# http://www.nationaleonderwijsgids.nl/uploads/article/article_image/18255/logo_universiteit_utrecht



*“I know I’m supposed to love the oldfashioned ones..”*



Een publieksonderzoek naar de Vertoning van *Arthouse* binnen  
de commerciële bioscoop

Student: Eline L. Bots, 3414779

Begeleider: Hanna Surma

**9 Januari 2015**

Masterscriptie Film- en Televisiewetenschappen

Faculteit Geesteswetenschappen, Universiteit Utrecht

**Abstract**

In de scriptie wordt het fenomeen cross-over programmeren en de hiermee verwikkelde ideeën over high en low culture en distinctie onder de loep genomen. Hieruit blijkt dat het publiek van de cross-over programmering de selectie voor een film voornamelijk laten afhangen van praktische overwegingen, zoals gemak en laagdrempeligheid. Alhoewel het publiek zich niet direct bewust lijken te zijn van het uitbreiden van hun smaak door het selecteren van een dergelijke film, lijkt door het ervaren van deze ‘alternatieve’ en ‘kleinschalige’ films de notie van van een culturele omnivoor bewerkstelligt te worden.

**Voorwoord**

Voor u ligt mijn masterthesis. Alhoewel de master Film& Televisie wetenschappen mij niet altijd gemakkelijk viel, heb ik deze thesis met veel plezier geschreven. Mijn interesse in het onderscheid tussen filmhuizen en bioscopen werd oorspronkelijk gewekt door de sterke voorkeur voor filmtheaters bij mijn vrienden en mijzelf. Vooral qua films sprak het aanbod van de filmhuizen ons meer aan dan het aanbod van bijvoorbeeld de Pathé in Utrecht. Dit gevoel ging echter verder dan alleen filmkeuze. In gesprekken met mijn vrienden over bioscoopervaring merkte ik dat er werd neergekeken op de commerciële bioscoop. Dit zelfde beeld kwam ik tegen bij het lezen van internetfora en bij het raadplegen van recensies. Tijdens de master werd mij op een gegeven moment bekend dat Pathé zogeheten PAC-vertoningen verzorgde met feitelijk dezelfde filmtitels als in het filmtheater. De vraag welke bezoekers ervoor kiezen om artistieke films in de commerciële bioscoop te bezoeken terwijl ze ook kunnen ‘genieten’ van de charmes van het Springhaver of het Louis Hartlooper complex fascineerde mij. Dit wekte mijn interesse in het fenomeen cross-over programmering, want wie bezoekt dergelijke films? En wat doet het aanschouwen van een arthouse film in de commerciële bioscoop met de ervaring van de bezoeker? Gegeven mijn voorliefde voor film en mijn interesse in mensen, hun ervaringen en emoties werd dit het onderwerp waar ik in dook. Hierdoor werd mij duidelijk dat het niet alleen de films waren die ervoor zorgde dat wij liever een filmhuis bezochten, maar dat de ervaring van het bezoek eromheen ook een belangrijke rol speelde. De ideeën over *high* en *low culture* vormen een verklaring voor de sterke voorkeur die mijn vrienden en ik hebben voor een avondje filmtheater. Hiermee hoop ik niet alleen een waardevolle toevoeging aan het onderzoeksveld te bieden, maar heb ik ook persoonlijk meer begrip gekregen voor de filmervaring van anderen.

In het proces van dit onderzoek heb ik veel hulp gehad vanuit diverse hoeken. Allereerst wil ik mijn begeleidster Hanna Surma bedanken, die ondanks het feit dat mijn onderzoek buiten haar directe expertise gebied valt, ontzettend haar best heeft gedaan om mij zo goed mogelijk te helpen. Ze heeft veel extra tijd gestoken in het discussiëren over het onderwerp met mijn tweede lezer Jasmijn Gorp, en tezamen hebben zij tijdens het proces vele nuttige suggesties gedaan.

Daarnaast wil ik mijn vrienden bedanken die de tijd hebben genomen om mijn scriptie geheel door te lezen en het dan ook nog oprecht interessant vonden, een groter compliment kan je je niet wensen! Hierbij moet ik specifiek Mayke Pels bedanken, ook wel grappend mijn tweede scriptiebegeleider genoemd, die door regelmatige brainstormsessies ontzettend veel heeft bijgedragen aan mijn scriptie en waarschijnlijk op dit moment net zo veel van het onderwerp weet als ik zelf. Ten slotte wil ik mijn ouders bedanken die nooit te beroerd waren om iets door te lezen en altijd (en soms te) benieuwd waren naar mijn voortgang. Daarnaast wil ik hen bedanken voor hun vertrouwen in mij, zelfs wanneer ik het zelf een beetje was verloren.

Nu rest u ‘enkel’ nog het lezen van mijn scriptie, ik hoop dat u het, net als ik, een ontzettend boeiend onderwerp vindt en de inhoud dan ook met plezier zal lezen. Eventuele opmerkingen of suggesties kunnen gemaild worden naar [eline\_bots@hotmail.com](mailto:eline_bots@hotmail.com).

**Inhoud**

1. **Inleiding 5**
2. **Theoretisch kader 8**
3. **Methode 18**
4. **Resultaten& Analyse 24**
5. **Conclusie 31**
6. **Discussie 35**
7. **Bronnenlijst 37**
8. **Bijlagen**

**8.1. Vragenlijst 40  
8.2. Memo’s per participant 43**

**8.2.1. Memo participant 1 – Eline – Tuschinski  
8.2.2. Memo participant 2 – Eline – Tuschinski  
8.2.3. Memo participant 3 – Mayke – Tuschinski  
8.2.4. Memo participant 4 – Mayke – Tuschinski  
8.2.5. Memo participant 5 – Eline – Tuschinski  
8.2.6. Memo participant 6 – Eline – City  
8.2.7. Memo participant 7 – Eline – City  
8.2.8. Memo participant 8 – Eline – City  
8.2.9. Memo participant 9 – Eline – City  
8.2.10. Memo participant 10 – Eline – City  
8.2.11. Memo participant 11 – Eline – City  
8.2.12. Memo participant 12 – Eline – City**

**8.3 Memo’s per thema**

**8.3.1 Codes 1: Sfeer  
8.3.2. Codes 2: Publiek  
8.3.3. Codes 3: Reputatie  
8.3.4. Codes 4: Zelfperceptie  
8.3.5. Codes 6: Filmkeuze**

1. **Inleiding**

Boeiende films met prachtige verhalen.

Pathé Alternative Cinema speelt in op de groeiende behoefte naar kwaliteitsfilms. PAC selecteert mooie films die iets extra’s brengen; met diepgang, adembenemende achtergronden en een verhaal dat lang blijft hangen. Deze films krijgen vaak minder aandacht dan films uit Hollywood, maar winnen de laatste jaren snel aan populariteit. Geniet dus bij Pathé van deze ontroerende en krachtige PAC-films.[[1]](#footnote-1)

Hierboven zien we een aankondiging van het Pathé Alternative Cinema programma (PAC) op de website van de bioscoopketen Pathé. Onder deze PAC-vertoningen vallen artistieke films die overwegend geprogrammeerd worden door filmhuizen en niet behoren tot de zogenaamde mainstream van Hollywood producties. Opvallend hierbij is het expliciet benoemen van het, voor Pathé, alternatieve karakter van deze films. In tegenstelling tot het klakkeloos te programmeren van dergelijke films om een ruimer aanbod te creëren, geeft de stempel *PAC-film* een expliciete uiting aan deze uitbreiding van het huidige aanbod. Pathé is hier niet de enige in. Ook andere bioscoopketens adverteren met dergelijke cross-over programmeringen, zoals de Wolff bioscoop te Huizen[[2]](#footnote-2) en diverse bioscopen van de JT keten.[[3]](#footnote-3)

Het programmeren van artistieke films in de bioscoop en het programmeren van mainstream films in de filmtheaters wordt cross-over programmeren genoemd. Hoewel Pathé in bovenstaande aankondiging spreekt over een ‘groeiende populariteit’ mag dit fenomeen niet nieuw genoemd worden. Al in 2000 sprak men in de krant Trouw over de toename van cross-overprogrammering.[[4]](#footnote-4) Ook werd al in 2005, naar aanleiding van het succesvolle PAC-festival,[[5]](#footnote-5) aangekondigd dat Pathé meer artistieke films zou gaan vertonen.[[6]](#footnote-6)

Het begrip cross-over programmeren wordt binnen diverse onderzoeksvelden gebruikt om, abstract gezien, een uitwisseling van factoren aan te duiden. In filmwetenschappen wordt hiermee het uitwisselen van films tussen filmtheaters en bioscopen bedoeld. Daarnaast vertoont het begrip cross-over programmeren ook overeenkomsten met *cultural planning*. Ian Huffer definieert cultural planning als een manier om bevolkingsgroepen kennis te laten maken met kunstvormen waar zij normaliter zelf niet direct mee in contact zouden komen.[[7]](#footnote-7) Op overeenkomstige wijze worden bij cultural planning en cross-over programmeren verschillende ‘culturen’ bijeen gebracht. Zo zou cross-over programmeren gezien kunnen worden als een manier om de grenzen tussen bepaalde bevolkingsgroepen te doen vervagen en hiermee een breder publiek naar de bioscoop te trekken. Naar cross-over programmeren als fenomeen binnen de filmwetenschappen is weinig onderzoek verricht.

Om de bovenstaande kwestie te kunnen onderzoeken, is de volgende hoofdvraag geformuleerd: ***Welke rol spelen distinctie en ideeën over high en low culture bij het selecteren en bezoeken van een arthouse film in de commerciële bioscoop?***

Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. *Hoe denken bezoekers van een cross-over programma over de sfeer in de commerciële bioscoop?*

Aan de hand van deze deelvraag wordt achterhaald welke sfeer de bezoekers toe-eigenen aan een ervaring die van oorsprong gezien wordt gecategoriseerd als low culture.

1. *Hoe denken bezoekers van een cross-over programma over het bioscoopgaande publiek?*

Aan de hand van deze deelvraag wordt achterhaald welke ervaring en mening de bezoekers hebben over de medebezoekers van deze vertoningsgelegenheid.

1. *Hoe denken bezoekers van een cross-over programma over de reputatie van het PAC-programma in de commerciële bioscoop?*

Aan de hand van deze deelvraag wordt achterhaald waarom de bezoekers hebben gekozen voor deze specifieke film en of zij zich hierbij bewust waren van het PAC-programma. Daarnaast wordt achterhaald welke andere vertoningsgelegenheden zij in hun overweging hebben meegenomen en of hun ideeën over *high* en *low culture* bij dit alles een rol hebben gespeeld.

1. *Welke films passen bij het zelfbeeld van bezoekers van een cross-over programma in de commerciële bioscoop?*

Aan de hand van deze deelvraag wordt achterhaald waar bezoekers zichzelf inschalen wanneer het gaat om hun keuzes in films en of zij zich bewust zijn van een dergelijk onderscheid tussen high en low culture.

1. *Welke motivatie geven bezoekers van een cross-over programma voor de filmkeuze?*

Aan de hand van deze deelvraag wordt de motivatie van de bezoekers achterhaalt bij het selecteren van een cross-over programma in de commerciële bioscoop.

Voordat er antwoord gegeven kan worden op bovenstaande deelvragen worden in het theoretisch hoofdstuk relevante theorieën uiteengezet. In dit onderzoek is ervoor gekozen om het fenomeen te benaderen vanuit het publiek. In het theoretisch kader zal de motivatie achter dergelijk publieksonderzoek worden beargumenteerd. Hierna zal er worden gefocust op het spectrum van *the art film* tot *mainstream film* en de complicaties hieromtrent. Ook zal het debat rondom de conceptenhigh en lowculture*, distinction* en de *cultural omnivore* uiteengezet worden. In het methodologisch hoofdstuk zal vervolgens *grounded theory* als methode voor het analyseren van interviews worden toegelicht en zal er worden ingegaan op de motivatie voor deze methode. Daarnaast wordt er een profielschets gemaakt van de culturele participatie en achtergrond van geïnterviewde participanten middels een analyse van de verzamelde vragenlijsten. Uit de analyse van de kwalitatieve data, die aan de hand van de deelvragen is opgesteld, zijn de meest opvallende resultaten gedestilleerd. Deze zullen worden gepresenteerd in de analyse. Uiteindelijk zullen in de conclusie, op basis van de verzamelde data, de deel- en hoofdvragen worden beantwoorden en zullen er aanbevelingen worden gedaan voor verder onderzoek. In de bijlagen van deze thesis zijn de ingevulde vragenlijsten en gebruikte memo’s terug te vinden.

1. **Theoretisch kader**

**Van tekst naar publiek**

Tot de jaren ’90 lag in filmwetenschappelijk onderzoek de focus op tekstuele analyse, en werden dus vooral de films onder de loep genomen. Kritiek hierop kwam echter vanuit diverse hoeken. Zowel gerenommeerde wetenschappers als studenten die zich met dergelijk onderzoek bezig hielden waren van mening dat hiermee voorbij werd gegaan aan het interactieve en sociale aspect van cinema. Zo benoemde ook Robert C. Allen de ergernis dat er in filmonderzoek tot dan toe vooral werd gefocust op de tekst zelf, en dat alle context door de onderzoekers werd weggelaten.[[8]](#footnote-8) Onderzoeken die wel ingingen op de relatie tussen de film en de consument, benadrukten het belang van de ervaring van het publiek en de sociale gebeurtenis die een bioscoopbezoek was, waardoor de relevantie van de films zelf in het geding kwam.[[9]](#footnote-9) Maltby kwam hierdoor tot de conclusie dat *“*generally speaking, for many people in many places for a very long span of film history, the cumulative social experience of habitual or even occasional moviegoing mattered more than any particular film they might have seen.”[[10]](#footnote-10) Hiermee verwijst Maltby naar de ervaring van het publiek, en hoe deze, bij wat voor filmbezoek dan ook, historisch gezien altijd sterk beïnvloedt is geweest door sociale factoren.

Hand in hand met deze omslag werd er in filmhistorisch onderzoek ook meer aandacht besteed aan *film exhibition* en *film programming* en andersoortig receptieonderzoek naar de ervaring van het publiek.[[11]](#footnote-11) In de inleiding van *Cinema, Audiences and Modernity: New Perspectives on European Cinema History* leggen Meers, Biltereyst en Maltby uit waarom juist de ervaring van het publiek bij het reconstrueren van (historisch) mediagebruik belangrijk is.

Trying not to look at audiences as figures constructed by the cinematic apparatus or by particular film texts or genres, the authors insist on moviegoing being conceived as a social act performed by people of flesh and blood, who actively engage with movies and with other people, firmly situated within specific social, cultural, historical and spatial confines. This turn to reception, moreover, goes beyond looking at viewing experiences, cinemagoing practices or programming and exhibition strategies used to attract or influence those audiences.[[12]](#footnote-12)

Om een volledig beeld te schetsen is het volgens hen belangrijk dat er niet alleen wordt gekeken naar hoe de bezoekers worden aangesproken en welke doelen hiermee bereikt dienen te worden maar ook juist om te focussen op de ervaring van de bezoeker. Maltby pleit hierbij voor een onderscheid tussen *film history* en *cinema history*, waarbij de focus op audience tot de laatste categorie gerekend kan worden. Dit debat vond voornamelijk in de Verenigde Staten plaats. Europees onderzoek wordt door moderne wetenschappers zoals Biltereyst en Meers gebundeld om meer inzicht te bieden in het lokale aspect van deze mediahistorische geschiedschrijving.

