

Cover Page



Universiteit Leiden



The handle <http://hdl.handle.net/1887/18697> holds various files of this Leiden University dissertation.

Author: Beulakker, Eerde Hendrik Geert Taeke Maria

Title: Onderscheid moet er zijn : pleziervaren in Nederland, een cultuurgeschiedenis

Date: 2012-04-04



Figuur 13 Schoener Clara, gebouwd in Southampton, 1906, fotocollectie Beken Ltd., Cowes, Isle of Wight, Engeland

Hoofdstuk 12. Onderscheid moet er zijn

12a. De onverstoorde balans

Op 24 maart 1752 plaatste de Engelse schilder en graveur William Hogarth een bondige advertentie in de *Covent-Garden Journal*, waarin hij de naderende publicatie aankondigde van zijn traktaat *The Analysis of Beauty*. Hij beloofde het definitieve antwoord te geven op de vraag wat schoonheid is en uit te leggen waarom bepaalde vrouwen van die prachtige nekken en benen hebben. Hij vertelde erbij dat sinds de oudheid dichters, schilders, beeldhouwers, filosofen en theologen de taak op zich hadden genomen om het geheim van de schoonheid te doorgronden en een antwoord te geven op de vraag: ‘Wat maakt bepaalde dingen zo bekoorlijk?’

Interessant is dat Hogarth nogal modern aan doet omdat hij empirisch onderzoek deed. Zo liet hij bijvoorbeeld lezers uit een aantal getekende plaatjes van kledingstukken de mooiste kiezen, en vroeg hen waarom deze superieur was aan de andere. Favoriet was zijn plaatjesreeks van zeven korsetten, waarvan (in eigentijds taalgebruik) de mate van ronding de onafhankelijke variabele was. Korset nummer één was recht en stijf, korset nummer zeven was sterk gebogen en vol rondingen. De korsetten ertussenin vertoonden toenemende rondingen. Hogarth's favoriet was nummer vier in de reeks, zijn proefpersonen scoorden gemiddeld drie tot vier. Later herhaalde hij zijn wetenschappelijke onderzoek naar schoonheid bij uiteenlopende objecten als: de neus, een kapsel, en een tafelpoot. Hij ontdekte dat een licht glooiende lijn zoals een geleidelijk aflopende spiraal of kronkel veruit de voorkeur genoot. De Engelse schilder concludeerde dat de schoonheid van een object afhangt van de vorm die het heeft, en hij kondigde aan de ‘mooiste vorm’ definitief ontdekt

te hebben. In zijn traktaat legde hij uit dat de kracht van schoonheid voortkomt uit de fascinatie die ze oproept en dat schoonheid een speciale vorm van genot is die een aparte plaats in ons leven inneemt, omdat ze aan een essentiële behoefte voldoet.⁶⁵¹

Wat voor ronde vrouwenvormen gold, geldt in de ogen van menig watersporter nog steeds ook voor de ideale vormen van een jacht. Niet voor niets is een schip of een jacht een 'zij', al dan niet getooid met de naam *Second love* of zelfs *Second wife*. Vooral klassieke jachten en moderne jachten met een modern onderwaterschip, maar boven de waterlijn klassiek ogend (de *retro-line*), krijgen deze eer toebedeeld. Dominant kenmerk van klassiek is immers (naast de positieve spiegel) de zeeg: een 'licht glooiende lijn' over de volle lengte van de boot. Dit in tegenstelling tot het moderne jacht waar de vorm de functie volgt en de zeeg geheel verdwenen is.

Het idee dat de schoonheid van een object afhangt van de vorm, dus een eigenschap van het object is, leeft sterk in de wereld van de pleziervaart. Zo onderscheiden we niet alleen grote en kleine zeil- en motorjachten, of dure en goedkope, snelle en langzame, maar vooral ook 'mooie' en 'lelijke' jachten. Dat laatste onderscheid kwamen we in dit proefschrift al tegen. Immers, naast het gegeven dat een woeste zee, wuivend riet, machtige luchten en bollende zeilen de romantici door de eeuwen heen bekoorden, zorgden ook het overdadig aanbrenge van scheepssier, het showen van weelderige luxe, en de onderlinge en vaak gefotografeerde strijd van de rijken der aarde aan boord van hun zeilende kolossen tijdens de belle époque of het interbellum, ervoor dat schoonheid tot op heden een belangrijk beoordelingscriterium is.

Ter gelegenheid van het 25-jarige bestaan van de Vereniging Klassieke Scherpe Jachten (VKSJ) verscheen in 2007 het boek *Klassieke zeiljachten. Schoonheid uit het verleden*. Dit boek is in een aantal opzichten interessant, maar wat eruit springt, is toch wel de analyse van en de worsteling met het begrip schoonheid, anders gezegd: met 'het esthetische'. De basisveronderstelling daarbij is dat 'mooi' een eigenschap (of combinatie van eigenschappen) is van het object, in dit geval het jacht, in overeenstemming dus met de opvatting van Hogarth.

In hoofdstuk 1 worden de toegedichte kwaliteiten van klassieke schepen (in vergelijking met moderne jachten) in twee hoofdgroepen verdeeld: hoogwaardige esthetische kwaliteiten naast hoogwaardige ambachtelijke kwaliteiten. Beide hoofdgroepen hebben, aldus de tekst, hun eigen, soms fanatieke aanhang. Het tijdvak waarbinnen de (veelal fameuze) ontwerpers hun jachten ontwierpen eindigde rond 1960. Toen werd het credo immers: *form follows function*. De vormgeving van jachten (en zoveel andere gebruiksvoorwerpen) werd ondergeschikt gemaakt aan pragmatische eisen als snelheid, handzaamheid en bewoonbaarheid.

'Als men ontwerpen bestudeert van diverse jachtontwerpers die internationaal een grote reputatie genieten op het gebied van esthetische vormgeving, dan komt men tot de ontdekking dat ze met elkaar gemeen hebben dat ze vrijwel altijd aan bepaalde verhoudingsgetallen voldoen. Blijkbaar verklaart dat de waardering van het publiek destijds

⁶⁵¹ Armstrong, *De filosofie van de schoonheid*, 11-13.

voor hun ontwerpen als esthetisch gebalanceerd, een waardering die tot op de dag van vandaag bestaat.⁶⁵²

Dat, aldus de schrijvers, esthetica begint met het vastleggen van bepaalde verhoudingen, is niet zo verwonderlijk. Ook in de schilderkunst, de bouwkunst en de typografische vormgeving hanteerde men immers door de eeuwen heen het uitgangspunt van de gulden snede, een complex stelsel van mathematische verhoudingen.

Onder het kopje 'Onverstoorde balans' valt vervolgens te lezen dat een klassiek schip gedefinieerd kan worden als een schip waarvan onderwaterschip, bovenwaterschip, dek, kuip, opbouw, tuig en materialen, een onverstoorde balans laten zien tussen de esthetische vorm van de genoemde elementen en de gebruiksdoeleinden. Anders gezegd: de gebruiksdoeleinden mogen bij het ontwerp niet hebben geleid tot een onbalans in de ongeschreven esthetische verhoudingen. Dat de genoemde beroemde ontwerpers, die vrijwel nooit concessies deden aan de zelfopgelegde ongeschreven esthetische wetten, een vooroorlogs uitgangspunt hanteerden, mag slechts een voordeel heten. Direct na 1945 is er immers 'al een tendens waar te nemen dat jachtontwerpers het minder nauw nemen met de vooroorlogse esthetische regels'.⁶⁵³

De VKSJ maakte sinds haar oprichting in 1982 een ontwikkeling door, aangezien de leden als eigenaren van klassieke scherpe jachten, naast schoonheid ook steeds meer de historische aspecten en de ambachtelijke waarden van hun schepen gingen waarderen. Dit doet niets af aan de algemene overtuiging, dat de trits 'klassiek', 'mooi', en 'esthetisch verantwoord' in een adem genoemd worden. Leidraad is immers, aldus de canon van de VKSJ, 'het richtsnoer van de juiste verhoudingen'. Het toverwoord hierbij is 'balans', te rubriceren in negen categorieën. Als voorbeeld geef ik categorie drie: de zeeg gekoppeld aan de verhouding tussen de lengte over dek en de lengte op de waterlijn. De essentie hiervan is dat een esthetisch fraaie zeeg afhangt van de juiste overhangen voor en achter, en een teveel of te weinig zeeg een 'banaan' of een 'strijkijzer' oplevert.⁶⁵⁴

Is schoonheid een eigenschap of een combinatie van eigenschappen van het object? Zijn er lijnen en vormen die het oog 'van nature' het meest behagen? En bestaat er dientengevolge zoiets als 'universele schoonheid', dus losgezongen van de historische en maatschappelijke context? Indien met ja beantwoord, wat moeten we dan met het spreekwoord dat 'De schoonheid der vrijster in 's vrijers oog ligt'?

De kunstenaar Hogarth publiceerde zijn traktaat over universele schoonheid in 1753 omdat de verkoop van zijn werk stagneerde, terwijl louches handelaren wel zogenaamde 'Italiaanse meesters' aan rijke klanten wisten te slijten, klanten die weinig benul van schilderkunst hadden. Hogarth, overtuigd van zijn ontdekking van de universele principes van ware

⁶⁵² Montauban, (Red.), *Klassieke zeiljachten. Schoonheid uit het verleden*, 9.

⁶⁵³ *Ibid.*, 10.

⁶⁵⁴ In het embleem van de VKSJ is het spantenplan van de *Endeavour* verwerkt, een van de gerestaureerde jachten uit de J-Class van de jaren 30 van de vorige eeuw. In een eerdere uitgave van het VKSJ-boek valt te lezen dat, al zouden hedendaagse polyester schepen *Endeavour*-lijnen hebben, ze binnen de vereniging niet geaccepteerd zouden worden. Kalma, (Red.), *Klassieke Scherpe Jachten in Nederland*, 58.

schoonheid, wenste een tegenaanval op al die esthetische kwakzalvers met hun nep: platte emotie diende vervangen te worden door inzicht!

Wat Hogarth niet in de gaten had was dat hij als ontdekker van 'het wezen van schoonheid', toch gewoon een kind van zijn tijd was, de tijd waarin rococo de toonaangevende stijl was, de algemene smaak van de kunstkende bovenlaag van de Engelse maatschappij. Zijn ideale lijn of eeuwig principe was een rococolijn: een samenspel van kleine krullen, met historische wortels in de Italiaanse renaissance.⁶⁵⁵ Hogarth had als kunstenaar een goede smaak, evenals veel leden van adellijke families die van generatie op generatie kunst kochten. Als smaakspecialist adviseerde hij met regelmaat de elite. Dat wilde hij ook met de nieuwe jachten die zich kitsch lieten aansmeren.

Ook het 'pure volbloed jacht' bezit in de ogen van van de liefhebbers van (scherpe) traditionele schepen (de scherenkruiser, het J-Class jacht), dankzij ideale esthetische verhoudingen en een onverstoord balans, universele en tijdloze schoonheid. Het vloeiende lijnenspel van de ongeëvenaarde s-spant vormt hiervan de essentie, terwijl vanzelfsprekend ook dit smaakoordeel moet worden gezien binnen een historisch en sociaal-cultureel raamwerk.⁶⁵⁶ In de jaren 60 vond in de jachtbouw immers een revolutie plaats. Het jacht onderging een dramatische gedaanteverandering als gevolg van voortschrijdend wetenschappelijk inzicht. Geen fatsoenlijke jachtontwerper kon nog de sleeptank negeren (evenmin als de auto-ontwerper de windtunnel).

Het gevolg was dat de traditionele s-spant veel aanhang verloor ten gunste van het platte, ietwat hoekige onderwaterschip met korte, diep stekende kiel, balansroer en gering nat oppervlak. De kunststof Pionier van Ricus van de Stadt kwam al ter sprake. Dit jacht zeilde sneller, hoger aan de wind, lag lichter op het roer en zeilde door één man bevaren de wereld rond. Maar de wereld van de watersport is conservatief en de modernisering viel bij velen niet in goede aarde. Nog belangrijker: de opvatting over het ideale jacht was al decennialang geworteld. Engelse en Amerikaanse (maar ook Franse, Italiaanse, Duitse en Russische) rijkaards zeilden met een complete bemanning in hun enorme s-spanten die aan windjammers deden denken, op de Solent, langs de Amerikaanse oostkust, in de Kieler Bucht. Vader en zoon Beken uit Cowes legden deze 'sublieme schoonheden' vast op de gevoelige plaat. De watersportende adel en later de *captains of industry* demonstreerden niet alleen wat echt mooie jachten zijn, voor deze elite was het monopolie op het besef van schoonheid en goede smaak, op zijn minst de ware nautische smaak, vanzelfsprekend. Wat kon de gewone watersporter anders doen dan heimelijk of openlijk 'de zeilende zwanen' bewonderen en het logisch vinden dat de smaak van de elite superieur is?

Hoewel, Nederland is geen Engeland. Toen tijdens de jaren 30 bij ons de grote jachten, de trots van de Amsterdamse jachtvloot, vanwege de economische malaise en de

⁶⁵⁵ Armstrong, 17-18.

⁶⁵⁶ Naast historische 'smaakverschuivingen' wordt de opvatting dat smaak relatief is ook gevoed door cultuurverschillen. Zo vertelde jachtontwerper Martin Bekebrede (Workum) dat zijn Noordkaper, een geliefd en traditioneel Nederlands zeiljacht, door de bouwers ervan in Turkije als foeilelijk wordt beschouwd.

pleziervaartuigenbelasting werden opgelegd of naar het buitenland verkocht, schreef H.C.A. van Kampen in de Waterkampioen: 'Grootere trotsche schepen hebben plaats moeten maken voor het kleine goed. Het is de vraag of we dat moeten betreuren?' Die ambivalentie mag typisch Nederlands worden genoemd; er is hier immers sprake van een relatief egalitaire samenleving waar te veel onderscheid weinig waardering krijgt.

12b. Een sociale kritiek van het smaakoordeel, Pierre Bourdieu (1930-2002)

Arnon Grunberg schreef een tijd terug in een column dat hij bij het zien van vuilniszakken op een warme zomeravond overvallen werd door ontroering. Hij vertelde erbij dat mensen die alleen oog hebben voor zeldzame tropische vogels of jonge eendjes vergeten dat er ook veel schoonheid in een vuilniszak te vinden is.⁶⁵⁷ Schoonheid aan (of in) een vuilniszak? Vanzelfsprekender is het om de schoonheid van een ondergaande zon of van het interieur van een kathedraal te bezingen.

De Franse socioloog Pierre Bourdieu en zijn medewerkers ontwierpen begin jaren 70 een enquête met onderwerpen voor een foto, en legden die reeks voor aan een groot aantal personen met de vraag of een fotograaf van al die verschillende onderwerpen een mooie, betekenisvolle, onbetekenende of lelijke foto zou kunnen maken. De onderwerpen liepen sterk uiteen: van de overbekende zonsondergang, een lieflijk landschap, een stilleven, een meisje met een kat, een vrouw die een kind de borst geeft, tot een slang, een auto-ongeluk, een verdorde groene kool, een gewonde man, een slagerij, een schroothoop. Analyses van de antwoorden lieten zien dat de meerderheid van de respondenten zich niet kon voorstellen dat je van een schroothoop of auto-ongeluk een mooie of interessante foto zou kunnen maken. Opvallend was dat laagopgeleide respondenten anders oordeelden dan de hoogopgeleiden. De hoger opgeleiden vonden wél dat 'lelijke dingen' (zoals een schroothoop) mooie en interessante plaatjes konden opleveren.⁶⁵⁸

Bourdieu verklaart het verschil in smaak door te wijzen op een verschil in 'esthetische dispositie'. Mensen met een hoge opleiding bleken de concrete voorstelling van het onderwerp minder van belang te vinden dan de vormgeving. Anders gezegd: bij mensen met weinig opleiding wordt de waardering of afkeuring van iets vooral bepaald door de functie: wat kun je ermee, waartoe dient het, wat heb je eraan? De beter opgeleiden daarentegen hebben meer oog voor hoe iets is weergegeven, in welke vorm het onderwerp gegoten is. Noem het een ogenschijnlijk 'belangeloos welbehagen'. Daarom kan voor hen een lelijke partij schroot of een vieze wond wel degelijk mooi gefotografeerd zijn. Bourdieu definieerde dit smaakoordeel als 'esthetische predispositie', observeren los van het functionele, en dit concept staat centraal in zijn theorie. 'Predispositie' is geen biologisch maar een sociaal-cultureel gegeven. Zij is immers sterk dominant bij de culturele bovenlaag, de hoogopgeleiden, en daarom een product van socialisatie en scholing.

⁶⁵⁷ VPRO Gids, 30, 2011, 7.

⁶⁵⁸ Bourdieu, *La Distinction, Critique sociale du jugement*. Parijs, 1979.

Engelse vertaling: *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*, 36-38.

In Nederland oefent *La Distinction* tot op heden invloed uit op de kunstsociologie.

Het smaakverschil tussen de sociale klassen en fracties daarbinnen, terug te vinden in oordelen, leefstijl en consumptiepatroon, vormt het centrale thema van *La Distinction* (Engels: *Distinction*), Bourdieu's magnum opus. In de eigen woorden van de socioloog: 'Sociology is rarely more akin to social psychoanalysis than when it confronts an object like taste, one of the most vital stakes in the struggles fought in the field of the dominant class and the field of cultural production.'⁶⁵⁹

Genoemde 'sociale psychoanalyse' laat Bourdieu beginnen met een bespreking van Immanuel Kants analyse van het smaakoordeel zoals dat door de verlichtingsfilosoof uit de doeken is gedaan in zijn *Kritik der Urteilkraft*. Voor Kant was het 'schone' voorwerp van belangeloos welbehagen en een doelmatigheid zonder doel. Het mooie, het schone, het esthetische, is datgene wat zonder begrip of redenering algemeen behaagt. Zo voldoet in de ogen van Kant een zuiver smaakoordeel aan vier criteria: het mag niet verbonden zijn met andere dan esthetische belangen, het moet algemeen geldig zijn, het moet een object als doel in zichzelf hebben en geen ander doel als middel dienen, en het moet een objectieve noodzakelijkheid in zich dragen.⁶⁶⁰ Kortom: ware schoonheid is een a priori-beginsel, een oordeel van de zuivere of verheven blik, zij dwingt iedereen tot instemming.

