luisteren.

P11: Ja

P9: Weet je als jij zegt ergens dat doe ik ook regelmatig met mensen dat ze zeggen ja en toen kwam er in de overgang dat nummer ineens iets naar beneden weet ik veel ik noem maar iets. Ik laat even mijn pen vallen

P11: Ja ik denk trouwens wel dat ik het een beetje moet aanpassen want als ik ga nadenken over wat voor verhalen ik af en toe tegen mensen aan hou over een *visual* dingetje wat ergens hing.

P12: Ik wou net zeggen.

P9: Ja.

P11: Dan moet ik wel echt mijn bek houden. "Het was zo vet."

S: Je mag van mening veranderen

P12: Ja ja ja ja

P9: Of het is van...

P10: Ja heb ik ook al gedaan. Ik heb ook al een sterretje erbij gezet

P12: Maar anders was je hier toch ook niet geweest eigenlijk?

P11: Ja klopt.

P12: Ja misschien om Sebas te helpen natuurlijk

P11: Ja ik hou van Sebastiaan Smink

P12: Nah bij mij ging het vooral om het onderwerp. Nee, nee, nee.

P11: Maar ik denk dat ik het woord *discuss*...

P12: Ik had hem ook verkeerd begrepen

S: Maar P12 wat als jij een druilerige vrijdagmiddag hebt en je hebt euhm de keuze om naar het Stedelijk te gaan naar euhm de stadsschouwburg te gaan je kan een concert ergens pakken euhm en er is een zeg een designbeurs of een. Hoe, hoe, beslis jij vanuit huis.. Stel je voor dat je daar voor.. Ik weet niet. Wat heb je bijvoorbeeld bij de eerste pagina ingevuld waar je meestal in geïnteresseerd bent? Wat waren de categorieën?

P12: Het eerst was muziek die ik aan vinkte. En films, cinema eigenlijk ben ik best wel een hele simpele...

S: En waar baseer je dan je keuzes

P12: Nieuwe media art

S: Waarom waarom ga je naar het ene op zo'n middag? Waarom beslis je om naar het ene te gaan en niet het ander? Waar hou je dan rekening mee?

P12: Euhm. Ja waar hou je rekening mee? Je ziet gewoon iets vets voorbij komen. Dat is het eigenlijk. Je hebt goede verhalen gehoord. Er zijn meerdere redenen. Soms heb ik gehoord dat een euh dat er iets heel tofs te doen is euhm soms weet ik het dat daar gewoon altijd hele goede bandjes te zien zijn of een euhm euhm tolhuistuin bijvoorbeeld, amsterdam, hele toffe programmering. Ja. Dacht ik van Ok laat ik eens een keer gaan kijken en wist ik bijvoorbeeld niet dat daar wat was maar dan wist ik bijvoorbeeld wel dat hier moet je zijn om toffe bandjes te checken. Euhm maar soms ga je ook echt gewoon gericht naar euhm naar concerten toe en dat is dan op muziek gebied en qua kunst heb ik qua echt

Commented [S203]: Discrepancy about question

Commented [S204]: Different values/incentives for different situations

Commented [S205]: Value: social

Commented [S206]: Discrepancy about question

Commented [S207]: Incentive:social

Commented [S208]: Incentive: Experiential (former positive experience)

Commented [S209]: Specific and planned decision-making

puur kunst beeldende kunst heb ik gewoon te weinig verstand van dus dan laat ik me vaak tippen of ga ik naar een Stedelijk museum toe of een standaard museum omdat ik dan naar het museum ga.

Commented [S210]: Different values/incentives for different situations

S. En als je daar dan bent wat vind je dan euhm wanneer vind je het een geslaagd bezoek en wanneer niet?

Commented [S211]: Incentive: image/reputation

P12: Euhm ja toch wel als het me inspireert. Dat is eigenlijk wel de euhm het is niet dat ik hoeft te huilen of dat het emoties moet losmaken ofzo helemaal niet

Commented [S212]: Value: moral

P11: Wil je er iets van leren?

P12: Nee ik hoeft er helemaal niks van te leren

P11: Vind je het leuk om er iets van te leren?

P10: Wil je iemand anders er over kunnen vertellen nadat je er bent geweest?

P12: Nah nou dat hoeft ook niet perse. Maar ik vind het wel tof om iets tofs mee te maken. En als ik iets tofs meemaak dan heeft het iets met me gedaan. En als het iets met me doet dan heeft het me geïnspireerd. Zo kwam ik een beetje op het inspireren.

Commented [S213]: Value: experiential

S. Oké

P12: En dat kan een euhm pen zijn euhm duizend pennen die aan elkaar zijn gesmolten tot een olifant tot een euhm tot een wit vlak met een streep erdoorheen. Het is heel divers.

S. Cool. We gaan wat tegenstellingen opzoeken. **P10.**

P10: Ja?

