

I2

VRIJETIJSBESTEDING



I2.1	Naar een vrijetijdssamenleving?	547
I2.1.1	Het groeiende belang van de vrije tijd	547
I2.1.2	Vrije tijd als speelveld van maatschappelijke veranderingen	548
I2.1.3	Vragen over de toekomst van de vrije tijd	551
I2.2	Vrijetijdsverwachtingen en –waarden van de Nederlandse bevolking	553
I2.2.1	De hoeveelheid vrije tijd	553
I2.2.2	De eigen vrije tijd	554
I2.2.3	De evaluatie van mogelijke veranderingen in de vrije tijd	555
I2.2.4	Vrijetijdswaarden	556
I2.2.5	Een beeld van vrijetijdsverwachtingen en -waarden	558
I2.3	Minder vrije tijd, meer markt?	558
I2.3.1	Minder vrije tijd, meer activiteiten?	558
I2.3.2	Meer markt?	560

12.4	Verandert de sociale context van de vrije tijd?	565
12.4.1	Gezin en vrienden: belangrijk maar in de verdrukking?	565
12.4.2	Een verschraving van het verenigingsleven?	567
12.5	Blijft cultuur op het repertoire?	568
12.5.1	Wel en wee van de cultuurspreiding	568
12.5.2	Cultuur in competitie	570
12.6	Het veranderend medialandschap: haalt de publieke omroep 2020?	571
12.6.1	Dalende belangstelling voor de publieke omroep	571
12.6.2	Groeiende markt van digitale en mobiele diensten	573
12.7	Meer beweging, maar minder sport en sportverenigingen?	574
12.7.1	Versporting en ontsporting	574
12.7.2	Neemt de sportwereld de horde van individualisering?	575
12.8	Vrije tijd en samenleving	577
12.8.1	Kompas van de verzelfstandigde vrije tijd	577
12.8.2	Vrijetijdsethos	579
12.8.3	Individualisering en massa	581
12.8.4	Trends en tegentrends, intensivering en uitputting	582
	Literatuur	585

12 Vrijtijdsbesteding

Andries van den Broek, Koen Breedveld, Jos de Haan en Frank Huysmans

12.1 Naar een vrijetijdssamenleving?

12.1.1 Het groeiende belang van de vrije tijd

Snelle technologische ontwikkelingen en productiviteitsstijgingen gaven in het midden van de twintigste eeuw voeding aan de gedachte dat de westerse maatschappij op weg was zich te ontwikkelen tot een vrijetijdsmaatschappij. Daarin zou de werkdag nog slechts drie tot vier uur beslaan en zou vrije tijd de voornaamste levensvervulling vormen (bv. Slagter 1959; vgl. Cross 1993).

In het begin van de eenentwintigste eeuw zullen, ouderen daargelaten, slechts weinigen het idee hebben inderdaad in zo'n vrijetijdsmaatschappij te leven. Afgemeten aan het aantal uren van de werkdag en de intensiteit van de gevraagde inspanning is dat ook allerminst het geval. Vanwege de vermeerderde inschakeling van vrouwen in het arbeidsproces, en van mannen in het huishouden, is er eerder sprake van een gemobiliseerde samenleving (Elchardus 1996). De hoeveelheid beschikbare vrije tijd daalde, wat veeleer wijst op een veeleisende samenleving (Breedveld en Van den Broek 2004). Mensen afficheren zichzelf geregeld als 'druk, druk, druk', zelden als 'vrij, vrij, vrij'.

Niettemin was er in een drietal opzichten juist wel sprake van een ontwikkeling in de richting van een vrijetijdsmaatschappij. Ten eerste kwam er een vrijetijdsmarkt tot ontwikkeling, die inmiddels tot de grootste takken van bedrijvigheid behoort. Tevens groeide het vrijetijdsaanbod uit tot speerpunt van menig stadsbestuur, in de hoop daarmee zowel toerisme als bedrijfsleven en de dubbelmodale middenklasse aan de stad te binden. Daarnaast werden ook in de openbare ruimte tussen de steden meer *leisure*functies gerealiseerd (Mommaas 2000; SCP 2000; Metz 2002; AVV 2002).

Ten tweede groeide de betekenis van de vrije tijd voor de individuele identiteit. Er is geen ontwikkeling naar een vrijetijdssamenleving in de zin dat vrije tijd in uren gemeten de voornaamste levensvervulling geworden is, maar wel in de zin dat men de identiteit meer dan voorheen aan het vrijetijdsrepertoire is gaan ontleen. Een treffende indicatie van het groeiende belang van de vrije tijd voor de individuele identiteit en presentatie is terug te vinden in contactadvertenties (Zeegers 1998). In de jaren vijftig etaleerde men daarin voornamelijk rang, stand en religie. In de jaren negentig daarentegen liet men zich (vooral) voorstaan op een hele reeks interesses, hobby's en liefhebberijen. De identificatie met zelfgekozen bezigheden in de vrije tijd groeide.

Ten derde verzelfstandigde het domein van de vrije tijd. Die verzelfstandiging, waardoor de vrije tijd lossier kwam te staan van de normering in andere maatschappelijke

domeinen, past in een veel langere ontwikkeling van maatschappelijke differentiatie en functionele specialisatie (Knulst 1989). Nadat de vrije tijd in het weekend en de avond, een gevolg van de vrije zaterdag en de achturedag, in eerste instantie goeddeels in verzuild verband werd doorgebracht, luidde de ontzuiling met enige decennia vertraging de verzelfstandiging van de vrije tijd in.

12.1.2 *Vrije tijd als speelveld van maatschappelijke veranderingen*

Deze ontwikkeling naar een vrijetijdssamenleving kan geduid worden in termen van de in het eerste hoofdstuk geïntroduceerde P's van individualisering, intensivering, informalisering, informatisering en internationalisering. Voor de vrije tijd is individualisering de meest relevante trend, intensivering en informalisering lichten twee aspecten daarvan verder uit. Internationalisering heeft hier twee gezichten, omdat het niet alleen in het verlengde van individualisering en intensivering gezien kan worden, maar ook als tegengesteld daaraan. Internationale modes en hypes lijken immers tevens op een tegenbeweging in de zin van meer massaliteit te duiden. Later zal worden beargumenteerd dat het hier om een schijnbare tegenstelling gaat.

Individualisering

De invloed van religie, gezin en overheid op de vrije tijd is verminderd. In de hoogtijdagen van de verzuiling beïnvloedde levensbeschouwing ook de vrije tijd. Die invloed betrof deels wat men deed, maar vooral in welke context men iets deed. Tal van activiteiten en liefhebberijen werden voornamelijk binnen de eigen kring ondernomen. Abraham Kuyper, voorman van de gereformeerden, zei hierover: 'Er is geen terrein van het leven, waarvan Christus niet zegt: Mijn!' (geciteerd in Kruijt 1959: 14). Onder katholieken leefde dezelfde gedachte, getuige onder meer de Nederlandse Bond van R.K. Vogelliefhebbers. Ook 'de rode familie' organiseerde tal van vrijetijdsactiviteiten.

Vooraf voor gereformeerden golden er tevens restricties op het vrijetijdsrepertoire. De zondag was 'voorbested' voor ingetogen ontspanning in de familiekring. Al te wereldse of fysieke vormen van vermaak, waaronder toneelbezoek, dans en sportbeoefening, stonden in die kring ook op andere dagen van de week in een kwade reuk. Met de ontkerkelijking verloren dergelijke restricties onder brede lagen van de bevolking aan gewicht.

De verzelfstandiging van de vrije tijd kreeg bovenal vorm als individualisering: verminderende afhankelijkheid van het individu van zijn directe omgeving en toenemende vrijheid bij de inrichting van het eigen leven. De vrijheid in de invulling van de vrije tijd, die nu vanzelfsprekend lijkt, was lange tijd een bron van grote zorg (Beckers en Van der Poel 1989; Knulst 1989). De bezorgdheid om maatschappelijke en zedelijke verwildering, vooral van de jeugd, werd aanvankelijk breed gedeeld. De verzuilde bestuurders deelden de angst voor wat de vrije tijd brengen kon, maar hadden ieder hun eigen antwoord. De vrije tijd werd niet zozeer het domein van de overheid, maar van het verzuilde maatschappelijke middenveld.

Samen met de verzuiling kwam in de jaren zestig ook de neiging tot betutteling ter discussie te staan. Na de ontzuiling kwam de norm voor goede en slechte vrijetijdsbesteding bij het individu te liggen (Beckers en Van der Poel 1989). Als antithese

tegenover Kuyper geldt inmiddels, en bij uitstek voor de vrije tijd: 'Er is geen terrein van het leven, waarvan het individu niet zegt: Mijn!'

De individualisering van de vrije tijd geldt niet alleen ten aanzien van overheid en zuil, maar ook ten aanzien van het gezinsleven en het verenigingsleven.

Ook binnen huishoudens treedt individualisering op (cf. SCP 1994). Dit heeft te maken met de gerieflijke uitrusting van meerdere kamers in huis. De welvaartsstijging maakte een vergaande individualisering van de sfeer binnen het gezin mogelijk. Welhaast van een andere planeet, maar zeker van een andere tijd, is het beeld van een gezin dat thuis de avond doorbrengt in de enige verwarmde kamer, aan de enige verlichte tafel, een spelletje doend, hakend, lezend of gekluisterd aan die ene radio of, iets recenter alweer, gebiologeerd door dat ene televisietoestel. Onafhankelijk van elkaar kunnen gezinsleden op de eigen kamer de (vrije) tijd naar eigen goeddunken inrichten. Dit stelt hen in staat om eigen smaakvoorkeuren te volgen of te ontwikkelen. Thuis zijn staat allerm minst meer gelijk aan iets samen met of in gezelschap van anderen doen.

Ten slotte doet individualisering van zich spreken in de vorm van een begin van erosie van het verenigingsleven, naast het gezin lange tijd bij uitstek de context waarin de vrije tijd werd besteed. De faciliterende kaders, die door verenigingen worden aangeboden, begint men meer dan voorheen ook als belemmerende restricties te ervaren. Het publiek is deels gewonnen voor het idee vrij te kunnen kiezen wanneer men met wie welke activiteit onderneemt. Zoals nog aan de orde komt, wordt daarnaast vooral het werven van kader voor het instandhouden van verenigingen steeds problematischer.

Intensivering

Aan de aanbodzijde leidde de verzelfstandiging van de vrije tijd tot de opkomst van een professioneel en commercieel opererende dienstensector (Mommaas 2000). Na het terugtrekken van zuil en overheid als ceremoniemeester (Vuijsje en Wouters 1999) kwam er een vrijetijdsmarkt tot ontwikkeling. In reactie op de ontzuiling nam de overheid op enkele maatschappelijke terreinen (opnieuw) de regisserende rol in handen (bv. gezondheidszorg en onderwijs). Dit geldt, afgezien van de zorg om bewegingsarmoede en om overmatig roken en drinken, echter nauwelijks voor de vrije tijd. Het verenigingsleven en marktpartijen vulden het gat, hoewel een deel van de vrije tijd, zoals de horeca, gedrukte media en bioscopen, altijd al op zakelijke leest geschoeid was. De professionalisering van de vrije tijd kreeg vervolgens gestalte doordat aanbieders de vrijetijdsmarkt met succes verder begonnen te ontwikkelen.

Sommige aanbieders bieden rust. Vaker, beeldbepalender in elk geval, bestaat het aanbod echter uit prikkelende ervaringen, getuige het aanbod van festivals, musicals, pretparken en commerciële radio en televisie. Dit sluit aan bij de trend van intensivering: de toenemende betekenis van de belevingscomponent, het groeiende verlangen naar intense en intensieve belevingen en ervaringen. Daarin is enerzijds het eigen gevoel meer dan voorheen maatgevend, anderzijds kunnen juist collectief beleefde ervaringen hierin voorzien. Steeds doorslaggevend werd het criterium of iets leuk, spannend of vermakelijk is (Zijderveld 1991).

Informalisering

Naast het protestantse ethos van spaarzaamheid kwam hiermee het romantische ethos van hedonisme nadrukkelijker op de voorgrond, volgens Campbell (1987) vanouds al de tweede pijler onder het kapitalisme, dat behalve op productie immers ook op consumptie drijft. Wie puritanisme aan plezier paart, wordt in de Angelsaksische literatuur als bobo aangeduid (Brooks 2000). Anders dan in ons taalgebied verwijst dit niet naar een bonds-bons maar naar een ‘bourgeois-bohemian’, iemand die burgerlijke deugden met hedonisme combineert. In dit opzicht zouden steeds meer mensen als bobo aan te merken zijn. Naast de positie in het productieproces is voor velen ook de positie in het consumptieproces maatgevend voor de identiteit geworden (Bocock 1998).

De verzelfstandiging van het domein van de vrije tijd betekende niet alleen dat de vrije tijd minder invloed ondervindt van andere domeinen, maar omgekeerd ook dat vrijetijdselementen meer zeggingskracht buiten de grenzen van het eigen domein kregen. Symbolen uit de vrije tijd, zoals kleding en muziekvoorkeur, verkregen buiten dat domein een betekenis. Omgangsvormen werden eveneens meer naar het model van de vrije tijd vormgegeven in plaats van andersom. Het verdwijnen van scheidslijnen tussen werk en privé, tussen formeel en informeel, is als informalisering aangeduid (Wouters 1990).

Binnen het domein van de vrije tijd stellen individuen zelf hun vrijetijdsrepertoire samen. Door deze bricolage (SCP 1994) erodeerde het voetstuk waarop Cultuur (met hoofdletter C) stond, zodat de culturele sector meer dan voorheen rechtstreeks met andere vrijetijdsaanbieders moet concurreren om de tijd en de aandacht van de potentiële bezoekers (Van den Broek en De Haan 2000). Sport in verenigingsverband kreeg concurrentie van informelere vormen van sportbeoefening, zonder vaste deelnemers en vaste tijden, meer gericht op recreatie dan op prestatie (door Crum 1991 als ‘ont-sporting’ geduid).

Informatisering

Het gebruik van informatie- en communicatietechnologie (ICT) wordt in de vrije tijd steeds substantiëler. Ook in de virtuele wereld is de omvang van de vrijetijdsmarkt snel gegroeid. Er is een onderscheid te maken tussen gebruik als vrijetijdsbesteding en gebruik ten behoeve van de vrijetijdbesteding (vgl. Bonink en Richards 1998). Gebruik van ICT als vrijetijdsbesteding betreft digitale spelletjes (gaming), tekstverwerking, surfen en communicatie: mobiele telefonie, sms, e-mail, chatboxen, mailing lists en discussiegroepen (zie hoofdstuk 5). ICT-gebruik ten behoeve van de vrije tijd omvat bijvoorbeeld het zich informeren over en boeken van voorstellingen en reizen via het internet, dat snel gemakkelijker werd en aan populariteit won. Een keur aan culturele instellingen, reisorganisaties, hotelaccommodaties en luchtvaartmaatschappijen presenteert zich op het www. Ook is on line toeristische informatie beschikbaar over de attracties en historie van steden en dorpen, hetgeen het mogelijk maakt dagtochtjes en vakanties digitaal op de eigen wensen af te stemmen, een mogelijkheid die niet onbenut gebleven is (Steyaert en De Haan 2001).

Digitalisering won snel terrein in de productie en gegevensopslag. Internet ontwikkelde zich in hoog tempo tot een belangrijk promotie- en distributiekanaal voor eerst muziek en later ook film, bedoeld en onbedoeld. De gratis verspreiding van muziek en film via internet en de nieuwe digitale kopieertechnieken vormen een schadepost voor de entertainmentindustrie; jongeren daarentegen verwelkomen de *download revolution*.

In de amateurkunst ontstonden digitale varianten van kunstzinnige vakken: foto- en beeldbewerking, animatie, ontwerpen, muziek bewerken en componeren. Maar wat mogelijk nog meer appelleert aan de (jeugdige) expressiviteit, zijn nieuwe vakgebieden die helemaal computergeoriënteerd zijn, zoals *webdesign*, *sequencing* en *sampling* van muziek, en multimediatechniek (LOKV 1999).

Het internet wordt bovendien gebruikt voor aankopen ten behoeve van de vrijetijdsbesteding. In het lijstje met producten die internetgebruikers online kopen, staan zaken voor de vrijetijdsbesteding hoog genoteerd: boeken, cd's, tickets (bioscoop en theater), reizen, entertainment en sportartikelen. Amazon.com, begonnen als digitale boekwinkel, is nu een van de grootste webwinkels.