De opvatting van Pierre Bourdieu staat diametraal tegenover die van de filosoof Kant. Die *regard pur*, die 'zuivere blik' is bij analyse niets anders dan een product van de geschiedenis dat door de opvoeding wordt gereproduceerd. Kants esthetica is in de ogen van Bourdieu een historische breuk met de smaak van het volk, een afkeer van de eenvoudige en populaire smaak van de massa en daarom een sociale breuk. Bourdieu doelt hierbij op de eeuwenoude culturele onderscheidingsdrang van de elites sinds hun opkomst, in de eerste plaats de Franse hofsamenleving, zoals Norbert Elias die in zijn fascinerende studie van het westerse civilisatieproces beschreven heeft. De drijvende kracht achter dat civilisatieproces was immers de voortschrijdende verfijning en stilering van het alledaagse leven in hofkringen als reactie op de druk van omhoogstrevende groeperingen.⁶⁶¹

Wat Bourdieu in feite doet, is zeggen dat de kwalificaties 'mooi' en 'lelijk' als eigenschappen van de dingen zelf beschouwen, een vorm van fetisjisme is. Alleen dan geen 'warenfetisjisme', naar de theorie van Marx, maar 'cultuurgoederenfetisjisme'. Mooi of lelijk, kunst met een grote of kleine K, cultuur met een grote of kleine C, waardevol of kitscherig, het zijn geen eigenschappen, maar historisch gegroeide en sociaal-cultureel bepaalde oordelen, tot stand gekomen onder specifieke maatschappelijke verhoudingen en

⁶⁵⁹ Openingszin van *The Aristocracy of Culture*, de inleiding van *Distinction*.

⁶⁶⁰ Van der Stoep, *Pierre Bourdieu en de politieke filosofie van het multiculturalisme*, 30. Voor meer uitleg van Kants esthetica in diens *Kritik der Urteilkraft* (Berlin 1799), zie ook Weber, *Het wezen van de schoonheid. Een dwarsdoorsnede door de westerse filosofie*, 221. Kant aan het woord: 'Bij het welgevallen, dat het smaakoordeel bepaalt, is geen enkel belang in het spel'. En ook: 'Een ieder moet toegeven dat enig oordeel over schoonheid, waarin zich ook maar het minste of geringste belang mengt, zeer partijdig overkomt en geen zuiver smaakoordeel is'.

⁶⁶¹ In Elias' eigen bewoordingen: 'Dit afweren van het vulgaire, deze toenemende gevoeligheid tegenover alles wat beantwoordt aan de geringe sensibiliteit van lager geplaatste groeperingen, is bij hoofde bovenlagen in alle sferen van het sociale gedrag terug te vinden.' *Het civilisatieproces*, 683.

door opvoeding en scholing eigen gemaakt. Het is de charismatische ideologie die 'de juiste smaak' als behorend tot de vaste natuur der dingen ziet. Voor de adel en later de hogere burgerij was het hebben van goede smaak zoets als het hebben van 'blauw bloed': een mystificatie en de basis van maatschappelijk aanzien.⁶⁶²

Bourdieu's boek *Distinction* is de neerslag van een omvangrijk en meerjarig project van bronnenstudie, interviews, debat en kwantitatief veldonderzoek onder de Franse bevolking. De centrale these daarbij is dat de culturele smaak betreffende beeldende kunst, muziek, musea, huisinrichting, mode, film, kranten en boeken, theater en schouwburg, radio- en tv-zender, in hoge mate bepaald wordt door de maatschappelijke klasse waarin men is opgegroeid.⁶⁶³ Maar ook dat binnen iedere samenleving onderscheid wordt gemaakt tussen goede en slechte smaak, en dat alle klassen en fracties waaruit de maatschappij is opgebouwd de beste smaak als het eigendom van de culturele elite beschouwen. Vulgaire smaak, ordinaire smaak, populaire smaak, gebrek aan smaak en het hebben van wansmaak zijn kwalificaties die men logischerwijs beschouwt als een kenmerk van het gewone volk, de massa, de handwerkende klasse met weinig opleiding. Smaak is daarom een kenmerk van een sociale klasse en veel minder een kenmerk van het individu.⁶⁶⁴

Voor Bourdieu heeft distinctie een dubbele betekenis. Het begrip verwijst zowel naar esthetisch onderscheidingsvermogen als naar sociaal onderscheid, dus distantie. Zijn 'social critique of the judgement of taste' betreft het tweede onderscheid. De zogenaamde goede of verfijnde smaak (de culturele fijnproever), de culturele hegemonie die de hogere klassen zichzelf altijd hebben toegedicht, dient ervoor om de eigen superioriteit te onderstrepen en afstand te houden tot het gepeupel.⁶⁶⁵

Maar let op, aldus Bourdieu, de lagere klassen zijn zelf in deze mythe gaan geloven en bevestigen die keer op keer ('Dat is niets voor ons soort mensen'). Hun subjectieve verwachtingen passen ze aan aan hun objectieve kansen. Door de eeuwen heen hebben de hogere klassen de mythe geschapen dat hun visies, manieren van doen, smaken en voorkeuren, beter zijn dan die van de rest van de bevolking, omdat ze 'van nature' over een talent beschikken voor goede manieren en goede smaak. Ze hebben kans gezien hun 'habitus', dat wil zeggen: hun gedrag, taalgebruik en leefstijl tot officiële norm te verheffen,

⁶⁶² De Swaan, *Kwaliteit is klasse. De sociale wording en werking van het cultureel smaakverschil*, 24.

⁶⁶³ Bourdieu, 118-119.

⁶⁶⁴ Dat 'smaak' of 'esthetische voorkeur' heel wat minder individueel is dan we graag aannemen, toonde ook sociaal-psycholoog Johan Temme aan. In een van zijn veldexperimenten liet hij een groep huisvrouwen in een Utrechtse arbeiderswijk en een groep vrouwelijke studenten in een studentenflatcomplex een serie reproducties van schilderijen beoordelen. De proefpersonen wisten niet dat het om een psychologisch onderzoek ging. Hen werd verteld dat Openbaar Kunstbezit meer aan de weet wilde komen over de opvattingen van de Nederlandse vrouw. De smaakverschillen tussen beide groepen vrouwen waren significant.

Temme, *Over smaak valt te twisten. Sociaal-psychologische beïnvloedingsprocessen van esthetische waardering*.

⁶⁶⁵ De Swaan, 29.

waardoor ze worden ondersteund door het onderwijs en andere maatschappelijke instituties.⁶⁶⁶

Bourdieu illustreert zijn opvatting dat 'goede smaak' en een 'ontwikkelde culturele consumptie' historische en sociale constructies zijn, door de maatschappelijke bovenlaag gemonopoliseerd, maar feitelijk een puur arbitraire kwestie, onder andere aan de hand van de 'kunstwereld'. Voor mijn term 'wereld' hanteert Bourdieu het begrip 'veld.' Een veld is een min of meer te onderscheiden universum met zijn eigen netwerken of configuratie zoals een specifieke taal, subcultuur, machtsverhoudingen, kennis, visies en strijd om de betere posities. Velden zijn bij nadere beschouwing strijdperken, plaatsen waar een onafgebroken gevecht woedt om de verdeling van de specifieke macht of 'kapitaal'. Op ieder veld wordt een bepaald 'spel' gespeeld met specifiek kapitaal dat ongelijk is verdeeld en waarvan het bezit toegang geeft tot winst. Het paradigma van dit sociologische model is 'behoefte' en 'schaarste' en de strijd om goederen, macht, kennis en status. Voorbeelden van velden zijn er in overvloed: de wereld van de kunsten, onderwijs, sport, scheepvaart, pleziervaart. Ieder veld leent zich weer voor nadere opdeling. Zo kan het veld van de pleziervaart verder worden opgedeeld in de kanowereld, zeilwereld, de jachtbouw, het verenigingsleven en cetera. Je kunt voorts zeggen dat een 'veld' een relatief autonome sociale ruimte is die volgens een eigen logica functioneert.⁶⁶⁷

Ieder veld heeft zijn deskundigen, de 'smaakspecialisten': legitieme beoordelaars van wie de mening zwaar weegt. In het veld van de kunst zijn dat museumdirecteuren, galeriehouders, commissie- en juryleden, mecenasen, veilinghuizen, kunstcritici en kunstenaars. De oordelen die zij vellen zijn onderwerp van voortdurende discussie over de vraag wat bijvoorbeeld wel en niet kunst mag heten, wat wel of niet van waarde is en of de prijs van een kunstwerk te hoog of te laag is. Al is de uitkomst ongewis, hun oordelen vormen in hoge mate de bouwstenen voor consensus over wat esthetisch waardevol is.⁶⁶⁸ Vergelijk hiermee het 'watersportveld'. Ook hierbinnen bestaat tot op zekere hoogte consensus over wat een goed jacht is, wat een echt mooi ontwerp is, welke boot er technisch uitspringt, tijdloos is, functioneel is, welk jacht moet worden uitgeroepen tot 'het jacht van het jaar' of welke materialen het meest geschikt zijn. Maar ook hoe er gevaren moet worden en welke codes

⁶⁶⁶ Tacq, (Red.), *Het oeuvre van Pierre Bourdieu*, 60-61.

In het voorwoord bij de Engelse vertaling van *La Distinction* spreekt Bourdieu de vrees uit dat zijn boek als zeer Frans zal overkomen, omdat het empirische gedeelte gemakkelijk als een ethnografie van het Frankrijk uit de jaren 60 en 70 kan worden gelezen, de periode waarin zijn omvangrijke onderzoek plaatsvond. Frankrijk heeft inderdaad nog een eigen Parijse *haute bourgeoisie* met een elitaire leefstijl die aan een hofhuishouding doet denken, zoals door Elias beschreven, inclusief de arrogantie over de eigen culturele oordelen. Bourdieu: 'The model of the relationships between the universe of economic and social conditions and the universe of life-styles which is put forward here, based on an endeavour to rethink Max Weber's opposition between class and stand, seems to me to be valid beyond the particular French case and, no doubt, for every stratified society.' Bourdieu had vooral de Verenigde Staten op het oog. In welke mate Bourdieu's 'smaaktheorie', gevoed door het hiërarchische en centralistische Frankrijk, voor het nogal egalitaire Nederland geldt, is de vraag.

⁶⁶⁷ Pels, *Pierre Bourdieu. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip*, 12-13.

⁶⁶⁸ Oosterbaan Martinius: *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*, 141.

op het water ertoe doen. Binnen het watersportveld zijn de smaakspecialisten: de jachtbouwers, jachtarchitecten, watersportjournalisten, importeurs, leden van de technische commissie van watersportverenigingen of van de ANWB. En vanzelfsprekend ook ervaren watersporters.

Bourdieu benadrukt dat mensen nou eenmaal de fundamentele behoefte hebben zich te onderscheiden van anderen en dat ook in een moderne samenleving, ondanks democratisering, individualisering en de sterke erosie van het standsbesef, zowel de materiële als immateriële basis van de sociale hiërarchie overeind is gebleven. De afstand tussen sommige treden van de maatschappelijke ladder kan wijzigen, en soms wisselen bepaalde categorieën van plaats en zie je individuen spectaculair stijgen, maar dit alles verandert niets aan de structuur van sociale ongelijkheid. Ook binnen moderne samenlevingen tref je economische en culturele elites. Ze zetten met hun *lifestyle* de toon en onderscheiden zich door het pronken met rijkdom of met het domineren dankzij culturele expertise.⁶⁶⁹ 'The eye is a product of history reproduced by education. The 'pure' gaze is a historical invention.'⁶⁷⁰

Norbert Elias liet in diens al genoemde studie over het Europese beschavingsproces zien, hoe binnen de Franse hofhouding een proces van voortschrijdende verfijning optrad dankzij druk van onderaf. Die verfijning op velerlei gebied was mogelijk dankzij rijkdom. Het waren de vrouwen uit de hogere kringen die over de tijd en middelen beschikten om het interieur, de kleding, het servies, het kapsel, de tuin en de maaltijden te versieren. Paradoxaal genoeg was dus de negatieve economische noodzaak, het zogenaamde 'gemakkelijke leven', de voorwaarde om actief afstand te houden tot noodzaak, tot 'in het zweet des aanzien het dagelijks brood verdienen'.

Begrijpelijk, aldus Bourdieu, dat een goede culturele smaak zichzelf ontkent, want ze wordt beleefd als vanzelfsprekend, als een natuurlijk teken van beschaving en subtiele sensibiteit. Maar als smaak iets doet dan is het wel sociaal onderscheid maken. Dus zijn Anton Pieck en Rien Poortvliet, André Hazes en André Rieu wel vaklieden, maar voor de 'fijnproever' zeker geen kunstenaars. En wie wil er nog *De aardappeleters* van Van Gogh of het danseresje van Degas aan de muur hebben, of *De vier jaargetijden* van Vivaldi of een wals van Johan Strauss in de cd-speler? De geschiedenis leert dat zodra cultuurspreiding slaagt en massacultuur wordt, ze het etiket 'verstrooiing' krijgt opgeplakt, en faalt.⁶⁷¹

⁶⁶⁹ Bourdieu (1930-2002) sloopte met genoeg taboes, vooral als het ging om de ontmaskering van de zogenaamde 'hoge cultuur'. Zelf groeide hij op als zoon van een postbode in een dorp aan de voet van de Pyreneeën. Hij werd hoogleraar aan het prestigieuze Collège de France, maar voelde zich nooit thuis in academische kringen. In de jaren 90 herleefde bij Bourdieu een politiek engagement als reactie op het neoliberalisme van sociaaldemocraten als Jospin en Blair. Hij bemoeide zich steeds meer met het publieke debat en rond hem ontstond een nieuwe linkse beweging die in hevig conflict raakte met reformistisch links. Bourdieu's oproep aan de intellectuelen om zich te verenigen liet aan duidelijkheid niets te wensen over. Zie Tacq, (Red.), *Het oeuvre van Pierre Bourdieu*, 21.

⁶⁷⁰ Bourdieu, Introduction, 5.

⁶⁷¹ De Swaan, *Kwaliteit is klasse*, 48.

Umberto Eco gebruikt het (Duitse) woord *kitsch* voor het op emoties beluste (zogenaamde) kunstwerk en dientengevolge het object van slechte smaak. Kitsch is volgens Eco het opdringen van een geprefabriceerd, kant-en-klaar effect, dat zijn functie wil rechtvaardigen door te pronken met het schoons dat elders tot stand kwam, en zichzelf wil verkopen als onvoorwaardelijke kunst.⁶⁷²

Enkele van zijn voorbeelden: de gevleugelde Griekse figuur op de motorkap van een Rolls-Royce; een Fiat 600 vermomd als raceauto, voorzien van rode horizontale rallystrepen en spoilers; de transistorradio (jaren 60!) met een belachelijk lange antenne die het prestige van de bezitter moet opvijzelen; het bankstel dat bekleed is met stof waar de vrouwenfiguren van Campigli op gedrukt staan.⁶⁷³

In de geest van dit oordeel over kitsch zou ik zelf zeggen: de sloep. Van plastic vervaardigd, meestal overnaads, met aangehangen roer, spitsgat of platgat, rondom banken met luie kussens en jawel, in feite een replica van de houten reddingssloep; sinds een grijs verleden hét romantische en avontuurlijke symbool aan dek van de historische zeevaart naar verre oorden. Bedoeld als laatste redmiddel bij storm of brand of een vervaarlijk dreigende lagerwal met schipbreuk. De reddingssloep aan dek transformeerde in korte tijd tot pleziersloep, met als nieuw zomeronderkomen een steigertje voor de deur en 's winters een verwarmde loods. Zijn nieuwe werkterrein bestaat uit grachten, singels en kanalen. De 'schipbreukelingen' aan boord zijn waterrecreanten, voorzien van champagne, wijn en bier, toast, chips en nootjes.

Smaak is, zo schrijft Bourdieu, een sleutelkenmerk voor zelfbeeld, identiteit en status. We classificeren onszelf en anderen op basis van goede, minder goede of slechte smaak, en geloven graag dat smaak iets persoonlijks is, een eigen prestatie. Sterker, dat de eigen smaak de betere smaak is. Maar klassenafkomst (economisch) en (onuitgesproken) cultureel standsverschil zijn essentiële determinanten voor smaak. Daarom zijn nieuwkomers binnen een bepaald veld veelal onzeker, en daarom vraagt de startende watersporter: 'Wat voor boot moet ik kopen? Wat voor spullen moet ik allemaal bij een boot aanschaffen? Hoe moet ik me op het water kleden? Hoe moet ik me op het water en in de haven gedragen?'⁶⁷⁴

Vervalt Bourdieu met zijn opvatting dat smaak een product is van geschiedenis en maatschappelijke context tot een radicaal smaakrelativisme? Zeker niet, omdat de

In zijn studie *Cultuurdeelname in Nederland. Een empirisch-theoretisch onderzoek*, toont Harry Ganzeboom weer eens aan hoe gering, ondanks alle pogingen van de overheid, de spreiding van de deelname aan cultuur met een grote C in Nederland is gelukt. Zo is 10 procent van de bevolking frequent gebruiker van musea, theater en concertzaal. Steeds weer blijkt uit onderzoek dat de correlatie tussen cultuurdeelname en sociale achtergrond-variabelen als beroepsstatus, opleiding en genoten opvoeding, uitzonderlijk hoog is. Culturele activiteiten zijn vooral bij 'hoge statusgroepen' te vinden.

⁶⁷² Eco, *De structuur van de slechte smaak*, 112.

⁶⁷³ *Ibid.*, 115-116.