S. waar heb jij een heel laag cijfer ingevuld? Bij welke vraag?

P10: Ik moet zeggen dat in een extreem positieve vragenlijst invuller ben. Dat dat meteen. Als ik haar over drieën hoor dan denk ik oh god mijn laagste is en 6. Euhm waar ik het laagst heb ingevuld is is dat ik dat ik het belangrijk vind ergens heen te gaan waar ik andere mensen dat *help me meet other people*

S. Ja andere mensen ontmoeten. Heeft iemand daar een hoog cijfer ingevuld? Welk nummer is dat?

P10: Nummer 4 <4. I find it important that art and cultural events help me to meet other people>

S. Dat is nummer 4 <4. I find it important that art and cultural events help me to meet other people>. Heeft iemand daar een hoog cijfer ingevuld?

P12: Ik had daar ook laag

P9: Ik heb een vier. Zeker sinds de kunstacademie.

P12: Ik heb zelfs een 1.

S. Oké jullie vinden het allemaal niet belangrijk om mensen te ontmoeten.

P9: Nee.

P11: wat gebeurde er?

S. Oh, wacht even hoor.

<Camera valt uit>
onderbreking interview

S: Dat kunst en culturele evenementen me helpen om andere mensen te ontmoeten. Waarom vinden we dat niet belangrijk?

P10: Ik heb bij de vraag erna heb ik wel ook geantwoord. Ik vind het wel leuk om met vrienden erheen te gaan, maar ik vind het niet belangrijk om daar dan andere mensen te leren kennen, maar ik denk dat dat er ook mee te maken heeft dat ik werk niet in het culturele vak nu, dat ik er geen baat bij heb om daar nog lijntjes warm te maken of iets in die richting. Uhhm.

Commented [S214]: Value: Social

P11: Oh ja, dat is natuurlijk ook zo.

P10: Dus ik, ik ben ook gewoon een beetje... Ik kom daar voor de kunst om daar te kijken en eigenlijk wil ik het liefst er gewoon met rust gelaten worden tenzij het mensen zijn met wie ik daar ben. Ik hoeft ook niet een enthousiaste artiest die mij z'n hele levensverhaal gaat vertellen. Ik vind het wel interessant om te weten wat er achter het kunstwerk zit.

Commented [S215]: Value: intention/context/significance

S: Maar vind je het sociale aspect dan wel of niet belangrijk?

P10: Ik vind het fijn als er een prettige sfeer hangt, maar ik hoef niet dat iemand het vervolgens leuk vindt om een halfuur tegen me aan te praten over hoe ontzettend mooi het is dat 'ie die kleur groen zo gebruikt heeft. Dat bespreek ik dan liever op mijn manier met de mensen met wie ik ernaar toe ben gegaan.

Commented [S216]: Value: experiential

S: Dus het sociale aspect voor jou meer met je eigen kring?

P10: Ja. Ja. Absoluut.

P11: Ik denk dat het sociale aspect er wel in zit, maar zo van: ik wil wel, soms wel mensen ontmoeten.

Commented [S217]: Value: social

P9: Nou, ik denk dat wij alle drie sowieso omdat ze werkzaam zijn in het vak sowieso weleens naar dingen gaan omdat mensen...

P12: Ik zit net te denken, als ik naar het Tolhuis ga, dat is een toffe plek, ja. Weet je, gewoon naar toe omdat het tof is. Ja. Het is wel zo.

S: Wat zei je P11?

P11: Uhm, het gaat toch over consumeren voornamelijk, toch niet per se of we er zakelijk gezien heen gaan, want als ik zakelijk gezien naar een of ander kunst ding ga, waar bijvoorbeeld een bandje staat, uhm, ja.

S: Nou, goed, dan ben je actief, proactief, naar een cultureel evenement gegaan met een bepaald doel en dat doel is dan het sociale of het netwerken, dat weet ik niet. Wat zei je?

P11: Ja maar is het dan niet indirect?

Commented [S218]: Discrepancy about question

P10: Nou ik, toen ik wederom weer wat voor associatie heb op het moment dat ik het lees. Ik kan me herinneren, Anouk die is natuurlijk op een beginnend kunstenaar en die gaat naar galeries dingen toe en die vindt het heel tof om daar ook met de artiest te praten, omdat ze daar dingen van kan leren, maar ook omdat het natuurlijk weer connecties geeft als een soort van bijzaak, niet als hoofdzaak, maar...

P9: Dat kan ik, ik kan dat dus echt niet. Ik ben daar heel slecht in.

P10: Dat lijkt mij ook niks, maar goed, ik zit er ook niet in, dus ik hoef dat ook niet. Maar netwerken is heel ingewikkeld.

P11: Je kan toch bier drinken en praten? Dan kan je ook netwerken.

P9: Ja, maar het is dan vaak, het is dan vaak openingen. Dat is zo'n ding in de, in de, in de kunst. Die *fucking* openingen met glaasjes wijn en vruchtensap.

P12: Heel kut. Ja, heel kut.

P9: En dan allemaal babbelende mensen en dan staan, zeg maar, de bankiers en de kunstenaars en de...

Commented [S219]: Disincentive: social

S: Waar ga je dan wel naartoe? Wat heb je, wat heb je ingevuld als waar je de afgelopen of afgelopen zes maanden bijvoorbeeld bent geweest?

