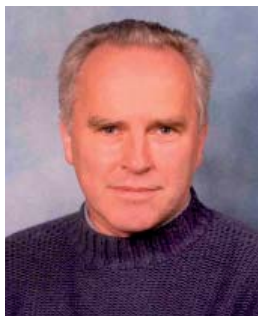


BUITENSHUIS ETEN ALS CULTURELE CONSUMPTIE

Uit eten gaan als praktijk

[Steven Van den Berghe¹] Quasi iedereen komt vroeg of laat wel eens in een restaurant. Heel wat mensen eten er zelfs geregeld. Maar wat is een restaurant precies? En hoe ervaren consumenten uit verschillende bevolkingsgroepen buitenshuis eten? Tot dusver hielden vrijwel alleen marktonderzoekers zich bezig met deze vragen. In het in 2004 verschenen artikel 'The normality of eating out' maakt de Britse socioloog Alan Warde een synthese van tien jaar onderzoek naar buitenshuis eten in Groot-Brittannië.²

SOCIOLOGEN IN HET RESTAURANT



De Britse socioloog Alan Warde

Hoewel het restaurant zoals wij dat kennen intussen meer dan tweehonderd jaar bestaat, heeft het pas de afgelopen twintig jaar een prominente plaats in de populaire cultuur veroverd. Kranten en tijdschriften hebben almaar groeiende culinaire bijdragen, chefs zijn ware beroemdheden geworden (mét bijbehorende merchandising: boeken, keukenproducten, voedingswaren, video's, dvd's, potten- en pannensets,...)

en gespecialiseerde tv-zenders zoals Vitaya in Vlaanderen wijden een groot deel van hun uitzendtijd aan eten en uit eten gaan. Deze trend blijkt zich niet alleen in België te voltrekken, maar in de hele westerse wereld.

Het duurde nochtans tot na de Tweede Wereldoorlog voor een breder publiek de weg vond naar het restaurant. Aan het begin van de 21^e eeuw lijken restaurants toegankelijk voor (bijna) iedereen. Hoe gaan verschillende bevolkingsgroepen echter om met het restaurantbezoek? Bezoeken zij dezelfde soorten eetgelegenheden of is de keuze klassengebonden? Evalueren zij hun eetervaringen op dezelfde manier? Dit zijn precies de vragen die Alan Warde stelt in verschillende onderzoeken. Hierbij is Warde niet alleen geïnteresseerd in restaurantbezoek; voor hem is dit een nuttige case om consumptie in het algemeen te bestuderen.

Warde gebruikt drie verschillende technieken: enquêtes, interviews en gesprekken met focusgroepen. Bij de studie van restaurantbezoek heeft Warde aandacht voor de differentiële ervaring bij verschillende sociale groepen, vooral op basis van hun sociale klasse, maar er is ook aandacht voor variabelen zoals etniciteit en gender. Hoewel het begrip klasse de laatste jaren meer en meer wordt bekritiseerd en plaats ruimt voor andere breuklijnen zoals *lifestyle*, blijkt uit het onderzoek van Warde dat er een verband bestaat tussen de traditionele sociale klassen en eetpatronen.

Uit de interviews blijkt dat mensen een aantal opvattingen over uit eten delen. Deze opvattingen zijn als het ware de kernelementen die de praktijk van uit eten definiëren. Zo vindt de praktijk buitenshuis plaats, de eter hoeft zelf geen arbeid te verrichten en moet betalen voor de maaltijd. Daarnaast betreft het een sociale gebeurtenis, die de eter als speciaal ervaart en waarbij hij/zij eerder een maaltijd dan een snack eet. Ook over de procedures voor het uit eten bestaat er een brede consensus. Dat blijkt uit de kwalitatieve evaluatie van het restaurantbezoek: kledingcodes, rituelen van bestellen en betalen, tempo en structuur van de maaltijd,... Deze concepten komen terug bij alle geïnterviewden, wat erop wijst dat er zoiets als een conceptuele blauwdruk bestaat inzake 'gepast gedrag' bij het bezoeken van een restaurant.

EEN HIËRARCHIE VAN GASTRONOMISCHE SMAAK

Bovendien blijkt er een hiërarchie te bestaan tussen de verschillende plaatsen waar mensen uit eten, die recht evenredig is met de sociale groep waartoe de eter behoort. Zo stelt Warde vast dat de laagste sociale klassen zo goed als nooit eten in een restaurant, maar eerder kiezen voor *fish and chips* en de afhaalchinese of -indiër. Een opmerking over Indische restaurants: deze zijn veel talrijker in Groot-Brittannië dan in België, wat vrij gemakkelijk te verklaren is door het koloniale verleden en de samenstelling van de Britse allochtone gemeenschap. In België is de kebabzaak misschien het equivalent van het Indische restaurant in Groot-Brittannië. Hoewel de gesprekken doen vermoeden dat vooral economische motieven deze mensen weghouden uit de restaurants, zijn er toch al aanwijzingen dat ook sociale en culturele factoren een rol spelen. Een ongeschoolde arbeider uit Zuid-Wales verwoordt dat als volgt: "Anyway you'd have to get all ponced up."