⁶⁷⁴ Het 'zegt u het maar' uit de mond van de nieuwkomer met de beurs in de aanslag, klinkt de watersportwinkelier overigens als muziek in de oren. 'Het zijn steevast mijn beste klanten', vertrouwden watersportwinkeliers mij nogal eens toe. 'Ze hebben pas een boot gekocht, willen nu gaan varen, maar hebben de ballen verstand van wat ze allemaal moeten aanschaffen'. Niet verwonderlijk dat menig oude vaarrot de nieuwe generatie van vaaranalfabeten als 'grofbesnaard' veroordeelt.

economische, sociale en culturele werkelijkheid van het moment geaccumuleerde geschiedenis is. En daar je geld, economisch kapitaal, opgehoopte arbeid kunt noemen, is cultureel kapitaal eveneens geaccumuleerde arbeid, van generatie op generatie opgespaard binnen families en binnen bepaalde klassen. Dit kapitaal is door opvoeding en scholing eigen gemaakt en een wezenlijk deel van iemands persoonlijke habitus geworden. Anders gezegd: cultureel kapitaal is geïncorporeerd kapitaal, in de woorden van Bourdieu: ‘belichaamde’ dispositie, ‘met de paplepel ingegoten’. Het centrale begrip ‘habitus’ in Bourdieu’s theorie omvat de duurzame manieren van waarnemen, denken, oordelen en waarderen (het sociaal-psychologische begrip ‘attitude’ komt hier dicht bij). Van de eigen habitus is een mens zich hooguit ten dele bewust. De eigen perceptie, oordelen en manieren van omgaan met de (sociale) wereld is daarvoor te vanzelfsprekend.

Dat onderscheid tussen economisch en cultureel kapitaal is niet voor niets; beide categorieën hebben hun elites. Zo onderscheidt de economische elite zich door hoge inkomens, bezit, conservatisme en traditionele fatsoens- en omgangsvormen. De beroepen liggen in de economische sfeer: zakenlieden, hoge functies in het bedrijfsleven, het hogere kader binnen de bankensector. Als men aan culturele activiteiten deelneemt, kiest men al gauw voor traditionele vormen.

De culturele elite is hoogopgeleid, heeft een matige economische positie en interesseert zich voor intellectuele kwesties. Leden van deze elite zijn werkzaam binnen het hoger onderwijs, de serieuze journalistiek, architectuur en vrije beroepen. Ze zijn eerder progressief en stemmen links. Hun culturele smaak ligt meer bij het eigentijdse aanbod.⁶⁷⁵

Onder de kop ‘The Variants of the Dominant Taste’ in zijn *Distinction*, schetst Bourdieu uitgebreid de tegenstellingen in de culturele praktijken, sociale opvattingen en wereldbeelden van de (Franse) culturele en economische elite. Kamperen, bergwandelen, museumbezoek, avant-gardetheater, de vlooiemarkt en vakantie op het platteland, tegenover lunches, boulevardtheater, variétéschows, juwelierszaken, commerciële tentoonstellingen, commerciële tv-zenders, hotels, luxeauto’s en jachten. Jachten? Dit is een begrijpelijke maar stereotype voorstelling van zaken. Plezierjachten passen in het collectieve bewustzijn inderdaad bij rijkdom en zakendoen. Wellicht ook dat Bourdieu de witte glimmende megajachten in de havens van St. Tropez of Monaco in gedachten heeft gehad.⁶⁷⁶

⁶⁷⁵ Ganzeboom, *Cultuurdeelname in Nederland*, 60-61.

⁶⁷⁶ Bourdieu, *Distinction*, 283: ‘The antagonism between the life-styles corresponding to the opposing poles of the field of the dominant class is clear-cut. On one side, reading poetry, philosophical and political works, *Le Monde*, and the generally leftish literary or artistic magazines; on the other, hunting or betting, and when there is reading, reading *France-Soir* or *L’Aurore*, *Auto-Journal* or *Lectures pour tous*.’ Over watersport schreef Bourdieu in zijn *Distinction*, 219: ‘The health-oriented hedonism of doctors and modern executives who have the material and cultural means of access to the most prestigious activities, far from vulgar crowds, is expressed in yachting, open-sea swimming, cross-country skiing or underwater fishing.’ Watersport in de categorie ‘meest prestigieus’? Die tijd is voorbij! Anderzijds, juist omdat de pleziervaart massarecreatie is geworden, biedt zij de elites alle mogelijkheden zich te onderscheiden.

Hoe dan ook, de Nederlandse watersport strekt zich uit tot alle maatschappelijke lagen, inclusief de economische en culturele elites. Maar binnen die lagen en elites op het water vermoed ik al heel lang karakteristieke smaakverschillen!

Tot slot: is de voorafgaande theorie over de geschiedenis en de sociale rol van smaak een warm pleidooi voor smaakrelativisme?

Abram de Swaan schreef daar behartenswaardig over,⁶⁷⁷ namelijk dat klasse niet vanzelf komt en veel vraagt. Hij voegde eraan toe dat dit met alles zo is. Want cultureel kapitaal is geen ding dat verhandeld kan worden of als gift kan worden overhandigd. Cultureel kapitaal kan worden verworven, aangeleerd. Dat vereist ambitie, aandacht, discipline, opoffering, 'bloed, zweet en tranen', jarenlange training en ontzegging. Ik ben zo vrij in aansluiting hierop De Swaan te parafaseren: zonder een ontwikkeld oog en gevoel voor een schip en voor varen, ben je aan boord toch maar mooi platzak. Een mens met het nodige economisch kapitaal kan op de HISWA het duurste, grootste en meest glimmende jacht aanschaffen, hij heeft daarmee nog geen eurocent nautisch kapitaal verworven.

12c. Nautisch kapitaal

Het is alweer ruim dertig jaar geleden dat Bourdieu en zijn medewerkers de resultaten van hun onderzoekingen naar de wortels van smaak en de rol die ze als distinctiemiddel binnen de samenleving speelt, in een lijvig boekwerk samenvatten. Intussen is Frankrijk veranderd, Europa veranderd, en zeker ook Nederland. Ik vermeldde al dat Bourdieu in het voorwoord van de Engelse vertaling uit 1984 aangaf ervan overtuigd te zijn dat zijn theorie ook voor Angelsaksische landen gold; over Nederland of de Scandinavische landen liet hij zich niet uit.

Een kenmerkende verandering binnen de Nederlandse samenleving die wel als 'de scheiding der geesten' wordt aangeduid, hangt nauw samen met een sociale schifting die heeft plaatsgevonden: aan de ene kant de gewone man of vrouw, aan de andere kant de doctorandus. Opleiding bepaalt in hoge mate hoe je in het leven staat. Leefstijlen, politieke opvattingen, culturele smaken, taalgebruik; hoog- en laagopgeleiden verschillen hierin van elkaar, en kunnen zich daarom ook niet met elkaar identificeren. De hoogst opgeleiden zijn dan ook sterk ondervertegenwoordigd bij de PVV-stemmers, en stemmen disproportioneel veel op Groen Links en D66. Daarentegen kiezen veel laagopgeleide mensen voor de PVV.⁶⁷⁸ Een essentieel element is dat elites schijnbaar hebben afgedaan. Een belangrijk deel van de bevolking lijkt het inzicht, de mening of de smaak van de politieke, intellectuele, of culturele elite aan zijn laars te lappen, hun mening zelfs flauwekul te vinden. Men beweert daarbij algauw het zelf wel te weten. Het 'ik zeg wat ik wil' is dan een vrijbrief voor het uiten van eigen wijsheden. Je zou kunnen zeggen dat de 21^e-eeuwse Nederlander zijn nederige opstelling van zich heeft afgeworpen, dat de massa definitief is geëmancipeerd. Hoe dat mogelijk was? Dat kon omdat de massa een eigen ruimte heeft gecreëerd, een commerciële

⁶⁷⁷ De Swaan, 54.

⁶⁷⁸ Vlasboom, 'Scheiding der geesten', in: *NRC Handelsblad*, 19-20 juni 2010.

ruimte: commerciële televisie en radio, internet, de Efteling, krasvakanties, het DeLaMar Theater, het Gelredome.

Wat internet betreft, voor mijn onderwerp is de omvangrijke tweede- en derdehands botenmarkt met al zijn sites (Marktplaats!) een goed voorbeeld. Wat per direct de vraag opwerpt of en in welke mate op het water voor de nieuwkomers nog het smaakoordeel van de traditionele elites telt: van de elite met geld en luxejachten, de academisch opgeleide elite met (historisch) interessante boten of de nautische elite met uitgekiende schepen. Immers, waarom zou een bontbeschilderde pieremachochel onderdoen voor een Super Van Craft? Waarom zou een jachtontwerper een betere botensmaak hebben dan een tevreden Bavariazeiler die aan zijn tweede vaarseizoen begint? Waarom past een gelakte eikenhouten boeier beter in het Friese landschap dan een witte polyester trimaran? En waarom is zeilen superieur aan motorbootvaren, wat de meeste zeilers denken? Anders geformuleerd: is de collectieve notie van een wezenlijk en waardevol verschil tussen kunst en kitsch, tussen hoge en lage cultuurgoederen, tussen varend 'oud hout' en 'nieuw plastic', tussen de kneepjes van het varen kennen en een boot aanschaffen omdat de caravan verveelt, niet aan het verdwijnen? Getuigt de opvatting dat tegelijk met de invasie van sloepen en goedkope zeiljachten de barbaren massaal de watersport binnenvielen, niet van een 19^e-eeuws romantisch, dus gedateerd idee?

Naar aanleiding van zulke vragen is het de moeite waard een moment stil te staan bij *De barbaren. Essay over de mutatie*, een boek van de Italiaanse schrijver Alessandro Baricco, verschenen in 2006.⁶⁷⁹

Baricco schrijft ervan overtuigd te zijn dat onze westerse cultuur een mutatie ondergaat, aangezien de manier waarop we ervaringen opdoen definitief is veranderd. Deze mutatie wordt algemeen als zeer verontrustend beleefd, vooral door intellectuelen en de generaties die niet met internet zijn opgegroeid. Zij hebben immers, aldus Baricco, geleerd dat langdurige inspanning, concentratie, de diepte ingaan, een waarde op zich is en de beste resultaten oplevert, de meeste kennis voortbrengt en het dichtst bij de waarheid komt. Zo was tot in de jaren 80 van de vorige eeuw de ontwikkelde burger, iemand die gebogen over een boek bij een schemerlamp, in het halfduister van een salon met gesloten ramen en beklede wanden zat te lezen, het toonbeeld van eruditie. Die burger, zegt Baricco, is inmiddels vervangen door de *surfer*, een begrip uit 1993 en geleend van, jawel, de watersport. Niet de windsurfer, maar de surfer op een plank die zigzaggend de aanstormende golven bedwingt.⁶⁸⁰

Surfen betekent over het internet navigeren, over oppervlakten in plaats van naar diepten. Het idee dat 'begrijpen' en 'weten' betekent dat we de diepte in moeten gaan van wat we bestuderen, tot we de essentie bereiken, is volgens Baricco een charmant idee dat aan het uitsterven is. Kenmerk van surfen is beweging, constante beweging, binnen netwerken, van knooppunt naar knooppunt. Het duidelijkste voorbeeld hiervan is *multitasking*. Een typisch

⁶⁷⁹ Oorspronkelijke titel *I barbari. Saggio sulla mutazione*. Nederlandse vertaling, 2010.

⁶⁸⁰ Baricco, 107.

Amerikaans begrip: je zoontje of dochtertje speelt op zijn of haar *gameboy*, eet van een omelet, belt zijn of haar oma, volgt een tekenfilm op tv, aait de hond en fluit het bekende deuntje van Vodafone, en dit alles 'tegelijk'. Het multitasken is de perfecte belichaming van een bepaald idee van ervaren dat in opmars is: zoveel mogelijk zones tegelijk bewonen met tamelijk weinig aandacht; dus handelingen worden niet geïsoleerd om ze met veel aandacht uit te voeren. Integendeel, handelingen zetten aan tot het benutten van 'doorgangssystemen' om constellaties van betekenis te vormen, en dus ervaring, een 'nieuw idee van ervaring'. Baricco vermoedt in dit verband zelfs het geleidelijk ontstaan van een nieuwe beschaving.⁶⁸¹ Hij spreekt wijselijk niet van 'een nieuwe mens', alhoewel zijn veelgebruikte stereotype 'de barbaren' in de buurt komt.

'Dus hebben de barbaren de horizontale mens bedacht. Zoiets moeten ze gedacht hebben: als ik nu eens al die tijd, al die intelligentie, al die toewijding gebruik om over de oppervlakte te reizen, over de huid van de wereld in plaats van die vervloekte diepte in te moeten?'⁶⁸²

Het begrip 'barbaren' staat bekend als negatief stereotype van een woeste horde die binnenvalt en bruut de beschaving afbreekt. Baricco neemt als voorbeelden onder andere wijn, voetbal, boeken en muziek om de culturele mutatie die plaatsvindt te illustreren. Als voorland van het barbarisme noemt hij Hollywoodwijn en Disneyland, klassieke voorbeelden van wat hij 'spectaculariteit' noemt: gemakkelijker, oppervlakkigheid, effectbejag, commerciële verleiding. Allemaal vormen van betekenisverlies in de ogen van de niet-barbaren.⁶⁸³ Waarbij nog komt dat voor de barbaar, zo schrijft Baricco, het verleden niet een plaats is van betekenis, een studiebron bij uitstek om onze wortels te vinden. Voor barbaren is het verleden van weinig belang, hooguit een stortplaats vol ruïnes, wellicht interessant om er vluchtig wat rond te neuzen en te pakken wat je kunt gebruiken. Het verleden is geen begraven schat die je na veel studie en inspanning kunt opgraven, wel iets dat naar de oppervlakte kan komen om opgenomen te worden in het netwerk met scherven van het heden.

Samengevat, aldus Baricco: wat er om ons heen gebeurt wordt veroorzaakt door technologische vernieuwing (bijvoorbeeld internet), waardoor de privileges van specifieke groepen worden neergehaald en toegang wordt gegeven aan nieuwe bevolkingsgroepen. De mutatie kenmerkt zich door oppervlakte in plaats van diepgang, snelheid in plaats van reflectie, sequentie in plaats van analyse, surfen in plaats van verdieping, communicatie in plaats van uiting, *multitasking* in plaats van specialisatie, plezier in plaats van inspanning. Wat al een tijdje plaatsvindt is al met al een systematische ontmanteling van het hele mentale arsenaal dat ons is nagelaten door de 19^e-eeuwse, romantische burgercultuur. Maar, schrijft Baricco, dat deze ontmanteling door velen gekwalificeerd wordt als een inval van de barbaren, doet geen recht aan genoemde culturele veranderingen. Er is geen grens, zegt Baricco, tussen een beschaving en de barbaren. Er bestaat wel een verschil tussen het bekende en vertrouwde enerzijds en het onbekende en vreeswekkende anderzijds. Op de

⁶⁸¹ *Ibid.*, 112.

⁶⁸² *Ibid.*, 137.

⁶⁸³ *Ibid.*, 158.

stroom van de mutatie is beschaving datgene wat we kennen, voor barbaarsheid hebben we nog geen naam.⁶⁸⁴

Met die laatste zin heeft de auteur van *De Barbaren* inderdaad een punt. Immers, het is niet de vraag òf onze cultuur muteert als gevolg van de mondiale digitalisering, de vraag is hoe, in welke mate, in wat voor tempo en binnen welke domeinen dat plaatsvindt .

Toen na 1900 de explosiemotor zijn intrede in de pleziervaart deed, stierf het ‘ouderwetse’ zeilen niet uit. Wel kregen de zeilverenigingen er een geduchte concurrent bij: de motorbootvereniging. De sport veranderde daardoor: er trad een nieuw publiek toe, een nieuw type beroepsbemanning, er werden nieuwe vaardigheden vereist, er kwamen voor het eerst snelheidsbepalingen, andere vaarvoorschriften, een andere etiquette en een geheel nieuw type wedstrijden.

Nadat in 1959 Ricus van de Stadt zijn polyester seriezeiljacht de Pionier te water had gelaten, betekende dat niet het einde van hout en staal. Integendeel, hout werd chic, of getuigde van goede smaak en gevoel voor historie, staal werd populair bij langeafstandzeilers en het gewilde aluminium vormt al een aantal decennia het materiaal voor het duurdere segment van de jachtbouw.

Ook aan de inval van de barbaren na 1990, de sloepvaarders en de Bavariazeilers, begint ‘het beschaafde deel van de watersporters’ intussen te wennen. De verschillen tussen de nieuwkomers, de barbaren, en de oude, door de wol geverfde ‘nautische kaste’ nemen zelfs af. Immers, plezier, comfort, gemak en je veilig voelen zijn intussen de dominante waarden binnen de gehele moderne pleziervaart. Niet verwonderlijk dat ervaren zeilers hun opvattingen over ‘het juiste jacht’ herzien en op latere leeftijd een goedkoop serieschip aanschaffen. Evenmin valt het te betreuren dat de boot een verlengstuk van thuis is geworden, inclusief het multitasken: sturen, naar de gps en de dieptemeter staren, op het *flatscreen* navigeren, een oog op de watersportkaart houden, mobiel bellen, twitteren, sms’en, gamen, internetten, mailen.

Terug naar Pierre Bourdieu. Vooral het concept ‘kapitaal’ van Bourdieu sijpelde ook door in de Nederlandse taal, de krantenlezer zal dit zijn opgevallen. In plaats van kapitaal wordt ook wel de term ‘bagage’ gebruikt, en ook dan wordt bedoeld op verworven kennis en competentie. Staat *bagage* echter meer voor passief persoonlijk bezit, kapitaal staat voor sociale interactie, voor het actieve ‘spel’ van winst en verlies op het maatschappelijk strijdtoneel, niet enkel in de economische zin van geld en bezit, maar ook in termen van macht, aanzien, reputatie, status, loopbaan, netwerk, opleiding, beroep en maatschappelijke positie. Vandaar dat we kunnen spreken van economisch kapitaal, cultureel kapitaal, sociaal kapitaal, symbolisch kapitaal.

Ik voeg hier graag ‘nautisch kapitaal’ aan toe, bedoeld als uitbreiding en precisering ten dienste van mijn onderwerp: het pleziervaren. Mijn studie van de watersport betreft immers niet alleen de vraag naar het hoe van de popularisering van deze vrijetijdsbesteding, maar

⁶⁸⁴ Ibid., 199-200.

ook de vraag hoe de middenklassen en de maatschappelijke elites die zeilen of motorbootvaren, reageren op deze popularisering.