P9: Ja, ik heb eigenlijk alles bijna wel aangekruist. Volgens mij klopt het nog vrij aardig ook. Ik moet hem nog even opnieuw doen, want ik ben niet, zeg maar, volgens mij ben ik niet naar een design ding geweest.

S: Maar vertel eens, wat, even, doen we een klein lijstje van waar we de afgelopen drie maanden hebben bezocht. Je mag ook, je hoeft het niet van het lijstje af te lezen. Noem maar de dingen.

P9: Ik kan me niet alles herinneren. Ik was bij de, in de Kade bij dat Belgische kunst. Nou, daar hangt natuurlijk vrij veel en ook wel mediadingen. Trouwens daar, dat is zo tof, hè, als je naar een expositie gaat en het is dan allemaal wel oké, maar dat er dan één ding hangt dat je denkt: oké, gelukkig ben ik hier naartoe geweest, anders had ik dat gewoon niet gezien.

S: En waarom, wat is dat in deze, in dit geval, wat was dat dan?

P9: Dat was video. Videokunst.

S: En wat deed het, waarom vond je dat zo belangrijk dat je dat had gezien?

P9: Het was, uhm, een hele mooie mix tussen, ik vond het esthetisch gewoon heel. Ja. Dan moet, dan moet ik een heel diep zelfanalyse van waarom moet ik nou per se video, ja, god. Het inspireerde me ook wel, dat was wel belangrijk. Uhm, en ik vond dat hij, uhm, het was een hij? Ja. Ja, god, wat deed hij? Jezus Christus. Wat vond ik er... Sorry, wil je hem nog een keer vragen?

Commented [S220]: Value: aesthetic

Commented [S221]: Value: moral

S: Waarom was je blij dat je dat stuk daar had gezien?

P9: Uhm, omdat ik met de kennis van dat je met die middelen, met, zeg maar, in die context dat op die manier kon maken en/of laten zien, uhm, dat je dan dat product tot stand zou kunnen brengen, dus iets wat ik heel aantrekkelijk vond.

S: Maar had dat te maken met de uitvoering?

P9: Met alles, dus, zeg maar, de plek, de, de weergavemethode, want het was een slechte, slechte DVD kopie van een, uhhm, een analoog geschoten film, weet je wel, maar toch vond ik het mooi. Uhhm, het was, uhhm, volgens mij met een eenvoudige, oh nee, uiteindelijk niet met een eenvoudige camera geschoten, maar met wat voor camera het is geschoten, wat voor plek, wat voor acteur, wat zeg maar de mystiek, zeg maar, van het filmpje in stand hield. Van de kleding tot de rekvisieten tot de handelingen tot het, het hele concept, gewoon de combinatie van al factoren, dat die samen iets tot stand brachten wat ik, wat ik mooi vond om te zien.

S: En de dingen die je nu opnoemt, zijn dat dingen die je daar hebt geleerd over dat filmpje? Of zijn dat dingen die je zelf ziet dan op zo'n moment.

P9: Nee, het wordt je niet uitgelegd. Nee. Maar dat is omdat ik er op een bepaalde manier naar kijk, ook als maker. En, en dan is het gewoon heel prettig om iets te zien, uhhm, wat jij ook wel had willen/kunnen maken of zo. Niet dat je dat ooit zou, echt zou willen, maar dat je zegt van: "Oké, dit zou iets zijn waar ik achter zou kunnen staan. Welke, welke combinaties van factoren... In, met welke combinatie van factoren zie ik dat hier op dit moment en hoe is dat tot stand gekomen?" Maar zit daar een gigantisch budget achter, dus is het voor mij onhaalbaar of is het gewoon, het is gewoon een Vlaming, weet je, die, uhhm, en dan ga je kijken naar: hoe heeft 'ie dat nou... Is gewoon een Vlaming, niet dat dat, het is gewoon een Nederlander of wat dan ook, maar het is niet, uhhm, een Hollywoodproject met miljoenen erin.

S: En heb je dat dan al voordat je daar naartoe, heb je dat dan bewust bedacht om zoiets, of opgezocht om zoiets of gehoopt zoiets te zien? Of wat was de eerste reden dat je dan daar naartoe ging?

P9: Nou, uhhm, een vriend van mij, uhhm, die is daar, die is daar iets bij de Kade. Of hij is, uhhm, uhhm, lid van een de raden eromheen of hij is, weet ik veel, uhhm, nou ja, die, die gaat er dus elke keer als er een nieuwe expositie is, gaat 'ie er heen. En in de maand erop, of in de maanden erop dat die expositie er nog staat, vindt 'ie het prettig om met iemand anders nog een keer heen te gaan. En dat ben ik. Dus dan, en samen ga je dan, uhhm, nog een keer die expositie doen en hij weet er dan nog iets van, dus op zich wel leuk. En ik vind het op zich ook wel leuk. Het jammere vind ik, het jammere vind ik wel dat, uhhm, dat, dat de, door al die reclame van, uhhm, voor die, voor die tentoonstelling, dat ik gewoon al zoveel gezien had...

P11: Ja, dat is irritant, hè?

P9: En dan denk ik: dat vind ik echt...

P11: Het pronkstuk van die hele fucking expo dat die al 15 keer op Facebook voorbij gekomen is.