In overeenstemming met het onderzoek van Maltby, Meers, Biltereyst en Allen is in het huidig onderzoek gekozen voor een publieksonderzoek. Om het fenomeen cross-over programmering te analyseren wordt er gefocust op het publiek dat deze kunstvorm aanschouwt om uiteindelijk het meeste te kunnen zeggen over cross-over programmering. De motivatie hiervoor ligt bij het idee dat bij een onderzoek naar high en low culture het sociale aspect van filmbezoek een dominante rol speelt en dat een tekstuele analyse hierbij niet op zijn plaats zou zijn. Om de ervaring van het bioscooppubliek in kaart te brengen is het echter van belang een kort overzicht over het Nederlandse bioscooplandschap te formuleren.

**Ideologische inslag**

In 1921 werd de Nederlandse bioscoopbond opgericht. Deze vereniging van bioscopen, distributeurs en producenten had een flinke vinger in de pap in het Nederlandse filmlandschap.[[13]](#footnote-13) Door het *exclusief onderling handelingsverkeer* was het namelijk niet mogelijk om zaken te doen met een partij die niet bij de bond aangesloten was. Dit zorgde voor een monopolie binnen het Nederlandse filmlandschap. In de jaren zeventig was een groep jonge, opstandige creatievelingen het hier niet mee eens; zij zagen dat dit monopolie een gebrek aan diversiteit tot gevolg had. Als tegenbeweging richtten zij in 1974 Het Vrije Circuit op om ruimte te bieden aan films die door het NBB buitengesloten werden. Hiermee voldeden zij tegelijkertijd aan de groeiende behoefte aan kwaliteitsfilms. Inmiddels waren er ook alternatieve distributeurs opgericht. Zij wilden zich niet aansluiten bij de NBB en werden lid van Het Vrije Circuit.[[14]](#footnote-14) De films die voortkwamen uit deze tegencultuur kregen in de gewone bioscoop geen ruimte en zodoende werden er in verschillende grote steden filmhuizen opgericht. Artistieke films waren echter ook te zien in de zogenaamde *arthouses*, die wel aangesloten waren bij de NBB. Begrijpelijkerwijs ontstond er een heftige concurrentie strijd. In het begin van de jaren ’80 groeiden deze twee takken naar elkaar toe en werd er ook Europese invloed uitgeoefend om de structuur van de NBB te herzien. Het Vrije Circuit sloot zich aan bij de NBB.[[15]](#footnote-15) Hierdoor was de sterke ideologische strijd afgezwakt en in het wetenschappelijk debat werd de tweedeling tussen filmhuizen en bioscopen regelmatig achterhaald genoemd.[[16]](#footnote-16)

Hoewel de ideologische inslag in de jaren ’80 naar de achtergrond verdween, heerst er momenteel in het publieke debat nog steeds een sterk onderscheid tussen mainstream en arthouse films. In de jaren ’60 en ’70 was de discussie hieromtrent in de Verenigde Staten op zijn hevigst. Er werd echter zelden een definiëring gegeven. Vaak bleek het begrip arthouse een verzamelnaam voor alle films die simpelweg niet binnen *commercial cinema* en *commercial television* vielen.[[17]](#footnote-17) Het wetenschappelijk debat vraagt om een nuancering van dit, niet eenduidig te definiëren begrip. In onderstaande passage zal er worden gekeken naar de meer genuanceerde definities van arthouse.

**Complex begrip**

In het wetenschappelijk debat heerste lang de notie van David Bordwell dat arthouse twee principes hanteert: realisme en de expressiviteit van de maker.[[18]](#footnote-18) Steve Neale stelt dat arthouse zeker gekarakteriseerd kan worden door een aantal tekstuele kenmerken, zoals de visuele stijl, de nadruk op personages (tegenover de nadruk op het plot) en het afzetten tegen de Hollywood stijl.[[19]](#footnote-19) Hij levert echter kritiek op hoe ‘Art Cinema as an Institution’[[20]](#footnote-20) volledig achterwege is gelaten in het wetenschappelijk debat van de jaren ’60 en ’70. Zo zijn zaken als de distributie, financiering, vertoningsmanieren en productie volgens hem minstens zo belangrijk als het gaat om de definiëring van arthouse. Volgens Neale kan je dan ook niet alleen een film arthouse noemen vanwege haar inhoud maar spelen de manier waarop de film in de markt gezet wordt en de ‘gekozen’ vertoningsgelegenheden ook een belangrijke rol. Er moet dus volgens hem onderscheid gemaakt worden tussen arthouse films zelf en de manier waarop deze circuleren.

Barbara Wilinsky beargumenteerd in *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema* dat alleen al het discours over arthouse genoeg aanleiding is om te spreken over een stroming die the art film heet. “These very different conceptualizations of the art film and art cinema illustrate that despite variations in definitions (…), a category of motion pictures called art films exists, if nothing else as a discursive category.” [[21]](#footnote-21)Wilinsky is van mening dat de verschillende visies op arthouse film de vraag oproepen hoe en waarom we eigenlijk gebruik maken van dergelijke categorisatie. Deze terminologie is volgens haar juist zo interessant omdat het niet alleen wat zegt over een specifieke film maar ook over de context van de film in termen van productie en receptie. Zij is van mening dat zowel de vorm van de film als de industriële aspecten meespelen in het categoriseren van films.

Bij het definiëren van arthouse moet volgens Wilinsky ook meegenomen worden of er vanuit het theoretisch veld of vanuit de industrie wordt gesproken. Het is hierbij volgens Wilinsky heel verleidelijk om de artfilm te bespreken als een vaststaand concept met een vaststaande betekenis: “Art film as a practical and commercial concept within the film industry was (and undoubtedly still is) ambiguous and flexible.” Zij concludeert hiermee dat er nooit een korte definitie van art film kan worden gegeven. De enige manier waarop wij art film kunnen begrijpen is als het historisch gecontextualiseert wordt. “This historical contextualization of the art film allows an understanding of what art film meant at a specific point in time.”[[22]](#footnote-22)

De discussie van arthouse in Nederland lijkt overeen te komen met het debat dat hierboven wordt besproken. Alhoewel een politieke ideologie aan dit begrip ten grondslag ligt, is deze inmiddels ook in Nederland in grote mate naar de achtergrond verschoven. De Nederlandse art film is echter niet volledig autonoom. Zo wordt de Nederlandse film, die ook in veel gevallen tot arthouse gerekend wordt, gestimuleerd en gesubsidieerd door de Nederlandse overheid. Desalniettemin zijn er in het discours rondom arthouse in nederland grote gelijkenissen te vinden met het bovenstaande debat.

**De ontwikkelende verhouding tussen Arthouse en mainstream cinema**

Het ontstaan van de *arthouse* cultuur in de Verenigde Staten wordt aangehaald door Wilinsky. Zij geeft aan dat er in het begin van de jaren ’60 sprake was van een culturele hiërarchie in de samenleving, waarvan de groeiende middenklasse een van de oorzaken was. Deze middenklasse zocht volgens haar naar een manier om zich te onderscheiden van de andere klassen. Met het aanhalen van Pierre Bourdieu geeft Wilinsky aan hoe de zich ontwikkelende culturele sector als een manier gezien werd om een gevoel van status en prestige te bewerkstelligen.[[23]](#footnote-23) Dit gevoel van prestige werd bevestigd door de ontkenning van ‘mainstream cinema’ en het gebruik van culturele vormen die geassocieerd werden met hoge status. In de praktijk werd dit onder andere bereikt door het programmeren van buitenlandse en independent films, geen korting te geven aan kinderen, hoge toegangsprijzen te heffen en door het verkopen van koffie in plaats van popcorn. Door deze middelen werd er volgens Wilinsky bijgedragen aan de hiërarchie van smaak.[[24]](#footnote-24)

Wilinsky eindigt haar onderzoek met een oproep tot meer onderzoek naar de sociale verschillen, zoals deze tot uiting komen in de filmtheaters. Zij richt zich daarbij op het huidige medialandschap, waarin cross-over programmering gezien kan worden als een paradox, of zoals zij het zegt als een ‘ambivalence of cultural values’.[[25]](#footnote-25) Ze doelt hiermee op de tegenstrijdigheid tussen enerzijds het articuleren van verschillen tussen *arthouses* en mainstream cinema, waarmee sociale hiërarchieën in stand gehouden worden, en anderzijds het vervagen van diezelfde grenzen door middel van fenomenen als cross-over programmering. Ontwikkelingen zoals cross-over programmering hebben volgens haar grote invloed op de eerder genoemde sociale hiërarchieën zoals deze door *arthouses* gearticuleerd worden. In lijn met Wilinsky’s onderzoek wordt in dit onderzoek getracht de paradox van cross-over programmering verder in kaart te brengen.

Ian Huffer voegt hier in zijn artikel *A Popcorn Free Zone: Distinctions in Independent Film Exhibition in Wellington, New Zealand* aan toe hoe postmoderne theoretici zoals de door hem aangehaalde Mike Featherstone verder ingaan op de paradox zoals door Wilinsky beschreven en spreken van een ‘culturele instabiliteit’. Huffer verwijst hierbij naar Featherstone die deze instabiliteit beschrijft als:“a consumer culture based upon a profusion of information and proliferation of images which cannot ultimately be stabilized, or hierarchized into a system which correlates to fixed social divisions.”[[26]](#footnote-26) De overdaad aan informatie en beeld, veroorzaakt door technologische ontwikkelingen in de postmoderne samenleving, zou de culturele instabiliteit doen vergroten.

Huffer is van mening dat er in eerder onderzoek naar de verhouding tussen *arthouses* en commerciële bioscopen veelvuldig is gekeken naar de industrie maar dat de achtergrond van het publiek hierbij vaak onderbelicht is gebleven.[[27]](#footnote-27) Hij beklaagt zich over het gegeven dat in de eerder genoemde onderzoeken de sociale achtergrond van het publiek niet gespecificeerd wordt.[[28]](#footnote-28) In lijn met Huffer wordt in dit onderzoek getracht verbanden tussen sociale hiërarchieën en cross-over programmeringen nader te bestuderen.

Postmoderne theoretici zoals Jones[[29]](#footnote-29) en Jancovich et. al[[30]](#footnote-30) tonen aan dat, alhoewel de *arthouses* qua programmering meer richting mainstream gaan, het onderscheid blijft bestaan door de afwezigheid van blockbusters en het bestaan van een cultuur van waardering tegenover een cultuur van entertainment. Zo heeft Jancovich receptieonderzoek uitgevoerd in Nottingham, England, waarbij de perceptie van het publiek van arthouses werd onderzocht. Uit het onderzoek bleek dat een intellectuele stimulans bij dergelijk publiek meer van belang was dan de fysieke of emotionele genoegens. In een dergelijke filmcultuur wordt dus een waardering van de vorm van de film nagestreefd in plaats van de functie van de film: ‘the mode of representation over the object represented which may frame audiences engagement with more mainstream films, if they are screened.’[[31]](#footnote-31) Door dit onderscheid in waardering bevestigd arthouse cinema de bestaande sociale uitsluiting. Het publiek wat dit onderscheid vreemd is wordt hierdoor buitengesloten.

Een andere bijdrage aan het debat komt van de tekst *“And I Felt Quite Posh!” Art-house Cinema And The Absent Audience: The Exclusions Of Choice* van Ailsa Hollinshead. Hollinshead besteed in haar tekst aandacht aan de redenen waarom mensen uit een lagere sociale klasse *arthouse*s uitsluiten in hun keuzes.[[32]](#footnote-32) Net als bij Wilinsky en Bourdieu blijkt dat vooral de reputatie van de vertoningsgelegenheid een grote rol speelt in deze ‘exclusions of choice’.[[33]](#footnote-33) De participanten gaven aan dat het chique karakter van de vertoningsgelegenheden hen het gevoel gaf dat ze het niet konden betalen. Ditzelfde chique karakter zorgde ervoor dat zij zich niet op hun gemak voelden. In haar conclusie geeft **Hollinshead aan dat sommige sociale ongelijkheden niet overbrugd kunnen worden. Toch geeft zij een aantal adviezen naar aanleiding van haar onderzoek. Door dergelijke zaken aan te passen, kan worden bewerkstelligd dat ook haar participanten zich meer ‘thuis’ voelen in de *arthouses*. Vanwege een zelfde focus binnen het veld van receptieonderzoek hebben de interviewtopics uit het onderzoek van Hollinshead als basis gediend voor de interviews uitgevoerd naar aanleiding van deze thesis.**

**Distinctie**

De basis voor dergelijk sociaal wetenschappelijk onderzoek ligt bij het werk van Bourdieu. In 1984 kwam Bourdieu met het invloedrijke boek *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste.* Hierin theoretiseert hij over de manier waarop de sociale klassen zich tot elkaar verhouden en de wisselwerking waarin macht ontstaat. Deze machtsverhoudingen worden onder andere bepaald door de culturele smaak van individuen. Deze smaak is echter niet volledig willekeurig maar hangt af van de sociale achtergrond van een persoon. Smaak kan dan ook worden gezien als een manier om je op sociaal gebied te positioneren. Hij introduceert hierbij het begrip *cultural capital*, wat in samenwerking met economisch en sociaal kapitaal een ‘veld’ creëert waarin machtsverhoudingen bepaald worden. Cultureel kapitaal kan uitgelegd kan worden als kapitaal wat je hebt meegekregen in opvoeding/ontwikkeling, zoals educatief kapitaal, niet te verwarren met kapitaal betreffende goederen die geld waard zijn. Hij is van mening dat degenen met een *high volume of cultural capital* de grootste kans hebben om te bepalen hoe smaak wordt vormgegeven in de maatschappij.[[34]](#footnote-34) De sociale klasse met een lagere hoeveelheid kapitaal accepteert deze smaak en hierdoor ontstaat het onderscheid tussen *high* en *low culture*[[35]](#footnote-35) en de bijbehorende beperkingen. Door dit verschil in smaak distantieert een bepaalde klasse zich van een andere klasse. Voor dit onderscheid gebruikt Bourdieu het begrip *distinctie*. Deze distinctie vindt plaats tussen hoog en laag maar ook binnen een bepaalde sociale laag is er sprake van distinctie. Zo kunnen mensen uit een hogere klasse zich van personen uit deze zelfde klasse pogen te onderscheiden.

Met het concept *habitus* beschrijft Bourdieu de basis van onze smaak, gedachten, interesses en ons begrip van de wereld om ons heen. Dit heeft zich gevormd door primaire socialisatie aan de hand van familie, cultuur en educatie. Habitusbeschrijft hiermee een mentaal systeem van structuren die zich bevinden in een individu, die de representatie zijn van externe structuren.[[36]](#footnote-36) Deze habitus beïnvloedt voor een groot gedeelte wat we mooi en lelijk vinden, waar we ons prettig bij voelen en de keuzes die we maken, zoals de keuzes voor filmhuis of bioscoop.