Dat die elites zich traditioneel onderscheiden door hun superieure smaak, en dat smaak nauw samenhangt met sociale klassen, daar hamerde Bourdieu als geen ander op. Maar het brede en algemene culturele en economische smaakonderscheid is niet in staat de pleziervaart voldoende in kaart te brengen. Om dit tekort aan te vullen breng ik het concept 'nautisch kapitaal' in: specifiek kapitaal waarmee men binnen het watersportveld zijn voordeel kan doen en zich onderscheidt. Nautisch kapitaal is verworven nautische kennis en kunde, een dispositie die een categorie watersporters aanzien, reputatie, macht en invloed geeft en de 'juiste smaak'. Nautisch kapitaal is in handen van pleziervaarders die een jarenlange vaarloopbaan hebben, en bij wie het zeilen of tuffen met de paplepel werd ingegoten. Zij schipperen zelf, beheersen de vaaretiquette, vaarregels en nautische taal, (ver)bouwd en onderhouden hun schip, maken verre bootreizen, zijn actief binnen watersportverenigingen en/of binnen de wedstrijdwereld, maken studie van hun hobby of hebben van hun hobby een beroep gemaakt.

Als ik Abram de Swaan parafraseer zijn dit de watersporters met veel nautisch kapitaal, ze beschikken over een ontwikkelde smaak voor schepen. Zij zijn 'de ingewijden', te onderscheiden van 'de onbevoegden', de nieuwkomers, de jongste generatie bootbezitters. Voor deze half- of onontwikkelde watersporter moet een jacht op de eerste plaats op een jacht lijken, dat wil zeggen: er glimmend, strak en netjes uitzien, iets chics uitstralen, ook een vleugje rijkdom, comfort en luxe hebben, een zweem van zon en tropisch blauw water meedragen. Met in de kuip een tafel waarop de champagne kan staan en achter de spiegel een zwemplatform met davits waaraan een snelle bijboot hangt.

Een beperkt deel van de nieuwkomers zijn de nieuwe rijken; ze hebben grote jachten gekocht of laten bouwen die in de mode zijn. Deze groep bestaat in de ogen van de ervaren watersporter uit grofbesnaard volk. Maar ook de zondagsvaarder die een boot huurt en de watertoerist die meevaart wordt een gebrek aan nautisch kapitaal toegedicht. Dat een boot een intrinsieke waarde kan hebben, niet enkel een gebruiksvoorwerp maar vooral ook cultuurgoed is dat naar een traditie verwijst, naar een technische en artistieke evolutie, dat blijft voor hen onopgemerkt.⁶⁸⁵ Hier is de vergelijking met cultureel kapitaal op zijn plaats: een schilderijenverzameling is overdraagbaar, niet de kennis ervan. Hetzelfde geldt voor een boot.

Binnen de wereld van de pleziervaart bestaan er vele wegen en manieren voor de economische, culturele en nautische elite om zich te onderscheiden. Denk alleen al aan de reputatie van de watersportvereniging(en) waarvan men (eventueel) lid is. Verenigingen als 'de Koninklijke' te Muiden, 'Oostergoo', en de KNMC bieden de leden meer status (en deftigheid) dan WV Aalsmeer, De Zevenwolden en W.V.D.S.-Sixhaven. Of denk aan het jacht dat iemand bezit. Zo mag een merk als Bavaria of Jeanneau voor 'veel boot voor weinig geld' staan, de status ervan voor de eigenaar is gering. Dit geldt evenzeer voor de populaire

⁶⁸⁵ De Swaan, 30. Ik parafraseer hier De Swaan die een schets geeft over de nieuwkomer in de kunstwereld.

Doerak of andere 'volkse' motorkruisers. Naast merk bepaalt ook het soort jacht in hoge mate de beeldvorming binnen het watersportveld. Immers, een boot heeft een hoge demonstratiewaarde, is het 'visitekaartje' van de eigenaar. 'Zeg mij welk jacht u heeft en ik vertel wie u bent.' Bourdieu zou zeggen, hoe uw economisch en cultureel kapitaal eruitziet, en tot welke klasse of fractie daarvan u behoort. Zoals gezegd, ik veronderstel dat dat nautisch kapitaal een noodzakelijke toevoeging is vanwege het specifieke veld: de pleziervaart.

Een zwarte stalen vissermanschouw met bruine zeilen roept een ander oordeel over de eigenaar af dan een hoog en luxe motorjacht. De eigenaar van een 60 voet aluminium *retro-design* van André Hoek met een teakhouten opbouw, teakdek en rijen glimmende lieren, krijgt meer status toegewezen dan de eigenaar van een Jan van Gent polyester sloep met een minuscuul opbouwje. Het jacht zelf is, denk ik, de belangrijkste bron voor de beeldvorming ten aanzien van het type en de hoeveelheid kapitaal die de eigenaar bezit, meer dan de (nautische) vrijetijdskleding, het wel of niet lid zijn van een watersportvereniging, inclusief de reputatie van die vereniging, of het aantal kilometers of mijlen dat men jaarlijks tuft of zeilt.

Maar er bestaat nog een ander belangwekkend sociaal onderscheid dat distantie scheidt, welbeschouwd een smaakverschil dat de watersportwereld al ruim een eeuw in twee partijen opdeelt, namelijk zeilers en motorbootvaarders. Dat verschil is zo markant dat het lijkt alsof het om verschillende 'etnische bevolkingsgroepen' gaat. Niet alleen op het water, ook aan de wal is de kloof tussen zeilers en motorbootvaarders zichtbaar. Er zijn zeil- en motorbootverenigingen, maar weinig hybride vormen. De verschillen tussen beide categorieën pleziervaarders lijken voldoende markant om een aparte studie te rechtvaardigen. Voor mijn onderzoek is het van belang erop te wijzen dat over het algemeen zeilers zeilen hoger aanslaan dan motorbootvaren. Sterker, ik vermoed dat de doorsnee zeiler zich als watersporter superieur waant aan de man of vrouw die van tuffen houdt. Dat de doorsnee motorbootvaarder in zijn hart die superioriteit erkent van hen die naast dieselolie ook wind gebruiken om vooruit te komen, lijkt me aannemelijk. Volgens 'de algemene opinie' onderscheidt zeilen zich van nature mede van stomen door haar expliciete schoonheid. Dit smaakoordeel over zeilen is aan te vullen met andere overtreffende trappen, vooral afkomstig uit de koker van de zeilers zelf: zeilen heeft de langste geschiedenis, is het meest avontuurlijk, het meest puur en is veel romantischer. Zeilers zijn actievere typen, sportiever ook. Zeilers hebben meer lef, houden van uitdaging en nemen graag de regie, terwijl motorbootvaarders als passief worden beoordeeld, bezadigd, saai, mensen die graag een beetje voor zich uit zitten te kijken.

Kun je naar aanleiding van het voorafgaande nu beweren dat de zeiler globaal gesproken een ander 'type pleziervaarder' is, een ander 'type mens' dan de motorbootvaarder? Dat er globaal gesproken persoonlijkheidsverschillen bestaan tussen beide 'soorten'

watersporters? Dat zeilers op de *Big Five*⁶⁸⁶ significant anders zullen scoren dan hun tuffende collega's? Voer voor psychologen!

Eenmaal aangeland bij het stereotype beeld over de verschillen tussen zeilers en motorbootvaarders, is het verleidelijk een algemene typologie van de hedendaagse pleziervaarder te schetsen. Let wel, geen persoonlijkheidstypologie, maar een ruwe karakteristiek van de verschillende 'soorten' toevaarders. Ik baseer deze typologie onder andere op de gesprekken die ik in de winter van 2008-2009 met professionals en bestuurders uit de watersportwereld had. De algemene vraag: 'Wie is de hedendaagse pleziervaarder?', diende daarbij als leidraad. Opvallend is dat vrijwel iedere geïnterviewde de bootkeuze van de pleziervaarder en de relatie die hij of zij met het jacht heeft, als maatstaf koos. Niet minder opmerkelijk is dat de karakteristiek van de pleziervaarder voor zowel de zeiler als de motorbootman/vrouw geldt. Voor alle duidelijkheid: 'de watersporter' is een verzamelbegrip, een zeer divers bevolkte categorie.

Wie de echte watersporters zijn? Dat zijn de (top)sporters op het water: wedstrijdroeiers, wedstrijdzeilers, wedstrijdsurfers en powerboatracers. Maar in mijn studie staan de *kajuitbootwatersporters* centraal: de *toevaarders*, de *pleziervaarders*, de *waterrecreanten*. Met 75 procent van de totale populatie op het water, veruit het grootste segment.

Een typologie van de pleziervaarder:

De pragmaticus

Bezit een handzame boot, bijvoorbeeld een Bavaria of een simpele motorkruiser, zoals een Doerak. Kiest voor 'veel boot voor weinig geld'. Voor dit type pleziervaarder is een jacht vooral een gebruiksvoorwerp dat functioneel en praktisch is, veel plezier biedt en weinig onderhoud en zorg vraagt. De boot moet comfortabel en ruim zijn; een drijvend zomerhuisje.

De romanticus

Zeilt of tuft liefst met een traditioneel jacht, bij voorkeur van hout of staal, eventueel 'klassiek plastic', dus een rond- of platbodem, een klassiek scherp zeiljacht, een klassiek motorjacht of een voormalige beroepsmotorboot. De romanticus houdt van zijn scheepje, vindt haar mooi, vertroetelt haar, is er trots op en knutselt er graag aan. Voor hem of haar heeft een boot een ziel. De pure, overweldigende en verstilde natuur is zijn vaargebied.

De statuszoeker

Wil met zijn jacht laten zien dat hij in het leven uitzonderlijk goed geslaagd is. Hij onderscheidt zich met zijn chique, dure of anderszins opmerkelijke jacht ondubbelzinnig van

⁶⁸⁶ Sinds de jaren 90 van de vorige eeuw zijn psychologen het redelijk met elkaar eens dat aan de hand van vijf basiskennmerken de menselijke persoonlijkheid in kaart kan worden gebracht. De persoonlijkheidskenmerken zijn: wel of niet open staan voor nieuwe ervaringen, gewetensvol zijn of onverschillig, sociaal en extravert of teruggetrokken en gesloten, goed gehumeurd en prettig in de omgang of egoïstisch en bot, stabiel en rustig of gestrest en onzeker.

het gewone vaarvolk. De statuszoeker zeilt of tuft in een jacht dat 'in' is, dat in zijn ogen aanzien geniet: een lemsteraak, een retro Hoek-design, een uit de kluiten gewassen motorjacht met drie badkamers en meer dan één verdieping.

De racer

Bezit een snelzeilend, dus licht en modern kajuitzeiljacht of een turbomotorboot. Voor hem of haar zijn optimale zeileigenschappen essentieel. Logisch, want hij zeilt graag en vaak wedstrijden, al dan niet in clubverband. Dit type watersporter vaart in een X-Yacht of Dehler, een Maxi, een Comfortina, een race-versie van een bekend Frans merk of eventueel een (kajuit)trimaran. Comfort of schoonheid is voor de wedstrijdzeiler van minder belang, zijn boot mag wat spartaanser zijn.

12d. De vragenlijst

Zoals de lezer weet is mijn studie van de Nederlandse watersport geïnspireerd door de volgende twee vragen; zij vormen de rode draden:

1. Hoe kon watersport als elitesport massarecreatie worden?
2. Heeft 'goede smaak' als historisch beproefd middel van de elites, binnen de moderne watersport nog de functie zich van het volk te onderscheiden?

Het kritische onderzoek van Pierre Bourdieu en zijn medewerkers uit de jaren 60 en 70 naar het verband tussen smaak en sociale klasse en naar de rol van smaak bij het op peil houden van distinctie en sociale distantie, richtte zich op onderwerpen als beeldende kunst, muziek, mode, interieurinrichting, fotografie, literatuur en sport. De pleziervaart bleef buiten schot, vermoedelijk omdat *yachting* in de ogen van Bourdieu peerdure consumptie was die zich beperkte tot de maatschappelijke bovenlaag en daarmee distinctief van aard was. Intussen hebben we gezien dat dit anno 2012 niet meer het geval is: niemand wordt op het water uitgesloten. Mijn onderzoek mag dan ook beschouwd worden als een toetsing van de 'smaaktheorie' binnen 'het veld' van de pleziervaart. Ik gebruik hierbij de volgende vragen als leidraad:

1. Is er een verband tussen de smaak voor boten, opleiding en maatschappelijke klasse?
2. Bepaalt het type jacht de status van de eigenaar?
3. Waaraan is 'nautisch kapitaal' herkenbaar?
4. Klopt het beeld dat zeilers en motorbootvaarders twee te onderscheiden categorieën pleziervaarders vormen en dat zeilers zich superieur voelen?
5. Hoe weten de economische, culturele en nautische elites zich op het water te onderscheiden?
6. Worden er smaakspecialisten erkend binnen de watersport? En wie zijn zij?

Om de vraag naar de geschiedenis van de popularisering te kunnen beantwoorden, putte ik uit de volgende bronnen:

1. Literatuur, archiefmateriaal, werfboeken, Jaarboeken Fries Scheepvaart Museum, HISWA Magazine, Waterkampioen, Spiegel der Zeilvaart, andere watersportbladen, het digitaal archief van de de Leeuwarder Courant, andere kranten, notulen van watersportverenigingen.
2. Beleidsstukken, onderzoeksrapporten, nota's, kerncijfers en rapportages.
3. Gesprekken met informanten: bestuursleden en consultants van watersportverenigingen, professionals uit de wereld van de pleziervaart.
4. E-mails van Waterkampioenlezers als reactie op een reeks artikelen van mijn hand.
5. Internet.
6. Mijn persoonlijke (jarenlange) ervaring als watersporter.

De tweede basisvraag waarop mijn studie drijft, 'goede smaak' als middel tot onderscheid, vereiste een andere aanpak. Immers, de kwestie van 'smaak' en 'distinctie' speelt niet enkel een rol binnen de watersportontwikkeling door de decennia heen, ze fascineert mij evengoed als ik naar de hedendaagse pleziervaart kijk, dus de actualiteit. Logischerwijs legde ik tijdens de gesprekken mijn informanten dan ook vragen voor over 'goede smaak', de wens zich te onderscheiden, de rol die status op het water speelt, de herkenning van 'rangen en standen' et cetera.

Wat in deze gesprekken opviel was de schroom, zelfs weerstand, om over status, reputatie en maatschappelijke ongelijkheid te praten. Ook ontdekte ik dat besturen van watersportverenigingen weinig wisten over hun leden, en daar zelfs ook weinig over wilden weten en daarom geen onderzoek binnen de eigen club deden, afgezien dan van de vragen welke gezamenlijke vaartochten men voor de komende zomer zou willen ondernemen, hoe het winterprogramma eruit moest zien en of er nog vrijwilligers waren die in bepaalde commissies zouden willen gaan zitten. Immers, zo vond men, watersport is een hobby, een aangenaam tijdverdrijf, weg van het gestresste wallevan, en daarom wenste men het zo ontspannen mogelijk te houden, zonder moeilijke vragen of kwesties. Bovendien, zo was een aantal informanten van mening, 'vallen juist op het water allerlei verschillen weg en is iedereen gelijk'. Anders gezegd: onderscheid mag er tussen pleziervaarders eigenlijk *niet* zijn.

Het werd me duidelijk dat, om basisvraag twee te kunnen beantwoorden, uitgewerkt tot de vragen 1 tot en met 6, het houden van een enquête onder watersporters en wellicht ook professionals, noodzakelijk zou zijn.

Na beraad is gekozen voor een schriftelijke enquête, niet via een website van het Watersportverbond, de ANWB of de HISWA, evenmin via de besturen van watersportverenigingen richting de leden. Angst voor mislukking, lees: weinig respons en/of technische tekortkomingen, deed me besluiten een aantal watersportverenigingen persoonlijk te bezoeken, voorzien van een stapel enquêtes, een zak met potloden en een uitnodigend inleidend praatje. Een strikte regel die we hanteerden was dat de vragenlijst tijdens de bijeenkomst moest worden ingevuld, om vervolgens te worden opgehaald.

Ingevuld door iedereen die een kajuitjacht bezat, motorboot of zeilboot. Omdat op veruit de meeste avonden of middagen vooral echtparen het publiek vormden, werden zowel de mannen als de vrouwen als eigenaar beschouwd. Dit bleek een extra stimulans voor vrouwen om zelfstandig ook de enquête in te vullen, in plaats van te zeggen 'dat doet mijn man wel, die heeft meer verstand van varen'. Vanzelfsprekend benadrukten we dat iedereen voor zichzelf de enquête diende in te vullen en dat men elkaar onderling niet mocht raadplegen.⁶⁸⁷

De 19 verenigingen (inclusief twee Watersportverbond-bijeenkomsten voor regionale bestuursleden) waar we de vragenlijst hebben uitgezet, waren geselecteerd op grond van de volgende criteria:

1. Redelijk gelijke verdeling van (kajuit)zeil- en (kajuit)motorbootverenigingen.
2. Voldoende geografische spreiding.
3. De verenigingen moesten gezamenlijk voldoende respondenten opleveren, totaal minimaal achthonderd.
4. De gekozen verenigingen moeten de uiteenlopende sociale klassen representeren.
5. De verschillen in economisch en cultureel kapitaal tussen verenigingen moeten zichtbaar zijn.
6. De Bavariazeilclub moet als toetssteen voor de hoeveelheid nautisch kapitaal fungeren.

De respons bleek bij ieder bezoek aan de 19 watersportverenigingen (vrijwel) 100 procent te zijn, een unieke score, onhaalbaar met iedere andere vorm van enquêteren. Het enthousiasme van de aanwezige bestuursleden, in combinatie met de fysieke aanwezigheid van mijn echtgenote en ik, droegen overduidelijk bij aan dit succes.

De vraag of de steekproef als het gaat om kajuitbootzeilers en kajuitmotorbootvaarders representatief is, beantwoord ik volmondig met ja. Dat de circa 1400 watersporters die aan het onderzoek deelnamen allemaal lid zijn van een of meer watersportverenigingen, terwijl naar schatting 15 procent van de Nederlandse kajuitbooteigenaren lid is van een vereniging, doet hier niets aan af. Verenigingsleden hebben evenveel redenen om lid te zijn als anderen redenen hebben dat niet te zijn. Bovendien zijn mensen vaak lid van uiteenlopende verenigingen, en watersport is slechts een van de mogelijkheden. Wel of geen lid, het maakt van een mens geen andere pleziervaarder.