Internationalisering

Het domein van de vrije tijd heeft in een bestek van enkele decennia een sterke internationalisering doorgemaakt. Waarschijnlijk is het beter te zeggen dat de internationale dimensie van de vrije tijd in korte tijd werd gedemocratiseerd. Onder maatschappelijke elites bestond al langer een grensoverschrijdende oriëntatie op de *haute couture* van buitenlandse modehuizen, op de hoge cultuur van de internationaal gerespecteerde culturele canon en op *the grand tour* langs klassieke bestemmingen in, vooral, Italië. Met de welvaartsstijging kwam een internationale oriëntatie in de vrije tijd binnen vrijwel ieders bereik. Vakantiebestemmingen, modes in de stijl van kleden, formats van televisie-entertainment alsmede hits en hypes in de muziekindustrie hebben een internationaal karakter gekregen. Mediterrane landen worden intensief bereisd, waarbij de hoogtepunten van de cultuurgeschiedenis geduchte concurrentie ondervinden van reisdoelen als bergen en stranden. Velen kleden zich conform de laatste internationale mode, bijvoorbeeld in op sportkleding geïnspireerde kledij. Entertainment formats op tv als *Temptation Island*, *Big Brother* en variaties daarop zijn inmiddels tot buiten de westerse wereld geëxporteerd.

In relatie tot individualisering heeft deze internationalisering overigens twee gezichten. Enerzijds ligt internationalisering van het individuele vrijetijdsgedrag in het verlengde van individualisering en intensivering: men gaat op eigen houtje grensoverschrijdend op zoek naar intense ervaringen op het gebied van reizen, mode, entertainment en muziek. Maar anderzijds duiden de internationale patronen in dat gedrag en de internationalisering van het aanbod juist ook op een tegentrend in de gedaante van meer massaliteit.

12.1.3 *Vragen over de toekomst van de vrije tijd*

Mede doordat de overheid ten tijde van de ontzuiling afstand tot het domein van de vrije tijd bleef bewaren, kreeg de verzelfstandiging ervan vorm op de markt. Individuen

zoeken op die markt een passende ontspanning, aanbieders een profijtelijke omzet. De criteria gemakelijkheid respectievelijk verhandelbaarheid zijn daarbij maatgevender dan voorheen.

Het voert echter te ver deze criteria op voorhand als doorslaggevend voor het gedrag in de vrije tijd te beschouwen. Het is niet aannemelijk dat men sinds de komst van de vrijetijdsmarkt plotseling geen andere criteria dan gemakelijkheid meer zou hanteren bij de beoordeling van de vrijetijdsbesteding, bijvoorbeeld bij (zelf-)ontplooiing, sociale contacten en maatschappelijke participatie. Bovendien heeft de overheid de handen niet volledig van de vrije tijd afgetrokken. Op het vlak van cultuur, omroep en sport ziet zij nog een publieke taak, in het in stand (helpen) houden van voorzieningen en in het bevorderen dat daar gebruik van gemaakt wordt. De mate waarin men gezinsleven, sociale contacten, verenigingsleven, culturele instellingen, publieke omroep en sportverenigingen trouw is gebleven, vormt een indicatie van de mate waarin ook andere criteria een rol zijn blijven spelen.

Anderzijds roepen de aftocht van de zuilen en de terughoudendheid van de overheid wel enkele vragen op naar de logica of de (doel)rationaliteit van de vrije tijd. Wat stuurt het verzelfstandig(en)de veld van de vrije tijd? Welke waarden manifesteren zich nu en in de toekomst in dat veld? Wordt dat veld in toenemende mate door het criterium van gemakelijkheid gedomineerd? Wat zijn de consequenties daarvan voor de vrije tijd en voor de samenleving? Deze vragen kunnen noch in het korte bestek van dit hoofdstuk noch aan de hand van de beschikbare informatie sluitend beantwoord worden. Niettemin komen in de slotparagraaf, die meer het karakter heeft van een beschouwing dan van een toekomstverkenning, deze overstijgende vragen naar de toekomst van de vrije tijd aan bod. Dan wordt tevens ingegaan op enkele contrapunten in de ontwikkeling in de richting van individualisering, met name die welke duiden op grotere massaliteit.

Hierna gaat de aandacht eerst uit naar de verwachtingen van de bevolking over de toekomst van de vrije tijd, zowel in het algemeen als wat de eigen vrije tijd betreft, en naar de criteria aan de hand waarvan men de vrije tijd beoordeelt (§ 12.2). Dan passeren de zojuist geïntroduceerde aspecten van de vrije tijd de revue: de drukte in de vrije tijd (§ 12.3), de sociale context van de vrije tijd (§ 12.4) alsmede de positie van cultuur (§ 12.5), publieke omroep (§ 12.6) en sport (§ 12.7). Bij elk van die accenten wordt de blik na een aanloopje in het recente verleden op de toekomst gericht. Die blik vooruit wordt primair 'gestuurd' door de recente ontwikkelingen in de vrije tijd en door de interpretatie daarvan in termen van individualisering, informalisering, intensivering, informatisering en internationalisering. Daarbij moet worden gelaveerd tussen de klippen van een (te) gedachteloze extrapolatie van huidige trends enerzijds en die van een (te) snelle uitvergrotting van eventuele tegentrends anderzijds. Zowel de ontwikkelingen en hun interpretaties als de tekenen van tegentrends zullen kritisch tegen het licht gehouden worden. Continuering van trends is geen gegeven, maar moet worden beargumenteerd.

Dat de twee demografische processen van vergrijzing en cohortvervanging niet zelden tegengestelde gevolgen hebben, is een behulpzame remedie tegen het doen van al te eenduidige extrapolaties. Vergrijzing impliceert bijvoorbeeld dat er steeds

meer mensen komen met veel vrije tijd en met een relatief rustig leeftempo. Daarentegen impliceert het mechanisme van cohortvervanging dat nieuwe ouderen actiever zijn dan de ouderen van nu en van enkele decennia geleden. De gedachte dat het toekomstig vrijetijdsgedrag van individuen in het verlengde zal liggen van hun nu reeds verworven vrijetijdsrepertoire (vgl. Knulst 1992), vormt een rode draad in het onderstaand betoog.

12.2 Vrijetijdsverwachtingen en -waarden van de Nederlandse bevolking

Alvorens de toekomst van de vrije tijd met een zekere distantie te beschouwen, komen eerst de verwachtingen en waarden van de Nederlandse bevolking daaromtrent aan de orde. In de speciaal voor dit Sociaal en Cultureel Rapport gehouden enquête naar de toekomstverwachtingen van de Nederlandse bevolking (TOS'04) is onder andere naar diverse aspecten van de vrije tijd gevraagd. In kort bestek komen hier vier thema's aan de orde: de verwachtingen over de hoeveelheid vrije tijd, de inschatting van de invulling van de eigen vrije tijd, evaluaties van mogelijke ontwikkelingen in de vrije tijd en de waarden waaraan men de kwaliteit van de vrije tijd afmeet.

12.2.1 De hoeveelheid vrije tijd

De Nederlandse bevolking was begin 2004 somber gestemd over de hoeveelheid vrije tijd in 2020. Ruim 40% denkt dat mensen dan meer werken en minder vrije tijd hebben (tabel 12.1). Daar staat tegenover dat 14% denkt dat men minder zal werken, eenderde deel houdt het op eenzelfde verdeling van werktijd en vrije tijd als nu het geval is. Een goeie 10% had daar nog nooit over nagedacht. Per saldo resteert allerm minst de verwachting van een vrijetijdssamenleving.

Over de eigen situatie over vijf jaar heeft men, toekomstige gepensioneerden buiten beschouwing latend, een andere voorkeur. Ruim een derde zou liever minder werken en meer vrije tijd hebben.

Tabel 12.1 De verwachte verhouding tussen werktijd en vrije tijd in Nederland in 2020 en de voorkeur voor de eigen situatie over vijf jaar, bevolking van 16 jaar en ouder, 2004 (in procenten)

	minder werktijd, meer vrije tijd	dezelfde verdeling	meer werktijd, minder vrije tijd	nooit over nagedacht
verwachting voor Nederlanders in 2020	14	33	42	11
voorkeur voor eigen situatie over vijf jaar ^a	36	57	7	-

a De antwoorden van degenen die over vijf jaar met pensioen zijn, en van degenen die niet werken, zijn buiten beschouwing gelaten; 'nooit over nagedacht' was bij deze vraag geen antwoordcategorie.

Bron: SCP (TOS'04)

De groei van de tijdsdruk in de voorbije jaren is niet te wijten aan langere individuele arbeidstijden maar aan de stijgende arbeidsdeelname. De verwachting dat mensen in 2020 meer werken, blijkt echter gebaseerd op de gedachte dat de werkweek dan langer zal zijn: 44% van de ondervraagden denkt dat het gemiddelde aantal werkuren per week dan zal zijn toegenomen, 19% voorziet een daling van de wekelijkse arbeidsduur. Helaas kan niet worden gepreciseerd of men een verlenging van de reguliere volledige werkweek verwacht of een daling van het aantal deeltijdbanen c.q. een verlenging van de deeltijdse arbeidsduur in de richting van een volledige werkweek. Het sombere beeld van meer tijdsdruk wordt gecombineerd met de breed gedragen (67%) verwachting dat de druk van betaald werk zal toenemen.

Behalve betaald werk op zich vormt ook de combinatie van werk met zorg een bron van tijdsdruk en een grens aan de vrije tijd. Ruim twee derde van de bevolking (70%) denkt dat het combineren van betaald werk met de zorg voor de kinderen in 2020 zal zijn toegenomen. Die verwachting is niet gekoppeld aan het idee dat dit dan gemakkelijker zal verlopen. Integendeel, 26% denkt dat die combinatie in 2020 gemakkelijker zal zijn, maar 39% denkt dat die moeilijker zal worden dan nu al het geval is.

De inschatting over het toekomstig tijdsbeslag van het huishouden is neutraal: 15% van de bevolking denkt daar minder tijd aan te zullen besteden, 14% verwacht daar langer mee bezig te zullen zijn dan nu (TOS'04).

12.2.2 De eigen vrije tijd

Over een reeks vrijetijdsactiviteiten is gevraagd of men verwacht daar zelf over vijf jaar (veel) meer, (veel) minder of evenveel tijd aan te besteden. In lijn met de voorkeur dan over meer vrije tijd te beschikken (tabel 12.1), voorziet men vaker ergens meer tijd aan te zullen besteden dan minder (tabel 12.2). Als men deze verwachtingen waarmaakt, besteedt de Nederlandse bevolking over vijf jaar veel meer aandacht aan sociale contacten (met (klein)kinderen en vrienden), aan media (lezen, muziek luisteren en internetten), aan sport, aan andere hobby's en aan reizen/vakanties. Daartegenover staan bezuinigingen op de tijd besteed aan vrijwilligerswerk, cultuur en aan niets doen.

Zoals in de volgende paragraaf zal blijken, staan de verwachtingen over de (vrije)tijdsbesteding op onderdelen haaks op recente trends (tabel 12.6). Sociale contacten en lezen gaven in die periode juist voortdurend een daling te zien. Een eventuele verwezenlijking van deze verwachting zou een breuk met de intensiveringstrend betekenen. Aangezien eerdere verwachtingen om in de toekomst meer vrije tijd boven meer werk te prefereren niet werden ingelost (Fouarge en Baaijens 2003), past hier enige terughoudendheid in het trekken van verstrekkende conclusies.

Tabel 12.2 Verwachting over de eigen tijdsbesteding aan diverse vrijetijdsactiviteiten over vijf jaar, verschil tussen het aandeel dat ergens (veel) meer en het aandeel dat daar juist (veel) minder tijd in wil steken, naar leeftijd, bevolking van 16 jaar en ouder, 2004 (in procenten)

	bevolking	16-34 jaar	35-54 jaar	≥ 55 jaar
(klein)kinderen	30	45	18	29
vrienden	16	22	21	5
vrijwilligerswerk	-15	-12	-7	-24
museum, theater	-5	-4	3	-17
uitgaan	5	19	9	-19
lezen	13	1	17	22
tv/dvd	5	-2	-1	21
muziek luisteren	14	9	13	20
internetten	23	30	34	3
sport	9	28	15	-20
hobby's	14	13	23	3
gewoon niets doen	-11	-25	-10	2
reizen, vakanties	16	22	22	0

Leesvoorbeeld: het deel van de bevolking dat meer tijd aan de (klein)kinderen denkt te gaan besteden omvat, na aftrek van het deel dat daar minder tijd voor denkt uit te trekken, 30% van de bevolking.

Bron: SCP (TOS'04)

De verwachtingen over de eigen vrijetijdsactiviteiten over vijf jaar blijken veelal leeftijdsgebonden. Ouderen delen niet of minder de verwachting meer tijd te gaan besteden aan vrienden, uitgaan, internetten, sport, hobby's en reizen/vakanties. Ze gaan niet mee in de verwachting minder vaak 'gewoon niets' te zullen doen, maar lopen voorop in de verwachtingen minder vrijwilligerswerk te doen, minder culturele instellingen te bezoeken en meer te lezen en meer muziek te beluisteren.

12.2.3 De evaluatie van mogelijke veranderingen in de vrije tijd

Over zeven aspecten waarin de vrije tijd in 2020 zou kunnen verschillen van de huidige vrije tijd, is respondenten gevraagd of zij dat verschil spijtig dan wel goed zouden vinden (tabel 12.3). In het algemeen worden deze niet onwaarschijnlijke trends met spijt ontvangen.

Er zijn twee uitzonderingen. De groei van het aantal mogelijkheden om de vrije tijd door te brengen, wordt overwegend goed ontvangen. Kennelijk houdt men graag de optie tot diversificatie of intensivering open.

De erosie van het onderscheid in smaakvoorkeuren – 'het maakt niet uit of je van rock of opera houdt' – geeft als enige van de voorgespiegelde trends een overwegend neutrale reactie te zien. Over een verdere informalisering van smaakvoorkeuren maken maar weinigen zich druk.

Tabel 12.3 Evaluatie van mogelijke veranderingen in de vrije tijd in 2020, bevolking van 16 jaar en ouder, 2004 (procenten)

in 2020...	heel spijtig	spijtig	maakt me niet uit	goed	heel goed
zijn er nog meer mogelijkheden om de vrije tijd door te brengen	1	3	41	49	6
moet voor vrijetijdsactiviteiten vaker en meer betaald worden	17	58	18	7	1
maakt het minder uit of je van rock of opera houdt	3	10	70	15	3
wordt iemands vrijetijdsbesteding sterker bepaald door iemands koopkracht	21	54	17	6	1
speelt het verenigingsleven een kleinere rol	15	52	28	5	1
zijn musea en pretparken meer op elkaar gaan lijken	12	46	35	6	0
brengen etnische groepen hun vrije tijd meer in eigen kring door	15	38	38	6	4

Bron: SCP (TOS'04)

De overige vijf trends worden overwegend met spijt tegemoet gezien. Het sterkst geldt dit voor de verwachtingen dat koopkracht meer bepalend gaat worden voor iemands vrijetijdsbesteding en dat voor vrijetijdsactiviteiten vaker en meer betaald moet worden. Zowel met het oog op de eigen portemonnee als met het oog op een zekere gelijkheid in de toegang tot vrijetijdsvoorzieningen acht men verdere moneta-risering betreurenswaardig.

Een teruggang van de rol van het verenigingsleven zou velen spijten. In het licht van de groeiende problemen van verenigingen om kader te vinden, moet de conclusie zijn dat men het verenigingsleven blijkbaar vooral waardeert in de rol van consument. Onduidelijk is waarom men een teruggang van het verenigingsleven betreurt, om financiële, sociale of andere redenen.

Een groeiende gelijkenis van musea en pretparken wordt evenmin op prijs gesteld. Naar mag worden aangenomen spreekt hieruit vooral spijt over een eventuele verregaande 'verpretting' van musea.

Ten slotte zou de bevolking een segregatie van etnische groepen in de vrije tijd betreuren. Het is echter niet duidelijk of men dat een persoonlijk gemis acht of de zorg over een maatschappelijke kwestie uitspreekt.

12.2.4 Vrijetijdswaarden

Ten slotte is gepeild welk belang men hecht aan uiteenlopende aspecten van de vrije tijd, teneinde zicht te krijgen op de waarden waaraan de bevolking de kwaliteit van de vrijetijdsbesteding afmeet. Daarbij is een poging gedaan de waardering voor de dertien voorgelegde mogelijkheden in de vrije tijd tot een kleiner aantal waarden te condenseren. Een factoranalyse suggereerde vier dimensies, die als indelingscriterium in tabel 12.4 zijn gehanteerd.