Habitus are generative principles of distinct and distinctive practices - what the worker eats and especially the way he eats it, the sport he practises and the way he practises it ... Habitus are also classificatory schemes, principles of classification, principles of vision and division, different tastes ... but the distinctions are not identical ... the same behaviour can appear distinguished to one person, pretentious to someone else and cheap or showy to yet another.[[37]](#footnote-37)

Cultureel kapitaal kan opgedeeld worden in twee vormen, allereerst bestaat er het geïnstitutionaliseerde culturele kapitaal, wat gemeten kan worden aan de hand van bijvoorbeeld opleidingsniveau. Hiertegenover staat belichaamd cultureel kapitaal, dat gemeten kan worden aan de hand van de consumptie en participatie van zogenaamde *highbrow culture* en dus niet aangeleerd kan zijn.[[38]](#footnote-38) Een gevolg van een lage of hoge hoeveelheid cultureel kapitaal is het onderscheid in voorkeur voor legitieme smaak of illegitieme smaak.[[39]](#footnote-39) In het geval van legitieme smaak wordt de film vooral beschouwd als kunstvorm. Personen uit een lagere sociale klasse beoordelen volgens Bourdieu een film vooral vanuit de illegitieme smaak en letten hierbij voornamelijk op de amusementswaarde. Hierbij beoordelen zij de functie boven de vorm terwijl in de hogere sociale klasse de vorm weer meer wordt gewaardeerd dan de functie.

**Een onoverbrugbaar onderscheid?**

Bourdieu is hierbij van mening dat sociale achtergronden zoals opvoeding, educatie en culturele voorkeuren een invloed hebben op de smaak van een individu wat niet zomaar overbrugd kan worden. Hij is van mening dat men zich nooit in de omgeving van beide klassen evenveel op z’n gemak kan voelen. Dit staat in contrast met een hedendaagse populaire visie wat het begrip *cultural omnivorism* heeft voortgebracht.[[40]](#footnote-40) Volgens deze theorie consumeren personen uit een hoge klasse niet enkel meer hoge cultuur maar spreiden ze hun interesses ook over culturele bezigheden die behoren tot een lagere klasse, ook wel ‘the omnivore thesis’ genoemd.[[41]](#footnote-41) Deze culturele omnivoren zouden een bredere smaak hebben dan voorheen en het zou opkomende tolerantie aantonen. Warde et al. tonen in “Understanding cultural omnivorousness: Or, the myth of the cultural omnivore” aan dat, alhoewel niet zo eenduidige als eerdere studies suggereren, er wel degelijk bewijs is van een bredere culturele participatie in het Verenigd Koninkrijk.

Bij het gebruik van de begrippen van Bourdieu moet echter in acht worden genomen dat zijn werk afstamt uit 1984 en dat er met betrekking tot klasse veel veranderd is in de hedendaagse maatschappij. Daarnaast is de theorie van Bourdieu gebaseerd op de Franse maatschappij en kan de vergelijking met Nederland niet eenduidig gemaakt worden. Alhoewel het concept klasse gehistoriseerd dient te worden blijkt uit een recent onderzoek van Bovens, Dekker en Tiemeijer dat het concept nog wel degelijk relevant is. In het rapport *Gescheiden Werelden? Een verkenning van sociaal-culturele tegenstellingen in Nederland* onderzoeken zij de status van de klassenscheiding in Nederland.[[42]](#footnote-42) Volgens hen leven laagopgeleide en hoogopgeleide mensen steeds meer in een gescheiden wereld omdat zij zich in hun eigen leefomgeving het meest op hun gemak voelen. Veel mensen hebben vooral contact met mensen van hun eigen opleidingsniveau. Wanneer mensen met een lagere opleiding zich buiten hun eigen leefomgeving bevinden ervaren zij volgens Bovens et al een gevoel van onbehagen, wat vaak onzekerheid teweeg brengt. In het onderzoek wordt dan ook veelvuldig gebruik gemaakt van het gedachtegoed van Bourdieu en zijn begrippen zoals cultureel kapitaal en distinctie. Hieruit blijkt dat distinctie en het onderscheid tussen high& low culture ook op de hedendaagse Nederlandse samenleving, zij het genuanceerd, van toepassing zijn.

In overeenstemming met het werk van Herbert Gans zal er in dit onderzoek vanuit worden gegaan dat het onderscheid tussen low culture en high culture niet gedefinieerd kan worden als goed en fout. Gans betoogt in zijn tekst dat beide gezien kunnen worden als cultuur, terwijl veel wetenschappers high culture zien als de enige werkelijke cultuur en dat popular culture gezien kan worden als ‘a dangerous mass phenomenon’.[[43]](#footnote-43) Ik zal de definiëring van high en low/ popular culture dan ook enkel gebruiken in de vorm van voorkeuren, zonder hier een waardeoordeel aan te verbinden.

1. **Methode**

**Casus**

Als methode is er in dit onderzoek voor gekozen om 12 interviews af te nemen bij bezoekers van de PAC-films van Pathé. Pathé is op dit moment de grootste bioscoopexploitant in Nederland en heeft in de laatste jaren zijn aanbod aan artistieke films aanzienlijk vergroot.[[44]](#footnote-44) Door het expliciete label van de PAC-film en de hoeveelheid Pathé bioscopen in Nederland zal deze casus ons inzicht kunnen bieden in de ervaring van bezoekers van een cross-over programmering in het huidig Nederlands bioscooplandschap.

De interviews zijn afgenomen bij de twee Pathé bioscopen in Amsterdam waar PAC-vertoningen zijn, namelijk: Pathé Tuschinski en Pathé City. De vragenlijsten zijn afgenomen op drie verschillende avonden in een periode van 30 oktober tot 5 november. Uiteindelijk zijn vijf van de twaalf interviews afgenomen bij bezoekers van Pathé Tuschinski, de overige interviews vonden plaats in Pathé City. In totaal zijn bezoekers van vijf verschillende PAC-films geïnterviewd.[[45]](#footnote-45) Bij elk van deze films is gecontroleerd of deze films ook elders in Amsterdam in een filmhuis werden vertoond. Bij vier van de vijf films was dit het geval, waarmee ook de stelling onderbouwd wordt dat de PAC-films werkelijk als cross-over programmering gezien kunnen worden.

**Corpus**

Om te achterhalen hoe de participanten denken over distinctie en het onderscheid tussen *high* en *low culture* moet er eerst gekeken worden naar het cultureel kapitaal van de PAC-bezoeker. Voor de analyse van de vragenlijsten is allereerst een profielschets gemaakt aan de hand van de verzamelde, kwantitatieve gegevens. Aan de hand van diverse vragen gebaseerd op een onderzoek van Stichting Film Onderzoek betreffende de culturele participatie van filmtheaterbezoekers is het cultureel kapitaal van bezoekers getracht te achterhalen. Hierbij werden zowel vragen gesteld over het geïnstitutionaliseerde culturele kapitaal als het belichaamd cultureel kapitaal. De vragenlijst bevatte onder andere vragen over de frequentie van filmhuis-, bioscoop- en filmfestivalbezoek.[[46]](#footnote-46) Daarnaast werd ook gevraagd naar de hoeveelheid bezoeken aan andere culturele instellingen, zijnde musea, theater, concertgebouw en overige.

Bij het selecteren van interviewkandidaten was de enige voorwaarde dat zij net een PAC voorstelling hadden bezocht en dat zij een Nederlandstalige achtergrond hadden of minimaal vijf jaar in Nederland woonden. Er waren geen andere voorwaarden voor participatie omdat er juist een waarheidsgetrouw beeld van de bezoekers moest ontstaan. Een geluk hierbij was dat de aangesproken bezoekers allen graag wilde participeren aan het onderzoek.[[47]](#footnote-47) Dit heeft als gevolg dat de participanten als enigszins representatief gezien kunnen worden voor het profiel van de gemiddelde PAC-bezoeker.

Alle interviews zijn afgenomen in de vooravond of avond. Hier is voor gekozen omdat voorstellingen die overdag plaats vinden relatief weinig bezoekers trekken en het daardoor niet praktisch was om op dit tijdstip interviews af te nemen. De interviewer bevroeg de geïnterviewde en de antwoorden werden in steekwoorden genoteerd. Daarnaast werd het interview ook opgenomen om eventuele niet genoteerde informatie later nogmaals te kunnen beluisteren. Ook was de precieze bewoording belangrijk voor het formuleren van quotes die aan de analyse zijn toegevoegd.

Het kwalitatieve gedeelte van de vragenlijsten is opgedeeld in thema’s die te herleiden zijn naar eerder genoemde deelvragen. Deze deelvragen zijn op hun beurt weer gebaseerd op de thema’s die aangehaald worden door Allison Hollinshead in het eerder genoemde artikel ““And I Felt Quite Posh!” Art-house Cinema And The Absent Audience The Exclusions Of Choice”.*[[48]](#footnote-48)* Zij gebruikt deze thema’s om een *perception of otherness/sameness[[49]](#footnote-49)* te destilleren. Hollinshead heeft voor het beantwoorden van de vraag waarom personen uit een lagere sociale klasse het filmhuis uitsluiten van hun keuzes, semi-gestructureerde groepsgesprekken laten plaatsvinden met respondenten uit een lagere sociale klasse. Om de respondenten te categoriseren tot de ‘lagere sociale klasse’ heeft zij gekozen voor participanten uit een zogeheten achterstandswijk uit de stad Edinburgh in Schotland. In deze groepsgesprekken heeft zij aan de hand van bovenstaande thema’s hun huidige filmkijkgedrag besproken en hiermee de (voor)oordelen over *arthouses* bestudeerd. Hieronder valt (1)‘Biography of taste/experience’, waarmee de kijkgeschiedenis van de participant geanalyseerd kan worden en de participant hiermee een bepaalde mate van cultureel kapitaal toegewezen wordt. In de overige vier categorieën wordt er gekeken naar opvattingen betreffende de bezochte bioscoop aan de hand van (2)‘ambiance of cinemas’, (3)‘other members of the audience’, (4)‘reputation of the cinemas’ en (5)‘films that fitted with their self-perception’.[[50]](#footnote-50) Hier is nog een categorie aan toegevoegd omdat het gaat om participanten die een specifieke film hebben bekeken, namelijk een PAC film. In categorie (6) motivation for filmchoice, wordt dan ook gevraagd naar de achterliggende motivatie voor het selecteren van de specifieke film in de betreffende bioscoop.

**Analysemethode**

De vragenlijsten zijn aan de hand van *Grounded Theory* geanalyseerd. Dit houdt in dat er een theorie wordt opgesteld aan de hand van de data.[[51]](#footnote-51) Hiervoor worden de data open, axiaal en selectief gecodeerd, waarmee er een steeds specifiekere selectie van al het materiaal wordt gemaakt. Het is een methode om de data te groeperen en patronen te herkennen, waarbij telkens inductief wordt gewerkt. Er is gekozen voor deze methode omdat men aan de hand van *Grounded Theory* een open vraagstelling kan hanteren, wat relevant is wanneer er onverwachte resultaten tevoorschijn kunnen komen. Een interview met gesloten vragen zou daarnaast ook geen recht doen aan de complexe verwachtingen en ervaringen van de bioscoopbezoeker.

Na het afnemen van de interviews werden deze per interview gecodeerd aan de hand van het audiobestand. De twaalf memo’s zijn vervolgens op basis van de zes thema’s geclusterd. Binnen deze thema’s werd gezocht naar overeenkomstige codes om deze te categoriseren. Om deze categorieën steeds eenduidiger te kunnen definiëren werden de interviews drie maal doorgenomen. Uiteindelijk wordt in de resultaten& analyse sectie per thema de uitkomsten besproken, vervolgens zijn uit deze resultaten drie relevante categorieën gedestilleerd, die in de analyse besproken zullen worden. De stappen die in het proces genomen zullen worden, worden als bijlage toegevoegd.

**Profielschets participanten**

Opvallend in het schetsen van het profiel van de participanten is allereerst het opleidingsniveau. De participanten blijken hoogopgeleid, zo hebben alle twaalf een hogere opleiding genoten. Hierbij moet wel de kanttekening gemaakt worden: een aantal participanten hebben een opleiding genoten buiten Nederland, van deze opleiding is het niveau moeilijker te definiëren.

De leeftijdscategorieën lopen sterk uiteen, en de spreiding is dan ook groot. Wel is het aantal participanten met een leeftijd tussen de twintig en dertig hoog en is te zien dat dit voornamelijk vrouwen betreft.

Figuur 1 Leeftijd van de participanten opgedeeld in man/vrouw

Aan de hand van de antwoorden gebaseerd op de vragen van Stichting Film Onderzoek is een zo profiel geschetst om het belichaamd cultureel kapitaal te achterhalen.

Figuur 2 Culturele Participatie

Aan de hand van de profielen kan geconcludeerd worden dat de participanten een redelijk tot sterk cultureel kapitaal hebben. ‘Slechts’ vijf van de twaalf bezoekers gaven aan zelden tot nooit een andere culturele gelegenheid te bezoeken, wat vaak in lijn lag met de lage frequentie van filmhuis/ bioscoop bezoek. Zeven van de twaalf participanten werden zelfs beoordeeld op een hoge mate van culturele participatie. Opvallend was het lage aantal participanten dat af en toe een filmfestival bezocht.

De bekendheid met het filmhuis als andere optie voor filmbezoek liep uiteen. Sommige participanten hadden nog nooit een filmhuis bezocht waar anderen zeker één tot vijf keer per jaar naar het filmhuis gingen. Slechts één van de twaalf bezoekers gaf aan liever naar het filmhuis te gaan dan naar de bioscoop. Twee gaven aan geen voorkeur te hebben terwijl de overige negen bezoekers zichzelf als bioscoopbezoeker typeerden. Na navraging bleek geen van de bezoekers was in het bezit van een Cineville pas,[[52]](#footnote-52) al waren ze overwegend wel bekend met het bestaan hiervan. Daarnaast werd duidelijk dat een overgroot gedeelte van de participanten met korting ofwel gratis de film hadden bezocht. Zo hadden zeven van de twaalf participanten een Pathé Unlimited (Gold) card.[[53]](#footnote-53) Twee overige participanten hadden via een familielid een gratis bioscoopbezoek en één participant maakte gebruik van een kortingsvoucher. Uiteindelijk waren er dan ook slechts 2 participanten die de volledige toegangsprijs hadden betaald.

Figuur 3 Frequentie Bioscoop-, Filmhuisbezoek

Figuur 4 Aanschafbedrag bioscoopkaartje

Onder de participanten waren er veel die alleen naar de film waren gegaan. De helft van de geïnterviewden bezocht de film met één ander persoon en slechts in twee gevallen vond het bioscoopbezoek plaats met een gezelschap van meer dan 2 personen.

Figuur 5 Gezelschap

Ten slotte is de participanten gevraagd naar hun bekendheid met het PAC-programma. Ondanks dat zij allen een PAC film bezocht hadden, bleken 7 van de 12 participanten niet bekend met het PAC-label. Van diegenen die wel bekend waren met het PAC-label hadden 2 van de 5 niet door dat het PAC-label aan deze film gekoppeld was. Diegenen die bekend waren met het PAC-label hadden allen al eerder een PAC- film bezocht.

Figuur 6 Bewustzijn PAC-label

Een uitgebreid profiel over de filmtheaterbezoeker in Nederland staat beschreven in het rapport ‘Filmtheaterbezoekers uitgelicht’ door het Stichting FilmOnderzoek.[[54]](#footnote-54)

1. **Resultaten/ Analyse**

Uit het onderzoek is gebleken dat er vijf thema’s zijn die de ervaring van het bezoeken van een artistieke film in de commerciële bioscoop beïnvloeden. Deze thema’s wordt gedomineerd door het idee dat de participanten naar de film gaan voor een ‘gemakkelijke’ avond uit. Zij laten hierbij hun filmkeuze vooral door de praktische zaken zoals tijdstip en locatie beïnvloeden. Tevens blijkt dat zij een film bezoeken die traditioneel gezien overeenkomt met de door hun getypeerde ‘ingewikkelde’ ervaring van het bezoeken van een filmtheater. De manier waarop binnen het spanningsveld naar een balans wordt gezocht tussen gemakkelijk versus intellectueel wordt in figuur 7 weergegeven.