⁶⁸⁷ Hedwig van den Brink, mijn echtgenote, vergezelde me bij alle verenigingsbijeenkomsten. Ze hielp bij het verspreiden van de vragenlijsten en de potloden, overreedde iedereen mee te doen, vooral ook de vrouwen, en controleerde mede of inderdaad iedere lijst ingevuld terugkwam. Ook bestuursleden ter plekke bleken zeer bereid de handen uit de mouwen te steken. De medewerking van de watersportwereld was al met al hartverwarmend. Ik noem hier graag de leden en bestuursleden van watersportverenigingen, het bestuur en de leden van het Watersportverbond, de professionals die tijdens HISWA-bijeenkomsten hun enquête invulden en de zelfstandige broodverdieners in de watersport waarmee ik gesprekken voerde. Mijn grote voordeel was dat men mij als bekend zeiler en reisschrijver toeliet in zijn of haar wereld.

Waar het gaat om maatschappelijke gelaagdheid, smaak en status, en de verschillende soorten 'kapitaal', schoten we met de rijk gevarieerde en omvangrijke categorieën zeil- en motorbootbezitters en hun verenigingen recht in de roos.

De bijna 130 professionals die als aanvulling op mijn onderzoek een eigen enquête invulden, werken bijna allemaal binnen bedrijven die zijn aangesloten bij de HISWA, de watersportbrancheorganisatie waarvan 1200 bedrijven lid zijn.

Resumerend: gelet op de grote aantallen respondenten (watersporters en professionals), plus de geografische spreiding en de spreiding van zeilers en motorbootvaarders, bieden de resultaten van beide enquêtes een goed beeld van de werkelijkheid en zijn daarom bruikbaar voor conclusies en kritisch debat.⁶⁸⁸

Onze bezoeken aan de watersportverenigingen leverden overigens naast riante stapels ingevulde enquêtes nog iets anders op: we proefden de sfeer en stijl, zelfs iets van de cultuur van iedere afzonderlijke vereniging. Vanzelfsprekend leverde ieder bezoek slechts een momentopname op. Ook trokken we soms een dag met een vereniging op, terwijl een andere afspraak weinig meer dan een uurtje aanwezigheid halverwege de jaarvergadering inhield. Zo nodigde de voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Toerzeilers ons gastvrij uit met zijn vereniging ter gelegenheid van een jaarlijks uitje op een rondvaartboot mee te varen van Elburg naar Kampen (en terug).

In Zeist waren we een dag te gast bij een goedgegemutste Bavariazeilclub van ouders met kinderen die het twintigjarig bestaan met workshops vierde.

In Lemmer waren we uitgenodigd bij de geïnteresseerde vereniging De Zevenwolden om met de leden over de recente geschiedenis van de pleziervaart te discussiëren, inclusief de rol die een boot heeft als statusverwerver (pas nadat iedereen de enquête had ingevuld). Ook de Koninklijke Nederlandse Motorboot Club ontving ons gastvrij met onze stapel vragenlijsten. De heren waren in clubtenue: donkerblauwe blazer met koperen knopen, grijze pantalon en overhemd met stropdas. De gemiddelde leeftijd naderde de zeventig jaar (inderdaad de watersport vergrijsst!). De leden zijn vrijwel allemaal ex-ondernemers, veelal enthousiast varend in riante motorboten.

Ogenschijnlijk deftig bleek eveneens zeilvereniging Oostergoo tijdens de jaarlijkse reünie begin juni in Grou. Ook hier was het dragen van het 'clubuniform', blazer met clubspeldje, pantalon en stropdas, strikt voorschrift. Iedereen at tijdens de lunch witbrood met een uitsmijter. Het gezelschap, dat enkel uit mannen bestond, deed denken aan een nieuwe lichterling adelborsten uit de begintijd van de zeilclub, toen in de geest van prins Hendrik nog in de statuten stond dat het de taak van de vereniging was de kloeke zeemansgeest nieuw leven in te blazen. Toch was één vrouw lid, nog wel erelid. Zij was ook van de partij, zonder uniform. Voor de wal dreef in de volle zon een kostelijke vloot 'oud en nieuw hout':

⁶⁸⁸ De gegevens van beide enquêtes (watersporters en professionals) zijn bewerkt, verwerkt en geanalyseerd met SPSS. Aanvankelijk stond deze afkorting voor Statistical Program for the Social Sciences, de latere versies voor Superior Performing Statistical Software. Zie Baarda, De Goede en Van Dijkum, *Basisboek Statistiek met SPSS*. Groningen, 2007.

glanzende eikenhouten boeiers, tjotters, Friese jachten en meer. Ook het Fries Statenjacht was aangekomen.

Hoe anders was de vergadering van de Doerakclub op een zondagmiddag in een overjarige (toneel)zaal met hoge ramen, achter het dorpscafé aan de verlaten hoofdstraat te Oldebroek. Alle stoelen waren bezet, met minstens zoveel vrouwen als mannen. Men dronk koffie en keuvelde hoogstgezellig aan ronde tafels, over het weer, de kleinkinderen, het genot van een Doerak en de vaartochten van de toekomst. Nieuwe leden stelden zich aan de zaal voor en vertelden gloedvol waarom ze een (tweedehands) Doerak hadden aangeschaft. Maar niet alle verenigingen ademden een ontspannen sfeer. Een enkele vergadering was tenenkrommend, de sfeer te snijden. Ieder moment kon iemand een ander te lijf gaan. Intussen werkte het bestuur, onmachtig oud zeer op te lossen, gehaast de agenda af, de koffiepauze in zicht.

De grootste zorg van traditionele watersportverenigingen is het ontbreken van jonge aanwas. Begrijpelijk, want uit mijn onderzoek zal blijken dat driekwart van de motorbootpopulatie ouder is dan 60 jaar. Bij de zeilers is iets meer dan 40 procent ouder dan 60. Bij de Pikmeerkruiserclub is zelfs 86 procent ouder dan 60 jaar. Hiertegenover staan de zeilers van de Bavariazeilclub: 38 procent zit in de leeftijdscategorie 50-59 jaar, 29 procent is 60 jaar of ouder. Opvallend bij de Bavaria-feestdag was, zoals al vermeld, de aanwezigheid van kinderen.

Ik schroom dus niet te schrijven dat watersportverenigingen aan bejaardenbolwerken doen denken en een anachronisme zijn gelet op de indrukwekkende technische ontwikkelingen van boten, hun toebehoren en alle *gadgets* aan boord. Een niet onbelangrijk deel van de watersportverenigingen representeert nog altijd de samenleving van voorheen waar rang- en standsbesef, vormelijkheid en ballotage vanzelfsprekend waren. Geldt bij de Bavariazeilclub de eis dat een lid een Bavaria bezit (ik zou haast zeggen: de trotse eigenaar van een Bavaria is), bij Oostergoo telt dat je een man van stand bent, een burger van onbesproken gedrag, een liefhebber van 'oud hout'. Wel of geen zeilboot hebben, zelf wel of niet zeilen, is geen criterium.

Een heer op hoge leeftijd, in het bezit van een grote Super Van Craft, vertrouwde me tijdens een vergadering van de KNMC toe dat 'zijn' geliefde club weliswaar ruim een eeuw oud is, maar helaas geen lang bestaan meer is gegund. Het verse bloed binnen de watersport, zo was zijn diagnose, zit bij de spektakelsporten: (kite)surfen, brandingsurfen, wildwaterkanoën, catamaranzeilen. Ook zijn kleinkleinkinderen, zo legde hij spijtig uit, hadden nu ze wat ouder werden geen trek meer in varen.

Maar de Bavariaclub toont aan dat de toekomst er toch minder somber uitziet; de goedkope polyester seriezeilboten als Bavaria, Hanse, Delphia, Bénèteau et cetera, laten zien dat ze een nieuwe generatie watersporters weten te lokken.

Zoals eerder aangegeven, ontwikkelde ik twee schriftelijke enquêtes om antwoord te krijgen op mijn zes vragen zoals eerder geformuleerd. De meest uitgebreide vragenlijst richt

zich op de doorsnee watersporter: de bezitters van (kajuit)motor- en (kajuit)zeilboten (zie bijlage). Deze enquête bestaat uit drie delen:

Deel 1 bevat 18 vragen die achtergrondvariabelen betreffen, variërend van 'In welke categorie valt uw boot?' tot 'Hoeveel kilometers of zeemijlen vaart u gemiddeld in een jaar?' tot 'Leest u regelmatig een krant?' en 'zo ja, welke?' Doel van deze eerste serie vragen is zicht te krijgen op relevante kenmerken van de watersporter.

Deel 2 bevat 16 beweringen waarmee men het 'absoluut oneens' tot 'ten dele wel/niet' tot 'absoluut eens' kan zijn volgens de vijfpuntsschaal van de sociaal-psycholoog Likert.⁶⁸⁹ De beweringen lokken meningen uit over status, distinctie, smaak en schoonheid.

Deel 3 van de enquête richt zich met tien foto's van vijf zeil- en vijf motorjachten rechtstreeks tot de smaak van de respondent. Doel is antwoord te krijgen op de vraag of bootsmaak, maatschappelijke klasse en de besproken drie typen 'kapitaal' onderling correleren. De laatste vraag naar het allermooiste jacht is bedoeld om te zien of de smaak van de gemiddelde watersporter inderdaad deel uitmaakt van een archetype. Zoals ik eerder uiteen heb gezet, is dit archetype historisch bepaald. Dat het noodzakelijk is de uiteenlopende variabelen uit de drie delen van de vragenlijst onderling te koppelen om zicht te krijgen op de soorten kapitaal en de rol die goede smaak bij status en distinctie speelt, spreekt voor zich.

De tweede enquête werd voorgelegd aan 'de man of vrouw die binnen de wereld van het pleziervaren werkzaam is' en is bedoeld om ook de 'professionele blik' te laten spreken. In deel 1 van deze enquête zitten vijf achtergrondvragen, variërend van 'Hoe lang werkt u reeds binnen de watersport?' tot 'Uw leeftijd?'

Deel 2 bestaat uit vijftien beweringen waarmee je het op een vijfpuntsschaal 'absoluut oneens' tot 'absoluut eens' kunt zijn. De lijst van beweringen komt grotendeels overeen met die van de vragenlijst voor pleziervaarders. Wel nieuw is bijvoorbeeld de stelling dat 'mensen die al jaren in de pleziervaart hun brood verdienen, de beste kijk hebben op wat een mooi of lelijk schip is'. Ik gebruikte deze stelling om erachter te komen of de professional zich als smaakspecialist beschouwt. Ook legde ik professionals de stelling voor dat 'vrijwel iedere Nederlander die dat wil, vandaag de dag een boot kan aanschaffen'. Wellicht ten overvloede het volgende. Alle beweringen onder vraag 19 (watersporters) en onder vraag 6 (professionals) van de enquêtes leveren met de vijfpuntsschaal steeds drie scoringspercentages op, namelijk de gemiddelden van 1 en 2 (oneens), de gemiddelden van 4 en 5 (eens) en de score 3 (ten dele wel/niet). Deze vijfpuntsschaal herhaalt zich bij vraag 20 (watersporters), zij het dat daar aan de hand van foto's de smaak van de respondent

⁶⁸⁹ De Likertschaal is in staat om lastig te kwantificeren gegevens als meningen en opvattingen toch te kunnen verwerken. Het meest populair is de vijfpuntsschaal, voorzien van een ordinaal meetniveau. Aan de respondent wordt gevraagd in welke mate hij of zij akkoord gaat met een uitspraak of bewering. De vijfpuntsschaal (soms ook zevenpuntsschaal) ordent de opinie van de respondent, bijvoorbeeld van absoluut mee oneens tot absoluut mee eens. Daarom wordt de schaal ordinaal (hij ordent) genoemd. Rensis Likert gebruikte de schaal voor het eerst in 1932 bij attitudeonderzoek. Likert, R., 'A Technique for the Measurement of Attitudes', in: *Archives of Psychology*, 1932, 140.

wordt gepeild. Bij het weergeven van de onderzoeksresultaten beperk ik me tot eens en oneens.

12e. Onderzoeksresultaten

Vraag 1 van de enquête voor watersporters verdeelde de respondenten in eigenaren van motorjachten (N=486), ex-beroepsmotorboten (N=5), zeiljachten (N=758), rond-en platbodemjachten (N=125), catamarans/trimarans (N=11) en anders (N=12). Deze gehanteerde indeling wordt veel gebruikt, onder andere door de Waterkampioen en de jachtmakelaardij. Omdat de categorieën ex-beroepsmotorboten, catamarans/trimarans, en anders te geringe aantallen respondenten opleverden, beperk ik me tot de drie grote categorieën: kajuitmotorboten, kajuitzeilboten, kajuitrond- en platbodemschepen. Die ingreep brengt het aantal deelnemende watersporters aan mijn onderzoek terug tot 1369 (N=1369, 915 mannen, 454 vrouwen).

Vraag 2 van de vragenlijst betreft het type of merk jacht dat de respondent bezit. Omdat het SPSS-programma al met al 496 verschillende boten telde, maakte ik een indeling van 5 groepen zeilboten en 5 groepen motorboten:

Zeiljachten:

1. Bavaria: in deze categorie heb ik ook andere goedkope seriejachten/prijsvechters ondergebracht, zoals Hanse, Jeanneau, Bénèteau, Elan et cetera.
2. Scherp Klassiek: dit zijn houten, stalen of polyester kajuitzeiljachten gebouwd vóór 1965 en als cultureel erfgoed vertegenwoordigd door de Vereniging Klassieke Scherpe Jachten.
3. Degelijk en Gerenommeerd: scherpe zeiljachten van het duurdere merk, van polyester of aluminium. Voorbeelden zijn: Koopmans-toerjachten als Breehorn, Hutting en Victoire. Maar ook de Zweedse Halberg Rassy en Najad, de Engelse Westerly en Contessa en de Nederlandse Contest en Winner vallen hieronder.
4. Houten en stalen rond- en platbodem schepen: schouwen, grundels, hoogaarzen, schokkers, boeiers, botters, lemsteraken en ook skûtsjes (ruim 5000 schepen, waarvan de helft in het Stamboek staat geregistreerd).⁶⁹⁰
5. De restgroep: voor mij bekende of onbekende merken, niet onder te brengen bij de voorgaande categorieën.

Motorboten:

1. Doerak (in al zijn variaties).
2. Super Van Craft, en alle duurdere motorjachten vanaf 12,5 meter.
3. Pikmeerkruisers en vergelijkbare kruisers tot 12,5 meter.
4. Stoere schepen, geïnspireerd op de beroepsvaart: vletten, barkassen en kotters tot 12,5 meter.

⁶⁹⁰ Info van Wim de Bruin (Heemstede), eindredacteur van de Spiegel der Zeilvaart. De Bruin is een uitgesproken Schokker-liefhebber en hij kent als geen ander de wereld van het rond- en platbodemzeilen.

5. Restgroep: bekende en onbekende merken, maar niet onder te brengen bij de voorafgaande categorieën.

Vraag 6b registreert van welke watersportvereniging, behouds- of merkvereniging de respondent lid is. Onderstaande verenigingen werkten aan mijn onderzoek mee (zie bijlage).

1. De Vereniging Klassieke Scherpe jachten (VKSJ)
2. De Nederlandse Vereniging van Toerzeilers (NVvT)
3. De Nederlandse Vereniging van Kustzeilers (NVvK)
4. De Wadvaarders
5. WSV de Zevenwolden
6. De Koninklijke Nederlandse Motorboot Club (KNMC)
7. De Pikmeerkruiserclub
8. De Doerakclub
9. De Bavariazeilclub
10. KZV Oostergoo
11. Watersportvereniging Dok- en Scheepsbouw , Sixhaven
12. WSV Gouda
13. WV Frisia
14. WV Aalsmeer
15. Het Watersportverbond, districten Midden en Zuid
16. Het Verbond Nederlandse Motorbootsport
17. De Unie van Watertoerisme
18. De afdeling Zeemancipatie van de NVv Toerzeilers
19. Het Watersportverbond, district Noord

Aanvullend op de uitvoerige enquête voor watersporters met een kajuitjacht, ontwikkelde ik, zoals eerder vermeld, ook een korte vragenlijst voor de professionals binnen de pleziervaart. Met de medewerking van de branchevereniging HISWA vulden jachthavenhouders, jachtmakelaars, jachtbouwers, eigenaren van watersportwinkels, jachtontwerpers, botenverzekeraars, gemeenteambtenaren en anderen de vragenlijst in (N=128, 109 mannen, 19 vrouwen). Van dit aantal werken 17 mensen (13%) korter dan 5 jaar binnen de watersport, 27 mensen (21%) tussen 5 en 10 jaar, en 84 mensen (66%) langer dan 10 jaar.

Van de broodverdieners in de watersport wilde ik weten of zij instemden met de stelling dat 'vrijwel iedere Nederlander vandaag de dag een boot kan aanschaffen'. Niet minder was ik nieuwsgierig juist van deze groep te horen of 'de professionele smaak' voor jachten van een kwalitatief hogere orde is dan die van 'de varende amateur'. Anders gezegd: beschouwen mensen die dagelijks beroepsmatig met de watersport te maken hebben zich als 'smaakspecialist'? In de hieronder opgesomde bevindingen zet ik waar relevant de mening van de gemiddelde professional naast die van de pleziervaarder. Het hoofdstuk eindigt met een kritisch commentaar als slotbeschouwing.

Alvast als opwarmertje de eerste bewering die de professionals kregen voorgelegd:

Vrijwel iedere Nederlander die dat wil, kan vandaag de dag een boot aanschaffen (vraag a). De meerderheid van de 128 professionals stemt in met de stelling. Opvallend daarbij is dat hoe langer men binnen de watersport werkt, hoe meer men akkoord is (minder dan 5 jaar: 36% eens, 29% oneens; tussen 5 en 10 jaar: 37% eens, 29% oneens; langer dan 10 jaar: 45% eens, 25% oneens).