Tabel 12.4 Waarden in de vrije tijd, verschil tussen het aandeel dat iets (heel) belangrijk en het aandeel dat dat (heel) onbelangrijk vindt, naar leeftijd, bevolking van 16 jaar en ouder, 2004 (in procenten)

	bevolking	16-34 jaar	35-54 jaar	≥ 55 jaar
ontplooingsdimensie				
jezelf kunnen ontwikkelen	66	86	72	37
iets doen waar je goed in bent	79	83	80	75
iets bereiken	37	65	44	5
iets nieuws leren	56	76	63	25
sociale dimensie				
leuke mensen ontmoeten	65	70	62	63
initiatief nemen	55	66	57	41
iets doen wat nuttig is voor de samenleving	51	48	53	53
vrijheidsdimensie				
niet onder druk staan	75	71	78	77
interessante dingen doen	74	83	77	65
kunnen doen waar je zin in hebt	79	78	81	80
ontspanningsdimensie				
winkelen	-1	6	-10	4
luiëren	-3	6	2	-19
geen rekening hoeven houden met anderen	-17	-25	-19	-5

Bron: SCP (TOS'04)

De hoogst gewaardeerde aspecten van de vrije tijd vallen samen in de vrijheidsdimensie: zonder druk zelfgekozen interessante dingen doen. Deze zaken kunnen in alle leeftijdsgroepen op veel instemming rekenen.

De sociale dimensie – leuke mensen ontmoeten, iets nuttigs doen, initiatief nemen – wordt, op een wat lager niveau van instemming, eveneens breed gedragen en door elke leeftijdsgroep ondersteund.

De ontplooiingsdimensie – jezelf ontwikkelen, doen waar je goed in bent, iets bereiken, iets nieuws leren – kent een vergelijkbare mate van instemming, maar die instemming is ditmaal sterk aan leeftijd gebonden. De waardering ervoor is het hoogst in de jongste leeftijdsgroep. Ouderen hechten aan dit ontplooiingsaspect minder waarde (de correlatie tussen de factorscore van deze dimensie en leeftijd bedraagt $-.43$).

Aan de ontspanningsdimensie – luiëren, winkelen, geen rekening met andere hoeven houden – wordt de minste waarde gehecht. Dit geldt voor elk van de leeftijdsgroepen, maar niet zonder enige accentverschillen: ouderen hechten minder aan luiëren, jongeren vinden het belangrijker om in hun vrije tijd geen rekening met anderen te hoeven houden.

12.2.5 Een beeld van vrijetijdsverwachtingen en -waarden

Samenvattend rijst het volgende beeld op van de denkbeelden van de bevolking over (de toekomst van) de vrije tijd. Men toont zich allereerst pessimistisch over de hoeveelheid vrije tijd in 2020. Enkele maanden na de enquête lijkt dit vermoeden al te worden bewaarheid in de roep van werkgevers om langere werkweken, in Nederland en in andere Europese landen.

Niettemin had men op de relatief korte termijn van vijf jaar een voorkeur voor een grotere hoeveelheid vrije tijd. Daarin verwacht men meer toe te komen aan sociale contacten, media, sport, hobby's en reizen/vakanties, maar minder tijd in te ruimen voor vrijwilligerswerk en niets doen. Of men deze verwachtingen ook zal weten te realiseren, is overigens de vraag. Toekomstig tijdsbestedingsonderzoek zal daar te zijner tijd antwoord op moeten geven.

Meer monetarisering van de vrije tijd, minder verenigingsleven en meer etnische segregatie zouden worden betreurd. Een eerste verkenning wijst uit dat in de waardering van de vrije tijd vier dimensies kunnen worden onderscheiden: ontplooiing, sociaal gedrag, vrijheid en ontspanning. De eerste drie worden breed gedragen, al vindt de ontplooiingsdimensie vooral steun onder mensen jonger dan 55 jaar. Voor zover het hier om een blijvende houding gaat, zal deze dimensie in de loop der jaren aan belang kunnen winnen. De ontspanningsdimensie wordt als enige niet in brede kring belangrijk gevonden, de verdeling naar leeftijd suggereert geen grotere rol hiervan in de toekomst. Het belang dat wordt gehecht aan ontplooiing en vrijheid ondersteunt het beeld van individualisering.

12.3 Minder vrije tijd, meer markt?

Aan de besteding van de vrije tijd zijn vele aspecten te onderscheiden. Eerst wordt, na een kort overzicht van enkele trends, de blik op de toekomst van de vrije tijd gericht, met bijzondere aandacht voor ontwikkelingen in het vrijetijdsvolume, in de vrijetijdsbesteding en op de vrijetijdsmarkt (vgl. Breedveld en Van den Broek 2001; De Haan et al. 2003). Later komen de andere aspecten ter sprake.

12.3.1 Minder vrije tijd, meer activiteiten?

De hoeveelheid vrije tijd – hier opgevat als de tijd die resteert na werk, huiselijke zorgtaken, school, slaap en persoonlijke verzorging – was geruime tijd stabiel op een niveau van ruim 47 uur per week. Tussen 1995 en 2000 deed zich echter een daling voor van 5% tot krap 45 uur per week (tabel 12.5). Dit was vooral het gevolg van de in die jaren snel stijgende inschakeling in het arbeidsproces, van met name vrouwen. Niet de duur van de individuele arbeidsinspanning, maar het aantal mensen met betaald werk nam toe.

Tabel 12.5 Kenmerken van de vrijetijdsbesteding, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (indexcijfers, 1975 = 100)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
hoeveelheid vrije tijd	100	98	102	99	99	94
uithuizigheid						
uithuizigheid van vrijetijdsbesteding ^a	100	97	102	103	110	101
reistijd t.b.v. vrijetijdsbesteding	100	87	110	108	121	114
diversiteit						
van vrijetijdsactiviteiten per week ^b	100	100	99	96	95	91
van vrijetijdsactiviteiten per jaar ^c	100	99	102	103	107	109

a Deel van de vrije tijd, dat niet thuis werd doorgebracht.

b Een optelling van de activiteiten die men in de onderzoekswEEK ontplooid (dagboekregistratie), in 2000 inclusief internet.

c Een optelling van de activiteiten die men in het voorbije jaar ontplooid (vragenlijstregistratie), inclusief gebruik pc en internet.

Bron: SCP (TBO'75-'00)

De uithuizigheid (het deel van de vrije tijd dat men elders dan thuis doorbrengt) was in 2000 na een aanvankelijk stijging weer terug op het oude niveau. De grotere vrijetijds mobiliteit – in 2000 overigens lager dan in 1995 – duidt op een grotere actieradius. Men is niet meer maar wel verder van huis.

Diversiteit (het aantal activiteiten dat men per week of per jaar onderneemt) verwijst naar de breedte van het vrijetijdsrepertoire. Die diversiteit per week geeft sinds de jaren tachtig een lichte afname te zien, hoewel de innovaties (pc- en internetgebruik in de vrije tijd) erin verdisconteerd zijn. Dat die innovaties niet tot een verbreding van het vrijetijdsrepertoire leidden, wijst erop dat andere activiteiten erdoor werden vervangen, in elk geval binnen het bestek van een week. De repertoirebreedte per jaar geeft daarentegen wel een stijging te zien. De uiteenlopende trends in de diversiteit per week en per jaar wijzen op een groei van het aantal activiteiten die men 'wel eens' onderneemt, ofwel op een verschuiving van participant naar passant.

Teneinde iets over trends in de bestedingswijze van de vrije tijd te kunnen zeggen, is het brede scala aan activiteiten teruggebracht tot acht vormen (tabel 12.6). In de periode 1975-2000 daalde het aantal vrije uren dat men besteedde aan lezen, sociale contacten en (overige) liefhebberijen. Aan sport, mobiliteit en, vooral, elektronische media werden meer vrije uren besteed.

Tabel 12.6 Bestedingswijze van de vrije tijd, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000
(in uren per week)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
gedrukte media	6,1	5,7	5,3	5,1	4,6	3,9
elektronische media	12,4	12,1	13,6	13,7	14,2	14,8
sociale contacten	12,7	12,5	11,5	11,4	10,9	10,1
maatschappelijke participatie	2,0	2,0	2,2	2,1	2,2	1,8
uitgaan	2,4	2,2	2,4	2,6	2,6	2,5
sport en bewegen	1,5	1,6	2,1	1,8	2,1	1,8
overige liefhebberijen	8,2	8,7	9,0	7,7	7,5	6,8
vrijetijdsmobiliteit	2,6	2,3	2,9	2,9	3,2	3,0

Bron: SCP (TBO'75-'00)

Vanwege de dalende hoeveelheid vrije tijd in de periode 1995-2000 verdienen de trends in die laatste periode extra aandacht. Heeft men op de diverse vrijetijdsactiviteiten evenredig bezuinigd of sommige activiteiten ontzien? In de periode 1995-2000 werd er over de hele breedte op de vrije tijd bezuinigd, uitgezonderd het gebruik van elektronische media, waar wat meer tijd voor werd ingeruimd. Dat bezuinigen gebeurde echter niet evenredig. Op maatschappelijke participatie (-19%), sport en bewegen (-15%) en lezen (-14%) heeft men sterker dan trendmatig (-5%) bezuinigd. Twee van die activiteiten vereisen uithuizigheid (maatschappelijke participatie, sport en bewegen). Dit duidt opnieuw op een breuk met de vroegere tendens naar een wat minder aan huis gebonden besteding van de vrije tijd. Binnen de huiselijke vrije tijd ging een groter gebruik van elektronische media opnieuw gepaard met minder lezen. Tussen 1995 en 2000 ging het dan niet om meer televisiekijken, maar om meer computergebruik.

12.3.2 Meer markt?

Deze gegevens over de vrijetijdsbesteding brengen lang niet alle ontwikkelingen in de vrije tijd aan het licht. Ze laten met name de opmars van de vrijetijdsmarkt onderbelicht. Daarom volgen nu enige gegevens over de kapitaalintensiteit van de vrijetijdsbesteding en over uitstapjes en vakanties.

De kapitaalintensiteit – uitgaven en uitrusting ten behoeve van de vrije tijd – is in de loop der jaren aanzienlijk toegenomen (tabel 12.7). Behalve tijdens de recessie van midden jaren tachtig, gaven de (voor inflatie gecorrigeerde) uitgaven aan de vrije tijd steeds een groei te zien. In 25 jaar bedroeg de groei bijna 80%. De consumptieve vrijetijdsbestedingen lagen in 2000 een kleine 20% hoger dan in 1995. Wanneer de afname van de hoeveelheid vrije tijd wordt verdisconteerd, betekent dit een toename van de kapitaalintensiteit per eenheid vrijetijdsbesteding met een kwart.

Tabel 12.7 Kapitaalintensiteit van de vrijetijdsbesteding, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (indexcijfers, 1975 = 100)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
consumptieve bestedingen t.b.v. de vrije tijd ^a	100	121	117	138	151	178
outillage t.b.v. huiselijke vrijetijdsbesteding ^b	100	130	167	204	240	257

a Uitgaven aan apparatuur, lectuur, lidmaatschappen, entreegelden, sport, vakanties, uitstapjes en horeca, in constante prijzen, per hoofd van de bevolking (gebaseerd op de Nationale Rekeningen).

b Aantal huishoudens met een platen-/cd-speler, videorecorder, cassetterecorder en, sinds 1985, pc (TBO).

Bron: CBS (Nationale Rekeningen 1975-2000); SCP (TBO'75-'00)

Het aantal dagtochten – ruim opgevat als tochtjes van meer dan twee uur – van Nederlanders steeg maar zeer geleidelijk, van 867 miljoen in 1990/'91, via 936 miljoen in 1995/'96 tot 982 miljoen in 2001/'02, een stijging die de bevolkingsgroei maar weinig te boven ging. De totale uitgaven ten behoeve van die dagtochtjes stegen echter aanzienlijk sneller: tussen beide laatste meetpunten verdubbelden ze van 6.714 miljoen euro naar 11.511 miljoen euro per jaar. Ruim de helft daarvan betreft uitgaven aan eten en drinken (CBS-StatLine).

De grootste uitstapjes zijn de vakanties. Het aantal vakanties dat Nederlanders zich permitteren, groeit nog altijd gestaag. Sinds de jaren zeventig steeg het aandeel vakantiegangers van minder dan de helft tot driekwart van de bevolking, een toename die overigens voor een groot deel al in de jaren zeventig gerealiseerd werd en later wat afvlakte. Steeds vaker koos men een bestemming over de grens. Dat gold in 1970 voor 40% van de reizen en ligt sinds medio jaren negentig rond de 60% van de vakanties (tabel 12.8; vgl. SCP 2000). Sinds medio jaren negentig groeiden binnen- en buitenlandse vakantiebestemmingen in gelijke mate in populariteit.

Tabel 12.8 Vakanties^a, totale bevolking, 1990-2001^b

	1990	1994	1998	2001
aantallen vakanties (x 1000)	16.291	17.979	19.034	19.841
binnenlands (x 1000)	7.308	7.206	7.726	8.055
buitenlands (x 1000)	8.983	10.773	11.308	11.786
aandeel buitenlandse vakanties (in %)	55	60	59	59
aantal vakanties per 1000 inwoners	1.166	1.256	1.291	1.305
aandeel vakantiegangers in de bevolking (in %)	70	73	74	74
uitgaven voor vakanties (in miljoen euro)	5.720	7.460	8.700	9.720
aantal vakanties per vliegtuig (x 1000)	1.718	2.655	3.535	3.993

a Er wordt hier van een vakantie gesproken als men ten minste vier achtereenvolgende nachten om recreatieve redenen op reis is geweest.

b Gegevens na 2001 zijn door een definitieverandering niet goed vergelijkbaar.

Bron: CBS (Continu vakantieonderzoek 1990-2001)

In de periode 1990-2001 vertoonde het aantal vliegvakanties een royale verdubbeling. In iets mindere mate groeiden ook de totale vakantie-uitgaven. Niettemin blijven de uitgaven aan vakanties, anders dan voorheen, inmiddels achter bij de uitgaven aan dagtochten.

De groeiende uitgaven ondersteunen de voorspelling van Linder (1971) dat de kapitaal-intensiteit van de vrijetijdsbesteding zou toenemen naarmate vrije tijd schaarser zou worden. De combinatie van een dalende hoeveelheid van en stijgende uitgaven voor vrije tijd is eveneens in lijn met de observatie van Cross (1993) en Schor (1998) dat de keus tussen meer consumptie en meer vrije tijd veelal in het voordeel van consumptie uitvalt.

Dit impliceert overigens niet dat men consumptie en vrije tijd tegenover elkaar plaatst en dan voor meer consumptie en minder vrije tijd kiest. Dat meer vrouwen werken, komt veeleer voort uit economische noodzaak en uit de behoefte aan emancipatie en ontplooiing dan uit de behoefte om als tweeverdienersstel een uitbundiger (vrijetijds)consumptiepatroon te bereiken. Deeltijdwerk wordt veelal verricht door mensen met een werkende partner (al dan niet ook in deeltijd), hetgeen deels is ingegeven door de wens meer tijd voor andere dingen dan werk en zorg over te houden. Dat neemt niet weg dat stellen in een anderhalfverdienershuishouden samen meer betaald werk verrichten dan destijds de man in het kostwinnershuishouden. Het gevolg is dat vrije tijd en koopkracht tegen elkaar worden uitgeruild. Daarmee is er een groep ontstaan met veel geld en weinig vrije tijd, die per eenheid vrije tijd veel te besteden heeft.

Daarnaast hebben de leden van de gestaag aanzwellende grijze golf in de regel meer te verteren dan hun voorgangers van enkele decennia geleden. Voor deze mensen zijn de verplichtingen jegens kinderen en betaald werk voltooid verleden tijd. Een groeiend deel van de nieuwe ouderen is hoger opgeleid en beter bij kas dan eerdere geboortejaargangen ouderen. Het gaat hier om mensen met zowel geld als tijd.

De groepen drukbezette tweeverdieners en nieuwe ouderen hebben gemeen dat ze een koopkrachtige vraag op de vrijetijdsmarkt vertegenwoordigen en dat hun gewicht binnen de bevolking en op de vrijetijdsmarkt in de komende jaren zal toenemen. In het geval van de tweeverdieners vloeit dat laatste voort uit de verdere emancipatie van vrouwen in het onderwijs en op de arbeidsmarkt, in het geval van de ouderen uit de vergrijzing van de naoorlogse geboortegolf. Bij een blik op de toekomst van de vrijetijdsbesteding dient voor deze twee groepen dan ook een rol te zijn weggelegd.