**Zelfperceptie**

**Sfeer**

**Reputatie**

**Figuur 7: Verhoudingen thema’s, concepten en categorieën**

**Filmkeuze**

**Publiek**

Allereerst zullen per thema de resultaten uiteen gezet worden die ons inzicht bieden in de complexe verhouding die de participanten ervaren betreffende distinctie en het onderscheid tussen high& low culture. Hierna zullen drie overkoepelende categorieën toegelicht worden die in het bovenstaande figuur zijn aangegeven.

1. *Sfeer*

Wanneer men kijkt naar de factoren die van belang zijn bij het beoordelen van de sfeer van de commerciële bioscoop dan blijkt dat één van de meest voorkomende concepten is dat de participanten de commerciële bioscoop niet ervaren als een locatie waar zij zouden ‘blijven hangen’. Alhoewel de sfeer over het algemeen als prettig wordt ervaren, geeft men aan dat zij enkel even kort naar de film gaan, en de bioscoop niet zien als een plek waar men blijft om na te kletsen. Zo zegt participant 11 wanneer er wordt gevraagd naar de nadelen van de Pathé bioscoop ‘ik mis iets wat mensen meer samenbrengt, er is geen open barruimte, bar is te klein. Het is de architectuur van het gebouw’. Ook participant 6 geeft aan dat zij bij het bestaan van meer zitplekken makkelijker zou blijven hangen, maar dat dit op dit moment niet het geval is. Dit heeft als gevolg dat het bioscoopbezoek niet wordt gezien als een uitje, dit wordt letterlijk benoemd door participant 3: ‘het is niet echt een uitje in die zin’. Dit kan ook afgeleid worden uit het feit dat meerdere participanten aangeven snel even na het werk een voorstelling mee te pakken.

Dit contrasteert met de ervaringen van de participanten met een bezoek aan het filmhuis. Zo geeft participant 10 aan een filmhuisbezoek meer als een sociale activiteit te zien, waarbij een expliciete vergelijking met de commercial bioscoop wordt gemaakt: [een filmtheater bezoek] ‘is more of like a social thing whereas, at somewhere like this, people would come to go to the movie and that’s it. Whereas at an arthouse movie they make an evening of it, sit around and discuss the film.’ De associatie die de participanten hebben met het sociale aspect van een filmhuisbezoek blijkt echter niet alleen afhankelijk te zijn van de locatie. De participanten geven aan dat ook de personen die naar een filmhuis gaan eerder kunnen worden omschreven als: ‘mensen die even blijven hangen voor een drankje’. Daarnaast geeft participant 10 aan dat een filmhuisfilm als een ‘socialere bezigheid’ gecategoriseerd kan worden wanneer vergeleken met een bioscoopbezoek.

Het feit dat de participanten na een bioscoopbezoek niet graag blijven hangen lijkt erop te wijzen dat een bioscoopbezoek door de participanten gezien wordt als vluchtige en daarmee lichte vorm van vermaak. Hiertegenover staat dat het filmhuisbezoek volgens hen niet alleen het bekijken van de film behelst, maar ook het napraten hierover. Hiermee lijkt een filmhuisbezoek te worden geclassificeerd als een gewichtige activiteit. Wanneer men spreekt in termen van distinctie wordt het bioscoopbezoek hier duidelijk afgezet tegenover het filmhuisbezoek, en wordt de nadruk gelegd op de tegenstelling van moeilijk versus makkelijk; high culture versus low culture.

1. Publiek

Wanneer de participanten praten over het publiek dat zij associëren met de commerciële bioscoop vallen een aantal dingen op. Er zitten verscheidene overeenkomsten tussen hun algehele beeld van bioscooppubliek en hoe de participanten zichzelf zien. Er wordt verwezen naar ‘normale’ mensen, en een ‘gemixt’ publiek. Zo zegt men dat er zowel ouderen als jongeren komen en ook veel stelletjes. Ook wordt hierbij expliciet verwezen naar ‘mensen zoals ons’.

Wanneer gevraagd wordt naar een typering van het filmhuispubliek worden afwijkende concepten genoemd. Er wordt bijvoorbeeld een artistieke waarde toegewezen aan filmhuisbezoekers. Ook worden codes als ‘alternatief’ en ‘hipster’ gebruikt. Daarnaast wordt de filmhuisbezoeker gezien als ‘creatiever’ en zegt participant 11 bijvoorbeeld dat het personen zijn ‘die een beetje apart willen zijn’ en ‘die alles kijken en uitvinden voor zichzelf’. Er wordt sterk gesproken in termen van karakteromschrijvingen en er wordt dan ook gesproken over een ‘type mens’ waar de participant zichzelf overwegend niet toe rekent.

Hiermee wordt het filmhuispubliek sterk afgezet tegenover het idee van de ‘zelf’ van de participant. Dit blijkt ook wel uit het gebruik van woorden als ‘meer …’, en ‘anders’. De participanten lijken hiermee een kloof aan te geven tussen hunzelf en het filmhuispubliek. Hiermee blijkt wederom een distinctie en wordt afstand gecreëerd die geïnterpreteerd zou worden als *ons versus hen*. Bovendien lijken de meeste participanten zich niet met filmhuispubliek te kunnen identificeren.

1. *Reputatie*

Bij het bevragen van de reputatie van de bioscoop werd vooral gefocust op de reputatie van het PAC-programma en de reputatie van de vertoonde film, die alle tot het PAC-label behoorden. Allereerst viel op dat de participanten, mits bekend met PAC-films, deze zagen als artistieke films die zij afzetten tegen de mainstream Hollywoodproducties. Ook werden art films omschreven als kleinere producties, die relatief weinig geld opbrachten. Daarnaast werden diverse codes gebruikt om te omschrijven dat deze films vaak kwalitatief beter waren en bijvoorbeeld een ‘diepere betekenis’ bevatten.

De waardering voor dergelijke meer gecompliceerde films liep uiteen. Een aantal participanten gaf aan expres te kiezen voor films met meer diepgang, weer andere participanten gaven aan dat zij niet zaten te wachten op dergelijke ‘ingewikkelde’ films. Zo zei participant 12 dat zij van oorsprong naar de bioscoop ging om een makkelijke film te bekijken: ‘[wij] hebben eigenlijk altijd zin in iets makkelijks, en als dat niet voorhanden is dan wijken wij uit naar iets ingewikkelders’. Niet voor niets gaf dezelfde participant aan dat de vertoonde film niet aan haar eisen voldeed en zij vanwege deze reden de bioscoop voortijdig had verlaten: ‘[ik] had zin in iets leuks en ben opgestaan en weggegaan’.

Zoals aangegeven in de profielschets waren een hoop participanten zich niet bewust van het feit dat de door hen gekozen film tot het PAC-programma behoorde. Ook was een groot gedeelte van de participanten niet bekend met het PAC-programma in het algemeen. Uiteindelijk waren maar 3 van de 12 participanten zich bewust van het feit dat zij een PAC-film hadden geselecteerd. Wel gaven zij allen aan dat het PAC-label voor hen geen doorslaggevende factor was geweest bij het selecteren van de film. Zo gaf participant 3 aan een film niet te selecteren op het PAC-label maar op wat haar interessant leek. Ook zei participant 9: ‘[ik] heb het wel gezien maar hou er niet echt rekening mee van: daar wil ik naartoe gaan. Meer meestal: dit is een film, er staat hier PAC voor, wat is dat?’

Vervolgens werd gevraagd naar de genres waar de net bekeken film volgens de participanten toe behoorde. De antwoorden hierop waren erg uiteenlopend. Enkele participanten noemden de film die zij gezien hadden ‘filosofisch’ en een film ‘met meer gedachten erachter’. Deze antwoorden kwamen enigszins overeen met de beschrijvingen die eerder werden gegeven over PAC-films. Op de vraag of dit een film was die overeen kwam met de films die zij normaliter bekeken werd divers geantwoord. Na navraag van de genres van de net gekeken film kwam ook regelmatig een waardeoordeel aan bod. Deze beoordeling van de films was echter niet eenduidig. Sommige participanten gaven aan onder de indruk te zijn van de gelaagdheid van de film. Daartegenover waren een aantal andere participanten minder positief omdat de film niet voldeed aan hun behoeften of omdat zij in het keuzeproces afhankelijk waren geweest van hun gezelschap.

Hoewel hiervoor niet altijd de term PAC wordt gebruikt, werd de distinctie tussen alternatieve films en mainstream films binnen Pathé dus door de participanten herkend. Sommige participanten gaven aan juist op zoek te zijn naar dergelijke vorm van high culture, terwijl het voor andere een (onaangename) verrassing was.

1. *Zelfperceptie*

Afgezien van de gemaakte profielschets van de participanten was het interessant om te achterhalen of de participanten zichzelf als filmliefhebber zouden beschouwen. Op deze vraag antwoordde een groot gedeelte van de participanten bevestigend. De mede-bioscoopgangers in de betreffende bioscoop werden in dezelfde categorie geschaard. Zo zei participant 11: ‘[De] mensen die hier komen, komen voor de films, wel echte filmliefhebbers’. Wanneer werd gevraagd naar de genres waar de participanten het liefst naar keken werd duidelijk dat zij een ruime filmsmaak hadden. Zo werden bijvoorbeeld uiteenlopende genres genoemd maar ook werd simpelweg als antwoord gegeven ‘alle genres’ of ‘heel divers’. In vergelijking met de gemiddelde bioscoopbezoeker, hebben de participanten een hoge mate van bezoekersfrequentie.

Daarnaast valt op dat de participanten zich sterk bewust zijn van een bepaalde mate van ‘hoe het hoort’. Dit wordt onder meer duidelijk door de enigszins schuldbewuste ondertoon bij vragen betreffende zijn of haar culturele participatie. Zo zegt participant 9, wanneer gevraagd naar de frequentie van filmfestivalbezoek: ‘staat wel op de planning maar nog niet gedaan’. Hetzelfde blijkt uit het antwoord: ‘moet eigenlijk wel‘ wanneer participant 3 gevraagd naar de frequentie van museumbezoek. Ook wordt er door participant 10 expliciet verwezen naar de druk om *high culture* hoger te waarderen: ‘i know i’m supposed to love the oldfashioned ones but I’m not, I don’t, I really love these ones better’. Ook wanneer er in categorie 5 wordt gevraagd naar filmkeuze wordt een dergelijk bewustzijn duidelijk. Zo zegt participant 9 ‘[ik] let ook op de regisseur.. maar eigenlijk ook niet, probeer een beetje interessant te doen.’ Overeenkomstig geeft participant 12 als reden voor het bezoeken van artistieke films aan dat er druk was van buitenaf om dergelijke films gezien te hebben. Als antwoord op de vraag welke films zij vaak bezoekt geeft zij aan dat ze vaak of hele commerciële films uitkiest of ‘dat soort films die je gewoon gezien móet hebben’ waarmee ze doelt op de net bezochte PAC-film.

Vanwege de frequentie van filmbezoek en de ruime filmsmaak typeren de participanten zichzelf als filmliefhebbers. Hiermee distantieerden de participanten zichzelf van overig bioscooppubliek door hun filmkeuze. Zo zegt participant 6, wanneer gevraagd naar het publiek van de betreffende Pathé: ‘deze jeugd die ik hier nu zie, die zie ik ook niet naar de film gaan waar wij net zijn geweest’. Hieruit blijkt dat zij zich bewust zijn van ditzelfde onderscheid. Opvallend is dat ondanks dit bewustzijn, de participanten er toch voor kiezen om hier niet aan toe te geven maar high culture films te blijven consumeren op een van oorsprong low culture locatie.

1. *Filmkeuze*

Als laatste thema werden de participanten gevraagd naar de motivatie achter de gedane film- en bioscoopkeuzes. Hieruit blijkt allereerst dat een aantal overeenkomstige factoren een grote invloed hebben op het beslissingsproces rondom de film. Als belangrijke factor wordt het tijdstip van de vertoning veelvuldig genoemd. Daarnaast kijken participanten de trailer van de film om op de hoogte te zijn van de inhoud. Wel blijken een aantal participanten van te voren bijzonder weinig te weten over de film die zij zouden gaan bezoeken. Zo geeft participant 5 bijvoorbeeld aan ‘sowieso naar de film te willen’, waarbij oorspronkelijk tot een bioscoopbezoek werd besloten en pas later naar de keuze voor een specifieke film werd overgegaan. Dit komt echter overeen met de cijfers van the Center for Information based Decision Making & Marketing Research, ook wel MOA genoemd. In onderzoek uit 2011 zijn de beslissingsprocessen van bioscoopbezoekers onder de loep genoemen.[[55]](#footnote-55) Hieruit blijkt dat er twee verschillende patronen kunnen worden ontdekt onder hun proefpersonen. Zo blijkt 61% naar de bioscoop te gaan om een specifieke film te zien terwijl 39% eerst beslist om naar de bioscoop te gaan en komt de filmkeuze pas later.

Wanneer wordt gevraagd naar het beslissingsproces omtrent de bioscoop lijkt er in veel gevallen impliciet te zijn gekozen voor een bezoek aan een Pathé, in plaats van bijvoorbeeld een bezoek aan ‘Tuschinski’. Zo geeft participant 1 expliciet aan niet voor deze specifieke bioscoop gekozen te hebben ‘die film draaide toevallig alleen hier’. De motivatie voor het niet in overweging meenemen van overige vertoningsgelegenheden lijkt voornamelijk te liggen in het bezitten van een Pathé pas. Zo geeft participant 9 aan dat de Pathé pas zijn overwegingen beïnvloedt: ‘[ik] heb een Pathé pas dus hou die andere eigenlijk niet in de gaten’, waarbij met ‘die andere’ verwezen lijkt te worden naar filmhuizen. Voor participant 12 geldt hetzelfde ‘ik moet zeggen dat als ik die pas niet had dat ik dan wel vaker naar het filmhuis zou gaan, maar het is wel fijn dat al die films draaien bij Pathé’. Ook blijkt wederom dat praktische zaken, zoals de afstand tot de bioscoop, doorslaggevend zijn. Ten slotte gaven meerdere participanten aan dat ook hun vrienden in het bezit waren van een Pathé pas, waardoor het praktischer was om met zijn allen naar Pathé te gaan.

Opvallend is hierbij dat filmhuizen weinig worden meegenomen in de overweging. Op de vraag of de participant weet of de betreffende film ook in andere vertoningsgelegenheden wordt vertoond wordt regelmatig ontkennend geantwoord. Ook wordt er regelmatig verwezen naar een andere Pathé. Slechts een enkeling geeft aan te weten dat de film ook in een filmhuis vertoond wordt. Dit terwijl vier van de vijf geselecteerde PAC-films ook in een Amsterdams filmtheater geprogrammeerd zijn.

Wederom lijken praktische factoren een belangrijke invloed te hebben op de film en bioscoopkeuze. Er wordt door de participanten wel gezegd waarde te hechten aan de inhoud maar uiteindelijk wordt er overwegend eerst besloten een film te gaan bekijken waarna de tijdstip en de locatie van de bioscoop het filmaanbod beperken. Pas hierna wordt gekozen welke van de overgebleven films, op basis van de trailer, het aantrekkelijkst wordt geacht. Het filmhuis wordt hierin, dankzij het bezit van de Pathé pas, maar ook vanwege onbekendheid met het aanbod, meestal niet in de overweging meegenomen.