P9: Welk pronkstuk?

P11: Nou ja, uhhm, uhhm, bij, bij het Vierkante rechthoek, hoe heet dat?

P9: Oh, die vier hoekjes?

P11: Uhhm, nee. Nee. Nee. Ik bedoel meer van het Rijks. Je had op een gegeven moment zo'n Japan expo. Zo'n groot kleurrijk konijn, dat gezet was, dat was...

S: Ik ga heel even inhaken, sorry. Ik wil wel, want wat ik heel erg merk bij wat jij net zegt en wat jullie net allemaal een beetje zeggen, is dat de reden dat je ernaar toe bent gegaan en eigenlijk wat je belangrijk vindt om daar te vinden twee verschillende dingen zijn.

P9: Ja. Ik ga er niet echt heen met, met de achterliggende gedachte er iets te zullen vinden.

S: Is dat vaak bij jullie, dat om een andere, dat je eigenlijk hetgeen wat je belangrijk vindt om te vinden als je naar een cultureel evenement gaat of naar een expo of naar een voorstelling of naar een optreden, dat dat eigenlijk anders is dan hetgeen dat je er uiteindelijk, uhhm, waarom je ernaar toe gaat? Dus je gaat met een bepaald idee of een bepaalde reden. Maar als je er bent, vind je het belangrijk om toch, je zegt: bijvoorbeeld ik vind het niet, ik vind het niet belangrijk om naar een evenement toe te gaan voor de mensen, dat zei je net. Maar je zegt ook: als ik er ben, vind ik het wel prettig als er chille mensen om me heen zijn die ik ken.

P10: Ja, het is heel basaal. Ik ga vaak naar zoiets toe voor tijdsbesteding. Gewoon heel simpel als dat, dat je denkt: wat zullen we vandaag eens gaan doen?

P11: Maar als vrijetijdsbesteding kan je ook gewoon, uhm...

S: Achter de televisie kruipen, dus waarom, waarom kies je dan daarvoor?

P10: Wat jij ook al zei: dat je iets langs ziet komen, wat je hoort, dat er ergens iets bijzonders is, dat het beschikbaar is, uhhm, dat er een film draait of dat iemand zegt: zullen we daarheen gaan? Ik moet zeggen dat ik niet zelf, uhhm, dat zou ik eigenlijk weleens meer willen doen, maar dat het niet zelf op het internet aan het afspeuren ben om te kijken van: waar ik op dat moment kan vinden wat ik wil of zo.

P11: En als je gewoon naar een andere stad toe gaat? Is dat dan wel?

P10: Is het ook weer van we gaan daarheen als, nou ja, vrijetijdsbesteding of zoiets.

Commented [S222]: Value: intention/context/significance

Commented [S223]: Incentive: social

Commented [S224]: Intention/context/significance

Commented [S225]: Disincentive: marketing

Disincentive: Experiential (non exclusive/generic experience)

Commented [S226]: Disincentive: marketing

Disincentive: Experiential (non exclusive/generic experience)

Commented [S227]: Different values for different stages of consumption

Commented [S228]: Incentive: freetime

Commented [S229]: Incentive: Experiential (not to miss/urgent experience)

Commented [S230]: Incentive: easy access/availability

Commented [S231]: Incentive: social

Commented [S232]: Impulsive and unplanned decision-making

P11: Als je op vakantie bent en dan: we moeten wel naar het Dali Museum. Terwijl als we dan in Amsterdam zijn, dan zou je daar nooit van wakker liggen.

P10: Hetzelfde als dat ik hier nog nooit de kerk heb gezien vanbinnen en wel in een of ander Frans dorpje. Dat soort, dat soort dingen.

S: Waar ligt dat aan, denk je?

P12: *Mindset*

P11: Tijd ook wel. Uhhm, ik denk dat je hier in een soort van mollenmolen zit en, uhhm...

Commented [S233]: Incentive: freetime

P12: Nah valt wel mee. *Mindset*.

P11: Ja, maar die *mindset* of zo, weet je, ik ga weleens naar Amsterdam en dan wil ik niet dat ik daar dan de hele zaterdag ben en dan zorg ik dat ik weet waar ik heen wil of zo en dat is dan omdat ik vrije tijd heb en dat heb ik op vakantie ook, alleen, uhhm, volgens mij heb je ook hier ietsje meer tijd dan dat je zelf beseft en dan kan je daar ook hier ook iets wat eigenlijk misschien abnormaal voor je is, naar een museum gaan...

P9: Meer toeristen zien rondlopen?

P12: Nee, ik bedoel meer, hij vraagt: hoe komt het? Uhhm, het heeft ook wel te maken met [??? 28.24]. Bijvoorbeeld zo'n Dali museum. In principe hadden wij, kunnen wij morgen om 19.00 's avonds, dan pakken wij de trein naar Rotterdam, weet ik veel, dan gaan we naar een boel museums toe. Doen we niet.

P11: nee, dat doen we gewoon niet.

S: En waarom, wanneer doe je dat wel?

P12: Het verschil is met vakantie, dat heeft gewoon echt te maken met je *mindset*. En, uhhm...

S: En hier in Nederland?