In weerwil van de romantische gedachte dat iedereen in volledige vrijheid zelf zijn of haar eigen hoogstindividuele vrijetijdspakket samenstelt, zal de toekomstige vrijetijdsbesteding mede gevormd worden door hetgeen in wisselwerking tussen vraag en aanbod op de vrijetijdsmarkt tot ontwikkeling komt. In de zoektocht naar passende belevenissen lijken vraag en aanbod elkaar te vinden op de noemer van de *convenience experience*. Drukbezette mensen met weinig tijd voelen zich aangetrokken tot een aanbod dat zonder veel informatie- en planningskosten toch een leuke ervaring belooft. Ouderen willen wat beleven zonder daarbij op al te veel ongemakken te stuiten. En vrijetijdsaanbieders willen hun aanbod een passend gevoel meegeven. Het *format* van de gemakservaring – *citybreak*, *plattelandsarrangement*, *cultuurtoerisme*, *wellnessweekend*, en dergelijke – lijkt aan deze uiteenlopende verwachtingen te voldoen.

Het belang van de beleveniseconomie reikt verder dan de vrije tijd in enge zin. Producenten, detaillisten en stadsbestuurders zoeken nieuwe ankerpunten bij de consument en menen die te vinden in de koppeling van producten, winkels en stadscentra aan vrijetijdservaringen. Merkartikelen worden van spannende connotaties voorzien. Winkel- en stadscentra zoeken het in *retailtainment*, het 'vermakelijken' van het winkelen. Gemeenschappelijk is de gedachte dat de gesuggereerde of geboden belevenis de aanbieder een competitief voordeel verschaft boven andere producenten, detaillisten respectievelijk steden.

De opgang van de *experience economy* zal uiteraard op enig moment op grenzen stuiten en door een andere ontwikkeling gevolgd worden. De spiraal van opgeschroefde verwachtingen van consumenten en opgevoerde pretenties van producenten en detaillisten zal eens tot een einde komen, of althans een andere richting nemen. Vooralsnog lijkt het einde aan actie-reactieproces, waarin verwachtingen en pretenties elkaar verder opstuwden, echter nog niet in zicht. Dit bevordert een hooggespannen verwachtingsniveau over de inhoud van de vrije tijd.

Daarentegen zou het groeiende aandeel ouderen voeding kunnen geven aan de verwachting dat de rust in de vrije tijd herwaardering gaat genieten. De constatering dat ouderen in hun vrije tijd een wat trager ritme hanteren, zou impliceren dat meer ouderen ook meer rust in de vrije tijd brengen. Deze gedachte gaat echter naar alle waarschijnlijkheid mank. Voor een blik op de toekomst van de vrije tijd is het niet zozeer van belang dat ouderen een minder hectisch vrijetijdspatroon aan de dag leggen dan de rest van de bevolking, maar hoe het vrijetijdspatroon van toekomstige ouderen zich verhoudt tot dat van huidige en vroegere ouderen.

De ouderen van nu leven niet alleen langer dan hun voorgangers, maar ze zijn ook langer gezond en vitaal. De ouderen van morgen hebben veelal nog weer minder belastend werk gehad en nog weer betere voeding en verzorging genoten. Door deze gezondere leefstijl zullen zij gezonder oud worden (door de bank genomen tot het vijfenzeventigste levensjaar) en hun omvangrijke vrije tijd actief invulling blijven geven.

De dynamisering van de vrijetijdsbesteding kwam in de voorbije jaren niet voor rekening van de jongeren maar van de ouderen (De Haan et al. 2003). Zij waren het die er meer op uit trokken en die meer activiteiten in hun vrijetijdsrepertoire opnamen. In beide opzichten vertoonde hun vrijetijdsbesteding een sterke inhaalbeweging, waardoor aanvankelijke verschillen naar leeftijd aanzienlijk zijn genivelleerd. De beleveniscultuur is geenszins uitsluitend het voorrecht van jongeren. De Veronica-slogan 'Je bent jong en je wilt wat' is misleidend. Steeds meer geldt juist: 'Je bent oud en je wilt van alles'. De vergrijzende geboortegolf zal de activiteit in de vrije tijd doen toenemen. De ouderen van morgen zijn gewend geraakt aan een actiever en afwisselender vrijetijdsbesteding dan hun voorgangers en het is aannemelijk dat ze daaraan willen vasthouden. Dit betekent dat de ouderen van morgen meer vrijetijdsdiensten zullen consumeren: ze blijven op vakantie gaan, musea en podia bezoeken, uitstapjes maken en uit eten gaan. Voor de aanbieders van deze diensten kan vergrijzing dan ook verzilvering betekenen. Hoewel ze het niet van de daken schreeuwen, en al

helemaal niet onder de noemer seniorenmarketing presenteren, wordt die doelgroep dan ook intensief van interessante 'proposities' voorzien, onder meer door te adverteren in tijdschriften binnen het interessegebied van welgestelde ouderen.

Aan de andere kant van de leeftijdspiramide vormen jongeren onverminderd een interessante doelgroep van de vrijetijdsindustrie. Dat is al een halve eeuw het geval en dus geen nieuws, hoewel jeugd als bijzondere levensfase niet van alle tijden is, en jeugd als doelgroep evenmin. Wat de laatste jaren wel veranderde, is de leeftijdsbegrenzing van die (doel)groep. De jeugdfase is aan beide zijden steeds verder opgerekt. Enerzijds laten veertigers en vijftigers zich nog graag op hun jeugdigheid voorstaan, anderzijds worden kinderen op steeds jongere leeftijd als consument aangesproken. Hoewel in menig ander opzicht nog afhankelijk, kan men spreken van een commerciële emancipatie van de jeugd. In beide marges van de jeugdfase liggen kansen voor de vrijetijdsmarkt.

Tevens zijn jongeren door een samenstel van factoren sterker op elkaar gericht geraakt. Deels is dat een kwestie van het langdurige scholingstraject. Veel jongeren zitten het grootste deel van hun jeugd op school. Daar zijn ze, hun leraren buiten beschouwing latend, uitsluitend onder leeftijdgenoten, waar de jeugdcultuur dominant is. Een van de gezichten van individualisering is de toegenomen bewegingsvrijheid binnen het gezin. De welvaartsstijging maakte een verregaande privatisering van de leefsfeer mogelijk, waarin men betrekkelijk onafhankelijk van elkaar de (vrije) tijd naar eigen goeddunken inricht. Jongeren volgen ook thuis hun eigen smaakvoorkeuren. Ze bekijken op hun eigen kamer hun favoriete tv-zenders of dvd's (veruit de grootste slokken van hun vrije tijd), beluisteren er hun favoriete cd's of spelen er hun favoriete games, al dan niet tegelijk (mobiel) bellend, sms-end of chattend met leeftijdgenoten die, eveneens op hun eigen kamer, hetzelfde zitten te doen. De vrijetijdsindustrie bedient jongeren op hun wenken, is zelfs van meet af aan primair op hen gericht geweest. De doorbraak van de popmuziek en popzenders is destijds wel gevierd als een triomf van de tegencultuur, maar markeert eigenlijk vooral het begin van de professionele vermaaksindustrie. Die industrietak koestert een warme belangstelling voor jongeren, een belangstelling die onverminderd wederzijds is.

De individualisering van jongeren ten opzichte van het gezin vertoont daarmee tevens trekken van opgaan in een grotere massa, zonder dat echter sprake is van een massificatie binnen een enkelvoudige marketingcategorie. Als stamvorming of kuddegedrag al de goede metaforen zijn, is er veeleer sprake van meerdere stammen of kuddes (Maffesoli 1996; Mommaas 2004). Het gedeelde streven naar eigenheid leidt her en der tot massaliteit, heeft nu en dan een zekere massa zelfs als voorwaarde. Drijfveer is echter niet om op te gaan in de massa, maar om vorm te geven aan de eigen identiteit. Bij individualisering gaat het om verminderde afhankelijkheid van anderen, niet om verminderde gezamenlijkheid met anderen.

De toekomst van de vrijetijdsbesteding is in grote mate de toekomst van de vrijetijdsmarkt. Daar zijn de verwachtingen hooggespannen, door het samenspel van connotaties in de beleveniseconomie, van aan de vrijetijdsindustrie ontleende jeugdige rolmodellen, van de wil om ondanks tijdsdruk toch een fraai vrijetijdsrepertoire te onderhouden en van de wens om ook op gevorderde leeftijd actief de vrije tijd door te brengen.

In het vervolg staat de vraag centraal hoe een dergelijke invulling van de vrije tijd zich verhoudt tot de sociale context van de vrije tijd (§ 12.4), tot de culturele belangstelling (§ 12.5), tot het mediagebruik (§ 12.6), tot de sport(vereniging) (§ 12.7) en tot de samenleving in het algemeen (§ 12.8).

12.4 *Verandert de sociale context van de vrije tijd?*

De inkadering van de vrije tijd verandert. Verzuilde vrijetijdskaders zijn geërodeerd, het gezin en het verenigingsleven staan onder druk. De vrije tijd als context van sociale integratie en van ontplooiing heeft veren moeten laten ten faveure van de individueel beleefde consumptie (Mommaas 2003). Deze beconcurrereert niet alleen publieke vrijetijdsvoorzieningen – zoals culturele instellingen, publieke omroep en georganiseerde sportbeoefening – maar ook het gezin, de vriendenkring en het verenigingsleven als context van vrijetijdsbesteding.

Die druk komt van twee kanten. Enerzijds legt het verwerven van inkomen een groeiend beslag op de (gezins)tijd: de gezamenlijke arbeidsinspanning van tweeverdienende ouders is in de regel groter dan die van de enkelvoudige kostwinner. Anderzijds legt de geïndividualiseerde consumptie van vrijetijdsdiensten – zoals thuis op de eigen kamer kijken naar (andere) tv-zenders, chatten of surfen – beslag op tijd die anders in het gezin, met vrienden of in verenigingsverband zou zijn doorgebracht.

12.4.1 *Gezin en vrienden: belangrijk maar in de verdrukking?*

Zo bezien onttrekken de arbeidsmarkt en de vrijetijdsmarkt tijd aan het gezinsleven (Daly 1996). In een somberder visie (Bly 1996) staat de intocht van tv en pc op de tienerkamer zelfs gelijk met het gedeeltelijk verwezen van die kinderen, doordat de aantrekkingskracht van formats en rolmodellen uit de vermaaksindustrie ten koste gaat van de rol van de ouders. Dat ter relativering kan worden opgemerkt dat de romantische visie op het gezin historisch gezien eerder uitzondering dan regel is, zeker in de praktijk, laat onverlet dat een goed gezinsleven hier en nu als een voorname waarde in het leven gezien wordt.

Gezin en vrienden worden, in die volgorde, als de twee belangrijkste zaken in het leven beschouwd, belangrijker dan, in die volgorde, vrije tijd, werk, godsdienst en politiek (tabel 12.9). Het belang dat de Nederlandse bevolking aan deze aspecten van het leven hecht, was in de meetjaren 1981, 1990 en 1999 opmerkelijk stabiel. Er deden zich alleen enkele graduele ontwikkelingen voor. In de loop der jaren ging men iets meer waarde toekennen aan de vrije tijd en iets minder aan werk en godsdienst.

Tabel 12.9 Het belang van enkele zaken des levens, geordend naar zeer belangrijk in 1999, bevolking van 18 jaar en ouder, 1981-1999 (in procenten)

	zeer belangrijk			tamelijk belangrijk		
	1981	1990	1999	1981	1990	1999
gezin	80	81	80	13	12	13
vrienden en bekenden	59	59	60	36	36	36
vrije tijd	50	50	53	41	41	41
werk	51	50	48	39	40	38
godsdienst	22	21	17	22	22	21
politiek	12	11	10	41	42	46

Bron: SCP (World Values Surveys 1981-1999)

Tussen wens en daad kunnen in het leven van alledag praktische bezwaren staan. De feitelijke tijdsbesteding biedt zicht op de daadwerkelijke vormgeving van de gewaardeerde sociale aspecten van het dagelijks leven. Het onderhouden van contacten met gezinsleden en vrienden vergt immers tijd. De invalshoek van de tijdsbesteding in de loop der jaren geeft een beeld van de aandacht voor die contacten onder de druk van veranderende omstandigheden.

Dat beeld is dat er stilaan steeds minder tijd voor dergelijke contacten wordt vrijgemaakt (tabel 12.10). De hoeveelheid tijd waarvoor men contact met huisgenoten als hoofdactiviteit rapporteerde, daalde gestaag van vier uur per week in 1975 tot minder dan tweeënhalve in 2000. Deze daling had betrekking op het praten met huisgenoten. Deels is dit te wijten aan de kleiner wordende huishoudens, waardoor de trefkans een huisgenoot te spreken verminderde, of, voor het groeiende aantal alleenstaanden, tot nul gereduceerd werd. Maar deels ook gaat het om afnemende gespreksuren binnen gezinnen (Van den Broek 2001). Helaas is onbekend in welke mate men samen met huisgenoten activiteiten onderneemt.

Op het vlak van de huiselijke sociale contacten met derden gaven het op visite gaan en visite ontvangen een teruggang te zien van 8,5 uur in 1975 tot 6,5 uur in 2000. Alleenstaanden, een groeiend deel van de bevolking, 'compenseren' het gebrek aan gezinscontacten met huiselijke contacten met derden. Omgekeerd is de neergaande trend in de huiselijke sociale contacten van samenwonenden dus nog wat sterker dan uit deze gemiddelden naar voren komt (Van den Broek 2001). Helaas is niet bekend in welke mate men buitenshuis activiteiten met derden onderneemt. Mogelijk wordt een deel van de sociale contacten in de vorm van uitgaan of erop uitgaan gerealiseerd en verloopt een deel van die contacten inmiddels via telefoneren en chatten.

Tabel 12.10 Contact met huisgenoten en huiselijk contact met derden, bevolking van 12 jaar en ouder, 1975-2000 (in uren per week)

	1975	1980	1985	1990	1995	2000
contact met huisgenoten	4,0	3,7	3,1	3,2	2,7	2,4
praten met huisgenoten	2,9	2,6	2,1	2,0	1,6	1,3
aandacht voor kind(eren)	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8
gezelschapsspel doen	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
huiselijk sociaal contact met derden	9,5	9,5	9,1	9,0	9,0	8,5
visite ontvangen	2,7	2,7	2,5	2,4	2,2	2,1
op visite gaan	5,7	5,2	4,9	4,7	4,7	4,4
feestje/etentje/receptie	1,2	1,1	1,2	1,2	1,4	1,4
telefoneren (incl. mobiel bellen)	-	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7

Bron: SCP (TBO'75-'00)

Doordat het zicht op andere dan de hier genoemde contacten ontbreekt, kan niet generaliserend over de intensiteit van sociale contacten worden gesproken. Zo is onbekend in welke mate men met huisgenoten uitstapjes maakt of in welke mate men sociale contacten met derden onderhoudt door met hen uit eten te gaan.

Het gezichtsveld van het tijdsbestedingsonderzoek is beperkt tot directe contacten met huisgenoten en tot huiselijke contacten met derden. Beide geven een dalende tendens te zien. De gecombineerde druk van betaald werk en vrijetijdsdiensten lijkt inderdaad een wissel op dit type sociale contacten te hebben getrokken. Wat valt er te zeggen over de toekomstige ontwikkelingen? De verwachting dat zowel de druk van betaald werk als die van vrijetijdsdiensten verder zal toenemen, leidt tot de verwachting dat op dit type sociale contacten verder zal worden bezuinigd.

Er zijn twee contra-indicaties. De aandacht voor kinderen nam niet af, hetgeen wijst op grenzen aan het afkalven van huiselijke sociale contacten. Voorts cultiveren alleenstaanden nog wel het huiselijk bezoek. Naarmate hun aantal blijft groeien, vormen zij een tegenwicht tegen de dalende huiselijke contacten met derden van gezinnen. Wellicht ook handhaven zij deze gewoonte wanneer ze alsnog deel van een gezin gaan uitmaken.

12.4.2 Een verschraving van het verenigingsleven?

Buiten de huiselijke sfeer is het verenigingslidmaatschap een belangrijke sociale context van vrijetijdsbesteding. Die context van participatie in zelfgekozen verbanden is bovendien van oudsher, maar onverminderd, omgeven met positieve connotaties over de maatschappelijke meerwaarde ervan, sinds De Tocqueville tot en met recente sportnota's. Precies die maatschappelijke meerwaarde is de reden van de bezorgdheid waarmee een eventuele daling van dergelijke participatie tegemoet gezien wordt.