Aan de hand van de bovenstaande codes blijken een aantal factoren regelmatig terug in de resultaten. Zo blijkt de concepten onder andere te herleiden tot de overkoepelende categorie **praktisch**. Ondanks de regelmatig genoemde behoefte dat films inhoudelijk mogen zijn, blijkt de nadruk op praktische zaken zoals tijdstip en locatie erop te wijzen dat de participanten het filmbezoek vooral zien als een tussendoortje en niet als een uitje. Hiermee hangt samen dat de participanten het filmbezoek als iets **laagdrempeligs** beschouwen. De participant streeft een kort bioscoopbezoek na, waarbij de sociale intentie overwegend achterwege wordt gelaten, ook streeft men overwegend naar een makkelijk avondje uit, met een film die geschikt is voor het hele gezelschap. Dit betekent niet dat er geen waardering voor het bioscoopbezoek bestaat, in gesprek blijkt dat de participanten zichzelf beschouwen als filmliefhebber. Daarnaast bestaat er een bepaald **bewustzijn** in de omgang met het onderscheid tussen high en low culture. De associatie van een filmhuis en filmhuispubliek blijkt nog altijd te bestaan en in stand gehouden te worden door de distinctie tussen ‘ons’ en ‘hen’ die de participanten articuleren. Alhoewel de participanten behoefte blijken te hebben aan makkelijk vermaak, waarbij de filmkeuze door praktische redenen wordt bepaald, blijkt dat de films die zij kijken oorspronkelijk onder een definiëring van ‘moeilijk’ vallen. Ondanks het vertonen van dezelfde film wordt er door de participanten een hele andere associatie gegeven aan een avondje in de commerciële bioscoop versus een avondje in het filmhuis.

1. **Conclusie**

Aan de hand van een receptie onderzoek onder bezoekers van een cross-over programmering in de commerciële bioscoop is in dit onderzoek getracht het discours over high en low culture en distinctie in kaart te brengen. Allereerst moest hiervoor een profiel geschetst worden dat ons meer vertelt over de achtergrond van de participanten. Hieruit valt op te maken dat de participanten voornamelijk uit jonge hoogopgeleiden bestaan. Daarnaast wordt duidelijk dat de participanten, in termen van Bourdieu, in het algemeen een groot cultureel kapitaal bezitten. Hierbij is vooral gefocust op het belichaamd cultureel kapitaal. De participanten zijn daarnaast over het algemeen in het bezit van een Pathé pas waardoor zij (al dan niet in hun eentje) een relatief hoge frequentie van bioscoopbezoek hebben. Op het eerste gezicht lijken de participanten dan ook een hoog cultureel kapitaal te bezitten. Met deze profielschets in het achterhoofd wordt er per deelvraag gekeken naar de ideeën van distinctie en high en low culture van de participanten.

1. *Hoe denken bezoekers van een cross-over programma over de sfeer in de commerciële bioscoop?*

Overwegend lijken de bezoekers van een dergelijke programmering waarde te hechten aan een gemakkelijk bioscoopbezoek. Dit uit zich voornamelijk in een beoordeling van de praktische zaken die het bezoek vormgeven. De participanten lijken dan ook niet veel waarde te hechten aan de sfeer, omdat zij een bioscoop niet zien als een plek om even te blijven hangen. Des te meer hechten zij belang aan de vormgeving en functionaliteit van het gebouw.

1. *Hoe denken bezoekers van een cross-over programma over het bioscoopgaand publiek?*

Overwegend lijken de bezoekers van een dergelijk programma het publiek te beschouwen als overeenkomend met henzelf. Daarnaast wordt er vooral gesproken over een divers publiek van stelletjes met zowel oudere als jongere personen. Hierbij wordt een duidelijk onderscheid gemaakt met filmhuispubliek. Het filmhuispubliek wordt getypeerd als alternatiever, creatiever en kortweg: anders.

1. *Hoe denken bezoekers van een cross-over programma over de reputatie van het PAC-programma in de commerciële bioscoop?*

Overwegend lijken de bezoekers van een dergelijk programma er sterke ideeën op na houden betreffende de films die bij het PAC-programma horen. Zij zijn zich meestal niet bewust van het feit dat de net bezochte film onderdeel is van het PAC-programma. Indien de participanten zich wel bewust waren van het programma gaven zij aan dat dit niet een doorslaggevende factor was geweest bij het selecteren van de film. Overigens geeft een gedeelte van de participanten wel behoefte te hebben aan dergelijke films die zij zelf definiëren als films met meer diepgang.

1. *Welke films passen bij het zelfbeeld van bezoekers van een cross-over programma in de commerciële bioscoop?*

Overwegend lijken de bezoekers van een dergelijk programma een hele diverse filmsmaak te bezitten en zichzelf als filmliefhebber te beschouwen. Daarnaast blijkt er sprake te zijn van een bepaald bewustzijn wanneer de participanten zich trachten te positioneren binnen het spectrum van high en low culture.

1. *Welke motivatie geven bezoekers van een cross-over programma voor de filmkeuze?*

Overwegend lijken de bezoekers van een dergelijke programmering de filmkeuze voornamelijk te laten afhangen van de locatie en het tijdstip van de film. De inhoud van de film wordt hiermee ondergeschikt aan de praktische zaken. Het filmtheater lijkt hierbij buitengesloten te worden in de keuze voor een film, ofwel vanwege het bezit van de Pathépas, ofwel vanwege de onbekendheid met het aanbod van de filmhuizen.

Aan de hand van bovenstaande deelvragen zal de volgende hoofdvraag beantwoordt worden: ***Welke rol spelen distinctie en ideeën over high en low culture bij het selecteren en bezoeken van een arthouse film in de commerciële bioscoop?***

Naar aanleiding van de antwoorden op de bovenstaande deelvragen blijken een aantal ideeën een rol te spelen bij de ervaring van het bezoek van een cross-over programmering. Allereerst blijkt het publiek te behoren tot publiek met een hoog cultureel kapitaal en met een hoge mate van culturele participatie. Wel bezoekt dit publiek het liefst films inde bioscoop, een locatie die van oorsprong geassocieerd wordt met low culture. De bezoekers lijken zich bewust van de heersende sociale hiërarchieën. Opvallend hieraan is dat zij zich ondanks dit bewustzijn niet aan de hiërarchieën conformeren. De verklaring hiervoor lijkt te liggen in het gemak waarmee de hedendaagse bezoeker graag een film bekijkt. Dit gemak lijkt een doorslaggevende factor te zijn in het selecteren van een film en hierdoor is de inhoud ondergeschikt geworden. De participanten lijken ernaar te streven om vluchtig vermaakt te worden. In de terminologie van Bourdieu lijken de bezoekers meer behoefte te hebben aan een vervulling van de illegitieme smaak. Men gaat naar de bioscoop om vermaakt te worden en de vorm van de film lijkt hierbij minder van belang te zijn.

Hiermee samenhangend wordt bioscoopbezoek door de participanten niet meer gezien als een uitje maar meer als een korte onderbreking van de routine. Het bezitten van een Pathé pas lijkt hier een doorslaggevende factor in te zijn. Het verkrijgen van korting of zelfs het gratis bezoeken van een film lijkt een voorbode voor het verlagen van de drempel wanneer het gaat om het consumeren van film. Hiertegenover staat voor hen namelijk de gedachte dat men in het filmhuis intellectueel en ‘moeilijk’ bezig is. Daarnaast wordt een filmhuisbezoek gezien als een sociale gebeurtenis waar men meteen een hele avond aan kwijt is. De uiteenlopende associatie met het bezoek, terwijl er in feite dezelfde film bezocht wordt, kan gezien worden als een paradox. Aan de ene kant geven de bezoekers aan behoefte te hebben aan gelaagde films, terwijl zij zich wel distantiëren van het publiek van het filmtheater.

In termen van distinctie schijnt het publiek zich, ondanks hun habitus en hoge culturele kapitaal, te onderscheiden van het filmhuispubliek. Alhoewel de participanten zich ten opzichte van ‘vreemde’ filmhuisbezoekers dus wel tot de ‘normale’ bioscoopbezoeker rekenen, zetten ze zichzelf ook deels af tegen de ‘gewone bezoeker’. Het publiek spreekt namelijk in dergelijke mate over hen versus zij en noemen de filmhuisbezoekers hoogopgeleid en creatiever. Er lijkt dus sprake te zijn van een bewuste buitensluiting van het filmhuis tot de keuzemogelijkheden. Dit komt overeen met de uitkomsten van het onderzoek van Aisla Hollinshead, die in haar onderzoek tot de conclusie kwam dat de participanten het filmhuis uitsloten van hun keuze. Naar analyse van de interviews bleek dat dit kwam doordat de participanten aangaven zich niet thuis te voelen op de locatie van high culture vermaak. Volgens Jancovich bevestigt dit onderscheid de al bestaande verschillen tussen het filmhuispubliek en bioscooppubliek. Volgens deze redenering zijn de sociale factoren omtrent filmbezoek dan ook veel belangrijker dan de tekst zelf, wat overeenkomt met de gedachten van de bezoekers.

Wanneer hierbij wordt teruggekoppeld naar het concept van de culturele omnivoor is degene met een groot cultureel kapitaal die zowel geniet van high culture als van low culture, in dit geval zou dus gezegd kunnen worden dat een culturele omnivoor wel degelijk een plek heeft binnen de hedendaagse Nederlandse filmcultuur. Daarnaast betekent dit ook dat de artistieke film in hedendaagse debat aan verandering onderhevig is en misschien wel minder vaststaand is dan ooit tevoren.

1. **Discussie**

Bovenstaand onderzoek tracht antwoorden te geven maar roept ook een hele hoop nieuwe vragen op. Eén factor die bij dit onderzoek buiten beschouwing is gelaten maar een opvallend grote rol heeft gespeeld is het onderscheid tussen Pathé Tuschinski en Pathé City. Voorafgaand aan dit onderzoek is erkend dat de twee vertoningsgelegenheden een hele verschillende achtergrond hebben en dat hierdoor de ervaring tussen beide ook inhoudelijk zou verschillen. Vooraf was echter geen rekening gehouden met het feit dat participanten zich niet als zodanig bewust waren van het onderscheid tussen filmhuis en commerciële bioscoop. Zo bleek een aantal participanten niet bekend te zijn met het fenomeen filmhuis en bleek ook één participant te denken dat Tuschinski tot de categorie filmhuis behoorde. Wanneer werd gevraagd naar denkbeelden betreffende het filmhuis werd er dan ook regelmatig verwezen naar het publiek en/of de sfeer van Tuschinski. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de identiteit van de commerciële bioscoop minder vaststaand is dan vooraf werd gedacht. Ook werd duidelijk dat de participanten binnen de categorie ‘bioscoop’ onderscheid maakten tussen diverse Pathé bioscopen. Dit werd bijvoorbeeld kenbaar gemerkt aan de hand van diverse quotes. Zo merkte participant 9 op na de vraag of hij wel eens een filmhuis bezocht ‘nee maar ik ga naar Tuschinski, daar komen soms redelijk filmhuizerige films’ ‘vind het wel een type film voor City ook’ (participant 8). Daarnaast werd verwezen naar Pathé de Munt en Arena als plekken waar schorem komt en werd hiermee ook binnen het bioscoopgaand publiek een distinctie gemaakt. Alhoewel dit onderscheid aanvankelijk niet binnen de focus van het onderzoek valt vertelt het ons wel degelijk wat over de ideeën betreffende *high* en *low culture* van een bezoeker en zou het niet benoemen van deze waardeoordelen geen recht doen aan de complexe visie van de bezoeker betreffende dit onderwerp.

Een andere vraag die door dit onderzoek naar voren kwam is de interesse naar de motivatie van de programmeurs. Met dergelijke informatie kan de vraag beantwoord worden of cross-over programmering het beoogde doel van de programmeurs bereikt. Helaas was het achterhalen van dergelijke informatie niet haalbaar binnen het tijdsbestek van deze scriptie. Ter discussie kan daarnaast ook gesteld worden hoe representatief de uitkomsten van het onderzoek zijn voor de bezoeker van een cross-over voorstelling in de breedste zin van het woord. Waar in bovenstaand onderzoek slechts 12 participanten geïnterviewd zijn zou dergelijk onderzoek op grote schaal een nauwkeuriger beeld kunnen geven van de denkbeelden die heersen.

Voor een werkelijke definitie van het cultureel kapitaal bij de participanten, en het uitsplitsen van institutioneel en belichaamd cultureel kapitaal zou er uitgebreider onderzoek plaats moeten vinden. De korte indicatieve vragen die in dit onderzoek zijn gedaan geven weliswaar een beeld maar kunnen de precieze en complexe invulling van een cultureel kapitaal niet volledig meten. Uiteindelijk zouden deze getallen vergeleken kunnen worden met het cultureel kapitaal van de gemiddelde Nederlander om op deze wijze te achterhalen of de gevonden resultaten representatief geacht kunnen worden.

1. **Bronnenlijst**

Allen, Robert C. “The Place of Space in Film Historiography.” *Tijdschrift voor mediageschiedenis,* nr.9 (2006): 15-27.

Biltereyst, Daniel, Richard Maltby en Philippe Meers. *Cinema, Audiences and Modernity: New perspectives on European Cinema History.* London: Routledge, 2012.

Blankendaal, Stijntje. “Meer doeken nemen druk op kwaliteitsfilm niet weg.” *Trouw: de Verdieping*. [2000] 11-09-2014. <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/2500673/2000/11/16/Meer-doeken-nemen-druk-op-kwaliteitsfilm-niet-weg.dhtml>.

Bordwell, David. “The Art Cinema as a Mode of Film Practice.” In *The European Cinema Reader*, geredigeerd door Catherine Fowler, 94-103. New York: Routledge, 2002.

Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste.* London: Routledge, 1984.

Bourdieu, Pierre. *Practical Reason.* Cambridge: Polity Press, 1998.

Bovens, Paul Dekker en Will Tiemeijer. *Gescheiden Werelden? Een verkenning van sociaal-culturele tegenstellingen in Nederland.* Den Haag: Textcetra, 2014.

Bowen, Glenn. “Grounded Theory and Sensitizing Concepts.” *International Journal of Qualititative Methods 5,* (2006): 1-9.

Burgt, Eva van der. “Genre en Arthouse: de verhouding tussen beide begrippen.”Master thesis, Universiteit Utrecht, 2013.

Dibbets, Karel. "Het bioscoopbedrijf tussen twee wereldoorlogen." In *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*, geredigeerd door Karel Dibbets en Frank van der Maden, 229-270. Weesp: Wereldvenster, 1986.

Featherstone, Mike. *Consumer Culture and Postmodernism.* Londen: Sage, 1991.

*“*Filmhuis programma in Huizen.*”*  *Wolff bioscopen.* 17-09-2014. <http://www.wolff.nl/acties/filmhuis-programma-in-huizen>.

“Filmhuis: Unieke films, speciaal voor u geselecteerd.” *JT.* 15-09-2014. <https://www.jt.nl/evenementen/Filmhuis/>.

“Filmtheaterbezoekers uitgelicht.” *FilmOnderzoek.* [2012] 03-11-2014.<http://www.filmonderzoek.nl/filmtheaterbezoekers-uitgelicht>.

Gans, Herbert. *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste.* New York: Basic Books, 1974.