P12: Uhhm, ja, met de *mindset*, dat je gewoon, je moet er echt, uhhm, ja, tijd voor vrij maken. Tenminste, dat heb ik in ieder geval wel echt.

Commented [S234]: Incentive: freetime

P10: Soms weet je al dat er iets over een paar maanden aan zit te komen, dat het zo gaaf gaat zijn dat je daar al van tevoren plant van: dat gaan we die dag doen, maar dan heb je ook die *mindset* al van: oh ja, op zaterdag bijvoorbeeld of dinsdag gaan we naar een theatervoorstelling, dan weten ze dat je dat gaat doen, terwijl je op een normale dinsdag thuis wil blijven zitten, dan ga je dat in één keer wel doen.

P9: Nou, wat het verschil is natuurlijk tussen waarom je niet, *uhhm*, evenredig is van: goh, op de bank zitten of, uhhm, of naar een expositie, is omdat een expositie, naar een expositie gaan of naar een echte, een goede film of naar iets, weet je wel, iets echt kunst, dat kost ook echt energie. Want dan moet je zelf, je moet er zelf ook echt wel een beetje in investeren. Het is niet zo van: nou, tv? Nee. Ik ga liever, uhhm, even chill naar het museum. Haha. Denk ik.

S: Hoe komt dat? Wat is die investering die je doet?

P12: Ik zie het wel als ontspannen hoor

P9: Nou, volgens mij moet je, moet je, uhhm, er veel meer over nadenken, veel meer een passieve rol.

P10: Je hebt het risico om zodanig geprikkeld te worden, bij wijze van, je moet inderdaad, nou ja, wel de *mindset*, wel de ruimte voor hebben om hetgene dat je gaat tegenkomen aan te kunnen of er zin in hebben of ja.

P12: En er zin in hebben.

P11: Ja, bijvoorbeeld als je naar het Kröller Möller park *shit* helemaal doorheen fietst en dan vervolgens niet eens naar het museum gaat, weet je wel, dat heb ik weleens gedaan. Helemaal geen zin in. Ah, fuck it. Haha. Maar goed...

P12: Je had het net over vakantie, als ik op vakantie ga, moet ik wandelen. Wat zijn we aan het doen? We zijn aan het wandelen. Waar gaan we naartoe? Ja, weet ik veel. Vet, weet je. Het is gewoon, daar kan het. En de kunst is om dat eigenlijk hier ook meer te doen.

P11: Ja, maar dan moet je ook maar net weten of zo waar je heen wilt en hoelang een expo duurt en...

P10: Maar dat is ook iedere keer als ik naar een expo ga, dan denk ik: wow, ik wil dit vaker doen. Ik wil vaker naar musea, toch is het niet dat ik dan vaker ga.

S: En waarom denk je dat dan?

P10: Omdat ik het wel, als je dan weer daar bent en het weer gezien hebt en je, en je het tof vindt, dat er toch weer iets geprikkeld wordt en dat maakt dat je denkt: dat is gaaf. Dat is heel vaak.

S: Wat is het dat jou prikkelt? En wat is het dat jou losmaakt op zo'n moment?

P10: Uhm, soms is het om iets heel moois te zien. Soms is het om iets te zien waarvan je denkt: wat is dit ontzettend knap gemaakt. Dat heeft deze gene vaardigheden gehad om dit doen. Soms is het omdat het inderdaad fotografiebeelden ziet, dat je denkt: oh, dit schokt me. Of dit, uhm, het kan heel erg verschillen wat dat betreft, maar het prikkelt gewoon iets in je hoofd, dat je er gewoon over na blijft denken en soms denk ik er ook nog over 's nachts. Dat het iets heeft achtergelaten of zo. Maar ja, daar heb ik echt niet altijd zin in.

Commented [S235]: Value: aesthetic

Commented [S236]: Value: skill

Commented [S237]: Value: experiential

Commented [S238]: Different values/incentives for different situations

P11: Ben je weleens ergens heen geweest, omdat je erheen moet? Zo als in, niet, niet voor school, maar omdat, ben je daar niet geweest? Dat kan echt niet.

P10: Ja.

P11: Zoals het Rijksmuseum, zoiets.

P9: Oh, zo flauw vind ik dat.

P11: Dat vind ik ook heel flauw.

P9: Ik vind musea, nou ja...

P10: Maar dan alsnog probeer ik wel op de een of andere manier, stel dat... Maar dan denk ik meer aan de dingen dat je ouders zeggen: daar zijn we niet mee eens, daar geen in in had en dan alsnog wel proberen gewoon...

P11: Dat je denkt: daar moet je wel echt geweest zijn nu moet je wel. Dat kan echt niet.

Commented [S239]: Incentive: Experiential (not to miss/urgent experience)

P10: Dat je je sociaal verplicht voelt.

Commented [S240]: Incentive: social

P11: Ja.

P9: Maar als je aan die lijst gaat beginnen, dan, uhm, dat heeft helemaal geen zin, want dat is een eindeloze lijst. Heb je Tolstoj gelezen? Heb je, weet je wel, niet alles van Pasculini gezien?

S: Speelt dat mee? Dat soort sociale dingen?