Hier komt alleen de participatie in verenigingen in de sfeer van de vrije tijd aan de orde; zie paragraaf 4.3 voor een bredere blik op het maatschappelijk middenveld. Een verder inperking is dat het hier alleen gaat om participatie in de vorm van lidmaat-

schap. In de paragraaf over sport wordt tevens op het doen van vrijwilligerswerk voor sportverenigingen ingegaan (zie opnieuw § 4.3 voor meer over vrijwilligerswerk).

Tabel 12.11 Organisatiegraad van de vrijetijdsbesteding, bevolking van 12 jaar en ouder, 1983-2003 (in procenten en absolute aantallen)

	1983	1987	1991	1995	1999	2003
organisatiegraad in vrijetijdsverenigingen ^a	38	39	41	42	41	40
aantal lidmaatschappen per 100 georganiseerden	120	122	123	134	124	116
aantal lidmaatschappen per 100 personen	45	48	51	56	51	46

a Percentage van de bevolking dat lid is van een of meer vrijetijdsverenigingen: jeugdclubs, amateurkunst- en hobby- of sportvereniging.

Bron: SCP (AVO'83-'03)

De organisatiegraad van de vrijetijdsbesteding gaf in de afgelopen twintig jaar eerst enige stijging en vervolgens enige daling te zien (tabel 12.11). Dit geldt zowel het percentage van de bevolking dat in de sfeer van de vrije tijd ergens bij aangesloten is, als het aantal lidmaatschappen van georganiseerden. Het gecombineerde effect van beide aspecten komt tot uiting in het aantal lidmaatschappen per 100 personen. Dat steeg tussen 1985 en 1995 van 45 naar 56, om daarna te dalen tot 46 in 2003. Deze daling deed zich binnen alle leeftijdsgroepen voor, het sterkst onder jongvolwassenen.

De situatie anno 2003 is grosso modo vergelijkbaar met die in 1983. Aangezien het sociale landschap ook toen niet woest en ledig was, betekent dit een relativering van de bezorgde geluiden. Anderzijds past de recente teruggang in het beeld van verschraving van het middenveld ten gevolge van de tijdsdruk van verplichtingen en van een consumptivistische houding in de vrije tijd. De gedachte dat die teruggang zal doorzetten bij een verdere toename van verplichtingen en bij een verdere vermarkting van de vrije tijd, wordt door de trend sinds 1995 allerminst ontkracht, integendeel.

12.5 Blijft cultuur op het repertoire?

Cultuur is één van de vele opties om vrije tijd aan te besteden. De overheid ondersteunt het culturele aanbod en beoogt ook de belangstelling van de bevolking daarvoor te stimuleren. Op basis van recentelijk beschikbaar gekomen gegevens zijn de ontwikkelingen in de cultuurdeelname tot en met 2003 in kaart te brengen. Deze zijn des te meer vermeldenswaardig omdat ze een eerste indicatie geven van het effect van de geïntensiverde pogingen om jongeren en allochtonen voor het cultuuraanbod te interesseren.

12.5.1 Wel en wee van de cultuurspreiding

Sinds 1998 zijn er in het voortgezet onderwijs vakken voor culturele en kunstzinnige vorming ingevoerd en uitgebouwd, inclusief vouchers voor cultuurbezoek. De cultuurnotaperiode 2001-2004 kende onder staatssecretaris Van der Ploeg een accent op

het bereiken van nieuwe publieksgroepen. Sinds 2001 loopt het Actieplan cultuurbereik, dat eveneens mede op het bereiken van nieuwe publieksgroepen mikt. De uitkomsten van de 2003-peiling duiden echter niet ondubbelzinnig op een kentering in de nagestreefde richting, al zijn daar wel enige aanwijzingen voor te vinden (tabel 12.12).

In 2003 rapporteerde 37% van de bevolking in de voorafgaande twaalf maanden een museum bezocht te hebben en 25% een (klassieke) podiumvoorstelling. In beide gevallen betreft dit een consolidering van de situatie anno 1999. Het cultuurbereik is daarmee nog altijd verre van dekkend, het cultuurspreidingsideaal niet wezenlijk dichterbij gekomen. Een nadere blik op jongeren en allochtonen brengt evenwel enkele mogelijke voortekenen van een kentering aan het licht.

Tabel 12.12 Aandeel van de bevolking dat in het voorafgaande jaar een museum en/of podium heeft bezocht, naar leeftijd en etniciteit, bevolking van 12 jaar en ouder, 1991-2003 (in procenten)^b

	museum				podium			
	1991	1995	1999	2003	1991	1995	1999	2003
bevolking	40	34	36	37	25	27	25	25
12-17 jaar	48	43	43	50	20	18	20	20
18-34 jaar	40	31	28	27	24	24	22	22
35-49 jaar	43	38	39	39	28	30	24	25
50-64 jaar	39	36	43	43	28	33	34	31
≥ 65 jaar	30	27	34	33	22	23	27	25
allochtonen ^c		17	15	22		10	8	14

a Podiumbezoek is hier traditioneel opgevat en omvat bezoek aan beroepstoneel, klassieke muziek en ballet.

b In verband met een licht gewijzigde vraagstelling in 2003 zijn met het oog op vergelijkbaarheid ook de percentages over voorgaande jaren iets anders berekend.

c Degenen die, of wier ouders, uit Turkije, Marokko, Suriname en de Nederlandse Antillen/Aruba afkomstig zijn.

Bron: SCP (AVO'91-'03)

Onder jongeren steeg het aandeel dat jaarlijks een museum bezoekt aanzienlijk. Dat dit niet doorwerkt in het bevolkingsgemiddelde ligt aan de getalsmatig bescheiden omvang van deze bevolkingsgroep. Bij het podiumbezoek steeg de toeloop van jongeren niet, maar nam wel het bereik onder ouderen wat af. Dat het bevolkingsgemiddelde niettemin stabiel bleef, komt doordat ouderen, die nog altijd relatief frequent podia bezoeken, getalsmatig sterker in de bevolking vertegenwoordigd raakten.

Onder allochtonen – hier verbijzonderd tot degenen die, of degenen wier ouders uit Turkije, Marokko, Suriname en de Antillen afkomstig zijn, en waarbij zij aangetekend dat in dit onderzoek de weinig geïntegreerde allochtonen ondervertegenwoordigd zijn – groeide zowel het bereik van musea als dat van podia. Dit is met het oog op het beleidsuitgangspunt in deze richting een gunstig signaal.

12.5.2 Cultuur in competitie

Een van de spaarzame sociologische wetmatigheden is dat men vaker naar musea gaat en vaker uitvoeringen van toneel en klassieke muziek bezoekt, naarmate men meer opleiding genoten heeft. In de tweede helft van de twintigste eeuw voltrok zich een flinke stijging van het opleidingsniveau. Dat meer mensen hoger onderwijs genoten, kan vanwege voornoemde wetmatigheid de gedachte voeden dat dan ook het cultuurbereik een hoge vlucht genomen zou hebben. Het aanzwellende aanbod aan kunst en erfgoed versterkt die gedachte nog. De culturele agenda is enorm uitgebreid, klassieke cd's zijn voor een luttel bedrag bij de drogist te koop en fraaie boeken over kunst zijn voor iedere beurs bereikbaar.

Deze alleszins reële groeiverwachting werd niet ingelost. Het bereik van culturele instellingen groeide niet, in elk geval niet in dezelfde mate als het opleidingsniveau. Dit ligt niet aan het ontbreken van belangstelling voor esthetiek. De aantrekkingskracht van design en mode duidt juist op een esthetisering van het dagelijks leven. Wat weerhield mensen er dan van om meer culturele activiteiten aan de dag te leggen? Een antwoord is dat tegelijk met de culturele competentie ook de competitie om de vrije tijd steeg (Van den Broek en De Haan 2000). Welvaartsgroei, individualisering en informalisering ondergroeven vroegere financiële, religieuze en sociale restricties op de vrijetijdsbesteding, waardoor men in de vrije tijd vrijer de eigen voorkeuren kon volgen. Gevoegd bij de erosie van de idee dat cultuur van een kwalitatief andere orde zou zijn, had dit tot gevolg dat cultuur in een open competitie om de besteding van de vrije tijd verwickeld raakte.

Meer competentie begunstigt het cultuurbereik, meer competitie belemmert dat bereik. De toekomst van het cultuurbereik ligt besloten in het toekomstige evenwicht in de spanning tussen deze twee krachten. Tussen een toekomst waarin cultuur is overschaduwed door andere interesses en nog slechts een marginale plaats in het leven van mensen inneemt enerzijds, en een toekomst waarin cultuur als gevolg van een verzadiging met het aanbod van de vrijetijdsindustrie een herwaardering doormaakt anderzijds, ligt een consolidering van het huidige precare evenwicht het meest in de rede.

De cultuursector krijgt die consolidering niet in de schoot geworpen. Integendeel, de sector moet zich inspannen om lijfsbehoud veilig te stellen, door cultuur in de verhevigde strijd om de vrije tijd telkens weer als boeiende belevenis aan te prijzen bij een publiek dat in steeds groteren getale een cultuurrelativistische inslag heeft. De gedachte dat een goed cultureel product vanzelf klandizie trekt, is rijp voor een plaats in het museum. Op absolute toppers na moeten ook een fraaie tentoonstelling en een mooie uitvoering aan de man gebracht worden. Marketing, nog altijd een zwakke steen in het culturele veld (Barel en Langedijk 2004), gaat serieus ter hand genomen worden, om omnivore consumenten ertoe te verleiden een beetje cultuur in hun vrijetijdsrepertoire op te nemen. Daarbij heeft cultuur een lastige uitgangspositie, omdat verfijnde en concentratie vergende cultuuruitingen zich slecht lenen voor de met veel mediaspektakel omgeven promotiecampagnes waarmee de strijd om de vrije tijd wordt uitgevochten. Niettemin duiden de jongste gegevens erop dat consolidering van cultuur op het vrijetijdsrepertoire dankzij een geïntensiverde inspanning een haalbare kaart is.

Intensivering heeft hier twee gezichten. Tentoonstellingen en voorstellingen die het aureool weten te verwerven dat 'je er geweest moet zijn' spinnen er garen bij, zozeer zelfs dat een milde vorm van *crowd control* in de vorm van *ticketing* (gedoseerde toelating) noodzakelijk wordt. Het merendeel der culturele manifestaties kent dit probleem echter niet. Museumdirecteur Ex (2001) becijferde enkele jaren geleden dat een museum voor moderne kunst op een doordeweekse dag slechts enkele bezoekers per uur trekt: 'Daar staan ze dan, onze 44 mooie, maar bijkans lege musea voor moderne en hedendaagse kunst.'

Keerzijde van de hang naar intensivering is een schaarste aan tijd, rust en aandacht, terwijl kunsten en erfgoed, met name lezen en museumbezoek, juist een zekere mate van rust en concentratie vergen. De hectiek van evenementen, festivals en andere vormen van vrijetijdsbesteding staat daarmee op gespannen voet. Andere zaken beloven meer beleving. Boeken en musea (de vaste collecties althans) missen het gevoel van urgentie. Een festival of evenement, ook een toneeluitvoering of klassiek concert, hebben het voordeel van eenmaligheid: wie op die dag of avond niet gaat, heeft het gemist. Een museum en een boek hebben gemeen dat ze niet weglopen, een museum kan een volgend weekend worden bezocht, een boek kan een andere keer worden opengeslagen. Daarentegen kan een museum bij een verblijf van enkele dagen in een buitenlandse stad wel de urgentie van 'nu of nooit' deelachtig worden.

12.6 *Het veranderend medialandschap: haalt de publieke omroep 2020?*

Het gebruik van gedrukte media staat al geruime tijd onder druk, terwijl eerst het kijken naar de televisie en de laatste tijd het gebruik van de computer groeiden (Huysmans et al. 2004). Televisiekijken is met voorsprong de vrijetijdsbesteding waaraan men de meeste vrije uren besteedt (tabel 12.6).

Toch is het de vraag of de publieke omroep het jaar 2020 haalt, en zo ja, in welke vorm. Het voortbestaan en de vormgeving van de publieke omroep zijn afhankelijk van politieke besluiten. Twee ontwikkelingen beïnvloeden het functioneren van de publieke omroep, en daarmee ook de politieke afweging. De eerste ontwikkeling betreft de vermoedelijke verdere afkalving van het maatschappelijke draagvlak van de publieke omroep onder verder gelijkblijvende omstandigheden. De tweede ontwikkeling betreft juist de vermoedelijke veranderingen in die omstandigheden, in de richting van een groeiende markt voor digitale diensten en een afnemende rol van 'omroepen' als zodanig.

12.6.1 *Dalende belangstelling voor de publieke omroep*

In de prominente vrijetijdsbesteding van het televisiekijken deed zich na de komst van commerciële zenders in 1989 een flinke verandering voor. De commerciële zenders veroverden in korte tijd een fors deel van de kijktijd (tabel 12.13; cf. cijfers van het Kijk- en Luisteronderzoek; zie ook: Visitatiecommissie landelijke publieke omroep 2004). In de tweede helft van de jaren negentig wist de publieke omroep nog slechts eenderde deel van de totale wekelijkse kijktijd te trekken (buitenlandse zenders en

video/dvd inclusie). Vooral de jonge leeftijdsgroepen voelen zich sterk tot 'de commerciële' op radio en tv aangetrokken.

De tanende belangstelling van jongeren voor de publieke omroep blijkt ook uit het feit dat het lidmaatschap van een omroepvereniging voor hen veel minder vanzelfsprekend is dan voor hun ouders en grootouders, zoals BNN recentelijk moest ervaren bij de ledenwerfactie om binnen het publieke bestel te kunnen blijven. Jongeren groeien op in een tijd dat informatie en vermaak via commerciële zenders, internet-sites en kranten gratis worden aangeboden.

Tabel 12.13 Aandeel van de landelijke publieke omroep in de totale kijk- en luistertijd (als hoofd- en als nevenbezigheid), Nederlandse bevolking van 12 jaar en ouder, 1990-2000 (in procenten)

	landelijke publieke televisie			landelijke publieke radio		
	1990	1995	2000	1990	1995	2000
bevolking	50	34	32	64	34	26
12-19 jaar	39	16	14	51	29	4
20-34 jaar	46	25	18	64	31	23
35-49 jaar	52	36	31	63	31	23
50-64 jaar	53	41	42	66	36	32
≥ 65 jaar	59	47	45	74	47	41

Bron: SCP (TBO'90-'00)

In beleidsdiscussies staat het aandeel van de publieke omroep in de kijktijd tussen 18.00 en 24.00 uur centraal. Voor de komst van commerciële zenders en dvd, toen de concurrentie slechts uit buitenlandse zenders en video bestond, gold 75% van de kijktijd als doel. Begin jaren negentig werd dat teruggeschroefd tot 50%. Sinds 2000 is 40% het streven én een wekelijks bereik van 85% van de kijkers (75% van de kijkers van 13-24 jaar) (Van der Haak 1993; NOS 2000). Die kijktijdstreefcijfers werden ook volgens de eigen peilingen niet gehaald. Het marktaandeel bedroeg in 2003 36,6% (Visitatie-commissie landelijke publieke omroep 2004: 82). Het weekbereik lag in 2003 op 87,6% en voldeed wel aan de zelfgestelde eis dat 85% van de kijkers minstens eens per week op televisie-uitzendingen van de publieke omroep moet hebben afgestemd.

De meeste mediagebruikers van 2020 zijn nu reeds onder ons. Daarom kunnen de voortschrijdende processen van vergrijzing en cohortvervanging behulpzaam zijn bij een blik vooruit. De vergrijzing betekent dat het aandeel van de bevolking met weinig verplichtingen groeit. Dit kan het mediagebruik stimuleren, waarbij van belang is dat ouderen in hun televisievoorkeur de publieke omroep het minst van al ontrouw zijn gebleken. Zodoende komt er met de vergrijzing van de geboortegolf een groot reservoir van potentiële kijktijd voor de publieke omroep beschikbaar.