Zeil- en motorboten, en professionals:

Gestelde eisen aan een jacht (vraag 3)

Eigenaren van motorboten zijn over het algemeen vooral op comfort en veiligheid gesteld. Zij die een Doerak bezitten, plaatsen comfort en duurzaamheid bovenaan het lijstje.

Opvallend is dat voor Doerakvaarders 'schoonheid' geen rol speelt. Dit doet me denken aan een opmerking van een bestuurslid van de Doerakclub dat ieder lid van de vereniging van zijn Doerak houdt, maar niemand zijn schip mooi vindt. Van de Super Van Crafteigenaren (en die van andere grote motorjachten) eist daarentegen 20% dat zijn jacht 'schoonheid' uitstraalt.

Eigenaren van scherpe jachten wensen ook comfort en veiligheid, maar voor hen doet snelheid er ook toe. Voor rond- en platbodemeigenaren is naast comfort schoonheid heel belangrijk. Een derde geeft dit aan. Maar de eigenaren van 'scherp klassiek' prijzen een mooi ontwerp nog uitbundiger: bijna de helft van hen noemt schoonheid als noodzakelijke kwaliteit van een jacht.

Aantal kilometers of zeemijlen per jaar (vraag 8)

Bijna een derde van alle zeilers vaart meer dan 600 mijl per jaar. Krap 40% van de Bavariazeilers tekent jaarlijks ook voor deze afstand. Van de zeezeilers met 'degelijke en gerenommeerde' jachten vaart 45% 600 mijl of meer per jaar. Vermeldenswaard is dat bijna 80% van de leden van de Nederlandse Vereniging van Kustzeilers meer dan 600 mijl per jaar zeilt. De Toerzeilers halen dit niet; 32% van hen vaart meer dan 600 mijl.

Eigenaren van rond- en platbodemschepen doen het bescheidener, zij zeilen merendeels 150 tot 250 mijl per jaar. 6% van hen haalt 600 mijl. Ook een kwart van de motorbootvaarders vaart deze afstand jaarlijks, waarbij van de categorie grotere schepen (12,5 meter of meer) de helft meer dan 600 mijl vaart. Van de stoere motorboten (kotters, vletten, barkassen) vaart een derde deze afstand of meer.

Vaargebied (vraag 7)

Als het gaat om het vaargebied dan voelen Bavariazeilers zich thuis op binnenwater, IJsselmeer, Zeeuwse Stroom en Waddenzee. De grens van zeemanschap ligt voor hen bij 'naar de Oostzee'. 40% zegt hier 'nee' tegen (over een vaarreis naar de Engelse of Franse kust oordeelt 32% met 'nee'). De verdere bestemmingen Schotland en Spanje zijn, naar hun

eigen mening, voor 70% van de Bavariazeilers te hoog gegrepen. In vergelijking hiermee reizen de zeilers van de categorie Degelijk en Gerenommeerd (met als goed voorbeeld 'Koopmans-ontwerpen'), verder. Tegen een bestemming als de Oostzee zegt 27% van hen nee, tegen een tocht naar de Engelse en Franse kust zegt 26% nee. Spanje, Schotland, of een verder zeilreisdoel is voor 50% van deze categorie te hoog gegrepen.

Plat- en rondbodemzeilers varen graag op de Wadden (71%) en de Zeeuwse Stroom (62%). Zelfs de Oostzee is goed te doen: 40% zegt hierheen te kunnen varen. Niet zo gek natuurlijk als je je realiseert dat een boot met zijwaarden en weinig diepgang alle Wadroutes kan nemen.⁶⁹¹

Doerakvaarders staan niet alleen bekend om hun technische hoogstandjes aan boord, ook hun vaartochten dwingen respect af. Tegelijkertijd is dit type motorboot, afgeleid van de schouw, hoogst ongeschikt voor ruw water. Kortom: ligt alle binnenwater van ons land aan de voeten van de Doerak, 64% zegt nee tegen het IJsselmeer, 85% zegt nee tegen het Wad en bijna 100% nee tegen een trip naar de Oostzee. Voor motorkotters, vletten, en barkassen ligt het omslagpunt van waarheen men zich wel of niet toe in staat acht te varen bij de Wadden. 50% zegt hiertegen 'nee' als vaargebied. Van de eigenaren van de Super Van Craft (of vergelijkbare grotere motorjachten) zegt 42% dat de Oostzee een reisbestemming is.

Leeftijd watersporter (vraag 10)

Motorbootbezitters zijn op leeftijd; 75% van hen is 60 jaar of ouder. Pikmeerkruiser-eigenaren spannen hierbij de kroon; 89% van hen is ouder dan 60 jaar, 11% zit in de leeftijdscategorie 50-59 jaar. De leeftijden van KNMC-leden doen hier nauwelijks voor onder; 82% van de bezitters van grote motorjachten valt ook in de leeftijdsgroep van 60+. Bij motorbootwatersporters is er ook minder leeftijdsspreiding dan bij de zeilers.

Zeilers onderscheiden zich ondermeer van motorbooteigenaren omdat ze gemiddeld 10 jaar jonger zijn. Van alle zeilers, dus van scherpe en rond- en platbodem jachten, is 43% 60 jaar of ouder. Zo is van de Vereniging Klassieke Scherpe Jachten 37% 60 jaar of ouder. Bavariazeilers (ik veronderstel ook Hanse-, Bénèteau- en Jeanneauzeilers) zijn duidelijk jonger. 38% van deze categorie zit in de leeftijdscategorie 50-59, 29% in de categorie 60 jaar en ouder. Opvallend hierbij is dat voor de motorboot de instapleeftijd 50 jaar is, voor de zeilboot (kiel of zwaard) is dat 40 jaar. Maar toch heeft ook de doorsnee kajuitzeilende watersporter grijzend haar. Slechts 8% van de zeilers is jonger dan 40 jaar. Van de motorbooteigenaren is de helft met pensioen. Van beide categorieën zeilers is dat minder dan een derde.

Aantal vaarjaren (vraag 4 en 5)

De zeilers 'met zijwaarden' (rond- en platbodem) scoren het hoogst op de vraag of het varen vroeger thuis met de papepel werd ingegoten : 52%. Voor zeilers en motorbootvaarders in het algemeen is dat respectievelijk 35% en 36%. Dat Bavariazeilers

⁶⁹¹ Zowel zeilers als motorbootvaarders 'varen'. Ik scheer beide categorieën hier bewust over één kam, omdat in vrijwel iedere kajuitzeilboot een diesel is ingebouwd. Zeilers die tochten maken, gebruiken hun motor gemiddeld al gauw driekwart van de totale vaartijd om op tijd weer thuis te zijn.

niet op voorhand deel uitmaken van de nieuwe generatie watersporters, moge blijken uit het feit dat bij 31% van hen het varen met de papelepel werd ingegoten. Van de eigenaren van vletten, barkassen, kotters, zeg maar de 'stoere' motorboten, blijkt de helft het varen van thuis meegekregen te hebben. Deze categorie motorbootvaarders lijkt daarmee het broertje van de rond- en platbodemzeilers.

Trouwens, watersporters zijn trouw aan hun passie. Vaart 80% van de rond- en platbodemeigenaren al meer dan 20 jaar, van de twee andere categorieën vaart 60% al 20 jaar of langer.

Schoolopleiding (vraag 11)

Het opleidingsniveau van zeilers en motorbootvaarders verschilt aanzienlijk. Van de zeilers is 21% laagopgeleid en 70% hoogopgeleid, van de motorbootvaarders zijn de percentages respectievelijk 45% en 40%. Hoogopgeleid wil zeggen hbo of universiteit, onder laagopgeleid vallen lbo, mbo en mavo. De groep rond- en platbodemzeilers is het hoogst opgeleid; 74% is hoogopgeleid en 21% laagopgeleid. De zeilers van scherpe jachten scoren op hoogopgeleid gemiddeld 67%, Bavaria-eigenaren wat lager; 60% van hen is hbo- of universitair geschoold. Trouwens, hoe groter de motorboot hoe hoger de opleiding. Onder de categorie 'Super Van Craft', dus de motorschepen van 12,5 meter en langer, is bijna de helft hoogopgeleid.

Krantlezen (vraag 17)

Motorbooteigenaren lezen andere kranten dan zeilers (ik beperk me tot de bekende landelijke kranten). Van de eerste categorie zegt 60% De Telegraaf of het Algemeen Dagblad te lezen. Bij de zeilers is dit 25 procent. Van de motorbootbezitters leest 16% Volkskrant, NRC of Trouw, bij de zeilers is dit percentage 44%.

Een paar uitsplitsingen, waarbij ik omwille van de overzichtelijkheid de resultaten (percentages) deze keer in een schema heb geplaatst:

Wat voor boot bezit u en welke krant leest u?

	AD en Telegraaf	Volkskrant, NRC en Trouw
Doerak	65	15
Motorboot tot 12,5 m.	70	10
Vlet/barkas/kotter	46	18
Motorboot vanaf 12,5 m.	68	12
Restgroep motorboten	41	29
Rond- en platbodem	23	48
Prijsvechter, o.a.	44	35
Bavaria		
Scherp Klassiek	13	68
Degelijk Gerenommeerd	22	42
Restgroep zeiljachten	19	46

Beroepen (vraag 14)

Motorbooteigenaren gaven als (laatste) beroepssector vooral 'handel, industrie, en zakelijke dienstverlening' op. Zeilers daarentegen op de eerste plaats 'gezondheids- en welzijnszorg, zakelijke dienstverlening, onderwijs'.

Gezinsinkomen op jaarbasis (vraag 15)

Voor wat betreft het gezinsinkomen zijn er ook verschillen tussen motorbooteigenaren en zeilers. Bij de motorbootvaarders ligt het hoogste percentage jaarlijks gezinsinkomen tussen 25.000 en 40.000 euro (26,1%). Bij de zeilers ligt het meest voorkomende gezinsinkomen (25%) tussen 40.000 en 60.000 euro. Opvallend is dat de eigenaren van de zogenaamde goedkope seriejachten, de prijsvechters (Bavaria en dergelijke), bepaald niet de armste categorie vormen: 24% van de Bavaria-eigenaren verdient 80.000 tot 100.000 euro per jaar, eenzelfde percentage van deze categorie zelfs 100.000 tot 150.000 euro.

Bijna de helft van de Doerakeigenaren verdient 25.000 tot 40.000 euro. Van de categorie bezitters van vletten, kotters en barkassen (stoere motorboten) is dat 23%. De hoogste inkomens in de categorie motorboten is te vinden bij de categorie grote jachten. 19% hiervan heeft een jaarinkomen van meer dan 100.000 euro, 23% meer dan 150.000 euro. Minder dan 10% van de motorbootvaarders verdient 80.000 euro of meer per jaar. Bij de zeilers is dat percentage anderhalf maal zo hoog. Maar, zoals we bij Bavariazeilers zien, veel verdienen betekent voor zeilers kennelijk niet, zoals bij motorjachteigenaren, dat er een duur schip wordt aangeschaft.

Beweringen over smaak, status en distinctie (vraag 19a tot en met 19p):

Meeste status (vraag 19a)

Het merendeel van de watersporters die aan het onderzoek meedeed, vindt niet dat het bezit van een jacht meer status oplevert dan het bezit van een caravan of een kampeerauto (46% oneens, 26% eens). Motorbooteigenaren waren hierin het duidelijkst (49% oneens, 22% eens). Echter, de eigenaren van Scherp Klassiek, maar ook de leden van de Nederlandse Vereniging van Kustzeilers, de leden van de KNMC en van KWV Oostergoo bleken wel een lichte voorkeur te hebben voor 'mee eens'.

De meeste bewondering (vraag 19b)

De bewering dat een jacht, naar eigen idee en smaak op een gerenommeerde werf gebouwd, op het water de meeste bewondering oproept, kreeg algemeen steun (41% eens, 27% oneens). Een uitzondering vormen de Doerakeigenaren (20% eens, 39% oneens). Vooral de zeilers van rond- en platbodemjachten waren het met de stelling eens (49% eens, 28% oneens).

De professionals kregen deze vraag in iets gewijzigde vorm voorgelegd. In plaats van 'het oproepen van de meeste bewondering', ging het nu om 'een teken van succes en rijkdom'. Men was het met de stelling heel duidelijk eens (64% eens, 10% oneens).

Een echt goede smaak (vraag 19c)

Ook de stelling dat er mensen zijn die met hun jacht aantonen een goede smaak te hebben, kreeg algemeen bijval (50% eens, 24% oneens). Ook hier zijn het de rond- en platbodemzeilers die het meest instemmen (59% eens, 21% oneens). En opnieuw zijn Doerakvaarders het met de stelling oneens (41% oneens, 24 % eens).

De watersportprofessionals zijn het in meerderheid eens met de bewering (47% eens, 26% oneens).

Oordeel over een mooie boot (vraag 19d)

De bewering dat mensen die lang varen beter dan nieuwkomers weten wat een mooie boot is, kreeg in het algemeen eveneens steun (41% eens, 31% oneens). Opnieuw zijn het 'de zeilers met de traditionele zijwaarden' die het meest van de stelling overtuigd zijn (43% eens, 25% oneens). Eigenaren van Scherp Klassiek laten een evenwichtige verdeling zien: 50% eens, 50% oneens. Oneens met de stelling zijn Bavaria-eigenaren en Doerakeigenaren. Aan de professionals legde ik de stelling voor dat watersporters bij wie het varen met de paplepel werd ingegoten, het beste weten welke boot echte klasse heeft. Opvallend is dat de professionals die relatief kort binnen de pleziervaart hun brood verdienen het hiermee oneens zijn (24% eens, 35% oneens). De categorieën 5 tot 10 jaar, en langer dan 10 jaar werkzaam zijn het toenemend eens met de bewering (respectievelijk 52% eens, 22% oneens; 63% eens, 18% oneens).

Het meeste verstand van mooi of lelijk (vraag 19e)

Oneens is men het over de gehele linie met de bewering dat professionals in de pleziervaart het meeste verstand hebben van wat een mooie of lelijke boot is (46% oneens, 30% eens). Opvallend detail is dat de rond- en platbodemzeilers het hiermee zeer oneens zijn (49% oneens, 14% eens, de rest twijfelt).

Aan de professionals stelde ik de vraag iets anders. In hun enquête gaat het om mensen die al jaren in de pleziervaart hun brood verdienen. Over het algemeen zijn ook de broodverdieners het niet met de bewering eens. Echter, hoe langer aan het werk hoe meer de voor- en tegenstanders elkaar getalsmatig naderen (tot 5 jaar: 12% eens, 53% oneens; 5-10 jaar: 33% eens, 41% oneens; meer dan 10 jaar: 33% eens, 37% oneens).

Maatschappelijke verschillen (vraag 19f)

De stelling was: de maatschappelijke verschillen in de samenleving zie je bij uitstek 's zomers op het water. Mee eens, zegt 42%, mee oneens, vindt 27%. De zeilers van scherpe jachten achten die verschillen gering (35% eens, 30% oneens).

Professionals moesten eveneens aangeven in hoeverre ze het eens waren met de stelling dat grote inkomensverschillen al gauw aan het jacht te zien zijn. Het merendeel stemde met deze bewering in (49% eens, 19% oneens).

Beschikbaar budget (vraag 19g)

Het budget waarover men beschikt is de meest bepalende factor voor wat voor boot men aanschafft. Met deze bewering is men het erg eens (64% eens, 15% oneens). Dat laten ook alle verenigingen die aan het onderzoek meededen afzonderlijk zien. Echter, de rond- en platbodemeizers tonen andere percentages (54% eens, 20% oneens). Vergelijk dit eens met de motorbootbezitters (71% eens, 11 % oneens).

Ook de professionals zijn het royaal eens met deze stelling (62% eens, 18% oneens).

Beroep en type boot (vraag 19h)

Leraren of architecten houden van andere typen boten dan middenstanders en bankmanagers. Het verschil tussen voor- en tegenstemmers van deze bewering is hier betrekkelijk gering (37% eens, 29% oneens). Opvallend is dat de motorbootvaarders het met de stelling duidelijk meer eens zijn dan de rond- en platbodemeizers (38% eens, 23% oneens versus 34% eens en 34% oneens).

De professionals laten een ander, nogal grillig beeld zien. De meerderheid is het met de stelling eens (39% eens, 25% oneens), maar de meningen lopen fors uiteen zodra de dienstjaren in zicht komen: (minder dan 5 jaar: 24% eens, 35% oneens; 5 tot 10 jaar: 55% eens, 11% oneens; meer dan 10 jaar werkzaam: 39% eens, 29% oneens).

Praktisch en degelijk of een lust voor het oog? (vraag 19i)

Een boot die degelijk en praktisch is, is te verkiezen boven een boot die een lust is voor het oog. 51% zegt 'mee eens', 23% 'oneens'. Dat verschil tussen eens en oneens is bij motorbootmensen overduidelijk (58% eens, 19% oneens). Voor de liefhebbers van zijzwaarden ligt dat wat anders (44% eens, 28% oneens). Eén categorie zeilers heeft een afwijkende mening: Scherp Klassiek (26% eens, 37% oneens).

Het aanzien van de eigenaar (vraag 19j)

Hoe groter en luxer een jacht, hoe meer aanzien de eigenaar heeft. Oneens zegt het merendeel van de watersporters (55% oneens, 19% eens). De verschillen tussen motorbootmensen en platbodemeizers zijn het grootst (respectievelijk 45% oneens, 23%; 63% oneens, 14% eens).

Niet iets voor een ontwikkelde smaak (vraag 19k)

Dat een polyester seriejacht niet iets is voor de watersporter met een ontwikkelde smaak voor boten, krijgt gemiddeld bijval (43% oneens, 27% eens). Maar de zeilers met scherpe jachten zijn het logischerwijs met de bewering oneens (53% oneens, 14% eens).

Bavariazeilers zijn het met de stelling zeer oneens (82% oneens, 10 % eens). Doerakvaarders

sluiten zich hierbij aan (48% oneens, 15% eens). De percentages 'eens' en 'oneens' bij rond- en platbodemeizers houden elkaar in evenwicht (39% oneens, 38% eens). Hetzelfde geldt voor Degelijk en Gerenommeerd. De eigenaren van 'stoere schepen' (vletten, barkassen, kotters) zijn met een krappe meerderheid voor de bewering, evenals Scherp Klassiek trouwens.