P9: Pasculini? Volgens mij altijd, onderbewust, onbewust is dat wel een context waarin je iets bekijkt.

P10: [?? 32.35]

S: Trek jij je daar veel van aan?

P9: Ik probeer het niet, maar ik ga niet doen alsof ik daar boven sta. Ik probeer me er zo min mogelijk van aan te trekken. En ik heb op een gegeven moment wel echt gedacht van, uhm, ja, daar hou ik nu mee op, maar goed, dat kan natuurlijk helemaal niet. Daar kan je, je kan wel doen alsof je, maar dat is de hele, het hele van het museum is, is dat het iets, uhm, uhm, een bepaalde *significance* geeft. Hoe zeg je dat? In een bepaalde context plaatst, waardoor je er aandacht aan besteed en als we even terug verwijzen naar Duchamp, zeg maar.

Commented [S241]: Social distinction through taste

S: Ik wil wel nog een rondje doen nog. En dan wil ik ook even weten van, uhm, van jullie van: als ik, als je naar, als je ergens naartoe gaat, dan vind ik eigenlijk het allerbelangrijkste dat. Als ik naar een cultureel evenement ga of een artistiek evenement, dan vind ik het allerbelangrijkste dat... En dan, uhm...

P9: Nou, ik heb één 10 ingevuld. Als ik mag beginnen. Uhm, dat ik verrast wordt.

Commented [S242]: Value: experiential

S: Je vindt het allerbelangrijkste dat je verrast wordt.

P9: Ja.

P12: En wat heb je bij 8 dan <8. I find it important that art touches me on an emotional level>?

S: Je mag ook iets verzinnen wat niet op het, niet op het papiertje staat, hoor.

P9: 2

P12: Bij 8 <8. I find it important that art touches me on an emotional level> heb je 2?

P9: Wat bij 8 <8. I find it important that art touches me on an emotional level>?

P12: Nee joh.

P9: Bij *touches me on an emotional level* heb ik een 6.

S: Maar jij vindt het allerbelangrijkste dat, dat je wordt verrast.

P9: Ja.

P11: Emotioneel. Oh, ik heb daar een 3.

P12: Wat ik best wel belangrijk vind is dat het me emotioneel verrast en inspireert.

S: Emotioneel verrast en inspireert.

P11: is dat 8 <8. I find it important that art touches me on an emotional level>? heb je daar een 10?

S: Wat vind je, want vind je het aller, allerbelangrijkst? Het hoeft niet van het papiertje. Als je iets in je hoofd hebt wat niet hier op staat, dan mag je dat ook roepen.

P11: Weet ik veel, dat je de tijd je die er was hebt geïnvesteerd in iets wat je inspireert.

S: Dus het moet je inspireren.

P9: Dat het een efficiënte besteding was van mijn tijd. *maakt grapje*

P11: Ja, nee maar je gaat ook weleens ergens heen en dan denk je: *shit*. Dit was super experimenteel en ik heb dit nog nooit gezien. Maar het was super kut en ik baal dat ik hier was en hier een kaartje voor heb gekocht en vet pand maar verder gewoon kut.

P9: Maar heb je een 10? Sorry, maar...

P11: Heb ik een 10? Nee, ik heb helemaal niks een 10 gegeven. Ik hou niet van tien.

S: P10, wat vind jij het aller, aller, aller belangrijkste als je ergens...

P10: Ik had iets in mijn hoofd. Ze zei iets waardoor ik bedacht, maar voor mij is het dat ik iets zie dat ik nog nooit gezien heb.

S: Dat je, oh, een soort verrassingselement.

P10: Ja, iets is een verrassing en dan het liefst natuurlijk iets wat je mooi vindt of wat je positief, maar, uhm, ja, ik, ja, iets dat me verrast, dat ik nog nooit heb gezien. Iets nieuws.

P12: Verrast iets je dat je nog nooit hebt gezien?

P10: Nou ja, en dat kan ook in de sfeer zitten of zo. Als je nu naar een feest toe gaat, of naar een concert of zo, dan denk je: die nummers, die heb ik al gehoord, maar gewoon dat het iets, dat de totale beleving iets is dat je nog niet eerder hebt meegemaakt.

S: En omgekeerd? Wat vind je echt het allerminst belangrijk als je naar een cultureel evenement gaat. Mag ook iets zijn dat niet op de lijst staat. Als jij naar een voorstelling gaat of naar een optreden van een band of je gaat naar een expo, wat vind je totaal niet belangrijk op zo'n moment.

P9: Ik heb er 2, ik heb er 2 met 1. Uhm en dat is de *technical skills*, vind ik volstrekt onbelangrijk als losse peiler, zeg maar. Ik bedoel: het moet wel in verhouding staan tot het concept.

P12: Sorry, is de vraag van: als ik er ben geweest of als je ernaar toe wil gaan?

S: Allebei. Wat vind je totaal niet belangrijk als jij een cultureel evenement bezoekt? Als je naar het museum gaat, als je naar een voorstelling gaat, wat vind je dan totaal niet belangrijk?