Deze begunstigende voorwaarden voor de publieke omroep zijn echter van voorbijgaande aard, want het proces van cohortvervanging draait door. Ieder jaar sterft een deel van de oudste geboortejaargangen en wordt een nieuwe jaargang geboren. Tot op zekere hoogte eigent iedere geboortejaargang zich een mediavorkeur toe, die weliswaar niet uniform noch onveranderlijk is, maar waarin geboortejaargangen zich wel blijvend van elkaar onderscheiden. Hoewel ook ouderen de nieuwe media meer zijn gaan gebruiken, laten ze de vertrouwde media zelden helemaal vallen. Naarmate men langer geleden geboren is, leest men meer en stemt men meer af op de publieke televisiezenders. Recentere geboortejaargangen zijn meer gericht op het commerciële tv-aanbod en op de nieuwe media; in hun mediarepertoire is een relatief grote plaats voor de jongste loten aan de mediastam ingeruimd. Bij hen loopt zelfs de televisiekijktijd terug ten faveure van het internet (Huysmans en De Haan 2001).

Hiermee tekent zich voor de publieke omroep een onrustbarend beeld af. Onder ongewijzigde omstandigheden zal het proces van cohortvervanging de commerciële media en ICT terrein doen winnen ten koste van de gedrukte media en de publieke omroep (Huysmans et al. 2004). Of eventuele beleidswijzigingen hieraan veel kunnen veranderen, valt te bezien. Het keren van de trend lijkt wel een voorwaarde voor het behoud van een draagvlak voor een publieke omroep van de huidige grootte (drie netten) onder de bevolking.

12.6.2 *Groeiende markt van digitale en mobiele diensten*

In de tijd dat omroep uitsluitend via de ether plaatsvond, was de ruimte schaars. Door de bekabeling breidde de distributiec capaciteit aanzienlijk uit. Momenteel, vermoedelijk toch nog pas aan het begin van de digitale revolutie, heeft het geen zin meer om nog van schaarste te spreken. De audiovisuele en de muziekindustrie beginnen het internet als distributiestructuur te ontdekken. Tegen betaling kunnen gebruikers legaal in het bezit komen van muziekbestanden, om ze desgewenst zelf op een cd te branden of anderszins op te slaan. Films en andere audiovisuele content zullen op afzienbare termijn en voor een aanzienlijk deel dezelfde overgang van verkoop via een fysieke drager naar digitale distributie meemaken. Het ziet ernaar uit dat de op breedbandinternet aangesloten multimedia-pc nog voor 2010 het knooppunt van de huiselijke (draadloze) communicatie-infrastructuur gaat worden. Beeld, geluid en tekst komen dan via de pc het huis binnen en worden daar verder verspreid naar de afzonderlijke kamers. Als men buitenshuis is, fungeert de breedbandige mobiele telefoon als doorgeefluik.

De omroep heeft door deze verandering in de distributie-infrastructuur niet langer op voorhand een bevoorrechte positie in het medialandschap. Sterker nog, het 'omroepen' als zodanig – het bieden van een compleet pakket van na elkaar volgende programma's – zal waarschijnlijk een stap terug moeten doen in de gunst van het publiek. Dat publiek zal zelf kunnen kiezen op welk tijdstip men welke audiovisuele dienst tot zich neemt. Zo ligt een verdergaande individualisering van het mediagebruik in het verschiet.

De omroep zal zich moeten waarmaken te midden van tal van aanbieders van diverse commerciële diensten op het gebied van amusement en informatie. De know-

how in het maken van programma's, het waardevolle omroeparchief en de bekendheid bij het publiek maken die concurrentiepositie zeker niet slecht. Slagvaardig inspelen op de veranderende mediaomgeving is niettemin geboden. De inmiddels al aangeboden dienstverlening van de publieke omroep op internet – onder andere www.nosnieuws.nl, www.uitzendinggemist.nl, www.3voor12.nl en *communities* rond bepaalde programma's en interessegebieden – lijkt een stap in de goede richting. Desondanks komt het concept 'omroep' onder druk te staan. De toekomst van de publieke omroep is niet alleen onzeker vanwege ontwikkelingen in de mediavoorkeuren, maar ook vanwege ontwikkelingen in het medialandschap.

12.7 Meer beweging, maar minder sport en sportverenigingen?

12.7.1 Versporting en ontsporting

De wereld van de sport staat niet op zichzelf. Hoewel zij deels haar eigen wetten en regels kent, ontsnapt de sport niet aan de ontwikkelingen die zich elders in de maatschappij voordoen. Tegelijk vinden aspecten van de sport, zoals kleding en taalgebruik, maar ook waarden als *fair play*, steeds meer ingang in de rest van de samenleving. Deze ontwikkelingen zijn getypeerd als 'ontsporting van de sport' en 'versporting van de samenleving' (Crum 1991).

De maatschappelijke inbedding van de sport impliceert dat ontwikkelingen als ontzuiling, individualisering, commercialisering en schaalvergroting niet aan haar voorbij zijn gegaan. Nog steeds is de sport met haar 4,9 miljoen verenigingsleden (Tiessen 2004) en geschatte 1,2 miljoen vrijwilligers (Roques en Janssens 2003) een cruciale bindende factor. Tegelijk heeft zich een nieuw aanbod ontwikkeld. Inspelend op een koopkrachtiger en veeleisender sportpubliek, dat bovendien niet altijd met een verenigingscultuur is opgegroeid, bieden ondernemers commerciële faciliteiten aan om te sporten en te bewegen. Verplichtingen uit hoofde van een verenigingslidmaatschap worden ingeruild tegen betaling voor op afroep beschikbare diensten. Daarbij verschuiven ook de aard en de functie van de sportbeoefening. Die aard is minder gelegen in de onderlinge wedijver in formele competities en ligt meer in de beleving van het sportspel zelf of in het onderhouden van het eigen lichaam, om gezondheids- dan wel cosmetische (narcistische) redenen. Het commerciële aanbod laat ondertussen het traditionele aanbod niet onberoerd en stimuleert daarin processen van schaalvergroting en professionalisering. Verenigingen fuseren en stellen 'verenigingsmanagers' aan om fondsen te werven, bijvoorbeeld door nieuwe diensten, als kinderopvang, aan te bieden.

Schaalvergroting en professionalisering doen zich niet alleen voor aan de basis van de sport, de breedte- of amateursport, maar ook aan de top. Topsporters zijn geen veredelde amateurs meer die, vergezeld door een parttime coach met een dagbaan buiten de sport, een deel van hun maatschappelijke carrière opzij zetten voor die ene plek op het podium. Daartoe in staat gesteld door het bedrijfsleven, dat in de sport een uitstekende afzetmarkt en marketinginstrument ziet, kunnen steeds meer

topsporters hun hobby omzetten in een broodwinning. Dat geldt zeker voor de top in de zogenoemde mediasport (Stokvis 2003): tennis, voetbal, wielrennen en, in Nederland, langebaanschaatsen. Maar ook de mindere goden profiteren van de gestegen geldstromen, bijvoorbeeld in de vorm van stipendia en van professionalisering van begeleiding en medische zorg.

De sport heeft voor de toegenomen (media)aandacht wel een prijs moeten betalen. De daadwerkelijke sportprestatie krijgt concurrentie van het mediabelang. Niet de beste sporter krijgt de meeste aandacht, maar de meest mediagenieke sporter – de ‘metroseksueel’ David Beckham, Rafael van der Vaart (partner van TMF-veejay Sylvie Meis) en het Russische sekssymbool annex tennisster Anna Kournikova. De toevlucht tot verboden stimulerende middelen doet vraagtekens plaatsen bij het belang dat de sport hecht aan haar constituerende waarde, de sportiviteit, en werpt een smet op de geleverde prestaties. Zakelijke belangen prevaleren boven loyaliteit aan clubs, commerciële sportaanbieders integreren branchevreemde elementen (horeca, entertainment) in hun aanbod. Topsport is vermaak geworden, een verhandelbaar goed in een mondiaal opererende vrijetijdsindustrie die zich weinig gelegen laat liggen aan de grenzen van een traditioneel sportbegrip (Steenbergen 2004).

Terwijl de samenleving versport, ontsport zo geleidelijk de sport (Crum 1991). Geen van beide ontwikkelingen is nieuw, wel zijn beide in de jaren negentig geradicaliseerd (vgl. Van den Heuvel en Van der Poel 2004). Aan de ene kant liet de deelname in die periode licht stijgende cijfers zien – koepelorganisatie NOC*NSF zag haar ledental stijgen van 4,2 miljoen naar 4,8 miljoen – met vooral meer sporters uit groepen die traditioneel weinig actief zijn op dit vlak (ouderen, vrouwen). Daarnaast namen zowel de kijk- en zendtijd voor sport als de bestedingen van overheid, bedrijfsleven en burgers aan sport toe (Breedveld 2003). Aan de andere kant gaven de jaren negentig vooral ook een beweging te zien weg van de traditionele team- en wedstrijd sport. Met 209.000 leden is de golfbond inmiddels qua grootte de vierde sportbond van het land, weliswaar na voetbal, tennis en gymnastiek maar ruim voor volleybal, atletiek of schaatsen (Tiessen 2004). Eind jaren negentig deed 13% van de bevolking (6-79-jaar) aan fitness en 11% aan skeeleren/skaten, tegen 9,5% aan veldvoetbal en 1% aan hockey. Tegelijk daalde het aandeel sporters dat lid is van verenigingen of deelneemt aan competities of trainingen (Van der Meulen 2003).

12.7.2 *Neemt de sportwereld de horde van individualisering?*

Het is de vraag in hoeverre deze ontwikkelingen in de toekomst zullen doorzetten. Een blik op de meest recente deelnamecijfers, afkomstig uit het in 2003 gehouden Aanvullend voorzieningengebruik onderzoek (AVO), laat zien dat anno 2003 73% van de bevolking aan sport doet, 60% ten minste twaalf maal per jaar. In vergelijking met eerdere jaren is dat wederom een lichte stijging (tabel 12.14). Anno 2003 doet nog altijd 93% van de 6-12-jarigen en 90% van 12-19-jarigen aan sport (86% en 80% als wordt uitgegaan van de ondergrens van twaalf maal per jaar).

Allochtonen sporten ook in 2003 minder dan autochtonen, respectievelijk 62% en 74%. Deze lagere deelname doet zich vooral voor in de groep 20-49-jarigen (achterstand –19 procentpunten). Bij de allochtone jongeren is het verschil tussen 1995 en 2003 geringer geworden, vooral onder de meisjes.

Anno 2003 is ruim een derde van de bevolking van 6-79 jaar, en ruim de helft van de sportende bevolking, lid van ten minste één sportvereniging. In beide opzichten houdt dat een stijging in ten opzichte van 1999, maar nog geen terugkeer naar de situatie van 1991 of 1995. Hetzelfde geldt voor de deelname aan competities en trainingen, die in 2003 hoger uitvalt dan in 1999. Allochtonen zijn minder vaak lid van een vereniging en zij nemen minder deel aan competities en trainingen dan autochtonen, ook als rekening wordt gehouden met verschillen naar leeftijd.

Tabel 12.14 Deelname aan sport, lidmaatschap van sportverenigingen en deelname aan competities of trainingen, (sportende) bevolking van 6-79 jaar, 1979-2003 (in procenten)

	1979	1983	excl. fiets- en wandelsport					incl. fiets- en wandelsport 2003	sport-deelname vlg. RSO ^a 2003
			1987	1991	1995	1999	2003		
sportdeelname ^{b,d}	52,5	58,8	58,5	62,6	63,5	64,9	68,9	73,1	60,3
lidmaatschap sportvereniging ^b	29,9	33,9	34,0	37,4	36,0	34,0	35,3	35,8	
lidmaatschap sportvereniging ^c	57,2	58,3	58,9	60,3	58,3	54,8	55,5	52,7	
deelname competitie/training ^c	52,2	52,2	50,4	49,0	44,6	39,1	44,1	42,3	

a Sportfrequentie ten minste 12 keer per jaar, volgens Richtlijn Sportdeelname Onderzoek (Hoyng et al. 2003).

b Aandeel van de bevolking.

c Aandeel van de sportende bevolking.

d Cijfer nog niet vergelijkbaar met 1999.

Bron: SCP (AVO'79-'03)

Het lijkt erop dat de in de jaren negentig geconstateerde trend naar ontsporting, in termen van dalend lidmaatschap van sportverenigingen en dalende deelname aan competities, in recente jaren niet verder is doorgezet en zelfs enigszins is gekeerd. Voor de toekomst betekent dit dat de traditionele sport naar verwachting van grote betekenis zal blijven voor de Nederlandse sport. Zonder de inzet van de talloze vrijwilligers zou de organisatie van trainingen en de diverse competities een onhaalbare en onbetaalbare kaart worden. Sportverenigingen zien zich voor de uitdaging geplaatst om enerzijds tegevoet te komen aan de veranderende smaken en voorkeuren van veeleisende sportconsumenten en anderzijds hun leden – inclusief de groeiende groep allochtone sporters – via de cultivering van een open maar betrokken verenigingsidentiteit warm te maken voor de inzet bij allerhande activiteiten.

Sportbonden zien zich intussen geconfronteerd met de eerste gevolgen van de bezuinigingen op de rijksbegroting voor de sport. Na een periode van investeringen in de topsport (Van Bottenburg et al. 2003) vallen er nu ontslagen en wordt er gesneden in programma's voor talentontwikkeling en voor begeleiding. Topsporters zullen minder financiële zekerheid en trainingsmogelijkheden hebben, en wellicht tot mindere prestaties komen. Dit zou vervolgens kunnen betekenen dat de belangstelling voor de topsport bij bedrijven en in de media daalt en dat de topsport in een negatieve spiraal belandt.

In welke mate is dit een kwestie die om overheidsbeleid vraagt? Ongetwijfeld genieten velen van de successen van Nederlandse sportsterren en verbindt het samen genieten mensen. Die verbondenheid is echter niet alleen afhankelijk van de topsport (Breedveld 2003). Plezier in het kijken naar sport beleven mensen ook wel zonder nationale toppers, en lijkt in ieder geval meer de verantwoordelijkheid van de vrijetijdsindustrie dan van de overheid (vgl. Pouw 2004). Het belang van de overheid schuilt nog het meest in de aanleg van topsportaccommodaties die ook toegankelijk zijn voor breedtesporters. Topsportsucces is daarvoor echter geen voorwaarde.

Topsportsuccessen vormen geen garantie voor een grotere sportdeelname, zo is in het verleden meermalen gebleken (Van Bottenburg 2003). Die deelname is primair afhankelijk van de eigen motivatie van mensen en van de beperkingen die men ervaart in het realiseren van die motivatie. De toenemende zorg om de volksgezondheid, de campagnes die de overheid op dat punt is gestart en de eerste stappen van verzekeraars op dat terrein, doen vermoeden dat het maatschappelijk bewustzijn van het belang van sport en bewegen voor de gezondheid de aankomende decennia zal stijgen (zoals dat decennia geleden voor het roken gold). Verwacht mag worden dat meer mensen sport en bewegen gaan zien als een vorm van periodiek lichaamsonderhoud. Of sport daarbij ook altijd leuk blijft, is niet op voorhand een uitgemaakte zaak, ook niet of de traditionele sportvereniging de meest prominente aanbieder zal zijn.

12.8 *Vrije tijd en samenleving*

12.8.1 *Kompas van de verzelfstandigde vrije tijd*

De verzelfstandiging van de vrije tijd – waardoor die tijd overigens juist het speelveld werd van processen als individualisering, informalisering, intensivering en internationalisering – heeft ertoe geleid dat de vrije tijd inmiddels anders wordt ingericht dan bestuurders decennialang voor ogen stond. Dit geldt op de eerste plaats natuurlijk voor de verzuilde bestuurders, die de vrije tijd liefst georganiseerd zagen op basis van geloof of levensovertuiging. Het geldt eveneens voor hun ontzuilde opvolgers, die in hun eigen perceptie weliswaar sterk van de verzuilde bestuurders verschillen, maar die met hen de visie op de vrije tijd gemeen hebben dat het zaak was collectieve arrangementen ten behoeve van de vrijetijdsbesteding in het leven te roepen (Mommaas 2003).