Professionals zijn het met de bewering oneens (28% oneens, 45% eens).

Minder klasse (vraag 19l)

Dat moderne hightech jachten minder klasse hebben dan traditionele schepen, vinden de meeste pleziervaarders (47% eens, 31% oneens). Alleen de zeilers met moderne kieljachten zijn onderling zeer verdeeld (38% eens, 39% oneens). Rond- en platbodemeizers stemmen wel in met de bewering (56% eens, 26% oneens). Zij krijgen steun van alle categorieën motorbooteizers.

De professionals zeggen het overwegend oneens te zijn met deze stelling (30% eens, 38% oneens).

Een zeilboot siert meer (vraag 19m)

Dat een zeilboot het water meer siert dan een motorboot vinden veel watersporters (60% eens, 24% oneens), maar motorbootvaarders bestrijden deze bewering (49% oneens, 29% eens). Het zijn bij uitstek zeilers die akkoord gaan (75% eens, 11% oneens).

Riant en mooi interieur belangrijker (vraag 19n)

Men is het met deze stelling niet eens; een riant en mooi interieur blijkt men zeker niet belangrijker te vinden dan de buitenkant van een jacht (63% oneens, 10% eens).

Motorbootvaarders oordelen wat milder (51% oneens, 15% eens).

Motorbootvaren heeft minder status (vraag 19o)

Dat varen met een motorboot minder status heeft dan zeilen krijgt gemiddeld niet veel bijval (38% oneens, 27% eens). Maar, terwijl de zeilers met kielboten twijfelen (33% oneens, 30% eens), zijn de rond- en platbodemeizers het met de bewering eens (35% eens, 24% oneens), evenals de eigenaren van Bavaria, Scherp Klassiek, rond- en platbodem.

De professionals onderschrijven deze bewering niet (21% eens, 56% oneens). Vooral zij die langer dan 5 jaar in de branche werkzaam zijn verwerpen de stelling.

Het gewone varen is van een lagere orde (vraag 19p)

Men is het hiermee overduidelijk oneens (61% oneens, 15% eens). Zeilers en motorbootvaarders delen hun afkeuring.

Tot slot enkele stellingen die uitsluitend aan de professionals werden voorgelegd:

Het jacht bepaalt iemands maatschappelijke status (vraag 6b)

Mee eens, zegt een krappe meerderheid van de professionals (33% eens, 25% oneens).

Superjachten zijn de voorbeelden (vraag 6i)

De professionals zijn het hier zeer mee oneens (11% eens, 76% oneens).

Hoe kleiner en eenvoudiger een boot, hoe minder aanzien (vraag 6j)

Mee oneens, zegt een meerderheid (16% eens, 56% oneens).

Telegraaflezers (vraag 6n)

Mensen die de Telegraaf lezen varen in andere jachten dan zij die NRC Handelsblad lezen .

De percentages tonen in eerste instantie evenwicht (31% eens, 32% oneens), vervolgens een grotere tegenstelling als we de werkjaren mee laten tellen (minder dan 5 jaar: 35% eens, 35% oneens; 5 tot 10 jaar: 33% eens, 18% oneens; 10 jaar en langer: 26% eens, 45% oneens).

De smaak voor jachten (foto's 20a tot en met 20j)

Het witte motorjacht (foto 20a)

Motorbootvaarders vinden het witte motorjacht over het algemeen mooi (mooi 44%, lelijk 13%). Interessant is dat de smaak van de leden van de nogal deftige KNMC, grotendeels voormalige ondernemers met forse motorjachten (47% mooi, 3% lelijk), overeenkomt met die van de leden van de WV Gouda, een vereniging voor de werkman, zonder ballotage, met eenvoudige motorkruisers (58% mooi, 3% lelijk).

Rond- en platbodemzeilers gruwen van dit motorjacht (mooi 9%, lelijk 66%), evenals de Wadvaarders (6% mooi, 67% lelijk). Begrijpelijk, want veel rond- en platbodemzeilers zijn lid van deze vereniging, evenals de Oostergoo-leden. Maar ook de zeilers met scherpe jachten houden niet van dit type motorjacht (16% mooi, 44% lelijk). Hoewel, eigenaren van een Bavaria zijn milder gestemd (35% lelijk, 23% mooi).

Het deels ongeschilderde aluminium zeiljacht (foto 20b)

Dit zeiljacht valt bij alle drie categorieën watersporters in de smaak. De kieljachtzeilers zijn het meest enthousiast (mooi 73%, lelijk 6%), gevolgd door de motorjachteigenaren (68% mooi, 8% lelijk) en de rond- en platbodemzeilers (62% mooi, 14% lelijk).

Voor de leden van de Nederlandse Vereniging van Toerzeilers is het jacht een droom (83% mooi, 3% lelijk). Maar ook de KNMC-ers weten de zeilboot enthousiast te waarderen (80% mooi, 5% lelijk).

Het snelle polyester motorjacht (foto 20c)

Nederlandse watersporters houden niet van 'turbomotorjachten'. Ons waterland leent zich niet voor snelheid en heeft dan ook geen traditie van waterracen.

Rond- en platbodemzeilers moeten van een dergelijk jacht niets hebben (90% lelijk, 4% mooi). De zeilers van Scherp Klassiek en de Wadvaarders gruwen het meest van deze boot (92% lelijk, 2% mooi). Ook de kielzeilers zijn bepaald geen liefhebbers (78% lelijk, 6% mooi). En de motorbootvaarders? Nee, ook zij moeten er weinig van hebben (67% lelijk, 9% mooi, de rest twijfelt).

Klassiek met houten opbouw (foto 20d)

Het witte zeiljacht op foto **d** scoort uitzonderlijk hoog op schoonheid. Liefst 93% van de rond- en platbodemzeilers vindt dit jacht mooi (2% lelijk). De kieljachteigenaren oordelen 65% mooi, 1% lelijk. De leden van de Vereniging Klassieke Scherpe Jachten zijn allemaal enthousiast (100% mooi). Maar ook Bavaria-eigenaren geven een zeer positief smaakoordeel (96% mooi). Motorbooteigenaren oordelen 76% mooi, 5% lelijk.

Stoere blauwe werkboot (foto 20e)

Deze foto met de blauw-witte motorboot wordt zowel door de rond- en platbodemzeilers aantrekkelijk gevonden (35% mooi, 22% lelijk), als door de Wadvaarders en KWV Oostergoo (waaronder veel 'droogvallers', midzwaard- en zijzwaardschepen). Maar de meeste motorbootvaarders en kajuitjachtzeilers met kiel oordelen negatief (respectievelijk 34% lelijk, 24% mooi en 36% lelijk, 28% mooi). Doerakvaarders vinden het voormalige werkbootje over het algemeen mooi.

Platbodem (foto 20f)

Watersporters vinden de platbodem unaniem mooi. De rond- en platbodemzeilers zijn het meest verrukt (86% mooi, 2% lelijk), waaronder natuurlijk de Wadvaarders (94% mooi, 2% lelijk).

De andere watersporters volgen: kieljachtzeilers (73% mooi, 8% lelijk), motorbootvaarders (72% mooi, 8% lelijk). Van de laatste categorie zijn de barkas-, kotter- en vletvaarders het meest enthousiast (83% mooi).

Trimaran (foto 20g)

De trimaran scoort laag op schoonheid bij gemiddeld alle drie categorieën (59% lelijk, 10% mooi).

Interessant is dat Bavariazeilers een uitzondering vormen (23% lelijk, 49% mooi).

Zeer ruime motorboot (foto 20h)

Ook dit motorjacht met achterkajuit valt bij de doorsnee pleziervaarder niet in goede aarde, uitgezonderd de Doerakeigenaar (47% mooi, 28% lelijk). Niet zo verwonderlijk omdat de motorboot van foto **h** een van de vele varianten van dit platbodemmotorscheepje is. De

gezamenlijke zeilers zijn uitgesproken negatiever (6% mooi, 79% lelijk) dan motorbooteigenaren (16% mooi, 52% lelijk). KZV Oostergoo en de VKSJ spannen de kroon (90% lelijk, 89% lelijk).

Eigentijds zeiljacht (foto 20i)

Het moderne polyester zeiljacht scoort goed op de smaakschaal. De zeilers van scherpe jachten zijn het meest enthousiast (64% mooi, 9% lelijk). Van de Bavaria-eigenaren zegt zelfs 94% dit jacht mooi te vinden. Vergelijk dit eens met Scherp Klassiek (28% mooi, 42% lelijk). De rond- en platbodemzeilers zijn ook minder enthousiast (41% mooi, 25% lelijk). Ook motorbootbezitters hebben waardering voor het uiterlijk van dit veel voorkomende type polyester jacht (50% mooi, 12% lelijk).

Al wat ouder motorjacht (foto 20j)

Het motorjacht is een Super Van Craft, een klassieker van naam. Het smaakoordeel van de motorbootvaarders liegt er niet om, men vindt het een uitgesproken mooi schip (76% mooi, 4% lelijk). De KNMC, Pikmeerkruiserclub, WV Gouda en W.V.D.S. Sixhaven scoorden zelfs meer dan 80% mooi. Van de Doerakvaarders is 79% enthousiast (3% lelijk). Ook zeilers houden wel van zo'n traditioneel motorjacht met houten opbouw (gemiddeld 52% mooi, 17% lelijk).

Slotvraag bij de fotoserie (vraag 21)

Welk van de getoonde jachten vindt u het mooist?

Het smaakverschil tussen zeilers en motorbootvaarders is evident: zeilers kiezen het gestrekte witte jacht met houten opbouw (**d**, mooist 61%), eigenaren van motorboten vinden de schoonheid van het motorboottype Super Van Craft (**j**, mooist 38%) het grootst.

Maar, zoals we al zagen, de smaak van zeilers verschilt onderling vanzelfsprekend ook. Zij die bijvoorbeeld in 'scherp klassiek' varen (VKSJ, zeilschepen van vóór 1965) kiezen massaal voor **d** (85% mooi), terwijl 'slechts' 57% van de Bavariazeilers het witte jacht van foto **d** het mooist vinden. Leden van de Nederlandse Vereniging van Kustzeilers prijzen weer wel de schoonheid van jacht **d** (76%). Rond- en platbodemzeilers twijfelen tussen **d** en **f** (47% mooi, 44% mooi).

De leden van de Vereniging van Wadvaarders vinden de platbodem van foto **f** het mooist (63%), terwijl zeilvereniging Oostergoo, toch niet vies van traditionele Nederlandse jachten met zijwaarden, overduidelijk voor **d** kiest (75% mooi).

De keuze voor het allermooist jacht blijkt voor motorbooteigenaren minder uitgesproken te zijn; 32% van de Doerakvaarders kiest voor **j**, met **f** als goede tweede (23% mooi). Van de respondenten met andere typen motorboten (Super Van Craft, Pikmeerkruisers, vletten, barkassen, kotters et cetera) kiest zo'n 43% voor **j**.

Smaak en schoolopleiding

Smaakoorden over de drie als lelijkst beoordeelde jachten (foto's c,g,h).

Laagopgeleid:

Foto c: lelijk 63%

Foto g: lelijk 59%

Foto h: lelijk 57%

Middelbaar opgeleid:

Foto c: lelijk 71%

Foto g: lelijk 52%

Foto h: lelijk 59%

Hoogopgeleid:

Foto c: lelijk 82%

Foto g: lelijk 56%

Foto h: lelijk 77%

De keuzen voor de als mooiste beoordeelde jachten (b,d,f,i,j)

Laagopgeleid:

Eerste keus, foto d: 31%

Tweede keus, foto j: 23%

Derde keus, foto f: 12%

Middelbaar opgeleid:

Eerste keus, foto d: 39%

Tweede keus, foto j: 17%

Derde keus, foto i: 13%

Hoogopgeleid:

Eerste keus, foto d: 54%

Tweede keus, foto f: 12%

Derde keus, foto b: 11%

12f. Commentaar

Omdat de pleziervaart in Nederland vandaag de dag van (kite)surfen tot varen met een megajacht reikt, wordt niemand ervan uitgesloten. Nou ja, niemand, de watersport is anno 2012 nog steeds een 'witte' wereld.

Het te besteden budget is de meest bepalende factor voor wat voor boot men koopt.

Daarom hoeft niemand aan de kant te blijven staan. Een tweedehands surfplank is snel

aangeschaft, een open of kajuit(zeil)bootje met buitenboordmotor eveneens. En omdat de tweedehands botenmarkt overvol is, lukt het zelfs de man of vrouw met een kleine beurs iets aardigs te vinden, mits bereid de handen uit de mouwen te steken om te klussen.

Naast budget bepalen meer factoren een keuze voor pleziervaren, zoals vaarervaring, exploitatiekosten, hoeveelheid vrije tijd, liefde voor water, beschikbaar vaarwater, winterberging, smaak. Veiligheid en comfort zijn kenmerken die bij uitstek hoog scoren bij pleziervaarders en zij passen volledig bij het moderne leven. Reclamemakers hanteren niet voor niets de leus: 'U wilt aan boord toch niet minder gemak dan thuis?'

Daarom hebben jachten een dieselmotor, een zwemplatform met trap, een zonne- of regentent over de kuip, marifoon, internet en e-mail, en onderdeks dus het comfort van een tweede huisje.

De verschillen tussen motorbootvaarders en zeilers zijn voor wat comfort en veiligheid betreft niet zo groot. Wat zeilers wel meer wensen dan motorbootvaarders is snelheid. Dat is logisch, want hardzeilen is populair, ook af en toe bij toerzeilers, wedstrijdmotorvaren niet. Naast snelheid bepaalt ook schoonheid bij zeilers de keuze van hun boot. Dat is historisch bepaald. De schoonheid van het zeil is een archetype en de vergelijking ervan met een zwaan is in de maritieme literatuur herhaaldelijk gemaakt. Maar zeilers verschillen onderling wel. Zo wensen de eigenaren van een betrekkelijk goedkoop seriejacht een functionele boot, terwijl bezitters van een rond- of platbodem of een klassiek kieljacht liever een traditioneel schip hebben dat een lange geschiedenis meedraagt, inclusief de vormen die daarbij horen. Zeilers zijn er dan ook van overtuigd dat een zeilboot het water veel meer siert dan een motorboot. Motorbootvaarders zijn het hier mee oneens en dat is niet zo gek; de stelling bevestigen betekent immers dat varen in een boot zonder zeil van minder goede smaak getuigt. Een uitzondering vormen de eigenaren van grotere en duurdere jachten; zij hechten wel aan schoonheid en ook dat is traditie. Sierlijke motorjachten zijn duur omdat gebogen lijnen de ontwerp- en bouwkosten opjagen.⁶⁹² Daarom is de motorboot van de watersporter met een smalle beurs 'een blokkendoos', en is de typisch Nederlandse kruiser (waaronder de Doerak) een stalen rechttoe rechtaan bouwsel.

In tegenstelling tot een surfplank of open bootje met buitenboordmotor is de aanschaf en de exploitatie van een motor- of zeiljacht over het algemeen nogal kostbaar. Niet verwonderlijk dat pleziervaarders op leeftijd zijn, grotendeels tot de babyboomers behoren en de instapleeftijden voor kajuitmotorboten en kajuitzeilboten respectievelijk vijftig en veertig jaar zijn. Zelfs bij de jongere generatie, de Bavariazeilers, is slechts 8 procent jonger dan veertig.

⁶⁹² In 1953 werd bij Jachtwerf Mulder te Voorschoten het eerste 7,5 meter stalen motorjachtje te water gelaten, de voorloper van een lange serie 'Favorite Kruisers'. Favorite Kruisers waren voor die tijd chique jachten, met waaierstevan en een massieve mahonie opbouw. Door de jaren heen groeide Mulder Shipyard uit tot een toonaangevende werf voor de internationale markt van duurdere motorjachten. In een interview vertelde directeur Dirk Mulder dat design en schoonheid zijn werf succes brachten, ook in economisch slechte tijden. Mulder: 'Ik heb er bewust voor gekozen alleen nog maar mooie jachten te bouwen. Onze jachten zijn van het type rondspan, wat een veel mooier lijnenspel oplevert. Blokkendozen bouwen we niet. Een jacht van Mulder moet de eigenaar voor een vol terras aan het water durven af te meren. Als statement van smaak en oogstrelend om naar te kijken.' In: *HISWA Magazine*, 1, 2011.

Zowel voor motorbootvaarders als voor zeilers geldt in het algemeen: hoe meer inkomen hoe duurder de boot. Deze regel is het best zichtbaar bij de categorie motorbooteigenaren, omdat daar zowel de inkomensspreiding als de prijs spreiding van de schepen het grootst is. Bij de zeilers blijkt dat de jongere generatie minder geneigd is een boot naar inkomen aan te schaffen, omdat, zo vertelden enkele bestuursleden van de Bavariazeilclub: 'Het Tupperware van de lopende band in de praktijk een goed jacht blijkt te zijn met veel ruimte en comfort, en het onzin is om 400.000 euro neer te tellen voor een Hallberg Rassy die moeizaam vooruitkomt, osmose kan oplopen, en door een timmerman is ingetimmerd die tien keer heen en weer moest lopen voordat een paneeltje paste'.

Dat de hoeveelheid economisch kapitaal aan het jacht is af te lezen en dientengevolge de maatschappelijke verschillen op het water zichtbaar zijn, is juist, tenminste, globaal gesproken. De categorie veertigers in goedkoop zeilend polyester vormt hierop een uitzondering. Waarschijnlijk is hier sprake van een nieuwe ontwikkeling, passend bij een leefstijl en consumptiepatroon dat gekenmerkt wordt door diversiteit in plaats van 'helemaal voor het varen gaan'.

Binnen de watersport is veel nautisch kapitaal aanwezig. De reden is de hoge leeftijd van de watersporter. Hij en zij stammen nog uit een (betrekkelijk recente) tijd dat varen nog min of meer de enige vrijetijdsbesteding was. Bij veel watersporters werd de liefde voor boten met de paplepel ingegoten. Ze hebben een lange vaarloopbaan, bezitten inmiddels een boot naar hun smaak, hebben veel ervaring, en een belangrijk deel van hun vrienden en kennissen deelt deze wereld. Stoppen is daarom zo moeilijk. Leeftijd en gezondheidsklachten dwingen in veel gevallen ermee op te houden. Dat een aanzienlijk percentage pleziervaarders veel nautisch kapitaal bezit, blijkt niet alleen uit mijn onderzoek. Ook de ergernissen bij velen over het 'barbaarse' vaargedrag van huurders van jachten, bijvoorbeeld het door het water slepen van stootwillen – een van de doodzonden in de pleziervaart – illustreert dit.