P9: En er staat, 14 <14. I find it important that cultural events have a degree of spectacle and showmanship> is dus, uhm, spektakel en show shit. Uhm, vind ik ook niet belangrijk, maar ja, kijk, er zijn goede, er zijn hele mooie technische dingen gemaakt en er zijn hele mooie dingen met spektakel en show gemaakt, maar als intrinsieke waarde vind ik het volstrekt onbelangrijk. Het moet in verhouding zijn tot de achterliggende gedachte. Een onspectaculaire circus... Dat zou juist ook wel weer leuk zijn. Ik weet het niet zo goed. Sorry. Sorry.

P11: Een olifant die slaapt.

P12: Uhm... Weet ik nog niet zo goed eigenlijk.

S: Oké, je mag er wel even over nadenken.

P11: Ik heb de meest negatieve op vraag 21 <21. I find it important that art and cultural events contribute to society as a whole> gereageerd, terwijl als ik er beter over nadenk, denk ik dat het een beetje dom is. Uhm, maar, haha, ja, ik, ja, denk niet dat het belangrijk is. Ik denk dat kunst ook niks mag zijn. Ik bedoel als een hoop stront te gek is.

S: Maar even, gaat het je nu over dat het niet bijdraagt aan de maatschappij? Daar, daar heb je het nu over?

P11: Ja. Ja. En mijn eerste instinct zei: nee, dat boeit me geen ene fuck, want dat boeit me in principe ook niet echt veel, maar als het wel zo is, dan kan het wel iets, ja, dan kan wel misschien wat gaver zijn of zo. Als een, als een kunstproject,

Commented [S243]: Value: moral

Commented [S244]: Value: Emotional

Commented [S245]: Costs (financial and/or opportunity) influencing valuation

Commented [S246]: Value: moral

Commented [S247]: Value: experiential (new experience)

Commented [S248]: Value: experiential

Commented [S249]: Value: intention/context/significance

uhhm, op de een of andere manier bijdraagt of je ogen opent of, ja, dat is op zich mooi meegenomen voor sommige mensen toch.

S: Maar dan heb je nog geen antwoord gegeven op mijn vraag.

P11: Oh, dat is waar. Sorry. Sorry.

S: Jij moet er ook nog even over nadenken.

P11: Nee, ik weet niet wat ik het meest kut vind, wat een kutvraag.

S: Nee, het minst belangrijk.

P11: Dit onderzoek.

S: Het minst, het minst belangrijke.

P11: Uhhm, uhhm. Oh, dat vind ik echt moeilijk. Sowieso die, die *technical skills* boeit niet.

P10: Iets dat er misschien totaal niets mee te maken heeft, hoor, en ook weer wel, hoeveel geld eraan uitgegeven is. Van mij mag echt omgeving met een locatie en zo, echt super crack zijn als het er maar bij past.

S: Oké. Entourage?

P10: Net zoals hier bij [??? 44.25] of zo, maar...

P9: Je bedoelt het alleen in de, die kant op, dus het gaat er niet om dat er teveel aan uitgegeven, het gaat er meer om dat het uitmaakt hoe weinig er aan is uitgegeven?

P10: Nou, meer dat ik niet onder de indruk kan zijn van hoe duur iets is. Of hoeveel iets gekost heeft of hoe mooi iets gemaakt is qua...

P9: Maar soms is het intrinsiek onderdeel van, van het werk. Damien Hirst moet ik dan meteen aan denken, aan dat schedel met uhhm die diamanten er op zeg maar. Wat vind je daarvan?

P10: Zodra iets patsering en bling bling wordt, ben je mij kwijt.

P9: Oké. Dus 50 Cent komt ook niet.

P10: Daar ben ik overheen gegroeid Nee. Nee. Ja, misschien is dat..

P12: Maar ook niet hoelang? Als iemand, uhhm, knetter lang is bezig geweest met een tekening of zo?

P10: Ja, dat wel. Maar dan zit het ja tuurlijk heeft het er ook wel mee te maken dat iemand er heel veel arbeidsuren, en dat heeft uiteindelijk, ja dat klopt euhm maar dan zie ik het meer als een soort van dedication of toch euhm wat was het ook alweer euhm dat iemand *great technical skills* heeft dat zegt maar. Daar valt t dan meer onder dan dat iemand euhm. Ik zie zeg maar als iemand zo'n auto helemaal onder de diamanten of dat soort dingen dat interesseert me echt helemaal niks.

P11: Het ziet er wel vet uit.

P10: Nee nee dan ben je me echt kwijt

S: P12 weet jij het al?

P12: Ja ik weet niet of het euhm heel relevant is maar ik vind het eigenlijk best wel heel irritant om er steeds maar wat van te moeten vinden eigenlijk. Dat was eigenlijk wat ik uiteindelijk tot de conclusie kwam wat ik eigenlijk best wel irritant vind aan musea. Of het minst belangrijk eigenlijk om er naartoe te gaan van ik heb dan bijvoorbeeld best vaak dat ik met Eva iets ga doen en dan zegt ze "en wat vond je er van?" en dan ja denk ik gewoon denk ik gewoon ja...

S: maar dat is meer van persoonlijk wat wat je wat je vond van jezelf dat je...dat je niet

P12: ja en dat heel vaak een soort...