Hollinshead, Ailsa. “”And I Felt Quite Posh!”” Art-house Cinema And The Absent Audience The Exclusions Of Choice.” *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* 8 (2011): 392-415.

Huffer, Ian. *“*A Popcorn Free Zone: Distinctions in Independent Film Exhibition in Wellington, New Zealand.” In *Watching films: New Perspectives on Movie-going, Exhibition and Reception*, geredigeerd door Albert Moran en Karina Aveyard, 279-294. Bristol: Intellect, 2013.

Jancovich, Mark, Lucy Faire en Sarah Stubbings. *The Place of The Audience: Cultural Geographies of Film Consumption.* London: British Film Institute, 2003.

Jones, Janna. “Finding a Place at the Downtown Picture Palace: The Theater, Florida.” In *Cinema and the City: film and Urban Societies in a Global Context*, geredigeerd door Mark Shiel en Tony Fitzmaurice. Oxford: Blackwell, 2001.

Kuhn, Annete. *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory.* London: I.B. Tauris, 2002.

Maltby, Richard, Melvyn Stokes en Robert C. Allen*. Going to the Movies: Hollywood and the Social Experiment of Cinema*. Exeter: University of Exeter Press, 2007.

Maltby, Richard. “On the Prospect of Writing Cinema History from Below.” *Tijdschrift voor mediageschiedenis 9* (2006): 74-96.

“Meer arthouse in Pathé bioscopen.” *Film1* [2005] 11-09-2014.   
<http://www.film1.nl/blog/7287-Meer-arthouse-in-Pathe-bioscopen.html>.

Neale, Steve. “Art Cinema as Institution.” In *The European Cinema Reader*, geredigeerd door Catherine Fowler, 103-120. New York: Routledge, 2002.

“PAC,” *Pathé Specials.*17-09-2014. <http://www.pathe.nl/special/pac>.

Strauss, Anselm en Juliet M. Corbin. *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques.* Thousand Oaks: Sage Publications, 1990.

Warde, Alan, David Wright en Modesto Gayo-Cal. “Understanding cultural omnivorousness: Or, the myth of the cultural omnivore.” *Sociology* 1 (2007): 143–164.

Wierenga, Berend, en Ricardo Da Cruz Rodrigues. “Beslissingsprocessen van bioscoopbezoekers.” *Jaarboek MarktOnderzoek Associatie* *2011*. (2011): 27-40. <http://www.moaweb.nl/kenniscentrum/jaarboeken/archief-jaarboeken-moa/2011/pdfs-moa-jaarboek-2011/Beslissingsprocessen%20bioscoopbezoekers%20H2.pdf/view> .

Wilinsky, Barbara. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema.* Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

1. **Bijlage**

**8.1 Vragenlijst**

Man/vrouw

Leeftijd:

Beroep:

Opleiding+ niveau:

Gezelschap:

Film:

Welke andere culturele vertoningsgelegenheden bezoekt u regelmatig (minstens 1x per jaar)?

O Theater

O Concertgebouw

O Museum

O Opera

O Anders, namelijk….

O Geen van deze, waarom niet?

Ging u tijdens uw jeugd wel eens naar het filmhuis?

0 nooit

0 enkele keren

0 regelmatig

0 zeer regelmatig

Ging u tijdens uw jeugd wel eens naar de bioscoop?

0 nooit

0 enkele keren

0 regelmatig

0 zeer regelmatig

**Smaak/ Ervaring**

1. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld een bioscoop? (LET OP dus niet filmhuis!)

0 1 keer per week of vaker

0 1 tot 3 keer per maand

0 1 keer per twee maanden

0 1 tot 5 keer per jaar

0 minder dan eenmaal per jaar

1. Hoe vaak bezoekt u gemiddeld een filmhuis?

0 1 keer per week of vaker

0 1 tot 3 keer per maand

0 1 keer per twee maanden

0 1 tot 5 keer per jaar

0 minder dan eenmaal per jaar, waarom niet?

1. Naar welke van deze 2 vertoningsgelegenheden gaat u het liefst en waarom?
2. Zou u uwzelf een filmliefhebber noemen?
3. Bezoekt u wel eens een filmfestival? Zo ja, welke?

**Sfeer**

1. Kunt u beschrijven hoe u de sfeer in deze bioscoop ervaart?

En kunt u uitleggen wat ervoor zorgt dat de sfeer zo prettig/onprettig voelt?

1. Wat zou er nog verbeterd kunnen worden aan de sfeer van deze bioscoop?
2. Blijft u na het bezoek aan de film wel eens hangen?

**Publiek**

1. Hoe zou u het publiek van deze bioscoop typeren?
2. Heeft u het gevoel dat het publiek van deze specifieke vertoning hiermee overeen komt? Zo nee, wat zijn de verschillen?
3. Hoe zou u het publiek van een filmhuis typeren? (goed doorvragen!)
4. Welk publiek heeft u meer overeenkomsten mee? (waarbij voelt u zich meer op uw gemak?)

**Reputatie**

1. Waarom heeft u voor deze film gekozen? (graag meerdere redenen)(eerst gekozen voor specifieke film of gewoon ‘naar de bios’)
2. Weet u of deze film op andere plekken in Amsterdam gedraaid wordt? Zo ja, waar?]
3. Waarom heeft u voor het bekijken van deze film in de bioscoop gekozen? (waren ze zich ervan bewust dat deze film ook op een andere plek 🡪 filmhuis draait?)
4. Heeft u deze specifieke bioscoop vaker bezocht?

0 nog nooit

0 enkele keren

0 regelmatig

0 zeer regelmatig

**PAC**

1. Bent u zich bewust van het Pathé Alternative Cinema (PAC) label bij deze film?
2. Heeft u eerder een film met een PAC-label bezocht?
3. Omschrijf wat u weet over het PAC-programma van Pathé?
4. Heeft u gebruik gemaakt van een korting bij het bezoeken van deze film? (pathé pas, ouderen korting, etc.)

**Self-perception**

1. Naar welke genres kijkt u graag?
2. Onder welk genre valt de net bezochte film volgens u en waarom?
3. Op welke manier verschilt de bezochte film van de films die u doorgaans kijkt?
4. Waar let u op bij het kiezen van een film?

(mogelijke antwoorden: tijdstip, duur, genre)

**8.2 Memo’s per participant**

**8.2.1 Memo participant 1 - Eline – Tuschinski**

Gezelschap: vader en dochter Film: St. Vincent

Vrouw  
27  
Studente  
Mondzorg   
HBO  
alleen theater, afgelopen jaar  
1 tot 3 keer per maand naar bioscoop  
twijfel of Tuschinski als filmhuis  
nooit filmhuis  
liefst naar bioscoop  
bioscoop meer keuze uit eten  
filmhuis saai  
filmhuis niet gezellig  
levendigheid bioscoop  
geen filmfestivals  
Tuschinski als plek voor ouderen  
Tuschinski voor andersoortige/rare types  
Tuschinski ander publiek dan City (City ‘normaler’)  
Tuschinski ouderwetse kleuren/banken  
Tuschinski lijkt op huis/kerk  
City strak  
City lichtere kleuren  
Publiek bioscoop gemixt  
Tuschinski oud publiek  
weinig besef van ander publiek  
publiek filmhuis ouder  
overal prettig  
filmkeuze gemaakt door vader  
film niet leuk  
film voor oudere  
geen besef van andere locaties  
Tuschinski één keer eerder bezocht  
eerder bezoek draaide film alleen hier  
PAC-programma onbekend  
Pathé pas  
Comedy  
Waargebeurd  
Actie  
St Vincent- filosofisch  
St. Vincent- leerzaam  
genre niet stom, deze film wel – St Vincent  
Kijkt samenvatting  
Genre  
Geen sciencefiction  
Vroeger nooit naar bioscoop

**8.2.2 Memo participant 2 – Eline - Tuschinski**

Gezelschap: 4 vrienden Film: St. Vincent

Vrouw  
23  
Leraar in opleiding  
Engeland  
WO  
Theater  
Museum  
1 keer per twee maanden  
1 tot 5 keer per jaar –filmhuis  
Liever filmhuis  
Kleinschalig  
Intiem  
Gezellig  
Vlakbij woning  
Geen filmfestival  
Tuschinski – gezellig  
Mooi gebouw  
Voelt niet als bioscoop  
Service prima  
Minder muizen  
Meer toiletten  
Ouder publiek – Tuschinski  
Opgeleid  
Young professionals  
Zelfde publiek specifieke vertoning  
Overeenkomst publiek filmhuis  
Meer creatief – filmhuispubliek  
Geen mening over behoren tot bepaald publiek  
Trailer gekeken  
Interessant voor gezelschap  
Vrolijke film  
Geen besef van andere plekken vertoond in Amsterdam  
1 keer eerder Tuschinski  
Niet bekend met PAC  
Niet eerder PAC-film bezocht  
Gratis kaartje  
Drama  
Romantische komedie  
Drama – St. Vincent  
Komedie – St. Vincent  
Overeenkomst qua genre  
Filmkeuze afhankelijk van gezelschap  
Trailer& reviews  
Niet langzaam  
Geen drama

**8.2.3 Memo participant 3 - Mayke – Tuschinski**

Gezelschap: stelletje Film: St. Vincent

vrouw  
26  
werk zoekende  
Diergeneeskunde  
WO  
Utrecht  
Cultuurbezoek zelden – weinig gevarieerde cultuur interesse  
Theater 1 x per jaar  
Museum zou moeten  
Unlimited kaart  
Wekelijks bioscoopbezoek  
nooit naar het filmhuis – nog nooit geweest  
Unlimited kaart is hoofdreden voor bioscoopbezoek  
Pathé is de grootste – meeste aanbod  
geen filmfestivals  
weinig besef/interesse voor van de sfeer in de bioscoop  
Tuschinski is mooi  
blijft niet hangen na de film  
bioscoop bezoek wordt niet als uitje ervaren  
dichtbij  
even langs gaan  
Publiek hangt af van film en dag  
middelbare school kinderen op woensdag niet leuk  
popcorn gooien  
lawaai niet prettig  
meestal normale mensen  
mensen die ook gewoon film komen kijken  
publiek PAC-film komt overeen  
nog nooit naar filmhuis geweest  
bezoekers filmhuis worden ouder verwacht (50+)  
mijn moeder   
zelf bezoeken van filmhuis nooit aan gedacht  
nooit van gekomen  
Pathé heeft alles te bieden  
denkt zich in filmhuizen wel op haar gemakt te kunnen voelen  
misschien wel een keer een idee  
Bezoek st. Vincent in verband met gunstige tijd  
Leek leuk  
Uit Pathé’s in Amsterdam de meest gunstige  
regelmatige bezoek van Tuschinski  
minder vaak dan City  
Graag naar City  
makkelijker  
Zelf kaartje kopen  
niet in rij staan  
makkelijker ingericht  
Tuschinski is oud   
alles moet passen in het pand  
City is nieuw   
muizen in Tuschinski  
niet bewust van PAC bij deze film  
wel eens vaker naar PAC films geweest  
niet selecteren op basis van PAC  
keuze op basis van wat interessant lijkt  
PAC zijn niet de blockbusters  
films met iets mee boodschap  
leuk  
Unlimited pas  
alles genres lijken leuk  
geen acties  
geen thrillers  
geen horror  
St. Vincent is komisch drama  
Past in genre voorkeur  
film moet op een goed moment draaien  
‘het is heel erg’ – verontschuldigend  
’s avonds rond 19:00 uur  
Na het eten, maar niet te laat  
Praktisch  
Waar we zin in hebben   
Door de kaart minder kritisch

**8.2.4 Memo participant 4 - Mayke – Tuschinski**

Gezelschap: 4 vrienden Film: St. Vincent

Vrouw  
21  
Student  
Eventmanagement  
HBO  
Rotterdam  
Heel zelden – andere vertoningsgelegenheden  
Theater  
Soms Museum   
1 keer in de 3 maanden bioscoop  
Nooit filmhuis  
Onbekend met idee van filmhuis  
Liefst bioscoop  
Broer werkt bij bioscoop  
Bioscoop is makkelijker  
Geen filmfestival  
Tuschinski oud  
Smoezelig  
Heeft sfeer (positief)  
Minder muizen  
Meer toiletten  
Vooral stelletjes  
Ouder  
Werkend  
Paste er wel tussen  
Niet alleen maar met senioren  
Filosofische film  
Meer gedachten achter  
Publiek anders – specifieke vertoning  
Opgeleide mensen  
Ouder  
Ander publiek dan Twilight  
Hipsters – publiek filmhuis  
Jonger   
Alternatief  
Bioscoopganger  
Spontaan naar film  
Wist niet waar hij over ging  
Geen internet, kon film niet opzoeken  
Bekend met dat film ook in filmhuis draait  
Tuschinski alleen als het zo uitkomt  
Niet specifiek naar Tuschinski  
Niet bewust van PAC  
Niet bekend met PAC-label  
Filmfestivalfilms  
Geen eerdere PAC-films  
Gratis via broer  
Geen horror  
Geen actie  
Sociaal  
Emotioneel  
Trailer leuk  
Goede acteurs  
tijdstip

**8.2.5 Memo participant 5 – Eline - Tuschinski**

Gezelschap: 2 vrienden Film: Pride

Man  
31  
Filmproducent  
Hoger Management   
WO  
Theater  
Concertgebouw  
Museum  
Anders, festivals  
1 keer per week of vaker  
1 tot 3 keer per maand – filmhuis  
Liever bioscoop  
Pathé Goldcard  
Niet genoeg naar filmhuis voor Cineville  
Veel filmfestivals  
Tuschinski prettig  
Erg huiselijk  
Warm gevoel  
Nostalgisch  
Gevoel van gemak  
Al 31, Tuschinski ook oud (gekscherend)  
Weinig te verbeteren  
Fijn geen automaten – echte mensen  
Mensen bij trap – weg wijzen  
‘heel Tuschinski’  
Eer aan het pand  
Niet modern  
Mooi en tijdloos  
Divers publiek  
Publiek metro& hetero seksueel – Pride  
Vrouw die man zo ver krijgt  
Bepaalde stereotypes  
Voorstukje gezien  
Nette film  
Grijze wollen sokken types – filmhuis publiek (niet negatief)  
Alternatieve mensen  
Ander slag mensen  
Zelf commercieel  
Commerciële films ga je eerder heen  
Houdt wel van film met een verhaal  
Bekijkt bijna elke film door Pathé pas  
Besef van draaien film bij andere Pathé’s  
Kiezen tussen Munt en Tuschinski, Tuschinski mooist  
Zeer regelmatig Tuschinski  
Niet bekend PAC  
Niet eerder PAC film bezocht  
Pathé pas  
Drama  
Thriller  
Komedie  
Heel divers  
Drama – Pride  
Bewust deze film uitgekozen  
Trailer  
Tekst op website  
Logline op affiche  
Combi van visueel& aandacht trekken