De afkeer van verzuilde betutteling werd ingegeven door het geloof in zelfontplooiing, een begrip dat in de jaren zestig en zeventig niet neutraal was, niet de connotatie van

anything goes had, maar geladen was met een welomschreven mensbeeld. Onder de juiste omstandigheden zou men in alle vrijheid voor een verlicht-burgerlijke levenswandel kiezen, met een brede waaier aan interesses. Dit mensbeeld was ontleend aan het wensen zelfbeeld dat de nieuwe middenklasse voor en van zichzelf had en algemeen geldend verklaarde. Dat nog niet iedereen de kansen greep die de verzorgingsstaat op gebieden als onderwijs en cultuur bood, was een overgangsverschijsel in een sociaal en cultureel opwaarts mobiele samenleving. Passend beleid zou soelaas bieden. De verzorgingsstaat werd uitgebouwd naar de noden en de leefstijl van de middenklasse (Schnabel 2004). Die middenklasse nam daarbij haar eigen beeld van zelfontplooiing als de maat der dingen. Het adagium van volksverheffing maakte plaats voor dat van volkszelfverheffing naar opwaarts-mobiele snit.

Als voorbeeld van de eertijds positieve tijdgeest kan de verwachting dienen dat de naoorlogse generaties, opgroeiend zonder de beknellende omstandigheden van oorlog en economische onzekerheid, steeds meer een postmaterialistische waardeoriëntatie zouden ontwikkelen (Inglehart 1977). In plaats van *law & order* en economische zekerheid zouden zelfbeschikking, zelfontplooiing en kwaliteit van het leven voorop komen te staan. Daarbij golden primair connotaties in de sfeer van (artistieke) ontplooiing, rijke sociale bindingen en bekommernis om het milieu.

Dat bij afwezigheid van schaarste ook materialistische fixaties op geldelijk gewin, snelle sportauto's en andere materiële statussymbolen tot wasdom konden komen, werd wel gesignaleerd maar was niet richtinggevend. Met name de Frankfurter Schule bleef de opkomst van de consumptiemaatschappij van kritische kanttekeningen voorzien (Marcuse 1964). Ook in Nederland werd, op basis van precies dezelfde ontwikkelingen die bij anderen juist tot hooggespannen verwachtingen leidden, zorg geuit: 'De mens is blijkbaar op zijn best wanneer hij onder een zekere druk van de omgeving leeft en werkt. Wordt die druk te klein, doordat de welvaart te groot wordt, dan gaat de mens zichzelf en zijn kinderen verwennen. Het karakter desintegreert, het patroon van eigenschappen wordt chaotisch, de labiliteit en het infantilisme, het onrijpe, onnozele en puur-sensationele nemen toe' (Chorus 1965).

De verzelfstandiging van de vrije tijd kreeg primair vorm via marktbemiddeling. De markt is niet normerend, althans niet in de zin van verzuilde gedragsrestricties. In de als een bevrijding van een burgerlijk juk ervaren culturele evolutie van de jaren zestig en zeventig werd die afwezigheid van normering toegejuicht. Inmiddels wordt de afwezigheid van een ceremoniemeester weer meer als een gemis ervaren (Bly 1996; Vuijsje en Wouters 1999). Zonder doel dreigt het vitalisme ongericht te worden (Boutellier 2004).

In termen van het vrijetijdsbudget behoort iedereen intussen tot de *leisure class*. Er zijn twee verschillen met de elites van voorheen (Veblen 1899; Elias 1939): de leden van de gedemocratiseerde vrijetijdsklasse moeten het financiële surplus dat voor de vrije tijd kan worden aangewend eerst verdienen, maar ze zijn vrijer om hun eigen consumptieve voorkeuren te volgen. Die vrijheid heeft niet tot een brede omarming van het Bildungsideaal geleid, eerder tot een informalisering van standaarden en smaakvoorkeuren. In die nieuwe vrijheid geeft men de eigen individuele

identiteit vorm, maar zijn ook aspecten te onderscheiden die eerder op massaliteit duiden. Hoewel hiertussen soms een scherpe tegenstelling wordt vermoed (Elchardus 2004; Duyvendak en Hurenkamp 2004), gaat het veeleer om twee kanten van dezelfde medaille. Individualisering impliceert langs de band van toenemende keuzevrijheid tevens een grotere onzekerheid over de gemaakte keuzen en een toenemende gerichtheid op het oordeel van anderen, een grotere 'other directedness' (Riesman 1950). In dit licht bezien kan intensivering juist in de tijdelijke ervaring van verbondenheid met anderen of in gedeelde (internationale) smaakvoorkeuren gevonden worden.

Vruchtbaarder dan te twisten over de vraag of er in de vrije tijd wel of niet van individualisering gesproken kan worden, is dan ook de vraag hoe de twee kanten van die medaille zich tot elkaar zullen gaan verhouden en wat daarvan de consequenties zijn voor de samenleving. Als aanzet daartoe wordt hier tot besluit kort ingegaan op de vragen op welk kompas de vrije tijd zich zal ontwikkelen, hoe de spanning tussen individualisering en massa vorm zal krijgen, en of zich tegentrends aandienen die op een omslag in de geschetste ontwikkelingen duiden. Het aan de orde stellen van deze vragen is van groter belang dan de in deze slotbeschouwing gegeven antwoorden.

12.8.2 Vrijtijdssethos

Om een helder zicht te krijgen op de kern van de kapitalistische logica vergrootte Weber in 1904 in zijn *De protestantse ethiek en de geest van het kapitalisme* een aantal aspecten daarvan uit tot een ideaaltypisch beeld. Bij wijze van eerbetoon bij de honderdste verjaardag van Webers studie, stellen we hier de vraag aan de orde wat de kern is van *De vrijtijdsethiek en de geest van het consumentisme*.

Bij Weber kwam de deugd van spaarzaamheid centraal te staan. Campbell (1987) amendeerde Weber in zijn *De romantische ethiek en de geest van modern consumentisme*. Naast het protestantse ethos (in het Nederlands in dit verband een gebruikelijker term dan ethiek, vgl. Zijdeveld 1991) van spaarzaamheid plaatste hij het romantische ethos van hedonisme als tweede pijler onder het kapitalisme. Hij zag de dynamiek achter de markteconomie als een spanningsverhouding daartussen, met wisselende boventonen (vgl. Bell 1976).

Nu de ceremoniemeester, in de vorm van de overheid en de zuilen, grotendeels is teruggetreden en het individu zelf bepaalt hoe de vrije tijd te besteden, laten zich vragen naar het vrijtijdssethos stellen, zoals: Wat stuurt het verzelfstandigde veld van de vrije tijd? Welke waarden manifesteren zich nu en in de toekomst in dat veld op? Gaat dat veld in toenemende mate door het criterium van gemakelijkheid gedomineerd worden? En wat zijn de consequenties daarvan voor de vrije tijd alsook voor de samenleving?

Met de groei van de vrijetijdsmarkt won bij de beoordeling van wat goed en slecht is, wat mooi en lelijk, het consumentisme aan belang. De maat der dingen is of iemand iets bevredigend vindt (individualisering), liefst ogenblikkelijk aansprekend (intensivering) en volgens de eigen criteria (informalisering). Deze consumentistische houding – op een Loesje-affiche treffend verwoord met *Doe leuk of ik zap* – zou zich tot buiten het domein van de vrijetijdsconsumptie uitstrekken en ook toegepast worden op relaties,

vriendschappen en werk (Zijderveld 1991). Wat niet langer bevredigt, wordt voor iets anders verruild.

Hoe maatgevend zal een dergelijk consumentisme worden, binnen de vrije tijd en daarbuiten? Uitvergroting kan worden gesteld dat de drang tot consumptie op de verzelfstandigde vrijetijdsmarkt minder dan voorheen door de doelrationaliteit van andere terreinen van het maatschappelijk leven wordt beteugeld, terwijl individualisering en intensivering door de logica van de vraagoriëntatie juist verder worden versterkt. Het ontbreekt de vrijetijdsmarkt daarmee steeds meer aan een ander richtpunt dan consumptie en aan een ander criterium dan gemakelijkheid. In de context van de sportbeoefening leidt dit tot een verdere uitholling van het concept van de sportvereniging: men consumeert liever een sportvoorziening dan dat men bijdraagt aan het (voort)bestaan van een sportvereniging. Nog binnen het domein van de vrije tijd, maar buiten dat van de vrijetijdsmarkt, zou dit meer in het algemeen de bereidheid om vrijwillig iets bij te dragen aan het maatschappelijke middenveld, aan de *civil society*, ondergraven (cf. Putnam 2000). De combinatie van intensivering en informalisering zal het onderwijs voor menig uitdaging stellen (cf. hoofdstuk 8).

Deze uitvergroting van het consumentisme als de maat der dingen behoeft echter relativering. Dat de vrijetijdsmarkt aan belang wint, wil nog niet zeggen dat ze dominant wordt, niet binnen de samenleving als geheel, zelfs niet binnen de vrije tijd in het bijzonder. Gemakelijkheid beheerst niet het hele leven. Binnen andere sferen van het persoonlijke en maatschappelijke leven heersen andere criteria, zoals in gezinnen, in vriendschappen en in vrijwillige associaties. Eerder in dit hoofdstuk bleek men vrije tijd minder belangrijk te vinden dan vrienden en gezin (tabel 12.9), terwijl men binnen de vrije tijd de ontspanningsdimensie minder belangrijk vindt dan de sociale en ontplooiingsdimensies (tabel 12.4) en men een afnemende rol van het verenigingsleven zegt te betreuren (tabel 12.3), al kan dat laatste ook door consumentistische overwegingen zijn ingegeven).

De focus op de vrijetijdsmarkt belicht het consumentisme, een bredere focus brengt ook andere waarden en criteria in zicht. Met de groei van de vrijetijdsmarkt heeft het consumentisme zonder twijfel aan gewicht gewonnen, met een verdere groei van die markt zal het dat blijven doen. In hoeverre het maatgevend wordt voor de hele vrije tijd en voor de verdere samenleving is evenwel ongewis. Die verdere ontwikkeling zal zijn af te lezen aan smaakvoorkeuren, ruimtegebruik en sociale bindingen (Mommaas 2003). Elk behoeft zowel monitoring als reflectie. Wat gebeurt er? En wat zijn daarvan de consequenties? De toekomst van het culturele veld hangt grotendeels af van de smaakvoorkeuren van het publiek en van de mate waarin dat veld daarop kan en wil inspelen. De rol van traditionele culturele instellingen staat daarbij allerminst buiten kijf. De intensivering van het belevingsaspect en de schaalvergroting van vrijetijdsvoorzieningen hebben ruimtelijke consequenties in de stad en op het platteland (Mommaas 2000), alsmede op de weg (Harms 2003). En vanuit het perspectief van sociale cohesie is de vraag aan de orde wat de nieuwe kristallisatiepunten van sociale bindingen worden, welke organisatievormen daar tot

ontwikkeling komen en welke bredere maatschappelijke functies (sociale cohesie, integratie, dienstbaarheid, belangenarticulatie, rekrutering) die zullen vervullen.

12.8.3 Individualisering en massa

Een grotere individuele keuzevrijheid leidt op geaggregeerd niveau niet noodzakelijk tot een bredere waaier aan gemaakte keuzen. Een voorbeeld daarvan is de keus van voornamen. Naarmate het vernoemen van kinderen naar opa's en oma's, peters en meters, ooms en tantes minder dwingend werd, kregen ouders een grotere keuzevrijheid in de naamgeving van hun pasgeborenen (Bloothoofd et al. 2004). Losgeweekt van de familietraditie (individualisering in de zin van informalisering) werd de naamgeving aan status en modes onderhevig. In lagere statusgroepen werden Engelse voornamen populair, in de middenklasse heet plots menig kind Sanne of Thomas, zonder een opa of oma met die naam. Binnen de stamboom is dit als individualisering aan te merken, ook al wordt die niet weerspiegeld in de klas of op het schoolplein. Een ander voorbeeld is dat het vrije wonen geen grote diversiteit aan architectonische vormgeving tot gevolg heeft gehad.

Diverse mechanismen staan een één-op-éénrelatie tussen de keuzevrijheid van het individu en de diversiteit van het totaal aan keuzen in de weg. Conventies onder Ons Soort Mensen en modes zijn er daar twee van. Daarnaast spelen belangen van aanbieders en van vragers op de vrijetijdsmarkt een rol. De naamgeving van kinderen was een onschuldig want belangeloos voorbeeld. Opeenvolgende modes op het vlak van consumptieartikelen (muziek, kleding, uitgaan e.d.) worden daarentegen mede door aanbieders beïnvloed. Ondanks de retoriek van consumentenvrijheid leveren die aanbieders liefst geen maatwerk. De muziek- of boekenbranche heeft meer baat bij enkele absolute toppers dan bij een waaier aan mondjesmaat verkopende titels. Om de steeds forsere investeringen terug te verdienen hebben amusementsparken steeds grotere aantallen bezoekers nodig (met als exponent Euro Disney, dat aan 12,5 miljoen bezoekers per jaar niet genoeg heeft). Om voldoende adverteerders te trekken, probeert men op radio en tv een groot of anders liefst homogeen marktaandeel luisteraars of kijkers aan zich te binden. Onder het oppervlak van productdifferentiatie en belevenis gaat liefst een flinke portie bulk of massa schuil.

Aan de andere kant hebben individuen in hun eigen vrijetijdsbesteding behalve aan onderscheid ook een zekere behoefte aan massa. Een belevenis is geen belevenis als die niet met anderen kan worden gedeeld (*other directedness*), door erover te praten, maar ook door de beleving samen te ondergaan. Uitingvormen van de behoefte aan massa laten zich deels interpreteren als nieuwe bindingen. Hoewel minder institutioneel gestold dan historische genootschappen en sportverenigingen, appelleren nieuwe vormen van massaliteit aan gevoelens van gemeenschap en gemeenschappelijkheid (Mommaas 2003, aan hem zijn de volgende verwijzingen uit de internationale literatuur ontleend). Stamvorming rond hypes, merken en evenementen biedt vluchtige maar intense vormen van saamhorigheid (Maffesoli 1996). *Proto-communities* rond voorkeuren, van voetbal tot muziek, geven een gedeeltelijke gemeenschappelijkheid (Willis 1990). Plekken of *scenes* (Schulze 1992) vormen oriëntatiepunten

waar men zich ophoudt onder gelijkgezinden, al kent men ze niet, al verblijft men er maar tijdelijk en al betreft de gelijkgezindheid slechts een smaakvoorkeur. Dergelijke vormen van massaliteit – waaronder ook de tijdelijke oranjemanie rond voetbaltoernooien, inclusief deze zomer de collectieve verontwaardiging over ‘de wissel’ – hebben betrekking op een steeds kleiner deel van het leven (Mommaas 2003), het zijn ‘lichte gemeenschappen’ (Duyvendak en Hurenkamp 2004) of ‘dunne netwerken’ (Zijderveld 2000). Dit relativiseert enerzijds de schijnbare tegenstelling tussen individualisering en massa, maar ontkracht tevens de interpretatie dat dergelijke nieuwe bindingen functioneel equivalent zouden zijn aan oudere bindingen.

12.8.4 Trends en tegentrends, intensivering en uitputting

Kort gememoreerd zijn in de nabije toekomst van de vrije tijd de volgende trends te verwachten. Er zal minder vrije tijd zijn onder de (potentiële) beroepsbevolking, ook in gezinnen met opgroeiende kinderen. De marktbemiddeling in de vrije tijd zet verder door, met gemaksdiensten voor drukbezette tweeverdieners en voor actieve ouderen als vermoedelijk speerpunt. De kapitaalintensiteit van de vrijetijdsbesteding blijft toenemen. In de competitie om de gunst van de consument zet de intensivering van vrijetijdservaringen door. Met de opeenvolging van generaties loopt de publieksomvang van het uit collectieve middelen ondersteunde vrijetijdsaanbod terug, vooral bij publieke televisie en sportvoorzieningen. Culturele instellingen moeten zich inspannen om jongeren te bereiken, maar kunnen nog enige tijd rekenen op de toestroom van actieve ouderen.