P9: Sommige kunst vraagt er wel echt om

P12: Ja dat is waar. Maar dat er vaak een soort jus om een museum heen hangt. Bijvoorbeeld als ik hier naar de galerie van Adinda ga, ja joh, dan pfff, dan euhm

P11: Maar ik vind sommige dingen ook ontzettend lelijk en kut en als je dat zegt dan worden mensen best wel boos. Maar dat mag je dan ook niet zeggen dat je in het Booimans van Beuningen gewoon de hele dag bent geweest en eigenlijk dan zegt ik vond eigenlijk die ski's met die haren eraan vond ik het leukst. Verder vond ik het eigenlijk best wel stom en interesseert het me niet zo.

Commented [S250]: Social distinction through taste

P10: Ja. Terwijl je dat als je het mooi had moeten vinden

P11: ja.

P9: Het is ook niet helemaal eerlijk om dat niet te mogen zeggen omdat...

P11: Het komt zo dom over als je dat zegt toch?

P12: Dit verhaal dan denk ik van dat vind ik best wel uhm niet belangrijk eigenlijk. Het is gewoon wat je er zelf van vind en hou het lekker bij je zelf weet je.

Commented [S251]: Social distinction through taste

P10: Gewoon het gevoel wat je hebt en dat je dat niet altijd in woorden hoeft over te kunnen brengen

S. Ok

P9: Maar is dus ook echt hoe euhm want sommige kunst vraagt er gewoon meer om dan andere kunst. Sommige kunst smeekt om besproken te worden en is ook echt een beetje zo gemaakt. Zo van dat moet discussie opwekken. Maar gaat het dan om die kunst of gaat het dan om die musea? Of om de mensen misschien wel?

P12: Het gaat om alles eigenlijk. Gewoon de hele *vibe* er omheem.

P9: Ja.

P12: Maar uhm over de uhm schreeuwerige 'ik-wil-graag-aandacht-kunst' die vind ik juist wel weer heel erg tof. Want die spreken juist ui van "praat over mij".

P9: Ja precies. Ja ok

P12: Ik bedoel er zijn zoveel kunst dingen waarvan ik denk ja weet je hier hoeft ik geen mening over te hebben. Het is gewoon een ding. Het is gewoon tof. Mooi gemaakt. Klaar. En dan moet je er toch weer een mening over hebben.

<Camera valt voor tweede keer uit>

EIND INTERVIEW

Q3 B. In the past 6 months I've consumed* art/culture of the following categories:

Participant #	painting/drawing	sculpting	photography	music	Film/Cinema	Design	Fashion	Heritage & Architect.	Dance	Theatre	Lit. & Poetry	New Media Art	Other...	TOTAL	Mult. Disipl. Expo?
P1	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		9	
P2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		7	
P3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		7	
P4	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		8	
P5	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		8	
P6	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		10	
P7	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		11	
P8	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		9	
P9	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		8	
P10	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		11	
P11	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		10	
P12	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		8	
														AVERAGE	8
														2	

4. CULTURAL PREFERENCES

Participant #	Q.2.1	Q.2.2	Q.2.3	Q.2.4	Q.2.5	Q.2.6	Q.2.7	Q.2.8	Q.2.9	Q.2.10	Q.2.11	Q.2.12	Q.2.13	Q.2.14	Q.2.15	Q.2.16	Q.2.17	Q.2.18	Q.2.19	Q.2.20	Q.2.21	
P1	7	10	10	7	4	8	3	8	6	5	9	3	7	7	6	4	5	8	8	xxx	xxx	xxx
P2	8	7	6	3	2	3	1	10	1	1	6	3	3	3	5	7	1	8	xxx	xxx	xxx	xxx
P3	7	8	3	4	3	5	6	3	2	6	6	9	8	4	5	8	7	8	xxx	xxx	xxx	xxx
P4	2	8	3	3	8	4	8	6	4	4	6	3	7	5	4	4	5	8	xxx	xxx	xxx	xxx
P5	8	7	7	6	7	5	xxx	7	xxx	9	8	xxx	6	4	xxx	xxx	5	9	10	6	10	5
P6	7	6	8	7	6	5	xxx	3	xxx	9	5	xxx	7	7	xxx	xxx	4	5	7	10	5	5
P7	9	9	5	1	7	1	xxx	7	xxx	5	4	xxx	9	1	xxx	xxx	1	9	5	1	9	9
P8	6	7	8	8	6	4	xxx	8	xxx	8	4	xxx	6	3	xxx	xxx	6	5	3	2	9	9
P9	6	10	6	4	6	3	xxx	6	xxx	6	7	xxx	6	1	xxx	xxx	5	6	4	1	7	7
P10	8	9	8	6	9	7	xxx	9	xxx	9	8	xxx	7	7	xxx	xxx	7	8	8	10	9	9
P11	6	8	8	4	8	7	xxx	3	xxx	6	8	xxx	8	5	xxx	xxx	8	7	3	3	2	2
P12	7	10	8	1	7	2	xxx	10	xxx	7	7	xxx	1	8	xxx	xxx	8	8	8	1	5	5