**8.2.6 Memo participant 6 – Eline - City**

Gezelschap: stelletje film: Locke

Man  
40  
Werk zoekende  
WO   
nieuwe media  
theater  
concertgebouw  
anders, festival  
1 tot 5 keer per jaar  
Nooit filmhuis  
Liever bioscoop  
Bereikbaarheid  
Woont pas net in Amsterdam  
Niet bekend met filmhuis mogelijkheden  
Geen filmfestivals  
Prettige sfeer  
Medewerkers – positief  
Veel licht  
Medewerkers Tuschinski – negatief  
Meer zitplekken  
Nooit blijven hangen  
Vroeger aanwezig  
Publiek doorsnee – opvallend  
ouder publiek - Specifieke film  
ouder publiek – filmhuis  
(publiek specifieke film overeenkomen met filmhuis publiek)  
Geen grote kaskrakers  
Specifiekere films  
Script sprak aan  
Wilden sowieso naar de bioscoop  
Film die echt ‘anders’ was  
Film ook in Tuschinski – deze tijd handiger  
Eerste keer Pathé City  
Kent PAC  
Eerder PAC bezocht  
Aparte selectie  
‘erop moeten klikken voordat hij wist wat het inhield’  
‘meer richting filmhuis’  
Geen kaskrakers  
Kortingsvoucher  
Psychologische thriller  
Drama – Locke  
Plot moet aanspreken  
IMDB-cijfer  
Duur van de film  
Locke- kort (negatief)

**8.2.7 Memo – Eline participant 7**

Gezelschap: alleen Film: Pride

Vrouw  
49  
Psychotherapeut  
Integratieve therapie   
HBO+  
Museum  
Theater – af en toe  
1 tot 5 keer per jaar  
1 tot 5 keer per jaar  
Geen voorkeur  
Prettig  
Verlichting  
Kleuren – positief  
Vriendelijk personeel – positief  
Prijzen van drankjes – negatief  
Alleen pinnen – negatief  
Geen besef van algemeen publiek  
Homoseksueel publiek – specifieke film  
Alternatiever ‘maar weet ik niet zeker’- Publiek filmhuis  
Geen voorkeur voor bios/filmhuis  
WOM – mooie film  
Andere plek vertoond, weet niet waar  
Vaker Pathé maar niet deze  
Niet bekend met PAC  
Geen korting  
Niet bekend met genres  
Dit is drama, dus liever drama  
Fantasy   
Film komt overeen  
Thema spreekt aan  
Goed verhaal  
Blijft wel eens kletsen  
Vroeger filmhuis  
Af en toe bioscoop

**8.2.8 Memo participant 8 - Eline - City**

Gezelschap: alleen Film: 100 Foot Journey

Vrouw  
25  
Recruiter  
Personeel& organisatie  
HBO  
Theater  
Concertgebouw  
Museum  
Dansvoorstelling  
Festivals  
3 keer per maand  
5 keer per jaar denk ik (verontschuldigend)  
‘op zich wel’ vaker willen gaan naar filmhuis (na vragen)  
Heeft Pathé pas  
Vriendinnen ook Pathé pas  
Vaak makkelijker  
Vroeger wel eens naar filmhuis ‘m’n ouders waren wel van ’t filmhuis’  
Liever bioscoop  
‘heel stom, maar omdat ze hier popcorn hebben’  
Bezoekt wel eens filmfestivals  
Tuschinski gezelligst  
Dichterbij – City  
Sfeer kan gezelliger – City  
De entree (negatief)  
Rustig, leeg (negatief)  
‘Tuschinski kom je echt binnen, lopen allemaal mensen’ – negatief  
Oud gebouw – Tuschinski (positief)  
Ouder publiek – City  
Toeristen  
‘Gemiddelde leeftijd deze bioscoop iets ouder’ - In vergelijking met andere Pathé’s  
Zaten maar 4 mensen  
Publiek komt overeen  
‘vind het wel een type film voor City ook’  
Gemengd – publiek filmhuis  
‘iets creatiever, misschien’ – publiek filmhuis  
Hoger gemiddelde leeftijd  
Tuschinski leuker – gemengder publiek  
City publiek ouder dan Tuschinski  
Programmering aangepast op ouder publiek – City  
Tijdstip  
Andere plek in Amsterdam, misschien tuschinski  
Regelmatig – City  
Bekend met PAC  
Eerder PAC bezocht  
Alternatiever  
Niet echt mainstream  
Kleinere producties  
Kwalitatief beter  
Meer lagen erin  
Pathé pas  
Avonturenfilms  
Detectives  
Crime films  
Liefdesfilms  
Sciencefiction  
Geen thrillers  
Beetje cliché – 100 Foot Journey  
Beetje tegenvallen   
Voorspelbaar  
Acteurs belangrijk  
Trailer  
Regisseur ‘maar eigenlijk ook niet echt, probeer beetje interessant te doen’  
Leuk/ goed verhaal  
‘Niet in bioscoop’ – Blijven hangen

**8.2.9 Memo participant 9 – Eline - City**

Gezelschap: alleen Film: Locke

Man  
21  
Rechten  
WO  
Theater – Kerstcircus  
Enkele keren filmhuis ‘m’n vader ja’  
Enkele keren bioscoop  
1 tot meerdere keren per week  
Nooit filmhuis ‘ga naar Tuschinski komen soms redelijke filmhuizerige films’  
Pathé pas  
Blockbusters  
Vooral Amerikaans ‘Amerikaanse films liggen me wel het meest’  
Niet Oost-Europees  
Reviews van het internet ‘laat me leiden door andere experts’  
bloggers  
‘Franse films zijn ook wel leuk’  
Filmliefhebber  
Geen filmfestival ‘staat wel op de planning, maar nog niet gedaan  
Favoriete Pathé bioscoop – City  
Relaxt (positief)  
Rustig (positief)  
Statige uitstraling - Tuschinski (negatief)  
Minder relaxt – Tuschinski (negatief)  
Groot – Arena/ De Munt (negatief)  
Dichtbij – City  
Niets te verbeteren  
Niet blijven hangen  
Vaak ‘s middags, soms ’s avonds  
Jong publiek, twintigers  
Veel stelletjes  
Veel vriendengroepen  
Oudere stellen – ‘s middags  
Publiek komt overeen ‘zaten wel wat oudere mensen bij maar dat heb je altijd wel een beetje’  
Ouder: veertiger/vijftigers – filmhuis publiek   
Cultureel ingewijd ‘gaan waarschijnlijk ook vaker naar theaters enzo’  
‘wel gewoon bij het normaal blockbuster, bioscoop publiek hoor, beetje Amerikaanse films’  
‘wel geïnteresseerd in wat kleinere films, meer denk ik de uitzondering’  
Goede review – Locke  
Tijdstip  
Alle andere Pathé   
‘heb een Pathé pas dus hou de andere eigenlijk niet in de gaten’ – filmhuizen  
Zeer regelmatig  
Niet bekend met PAC, later wel  
‘in Tuschinski draaien eigenlijk altijd PAC-films’  
‘heb het wel gezien maar hou er niet echt rekening mee van, dan wil ik daar naartoe gaan ofzo, meer  
meestal, dit is een film, er staat hier PAC voor, wat is dat’  
Niet bewust van PAC – Locke  
Minder bekend – PAC  
Kleiner  
Goed ontvangen op filmfestivals  
Meer internationaal  
Actie  
Thriller  
Geen romantische komedie  
Humor  
Drama – Locke  
Caracter piece – Locke (terminologie)  
komt overeen ‘valt buiten blockbusters maar kijk genoeg van dit soort films’  
bij smaak passend

**8.2.10** **Memo participant 10 – Eline – City**Engels! Woont 1,5 jaar in Nederland

Gezelschap: alleen Film: Pride

Vrouw  
35  
Project manager  
WO  
Theater  
Concerten  
Museum  
Regelmatig - Vroeger bioscoop   
1 tot 3 keer per maand  
Weinig filmhuis – ondertitels zijn in Nederlands  
‘you know how people always like, love to go to the oldfashioned theaters? I hate that, I love going  
to these ones, they are much more comfortable’  
Liever bioscoop  
Meer ruimte (positief)  
Comfortabele stoelen (positief)  
Harde stoelen, weinig ruimte – filmhuis (negatief)  
‘i know i’m supposed to love the oldfashioned ones but I’m not, I don’t, I really love these ones  
better’  
Ergens om je in je eentje heen te gaan  
Doolhof – City (negatief)  
Niet blijven hangen  
Dichtbij  
Geen besef van medebezoeker  
Soms jongeren die binnen komen zonder te betalen en gaan praten – City (negatief)  
Blijven sneller hangen voor een drankje – filmhuispubliek  
Socialere bezigheid – filmhuisbezoek  
‘it’s more of sort of like a social thing whereas, at somewhere like this, people would come to go to  
the movie and that’s it. Whereas at an arthouse movie they make an evening of it, sit around and  
discuss the film’  
Film bijna ‘klaar’  
Goede acteurs  
WOM  
Geen andere plekken  
Vaker bezocht  
Niet bekend met PAC  
Geen korting  
Thriller  
Komedie  
Historische context  
Feelgood Comedy – Pride  
Past in het rijtje  
Synopsis  
Trailer   
Cast

**8.2.11** **Memo participant 11 – Eline - City**Engels, woont 10 jaar in Nederland

Gezelschap: alleen Film: 100 Foot Journey

Man  
55  
Kok  
Kokschool – hotelmanagement  
HBO  
Theater  
Museum  
Regelmatig – Filmhuis vroeger  
Regelmatig – bioscoop vroeger  
1 tot 3 keer per maand  
1 tot 3 keer per week  
Na werk  
Even graag naar allebei  
Geen filmfestival  
Doodse sfeer – City  
Vreemd  
Kleine kamertjes  
Doolhof  
Klinisch (negatief)  
‘iets wat mensen meer samenbrengt, er is geen open barruimte, bar is te klein. Het is de architectuur  
van het gebouw’ – verbeterpunten  
Super – City  
Meest dichtbij  
Niet blijven hangen  
Ergens anders heen om drankje te doen  
Andere Pathé’s zelfde  
Alleen gayvoorstelling anders/ socialer   
Normaal – publiek  
Niet op gelet  
Nodigt niet uit om te praten  
‘mensen die hier komen, komen voor de films, wel echt filmliefhebbers’  
Zelf filmliefhebber  
Arthouse, creatief – filmhuispubliek  
‘mensen die een beetje apart willen zijn’ (neutraal)  
Andere kleding  
Filmliefhebbers   
‘willen alles kijken en uitvinden voor zichzelf’  
Liever filmhuis  
Meer sfeer – filmhuis  
Meer energie – filmhuispubliek  
Hellen Mirren  
Trailer  
Cast  
Pathé app  
Tijdstip   
Ook tuschinski  
Regelmatig – City  
Eerst niet bekend met PAC   
‘vandaag voor de eerste keer gezien op de app, en ik zit te denken, wat is dat en ik dacht *Parental Advise* of zoiets maar ne, wat is dat? Is dat voor films die een beetje meer arthouse zijn ofzo? ’  
Pathé pas  
Alle genres  
Kostuumdrama’s   
Drama – 100 Foot Journey  
Engelse humor   
Recensies  
Trailer   
Producenten

**8.2.12 Memo participant 12 – Eline - City**

Gezelschap: 2 vrienden Film: Wild Tales

Vrouw  
35  
Manager  
Film& tv wetenschap   
WO  
Theater  
Film  
1 tot 3 keer per maand  
Geen filmhuis  
Liever bioscoop  
Dichtbij  
Meer keus  
Pathé pas  
Wel filmfestivals  
IFFR  
NFF  
Doolhof (negatief)  
Niet gezellig – City  
Meer uitstraling – Tuschinski  
Fabriek – de Munt (negatief)  
Stelletjes, ouder – publiek City  
Schorem – de Munt  
“City wel meer zo’n bioscoop waar ze wel minder commerciële films draaien’  
Hoger opgeleid – Wild Tales (twijfelachtig)  
Hoger opgeleid – publiek filmhuis  
Blank   
Meer thuis in Tuschinski   
Hele mooie bioscoop  
Betere sfeer  
Tijdstip   
Pathé app (negatief)  
ook in Tuschinski – Wild Tales  
locatie doorslaggevend  
zeer regelmatig – City  
niet bewust van PAC  
‘ik denk dat wij wel best vaak naar die films gaan’  
Comedy  
Heel commercieel   
‘dat soort films die je gewoon gezien móet hebben’ – PAC films  
Vaker naar PAC geweest maar niet bewust  
Filmhuisfilms  
Andere landen  
Europees  
Kleinere films  
Comedy  
‘ik hou van hele commerciële films’  
Geen horror  
‘eigenlijk altijd zin in iets makkelijks, en als dat niet voor handen is dan wijken wij uit naar iets  
ingewikkelders’- PAC films  
Vrienden ook Pathé pas  
‘pas bindt je aan de bioscoop’  
‘moet wel zeggen dat als ik die pas niet had dat ik dan wel vaker naar het filmhuis zou gaan, maar het  
is wel fijn dat al die films wel draaien bij Pathé’  
Bekend met Cineville  
‘ik vind dat prettiger dat allebei voor handen is, met één pas, want ik vind het al best moeilijk, ik  
moet eigenlijk al twee keer in de maand naar de film om die pas eruit te krijgen, dat vind ik al best  
een opgave’  
Zwarte komedie – Wild Tales  
Niet haar genre   
Luguber  
‘had zin in iets leuks en ben opgestaan en weg gegaan’  
Trailers  
Alleen voor de film  
‘omdat het niet echt een plek is waarvan je denkt, ik ga daar hangen’

* 1. **Memo’s per thema**

**8.3.1 Sfeer**

Codes 1: Sfeer

**Filmhuis** 🡪

Positief:

1. Intiem
2. Gezellig
3. Kleinschalig
4. Meer sfeer

Negatief:

1. Saai
2. Niet gezellig
3. Harde stoelen
4. Weinig ruimte

**Bioscoop** 🡪

Positief:

1. meer keuze uit eten
2. Levendig - druk
3. Comfortabel – comfortabele stoelen
4. Meer ruimte
5. Makkelijk in je eentje heen
6. Strak
7. Lichtere kleuren – veel licht – verlichting - kleuren
8. Nieuw
9. medewerkers goed – vriendelijk personeel - service prima
10. prettige sfeer – prettig – relaxt – super - goede sfeer – prettig – betere sfeer
11. meer zitplekken
12. rustig
13. Voelt niet als bioscoop
14. mooi gebouw – mooi – mooi – mooi - meer uitstraling
15. huiselijk – thuis-gevoel
16. warm - gezellig
17. nostalgisch – oud gebouw
18. niet modern/ tijdloos(positief)
19. echte mensen die de weg wijzen

Negatief:

1. niet blijven hangen - Niet blijven hangen – niet blijven hangen – niet blijven hangen – niet blijven hangen – niet hangen - ergens anders drankje doen
2. prijzen van drankjes
3. alleen pinnen
4. niet zo gezellig – doodse sfeer/ klinisch – niet gezellig
5. rustig, leeg
6. doolhof – kleine kamertjes/doolhof - doolhof
7. vreemd
8. Ouderwetse kleuren - Ouderwetse inrichting – oud – oud
9. Lijkt op kerk/huis – statige uitstraling
10. meer toiletten – meer toiletten
11. smoezelig
12. medewerkers (negatief)
13. minder relaxt
14. Geen uitje
    * 1. **Publiek**Codes 2: Publiek

**Filmhuis**🡪

1. Gemengd (positief)
2. Meer energie
3. Ouder – ouder – hoger gemiddelde leeftijd – ouder/ veertiger&vijftigers - Ouder (negatief)
4. Meer creatief – creatiever - Creatief
5. Alternatief – Grijze wollen sokken types/ alternatief – alternatiever/apart
6. Hipsters
7. Jonger
8. Cultureel ingewijd
9. ‘Blijven sneller hangen voor drankje’
10. Andere kleding
11. Filmliefhebber
12. ‘Willen alles kijken en uitvinden voor zichzelf’
13. Hoger opgeleid
14. Blank )