Bij wijze van check op een al te kritiekloze extrapolatie van trends volgt nu een tour d’horizon van wat als tegentrends zou kunnen worden aangemerkt. Zo heeft enige tijd het begrip ‘onthaasting’ school gemaakt. Er zijn echter nauwelijks aanwijzingen dat er ook daadwerkelijk gas is teruggenomen. Verruiming van winkel- en arbeidstijden, experimenten met de dagindeling en pogingen om arbeid en zorg beter combineerbaar te maken, zijn er juist primair op gericht om de vaart erin te houden. Verbetering van de combineerbaarheid staat meer voorop dan iets te laten om voor iets anders meer tijd te hebben. Intensivering wint het vooralsnog van temporisering. *Slowing down the clock*, teneinde meer uit het leven te kunnen halen, spreekt meer aan dan *slowing down life*, *slow food* staat meer in het teken van een intense ervaring dan in het teken van een rustig leven. De door CenterParcs ontwaarde hernieuwde aandacht voor het kleine, omgezet in de campagne ‘Maar nu even niet’, kan eveneens worden geduid als een hang naar geïntensiverde vrijetijdservaring. Het model van de bewust moederende moeder, die professionele aspiraties ondergeschikt maakt aan de wens om voor de kinderen te zorgen, duikt weliswaar af en toe in de media op, maar heeft nog geen grote navolging gevonden. Onlangs verraste Zijderveld (2004) met een essay waarin hij afstand nam van zijn eerdere analyse van de staccato cultuur. In plaats daarvan ontwaarde hij meer legato, meer leegten en rustmomenten. Zijn toelichting in termen van culturele rustmomenten is echter weinig overtuigend, zijn uitweiding over de rust van de ouderdom slechts op een deel van de bevolking toepasbaar. Een groep bovendien die vergeleken met eerdere, drukkere levensfasen het tempo weliswaar wat laat zakken,

maar die waarschijnlijk toch een hoger tempo zal blijven onderhouden dan eerdere geboortegaargen op die leeftijd deden (*live now, age later*).

Deze tegentrends, als ze die naam al verdienen, lijken van onvoldoende gewicht om de eerder gememoreerde trends te amenderen. De toekomstverwachting blijft daarmee in het teken staan van een verdere intensivering van de vrije tijd. Dat verleent de vragen die Beckers (2004) stelde bij de hyperactieve samenleving extra gewicht. Er zijn daarbij drie mogelijke vormen van uitputting te onderscheiden: van individuen, van het fysieke leefmilieu en van het sociale leefmilieu.

De individuele keuzevrijheid is toegenomen. De meerkeuzemaatschappij biedt meer ruimte om het leven naar eigen inzicht in te richten. Die keuzevrijheid wordt veelal positief ervaren. Toch leiden het aantal keuzen en keuzemogelijkheden alsmede het wegvallen van traditionele referentiepunten tot een toename van de transactiekosten. Men is verantwoordelijk voor de eigen keuzen op het vlak van relatie, carrière en consumptie. Daarmee brengt de meerkeuzemaatschappij behalve meer speelruimte ook meer onzekerheid en psychische belasting met zich mee en is het als een veeleisende samenlevingsvorm te karakteriseren. De bevrijding uit strakke kaders werd en wordt door velen toegejuicht (cf. Zijdeveld 2000). Dat de keuzevrijheid tevens een bron van spanning is, zet nog weinigen ertoe aan de klok te willen terugdraaien (Breedveld en Van den Broek 2003, 2004).

Ten tweede vergen vrijetijdsfaciliteiten steeds meer ruimte en vergt de actieradius in de vrije tijd steeds meer van de infrastructuur en van het milieu. Onduurzame consequenties van consumptie zijn vaak verbonden met de vrijetijdsbesteding, met de expansie van vakantievluchten als aansprekend voorbeeld. Omwille van de duurzaamheid van het fysieke leefmilieu bepleitte Beckers (2004) verduurzaming van consumptie, verlangzaming en aandacht voor de ecologische tijd, om zelf gelijk al te constateren dat dit (opnieuw) op gespannen voet staat met het idee van keuzevrijheid in de vorm van consumentensoevereiniteit.

Ten derde zet de combinatie van tijdsdruk en consumentisme bestaande instituties onder druk, met uitputting van de sociale leefomgeving als mogelijk gevolg. De nieuwe bindingen, lichte gemeenschappen of dunne netwerken zijn nog niet uitgekristalliseerd en hebben nog niet bewezen dezelfde functies te vervullen als oudere instituties. Analoog aan aandacht voor de fysieke leefomgeving, in de vorm van ecologisch bewustzijn, bepleitte Zijdeveld (2000) aandacht voor de institutionele leefomgeving, in de vorm van een institutioneel bewustzijn. Hij paste voor cultuurpessimistisch geweeklaag over de (vermeende) teloorgang van instituties, maar pleitte als aanzet tot een dergelijke bewustzijn voor het kritisch doorlichten van zowel oude als nieuwe verbanden (vgl. Mommaas 2003).

Al in 1907 werd bezorgd geconstateerd dat '[...] de rust is verdwenen. Het moderne leven is haastig, oude zekerheden raken verloren voor nieuwe waarheden, die elkaar steeds sneller opvolgen. Mensen zijn gedwongen om zich in korte tijd en onder hoge druk aan steeds nieuwe omstandigheden en ideeën aan te passen' (geciteerd

in Schnabel 1986). In *Geen tijd* werd een halve eeuw later eenzelfde zorg aan de dag gelegd, al was daar ook oog voor 'de waardigheid van de tempomens' (Hofland 1955).

Uit dergelijke eerdere verzuchtingen over de versnelling van het leven valt niet slechts op te maken dat de zorg daarover van alle (moderne) tijden is, maar ook dat er kennelijk telkens weer een nieuw evenwicht werd gevonden. Toch dient ook hier gewaakt te worden voor gemakzuchtige extrapolaties, indachtig dat resultaten behaald in het verleden geen garantie bieden voor de toekomst. Anderzijds ligt overheidsingrijpen in de door vraagsturing gedomineerde vrije tijd weinig voor de hand. Een vinger aan de pols en symptoombestrijding waar nodig lijken vooralsnog het devies.

Literatuur

- AVV (Adviesdienst Verkeer en Vervoer) (2002). *Atlas Nederland als pretpark*. Rotterdam: Adviesdienst Verkeer en Vervoer.
- Barel, A. en E. Lagendijk (2004). *Theater & marketing, spanning & sensatie*. Amsterdam: International Theatre & Film Books.
- Beckers, T (2004). *De hyperactieve samenleving: op zoek naar de verloren tijd*. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Beckers, T. en H. van der Poel (1989). *Vrije tijd tussen vorming en vermaak*. Tilburg: Katholieke Universiteit Brabant.
- Bell, D. (1976). *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books.
- Bloothoofd, G. van, E. van Nifterick en D. Gerritzen (2004). *Over voornamen*. Utrecht: Het Spectrum.
- Bly, R. (1996). *The Sibling Society*. London: Hamish Hamilton.
- Bocock, R. (1993). *Consumption*. London: Routledge.
- Bonink, C. en G. Richards (1998). 'Internet gaat vrijetijdsgedrag beïnvloeden'. In: *Recreatie & Toerisme* (8), maart, p.14-17.
- Bottenburg, M. van (2003). 'Top- en breedtesport: een Siamese tweeling?' In: K. Breedveld (red.), *Rapportage sport 2003* (p. 285-314). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2003/4).
- Bottenburg, M. van, C. Roques en S. Smit (2003). *Ontwikkelingen in het topsportklimaat in Nederland (1998-2002)*. 's-Hertogenbosch: W.J.H. Mulier Instituut.
- Boutellier, H. (2004) 'Op zoek naar waarden, normen en wat dies meer zij'. In: H. Boutellier et al., *Bindingsloos of bandeloos. Normen, waarden en individualisering*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (Werkdocument 103).
- Breedveld, K. (red.) (2000). *Rapportage sport*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Breedveld, K. (2003). 'Sport en cohesie. De relatie tussen sportdeelname en sociaal kapitaal'. In: K. Breedveld (red.), *Rapportage sport 2003* (p. 247-285). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2003/4).
- Breedveld, K. en A. van den Broek (red.) (2001). *Trends in de tijd*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2001/5).
- Breedveld, K. en A. van den Broek (2003). *De meerkeuze maatschappij*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2003/8).
- Breedveld, K. en A. van den Broek (2004). *De veeleisende samenleving. De sociaal-culturele context van psychische vermoeidheid*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (Werkdocument 104).
- Broek, A. van den (2001). 'Gezinsleven en sociale contacten. Huiselijkheid hervonden?'. In: K. Breedveld en A. van den Broek (red.). *Trends in de tijd* (55-64). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2001/5).
- Broek, A. van den en J. de Haan (2000). *Cultuur tussen competentie en competitie*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Brooks, D. (2000). *Bobos in Paradise. The New Upper Class and How They Got There*. New York: Simon & Schuster.
- Campbell, C. (1987). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell.
- Chorus, A. (1965). *De Nederlander uiterlijk en innerlijk. Een karakteristiek*. Leiden: Sijthoff.
- Cross, G. (1993). *Time and Money. The Making of Consumer Culture*. London/New York: Routledge.
- Crum, B. (1991). *Over de versporting van de samenleving. Reflecties over bewegingsculturele ontwikkelingen met het oog op sportbeleid*. Rijswijk: ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.

- Crum, B. (1991). *Over de versporting van de samenleving. Reflecties over bewegingsculturele ontwikkelingen met het oog op sportbeleid*. Haarlem: De Vrieseborch.
- Daly, K. (1996). *Families and Time. Keeping Pace in a Hurried World*. Thousand Oaks: Sage.
- Duyvendak, J.W. en M. Hurenkamp (2004). 'Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid' en 'Kiezen voor de kudde'. In: J.W. Duyvendak en M. Hurenkamp (red.), *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid* (p. 9-17 en p. 213-222). Amsterdam: Van Gennep (Jaarboek Tijdschrift voor de sociale sector).
- Elchardus, M. (1996). *De gemobiliseerde samenleving. Tussen de oude en een nieuwe ordening van de tijd*. Brussel: Koning Boudewijnstichting.
- Elchardus, M. (2004). 'We lopen een culturele revolutie achter'. In: *Socialisme & democratie* (61) 3, p. 8-20.
- Elias, N. (1983, oorspronkelijke uitgave 1938). *Het civilisatieproces*. Amsterdam: Het Spectrum.
- Ex, S. (2001). Speech bij de presentatie van *Minder en meer! Oud en nieuw publiek voor de kunst van gisteren, vandaag en morgen* (Commissie publieksbereik hedendaagse kunst en musea 2000) in *De Balie*, Amsterdam, 15 maart 2001.
- Fouarge, D. en C. Baaijens (2003). *Veranderende arbeidstijden. Slagen mensen er in hun voorkeuren te realiseren?*. Tilburg: OSA.
- Haak, K. van der (1993). 'De televisieprogrammering van de publieke omroep' In: K. Rencksdorf et al. (red.), *Communicatiewetenschappelijke bijdragen 1992-1993* (p. 9-25). Nijmegen: Instituut voor toegepaste sociale wetenschappen.
- Haan, J. de et al. (2003). *Tijdverschijnselen. Impressies van de vrije tijd*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Haan, J. de, A. van den Broek en P. Schnabel (2001). *Het nieuwe consumeren. Een vooruitblik vanuit demografie en individualisering*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Heuvel, M. van den en H. van der Poel (2004). 'Richting zoeken voor het nationaal sportbeleid'. In: B. Bargeman, K. Breedveld en H. Mommaas (red.), *De veranderende tijd. Opstellen over tijd en vrijetijd* (p. 185-198). Tilburg: Universiteit van Tilburg/department Sociaal-culturele wetenschappen.
- Hofland, H. (1955). *Geen tijd. Op zoek naar oorzaken en gevolgen van het moderne tijdgebrek*. Amsterdam: Scheltema en Holkema.
- Hoyng, J., C. Roques en M. van Bottenburg (2003). *Kerngegevens sportdeelname. Sportdeelname in Nederlandse gemeenten. 's-Hertogenbosch*: W.J.H. Mulier Instituut.
- Huysmans, F. en J. de Haan (2001). 'Media en ICT. Omgaan met een overvloedig aanbod'. In: K. Breedveld en A. van den Broek (red.), *Trends in de tijd* (p. 75-95). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2001/5).
- Huysmans, F., J. de Haan en A. van den Broek (2004). *Achter de schermen. Een kwart eeuw lezen, luisteren, kijken en internetten*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2004/7).
- Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution*. Princeton: Princeton University Press.
- Knulst, W. (1989). *Van vaudeville tot video. Een empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Knulst, W. (1992). *Vrije tijd en cultuur op leeftijd*. Den Haag: Culturele Raad Zuid-Holland.
- Kruijt, J. (1959). *Verzuiling*. Zaandijk: Heijnis.
- LOKV (1999). *Introductie nieuwe media; een computerwerkplaats in tien stappen*. Utrecht: LOKV/Nederlands Instituut voor Cultuureducatie.
- Linder, S. (1971). *Arme elite. Toekomst en tijdgebrek*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage.
- Marcuse, H. (1964). *One-dimensional Man*. Boston: Beacon Press.

- Metz, T. (2002). *Pret. Leisure en landschap*. Rotterdam: Nederlands Architectuurinstituut.
- Meulen, R. van der (2003). 'Beoefening'. In: K. Breedveld (red.), *Rapportage sport 2003* (p. 71-98). Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-publicatie 2003/4).
- Mommaas, H., m.m.v. M. van den Heuvel en W. Knulst (2000). *De vrijetijdsindustrie in stad en platteland. Een studie naar de markt van belevenissen (WRR-voorstudie)*. Den Haag: Sdu.
- Mommaas, H. (2003). *Vrije tijd in een tijdperk van overvloed*. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Mommaas, H. (2004). 'Autonome volgzzaamheid'. In: J.W. Duyvendak en M. Hurenkamp (red.), *Kiezen voor de kudde. Lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid* (p. 205-212). Amsterdam: Van Gennep (Jaarboek Tijdschrift voor de sociale sector).
- NOS (2000). *Verskil maken. Concessieplan 2000-2010*. Hilversum: Nederlandse Omroep Stichting.
- Pouw, D. (2004). 'Van sociale bouwvallen naar nieuwe bolwerken: contouren van een vitaal sportbeleid'. In: B. Bargeman, K. Breedveld en H. Mommaas (red.), *De veranderende tijd. Opstellen over tijd en vrijetijd* (p. 297-304). Tilburg: Universiteit van Tilburg/department Sociaal-culturele wetenschappen.
- Putnam, R. (2000). *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Riesman, D., m.m.v. N. Glazer en R. Denney (1950). *The Lonely Crowd. A Study of the Changing American Character*. New Haven/London: Yale University Press.
- Roques, C. en J. Janssens (2003). *Tweemeting vrijwilligers in de sport*. Arnhem: NOC*NSF.
- Schnabel, P. (1986). 'De toekomst heeft tijd nodig; geestelijke gezondheidszorg en de Nota 2000'. In: E. Dekker en B. Wijnberg (red.), *De grenzen van de gezondheidszorg* (p. 153-177). Alphen aan den Rijn: Samsom Stafleu.
- Schnabel, P. (2004). *Een eeuw van verschil. Van achterstelling tot zelfontplooiing: de dynamiek van het gelijkheidsideaal*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Schor, J. (1998). *The Overspent American. Upscaling, Downshifting and the New Consumer*. New York: Basic Books.
- Schulze, G. (1992). *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt: Campus.
- SCP (1994). *Sociaal en Cultureel Rapport 1994*. Rijswijk/Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau/VUGA.
- SCP (2000). *Sociaal en Cultureel Rapport 2000. Nederland in Europa*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Slagter, S. (1959). *De mens in maatschappij, techniek en cultuur*. Zeist: De Haan.
- Steenbergen, J. (2004). *Grenzen aan de sport. Een theoretische verkenning van het sportbegrip*. Maarssen: Elsevier.
- Steyaert, J. en J. de Haan (2001). *Geleidelijk digitaal; een nuchtere kijk op de sociale gevolgen van ICT*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP-onderzoeksrapport 2001/7).
- Stokvis, R. (2003). *Sport, publiek en de media*. Amsterdam: Aksant.
- Veblen, T. (1979, oorspronkelijk 1899). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Penguin Books.
- Visitatiecommissie landelijke publieke omroep (2004). *Omzien naar de omroep*. Hilversum: Publieke omroep.
- Vuijsje, H. en C. Wouters (1999). *Inpakken en wegwezen. Macht en gezag in het laatste kwart*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Willis, P. (1990). *Common Culture. Symbolic Work at Play in the Everyday Cultures of the Young*. Milton Keynes: Open University Press.
- Wouters, C. (1990). *Van minnen en sterven. Informalisering van omgangsvormen rond sterven en dood*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Zeegers, W. (1998). *Op zoek naar een kanjer. Contactadvertenties in Nederland*. Amsterdam: Bert Bakker.

- Zijderveld, A. (1991). *Staccato cultuur, flexibele maatschappij en verzorgende staat*. Utrecht: Lemma.
- Zijderveld, A. (2000). *The Institutional Imperative*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Zijderveld, A. (2004). 'Rust en onrust in de cultuur'. In: T. Slootweg (red.), *Bij tijd en wijle. Essays over rust als grondwaarde*. Soesterberg: Aspekt.