Dat motorboten en rond- en platbodems jaarlijks minder verre reisbestemmingen bereiken en minder mijlen maken, zegt niets over het nautisch kapitaal van hun eigenaren. Met een knikspantkruisertje naar Parijs stomen, of met een schokker naar Kopenhagen zeilen, zijn waarlijk nautische prestaties. Het is trouwens de vraag of nautisch kapitaal is af te lezen aan het maken van verre reizen. Een grote meerderheid van de pleziervaarders vindt dicht bij huis blijven met de boot niet van een lagere orde, zoals uit mijn onderzoek blijkt. Je bent er niet minder een goede watersporter om.

Het is bekend dat er 'vaarders' en 'liggers' zijn op het water. Door de popularisering is vooral de laatste categorie gegroeid. De (zeil)boot is (ook) vakantiehuisje geworden; een plek om te relaxen, met anderen af te spreken, al dan niet tussen de vertrouwde palen in de thuishaven. Daarmee is 'liggen' op weg dezelfde status te verwerven als varen.

Er valt nóg een stereotype te ontzenuwen. Namelijk dat Bavariazeilers en 'soortgenoten' in vergelijking met bijvoorbeeld de zeilers van 'degelijk en gerenommeerd' weinig nautisch kapitaal in huis hebben. Mijn onderzoeksresultaten wijzen hier niet op. Zeker, er zijn Bavaria-eigenaren die niet weten dat de grootschoot op een voordewindsrak gevierd moet worden,

maar daartegenover staan Bavaria-eigenaren die 'aan boord zijn geboren'. De ruim 5000 Bavaria's in Nederlandse handen laten bij uitstek een zeer gemêleerd gezelschap zien, waaronder uitstekende zeilers.

Tussen motorbootvaarders en zeilers bestaat een duidelijk verschil in opleiding. Zeilers zijn door de bank genomen hoger opgeleid: zeilers 70% hbo/universiteit, 21% laagopgeleid; motorbooteigenaren 40% hbo/universiteit, 45% laagopgeleid. De gevolgen zijn, zoals hiervoor genoteerd, dat beide 'bloedgroepen' onderling verschillen voor wat betreft beroep, inkomen, krantlezen en botensmaak. Met andere woorden, zeilers en motorbootvaarders bezitten niet alleen andere boten, ze bezitten ook ander cultureel kapitaal. Ander, minder of minderwaardiger cultureel kapitaal? Een lastige discussie!

Globaal genomen komen meer motorbooteigenaren dan zeilers uit de arbeidersklasse en kleine middenstand. Een kwart van hen verdient op jaarbasis minder dan 25.000 euro. De vraag waarom motorbootmensen lager zijn opgeleid, of waarom zij die minder opleiding hebben genoten voor een motorboot kiezen is niet simpel te beantwoorden. Feit is wel dat in de geschiedenis de scheiding tussen motorboot en zeilboot vanaf de komst van de eerste motorboten realiteit was. Het spoor leidt terug tot aan de oprichting van de KNMC in 1907. De oprichters en eerste leden van die eerste motorbootclub waren welgestelde ingenieurs, reders, artsen en notarissen. Mensen op leeftijd, met een uitgesproken interesse in de (scheeps)motor en ervan overtuigd dat de watersport op de drempel stond van een nieuw tijdperk. Het is dan ook niet overdreven te stellen dat deze KNMC (toen in Amsterdam) en bijvoorbeeld de roei- en zeilvereniging De Hoop (Amsterdam), waarvan nogal wat studenten lid waren, verschillende werelden vertegenwoordigden. Voorts zagen we dat er na 1950 binnen de scheepsbouw en staalindustrie door arbeiders eigenhandig motorkruisertjes werden gebouwd, en dat voormalige beroeps- en werkschepen in de vrije tijd werden omgetoverd tot plezierjachten. Motorboten in ons land zijn aan het ene uiteinde van het spectrum riant, glimmende en luxe jachten van (ex)ondernemers, aan het andere uiteinde ruwgeverfde rechtoe rechtaan stalen gezinskruisers waaraan jaren noeste eigen arbeid kleeft. Maar, al lopen de inkomens sterk uiteen, een gemeenschappelijke noemer is de liefde voor (motor)techniek, naast een grote behoefte aan veiligheid en comfort.

Motorbootvaarders houden niet van scheef hangen en evenmin van regen.

De zeilwereld laat een ander beeld zien. De zeilvloot met kiel is van polyester of aluminium (de minderheid van composiet, oud staal en oud hout), en grotendeels geïmporteerd uit andere Europese landen. De vloot rond- en platbodemschepen is vooral van staal (gelukkig ook nog wel van hout), het roer en de zijwaarden van hout, en oer-Nederlands.

Wat zeilers bindt is niet de techniek, maar de wind, dus de stille voortgang. Die primitieve oerkracht, afwisselend vriend en vijand. Of ruimer gesteld: het weer in al zijn hoedanigheden, het ondergaan van de milde en pure natuurlijke elementen. Zeilen is ongewisser dan motorbootvaren, fysiek ongemakkelijker, en vraagt meer gezondheid en conditie, want je pijnigt jezelf langdurig door klemgezet scheef te hangen. Het zijn kenmerken die vanouds binnen de roei- en zeilverenigingen gevraagd werden. Deze verenigingen werden immers

niet op de eerste plaats opgericht voor de gezelligheid of, zoals bij motorbootverenigingen, om gezamenlijk toertochten te ondernemen. Het ging op de eerste plaats om het organiseren van roei- en zeilwedstrijden, om fysieke training, strijd en sportiviteit. Nóg wordt zeilen met jeugdigheid geassocieerd en motorbootvaren met gevorderde leeftijd. Deze stereotypen liggen in in ieders 'habitus' verankerd.

Zeilen en motorbootvaren hebben een nogal verschillend imago, wat een niet te onderschatten selectie criterium voor de zeiler is. Aan de motorboot kleeft gezapigheid, stoffigheid en de ouderdom met zijn gebreken. De oorzaak is dat Nederland nooit veel motorbootspektakel heeft gekend. Al spoedig na de introductie van de (petroleum)motor in pleziervaartuigen begin vorige eeuw, kwamen er op het water snelheidsbeperkingen en kreeg racen tegen elkaar amper kansen. Ook waterskiën is nooit populair geworden. Terwijl het spectaculaire kitesurfen anno 2012 de wind mee heeft, en de jeugdigheid, acrobatiek en sportiviteit van zeilen kleurrijk benadrukt, moet de motorboot het met de sloepenrage doen: zitten op een soort sofa, een hand aan het stuur, tuffend met de picknickmand op tafel.

Ook in hun vrije tijd willen hoogopgeleiden dat doen wat aansluit bij hun cultureel kapitaal en past bij hun sociale en culturele status. Mede daarom gaan ze niet naar een avondje muziek met Andre Rieu, kijken ze niet naar formule 1-races of naar boksen, lezen ze liever niet De Telegraaf of het Algemeen Dagblad en willen ze niet met een motorboot gezien worden. Het zijn zeilers die in mijn onderzoek aangeven het wel eens te zijn met de stelling dat een jacht meer status oplevert dan een caravan of kampeerauto. Het zijn zeilers die het massaal eens zijn met de bewering dat een zeilboot het water meer siert dan een motorboot. Het zijn zeilers die vinden dat het varen met een motorboot minder status heeft dan zeilen.

Watersportverenigingen weerspiegelen in vertraagd tempo de geschiedenis van de sociale klassen waaruit onze samenleving is opgebouwd. De globale verschillen en ontwikkelingen van economisch, cultureel en nautisch kapitaal tussen de leden van genoemde verenigingen laten dit zien. Dit onderwerp vraagt een nieuwe studie. Hier is het voldoende om er nog eens op te wijzen dat naast geografische, economische, sociaal-culturele en sportieve redenen, ook statusredenen en de zucht naar distinctie een rol spelen bij de keuze van lidmaatschap. Het lidmaatschap van de KZV Oostergoo, de Nederlandse Vereniging van Kustzeilers, of de KNMC levert zichtbaar een hogere sociale status op dan het lidmaatschap van de Zevenwolden, de Wadzeilers, WV Gouda of WV Aalsmeer. Dit geldt niet enkel binnen de watersportwereld, maar ook binnen het bedrijfsleven en de politiek.

Goede smaak was, zoals herhaaldelijk is vastgesteld in dit proefschrift, bij hogere kringen stevast een beproefd middel om onderscheid te maken en distantie te bewaren tot 'het lagere volk en hun wansmaak'. Gaat dit anno 2012 nog op voor de vrijetijdsbesteding die watersport heet?

De stelling dat een jacht naar eigen idee en smaak gebouwd op een gerenommeerde werf, op het water de meeste bewondering oproept – of een teken is van succes en rijkdom – kreeg algemeen bijval en geeft steun aan de opvatting dat de (economische) elite zich onderscheidt met een hoogstpersoonlijk stempel: goede smaak, eigen vormgeving, eigen schepping. Dat

de handtekening onder de ontwerptekeningen van het jacht die van een fameuze ontwerper is, versterkt enkel de notie van 'goede smaak'. Ook de verhitte discussies onder professionele smaakspecialisten over bijvoorbeeld de historische juistheid van een J-Class replica komen het oordeel over de waarde en het niveau van smaak ten goede. De heisa binnen de kunstwereld over het werk van Damien Hirst joeg de prijzen ervan op tot recordhoogte. En wie in een boot uit een goedkoper segment vaart, is wat het eigen smaakoordeel betreft altijd al verdacht. Doerakvaarders maakten een uitzondering in hun oordeel bij de genoemde bewering. Maar zij hadden al eerder aangegeven een functionele boot op prijs te stellen en dat 'vorm' oftewel 'schoonheid' er voor hen niet toe doet. Doerakeigenaren onderstrepen dit standpunt door te zeggen hun eigen boot niet mooi te vinden. Vermoedelijk geldt deze opvatting niet alleen voor de eigenaren van dit populaire motorjachtje. Het merendeel van de eigenaren van vierkante stalen kruisers zal zeggen dat 'schoonheid' irrelevant is. Mensen houden er niet van een voor hen belangrijk bezit als een jacht niet mooi te vinden. Want 'mooi' is een hooggewaardeerde eigenschap die de bezitter ervan een 'goede smaak' toedicht en status geeft. Met een lelijke boot varen is ongerijmd en voelt slecht. Toch is dat het lot van de man en vrouw met zeer beperkte financiële middelen als het gaat om deelnemen aan de pleziervaart. Immers, zo zegt de algemene opinie, budget bepaalt in wat voor jacht men vaart. Vertaald naar de wereld van het zeilen: hoeveel Bavaria-eigenaren verontschuldigen zich niet voor hun jacht? Dit keer niet omdat ze weinig verdienen, zoals we weten, maar omdat hun jacht een nogal goedkope boot van de lopende band is en om die reden voor de nogal behoudende pleziervaart van Nederland 'lelijk' is. Terwijl de stelling dat een polyester seriejacht niet iets is voor de watersporter met een ontwikkelde smaak, weinig bijval krijgt. Niet bij de eigenaren van dit type schepen, niet bij de professionals en al helemaal niet bij Bavariazeilers.

Is hier sprake van een sociaal correcte uitspraak? Nederlanders zijn immers op consensus gesteld en prefereren een egalitaire samenleving.

Zo stemt slechts een krappe meerderheid van de professionals in met de stelling dat 'het soort jacht dat iemand bezit in hoge mate zijn of haar maatschappelijke status bepaalt'. Met de stelling 'Hoe kleiner en eenvoudiger een boot, hoe minder aanzien de eigenaar heeft', zegt een grote meerderheid van de professionals het oneens te zijn. Ook met de bewering dat 'In feite de superjachten van de rijken der aarde de voorbeelden zijn van hoe het ideale motor- of zeiljacht behoort te zijn', zijn de professionals het zeer mee oneens.

Of speelt herhaaldelijk een omzetting van dissonantie naar gerijmdheid een rol? Met andere woorden, veel respondenten beweren uit zelfbescherming geen lelijke boot te bezitten. Je zegt toch ook niet dat je partner lelijk is? Of zijn de opvattingen over de schoonheid van een jacht veranderd als gevolg van gewenning aan de spectaculaire metamorfose van boten sinds de Pionier van Ricus van de Stadt uit 1959? Of heeft misschien het belang van schoonheid het allang afgelegd tegen de eis van functionaliteit, en is de hele discussie in feite achterhaald? Een discussie die nog lang niet geëindigd is als we letten op de uitkomst van de bewering dat moderne hightech jachten minder klasse hebben dan traditionele schepen. Eigenaren van eigentijdse zeiljachten zijn tot op het bot verdeeld. Zij varen zelf in kunststof

en 'high tech'. De professionals zijn het overwegend oneens met de stelling, de meesten van hen leven dan ook dagelijks in een nautische 'high tech' omgeving. Motorbootvaarders daarentegen stemmen wel in met de uitspraak. Begrijpelijk, aangezien de Nederlandse kajuitmotorbootvloot degelijk en traditioneel is, en de eigenaren op leeftijd zijn.

Welbeschouwd hoeven alleen de huurders van jachten zich over het uiterlijk van 'hun' schip geen zorgen te maken. Huurmotorboten doen meestal pijn aan de ogen. Het zijn grote commerciële kasten, goedkoop in elkaar gezet, voorzien van een zwoel vleugje St. Tropez of Monaco. Maar de huurder is niet verantwoordelijk voor al deze lelijkheid, want hij wordt als watersporter niet serieus genomen. Hij is slechts passant; nautisch kapitaal is niet vereist, evenmin goede smaak.

Dat 'slechte smaak' bestaat, staat buiten kijf, even afgezien van de mening van Doerakvaarders. Voor rond- en platbodemzeilers telt goede smaak zelfs zwaar. Vandaar dat deze categorie zeilers, evenals die van Scherp Klassiek, het oneens is met de stelling dat professionals de smaakspecialisten zijn als het gaat om de schoonheid van een jacht. Wie immers meent zelf een ontwikkelde smaak te hebben en dat in eigen ogen met het bezit van het eigen jacht bewijst, en daarbij ook nog over veel nautisch kapitaal beschikt (begonnen bij de paplepel), is overtuigd van eigen deskundigheid en noemt zich een smaakspecialist. Het oordeel over goede en slechte smaak mag dan samenhangen met de hoeveelheid nautisch kapitaal, iemands schoolopleiding doet er ook toe. Kijken we naar de tien foto's van vijf zeiljachten en vijf motorjachten, dan blijkt dat laagopgeleide watersporters het witte turbojacht (**c**) minder verafschuwen dan hoogopgeleide watersporters. Ook de hoekige motorboot (**h**) vindt in de ogen van de laagopgeleiden meer genade. Niet onlogisch, want watersporters met minder opleiding varen meer in motorboten, en 'vorm' is voor hen minder belangrijk dan 'functie'. Overigens zijn de overeenkomsten in het oordeel over lelijke jachten aanzienlijk.

Als het gaat om de top drie van mooiste jachten, valt het op dat hoogopgeleide watersporters enkel zeiljachten nomineren. Binnen de keuzen van de laag- en middelbaar opgeleiden zit een (inmiddels) klassiek motorjacht. Kiest de categorie laagopgeleid voor een platbodem op plaats 3, de watersporter uit de middenmoot zet daar een modern polyester zeiljacht neer. Geen van de drie partijen twijfelt aan het mooiste jacht (**d**). De universitair en hbo-geschoolden, veelal zeilers, kiezen hier massaal voor. Daarmee concludeer ik dat 'goede smaak', dus cultureel kapitaal, het meest is aan te treffen bij hoogopgeleiden en zeilers. Een ontwikkelde smaak voor boten is ingebed in het culturele en nautische kapitaal dat binnen de maatschappelijke klasse waarvan men deel uitmaakt, ligt opgeslagen. De fijnproever, wat het voorwerp van proeven ook moge zijn, is altijd iemand die jarenlang geproefd heeft. Grote kans dat hij of zij het proeven als kind al leerde. Het is een geïnternaliseerde kunde dankzij opvoeding en scholing ('habitus', aldus Bourdieu). De uitspraak dat er over smaak niet valt te twisten, heeft als functie de vrede te bewaren en de lagere maatschappelijke klassen niet voor het hoofd te stoten.

Het slanke, witte kottergetuigde zeiljacht met zijn zalige zeeg en lage houten opbouw achter de mast is een 'retro-ontwerp', het verwijst naar de glorie van het zeil uit de periode van de

belle époque en het interbellum. Dit beeldschone zeiljacht is volgens de Nederlandse smaak het ideale jacht, een archetype dat zich sluipenderwijs in ieders hoofd heeft genesteld, in ieders habitus zit en met de paplepel is ingegoten.

Maar voor hoe lang nog? De generatie van de babyboomers, die de pleziervaart 'in handen heeft', is aan het uitsterven, terwijl, Alessandro Baricco⁶⁹³ parafraserend, onze cultuur momenteel een grondige mutatie ondergaat. Wortelt de traditionele watersport in de romantisch-burgerlijke cultuur van de 19^e eeuw met als idealen toewijding, concentratie en verdieping, de nieuwe, 'horizontale' pleziervaarder gaat op wintersport, vliegt naar de zon, doet aan stedenreizen, onderneemt fietsvakanties en zeilt of tuft als er tijd overblijft. Aan boord is hij of zij net als thuis een multitasker: ook hier wordt gesurft op internet, getwitterd, mobiel gebeld, ge-sms't, een e-book gelezen, een elektronisch spelletje gespeeld.

De komende generatie watersporters verlangt 'spectaculariteit' en het einde van de bezadigdheid op het water. De toekomstige pleziervaart zal aanzienlijk meer sensatie, amusement, variatie en adrenaline meebrengen.

⁶⁹³ Baricco, *De barbaren*.