**Bioscoop Algemeen** 🡪

1. Filmliefhebber – filmliefhebbers (City)
2. Middelbare school kinderen op woensdag
3. Lawaaierig
4. Schorem
5. Gemixt – Publiek hangt af van film& dag
6. Normale mensen – Normaal (City)
7. Stelletjes
8. Ouder
9. Werkend
10. Normaler publiek (positief)
11. Lawaaierige jongeren
12. Niet opvallend - niet bezig met medebezoeker
13. Ouder publiek – aangepast op ouder publiek – oudere stelletjes – oudere stelletjes
14. Toeristen
15. Jong Publiek/ Twintigers –
16. Stelletjes
17. Vriendengroepen
18. Plek voor andersoortige/rare types
19. Plek voor ouderen - Ouder publiek/ associatie met ouders - Oud publiek (negatief)
20. Opgeleid - Young Professionals
21. Divers
22. Doorsnee
    * 1. **Reputatie**

Codes 3: Reputatie PAC & Specifieke film

**PACfilms** 🡪

1. Filmhuisfilms - filmhuis
2. Andere landen/ Europees - internationaal
3. Comedy
4. Meer arthouse – alternatiever/ niet mainstream – apart – geen blockbusters
5. Minder bekend
6. Kleiner – kleinere producties - Kleinere films – geen grote kaskrakers – geen kaskrakers
7. Goed ontvangen op festivals - filmfestivalfilms
8. Kwalitatief beter
9. Meer lagen – film met boodschap
10. Niet selecteren vanwege PAC

**Filmhuisfilm** 🡪

1. Socialere bezigheid (10)
2. Andere film/ geen grote kaskrakers

**Publiek Specifieke film** 🡪

1. Hoger opgeleid publiek - opgeleid
2. ‘zaten wel wat oudere mensen bij maar dat heb je altijd wel een beetje’
3. Homoseksueel publiek – homo en metroseksueel
4. Ouder publiek (komt overeen met filmhuispubliek) - ouder
5. Vrouw die man zover krijgt
6. ‘ander’ publiek
7. Zelfde als normaal daar – zelfs als normaal daar/filmhuis

**Genre specifieke film** 🡪

1. Zwarte komedie
2. Luguber – niet haar genre
3. Drama – Drama – drama / past in rijtje
4. Engelse humor
5. Feelgood Comedy /past in het rijtje - vrolijk
6. Caracter Piece
7. Drama – drama
8. Filosofische film/ meer gedachten achter - filosofisch
9. Komisch drama – past in rijtje
10. Leerzaam/ past niet in rijtje
    * 1. **Zelfperceptie**

Codes 4: zelfperceptie

**Eigen filmgedrag** 🡪

1. ‘Ik denk dat wij best wel vaak naar ‘dat’ soort films gaan’ 12
2. ‘ik hou van hele commerciële films’ – ‘commerciele films ga je eerder heen’
3. Filmliefhebber - filmliefhebber
4. ‘hoort’ naar de andere te willen
5. Normaal publiek(9)
6. Ook geinteresseerd in kleinere films 🡪 uitzondering
7. Films met een verhaal
8. Bioscoop is makkelijker (4)
9. Liever filmhuis – liever filmhuis

**Genre** 🡪

Positief:

1. Comedy – Komedie – vrolijk – romatische komedie - komedie
2. Heel commercieel
3. Alle genres – heel divers – alle genres
4. Kostuumdrama
5. Thriller - Thriller
6. Blockbusters
7. Amerikaanse films
8. Actie – Avonturenfilms - actie
9. Detective
10. Crime
11. Romantisch
12. Science fiction
13. Niet bekend met genres
14. Drama - drama
15. Psychologische thriller
16. waargebeurd

Negatief:

1. Horror – horror - horror
2. Oost-Europees
3. Romantische komedie
4. Thriller
5. Actie
6. Langzaam
7. Sci-fi
   * 1. **Filmkeuze**

Codes 5: Filmkeuze

**Keuze bioscoop/ Pathé** 🡪

1. Dichtbij – dichtbij – dichtbij – Dichtbij – dichtbij - dichtbij - vlakbij
2. Veel keuze – pathé heeft alles te bieden
3. Minder commerciële films
4. Vrienden ook Pathé pas
5. Pathé pas bindt aan bioscoop – patheá pas dus let niet op andere optie’s – bekijkt bijna alles vanwege pathé pas – door kaart minder kritisch
6. Popcorn
7. ‘wilden sowieso naar bioscoop (5) – spontaan naar film
8. Niet specifiek naar deze bioscoop – ‘film draaide toevallig alleen hier’
9. Even langs gaan - makkelijk

**Keuze specifieke film** 🡪

1. ‘had zin in iets leuks’ – maar deze film was niet leuk
2. Trailer – trailer – trailer – trailer – voorstukje – trailer – trailer – trailer – trailer - trailer
3. Cast – goede acteurs – acteurs – goede acteurs
4. Pathé app
5. Tijdstip – tijdstip – tijdstip – tijdstip – tijdstip – tijdstip - tijdstip
6. Recensie – reviews van internet - review
7. Producenten
8. Film bijna ‘klaar’
9. WOM - WOM
10. Synopsis
11. Bloggers
12. Regisseur
13. Verhaal – Thema – Script – Plot - genre
14. Film die echt ‘anders’ was
15. IMDB
16. Lengte
17. Tekst website
18. ‘wist niet waar hij over ging’
19. Praktisch
20. Afhankelijk gezelschap – gemaakt door vader

**Bekendheid andere opties** 🡪

1. Bekend met cineville
2. Andere Pathé – andere pathé – andere pathé – andere pathé – andere pathé – andere pathé
3. Geen andere plekken
4. Weet niet waar – geen besef – geen besef
5. Ook in filmhuis

1. “PAC,” *Pathé Specials,* 17-09-2014, <http://www.pathe.nl/special/pac>. [↑](#footnote-ref-1)
2. O.A. *“*Filmhuis programma in Huizen,*”*  *Wolff bioscopen,* 17-09-2014, <http://www.wolff.nl/acties/filmhuis-programma-in-huizen>. [↑](#footnote-ref-2)
3. O.A. “Filmhuis: Unieke films, speciaal voor u geselecteerd,” *JT,* 15-09-2014, <https://www.jt.nl/evenementen/Filmhuis/>. [↑](#footnote-ref-3)
4. Stijntje Blankendaal, “Meer doeken nemen druk op kwaliteitsfilm niet weg,” [2000] *Trouw: de Verdieping*, 11-09-2014, <http://www.trouw.nl/tr/nl/5009/Archief/archief/article/detail/2500673/2000/11/16/Meer-doeken-nemen-druk-op-kwaliteitsfilm-niet-weg.dhtml> [↑](#footnote-ref-4)
5. Het in 2003 opgerichte filmfestival van Pathé, waarbij een voorvertoning van 5 artistieke films plaats vindt. [↑](#footnote-ref-5)
6. “Meer arthouse in Pathé bioscopen,” *Film1* [2005] 11-09-2014,   
   <http://www.film1.nl/blog/7287-Meer-arthouse-in-Pathe-bioscopen.html>. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ian Huffer, *“*A Popcorn Free Zone: Distinctions in Independent Film Exhibition in Wellington, New Zealand,” in *Watching films: New Perspectives on Movie-going, Exhibition and Reception*, geredigeerd door Albert Moran en Karina Aveyard (Bristol: Intellect, 2013), 289. [↑](#footnote-ref-7)
8. Robert C. Allen, “The Place of Space in Film Historiography,” *Tijdschrift voor mediageschiedenis* 9 (2006): 15. [↑](#footnote-ref-8)
9. Anette Kuhn, *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory* (London: I.B. Tauris, 2002), 3-4. [↑](#footnote-ref-9)
10. Richard Maltby, “On the Prospect of Writing Cinema History from Below,” *Tijdschrift voor mediageschiedenis 9* (2006): 85. [↑](#footnote-ref-10)
11. Richard Maltby, Melvyn Stokes en Robert C. Allen*, Going to the Movies: Hollywood and the Social Experiment of Cinema,* (Exeter: University of Exeter Press, 2007), 174. [↑](#footnote-ref-11)
12. Daniel Biltereyst, Richard Maltby en Philippe Meers, *Cinema, Audiences and Modernity: New perspectives on European Cinema History* (London: Routledge, 2012),13. [↑](#footnote-ref-12)
13. Karel Dibbets, "Het bioscoopbedrijf tussen twee wereldoorlogen," in *Geschiedenis van de Nederlandse film en bioscoop tot 1940*, geredigeerd door Karel Dibbets en Frank van der Maden (Weesp: Wereldvenster 1986) 235. [↑](#footnote-ref-13)
14. Dibbets, "Het bioscoopbedrijf tussen twee wereldoorlogen," 77. [↑](#footnote-ref-14)
15. Idem, 101. [↑](#footnote-ref-15)
16. Eva van der Burgt, “Genre en Arthouse: de verhouding tussen beide begrippen,”(Master thesis, Universiteit Utrecht 2013) , 23. [↑](#footnote-ref-16)
17. Steve Neale, “Art Cinema as Institution,” in *The European Cinema Reader*, geredigeerd door Catherine Fowler (New York: Routledge, 2002), 12. [↑](#footnote-ref-17)
18. David Bordwell, “The Art Cinema as a Mode of Film Practice,” in *The European Cinema Reader*, geredigeerd door Catherine Fowler (New York: Routledge, 2002), 97. [↑](#footnote-ref-18)
19. Neale, “Art Cinema as Institution,” 106. [↑](#footnote-ref-19)
20. Ibidem [↑](#footnote-ref-20)
21. Barbara Wilinsky, *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001) 11. [↑](#footnote-ref-21)
22. Wilinsky, *Sure Seaters*, 14. [↑](#footnote-ref-22)
23. Idem, 3, 82. [↑](#footnote-ref-23)
24. Idem, 85. [↑](#footnote-ref-24)
25. Idem, 138. [↑](#footnote-ref-25)
26. Mike Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism* (Londen: Sage, 1991), 83. [↑](#footnote-ref-26)
27. Huffer, “A Popcorn Free Zone,” 282. [↑](#footnote-ref-27)
28. Jones, “Finding a Place at the Downtown Picture Palace”.

    Jancovich, Faire en Stubbings, *The Place of The Audience.* [↑](#footnote-ref-28)
29. Janna Jones, “Finding a Place at the Downtown Picture Palace: The Theater, Florida,” in *Cinema and the City: film and Urban Societies in a Global Context*, geredigeerd door Mark Shiel en Tony Fitzmaurice (Oxford: Blackwell, 2001) [↑](#footnote-ref-29)
30. Mark Jancovich, Lucy Faire en Sarah Stubbings, *The Place of The Audience: Cultural Geographies of Film Consumption* (London: British Film Institute, 2003) [↑](#footnote-ref-30)
31. Jancovich, Faire en Stubbings, *The Place of The Audience,* 220. [↑](#footnote-ref-31)
32. Ailsa Hollinshead, “”And I Felt Quite Posh!”” Art-house Cinema And The Absent Audience The Exclusions Of Choice,” *Participations: Journal of Audience & Reception Studies* 8 (2011). [↑](#footnote-ref-32)
33. Hollinshead, “Art-house Cinema And The Absent Audience The Exclusions Of Choice,” 393. [↑](#footnote-ref-33)
34. Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (London: Routledge, 1984) 280. [↑](#footnote-ref-34)
35. In dit debat is er gekozen voor de terminologie van Bourdieu betreffende high en low culture te handhaven. Daarnaast is geen Nederlands woord toereikend gevonden om dit begrip te vertalen. [↑](#footnote-ref-35)
36. Bourdieu, *Distinction,* 166. [↑](#footnote-ref-36)
37. Pierre Bourdieu*, Practical Reason* (Cambridge: Polity Press, 1998), 8. [↑](#footnote-ref-37)
38. Bourdieu, *Distinction,* 181. [↑](#footnote-ref-38)
39. Idem, 212. [↑](#footnote-ref-39)
40. Alan Warde, David Wright en Modesto Gayo-Cal, “Understanding cultural omnivorousness: Or, the myth of the cultural omnivore,” *Sociology* 1 (2007) . [↑](#footnote-ref-40)
41. Idem, 22 [↑](#footnote-ref-41)
42. Mark Bovens, Paul Dekker en Will Tiemeijer, *Gescheiden Werelden? Een verkenning van sociaal-culturele tegenstellingen in Nederland (* Den Haag: Textcetra, 2014) [↑](#footnote-ref-42)
43. Herbert Gans, *Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste* (New York: Basic Books, 1974), 143. [↑](#footnote-ref-43)
44. “Over Pathé Business,” *Pathé Business*, 07-01-2015, <http://www.pathebusiness.nl/over>. [↑](#footnote-ref-44)
45. St. Vincent : 30-10: Tuschinski - 2 participanten

    Locke : 30-10: Tuschinski - 2 participanten/ 04-11 : City – 2 participanten

    Pride: 30-10: Tuschinski - 1 participant/ 04-11 : City – 2 participanten

    The Hunderd foot journey: 04-11: City – 2 participanten

    Wild Tales: 04-11: City- 1 participant [↑](#footnote-ref-45)
46. “Filmtheaterbezoekers uitgelicht,” *FilmOnderzoek,*  [2012] 03-11-2014,<http://www.filmonderzoek.nl/filmtheaterbezoekers-uitgelicht>. [↑](#footnote-ref-46)
47. Afgezien van een enkeling die met haast het pand moest verlaten [↑](#footnote-ref-47)
48. Hollinshead, “Art-house Cinema And The Absent Audience The Exclusions Of Choice,” [↑](#footnote-ref-48)
49. Wat vrij vertaald kan worden naar het gevoel van ergens op je gemak voelen, ergens ‘thuis’ voelen [↑](#footnote-ref-49)
50. Hollinshead, “Art-house Cinema And The Absent Audience The Exclusions Of Choice,” 395. [↑](#footnote-ref-50)
51. Glenn Bowen, “Grounded Theory and Sensitizing Concepts,” *International Journal of Qualititative Methods 5,* (2006): 3.

    Anselm Strauss en Juliet M. Corbin, *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques,* (Thousand Oaks: Sage Publications, 1990) [↑](#footnote-ref-51)
52. De artistieke tegenhanger van de Pathé pas: Met de Cineville-pas kan de bezoeker bij een dertigtal filmtheaters in Nederland gratis een film bezoeken. Aan deze pas is een maandelijks bedrag gekoppeld van negentien euro [↑](#footnote-ref-52)
53. De kosten van een Pathé pas zijn 19 euro per maand waarmee men vervolgens gratis naar de film kan met uitzondering van een toeslag op IMAX films. [↑](#footnote-ref-53)
54. “Filmtheaterbezoekers uitgelicht.” *FilmOnderzoek.* [2012] 03-11-2014.<http://www.filmonderzoek.nl/filmtheaterbezoekers-uitgelicht>. [↑](#footnote-ref-54)
55. Berend Wierenga, en Ricardo Da Cruz Rodrigues, “Beslissingsprocessen van bioscoopbezoekers,” *Jaarboek MarktOnderzoek Associatie* *2011*, (2011): 27-40. <http://www.moaweb.nl/kenniscentrum/jaarboeken/archief-jaarboeken-moa/2011/pdfs-moa-jaarboek-2011/Beslissingsprocessen%20bioscoopbezoekers%20H2.pdf/view> . [↑](#footnote-ref-55)