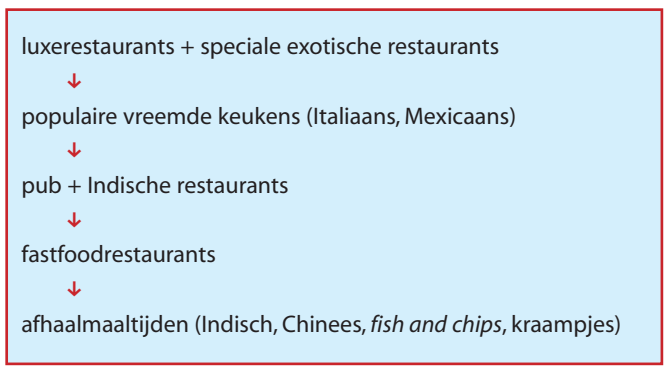


Les Trois Frères Provençaux, Paris, 1842.
H. Roger-Viollet.

I couldn't be arsed. I'd rather go to the chippy." (Vertaling: "Hoe dan ook, je zou je dan moeten uitdossen en jezelf voordoen als een homoseksuele man. Ik zou niet bereid zijn daar moeite in te steken. Ik zou liever *fish and chips* afhalen.")

De eetervaring van andere arbeiders – bijvoorbeeld in een leidinggevende functie – is ietwat uitgebreider, maar ook hier melden vooral de mannen dat ze zich niet thuis voelen in een restaurant. Aangehaalde redenen zijn de kledingcode, *posh* (chique) eten en onzekerheid over tafelmanieren. De beperkte eetervaring van deze bevolkingsgroepen kan bijgevolg niet alleen verklaard worden door economische verschillen, maar ook door beperktere sociale en culturele competentie en een gebrek aan zelfvertrouwen. De iets hoger geplaatste arbeiders (geschoold of in een leidinggevende functie) blijken trouwens vaker in restaurants te eten dan hun ongeschoolde collega's. Het gaat dan om Indische of Italiaanse restaurants en in een aantal gevallen om Britse keuken.

De middenklassengroepen tonen een sterk contrast met de arbeiders. Zij eten regelmatig in restaurants en tonen een voorkeur voor minder bekende, exotische keukens, zoals Japanse restaurants. De eetgelegenheden die populair zijn bij de arbeiders, zijn dat opmerkelijk minder bij de middenklasse. Dat impliceert dat er een hiërarchie bestaat tussen de verschillende soorten restaurants. Warde stelt de volgende – impliciete – hiërarchie voor:



Op alle niveaus van de hiërarchie zijn er mensen die de Britse of Welshe keuken verkiezen boven de keuken van andere etniciteiten. Opvallend is dat leden van etnische minderheden niet geneigd zijn de eigen etnische keuken buitenshuis te eten: zij kunnen immers vaak zelf een authentiekere versie van die gerechten op tafel toveren, in plaats van de meer Brits georiënteerde varianten die zij in het restaurant voorgeschoteld krijgen. Een andere conclusie



Uit eten is een fundamenteel sociale activiteit. Foto privé-collectie

van het onderzoek, en dan vooral van de enquêtes, is dat de evaluatie van de eetervaring zo goed als altijd uitgesproken positief is. Op restaurant gaan is voor de meeste mensen een aangename ervaring. Anderzijds meldden nogal wat respondenten dat er bepaalde aspecten niet naar wens waren, maar dat zij niet klaagden om de sfeer in de groep niet te verpesten. Dat laat vermoeden dat uit eten gaan in de eerste plaats een sociale ervaring is. Anders gezegd, tussen de verschillende soorten van genot die uit eten meebrengt, is het sociale plezier het belangrijkste. Volgens Warde komen vier verschillende dimensies van voldoening naar voren in de interviews: een sensuele, een economische, een contemplatieve en een sociale. De eerste dimensie valt samen met de kwaliteit en de kwantiteit van het eten, de tweede met de prijs, de derde met esthetische karakteristieken van de voeding, de omgeving en de bediening (m.a.w. de stijl) en de vierde ten slotte met het gezelschap. Een van de sterke kanten van de 'cultural turn' binnen de humane wetenschappen is dat het accent minder komt te liggen op economische oorzaken of verklaringen van bepaalde gedragingen. Volgens Warde heeft dat echter gezorgd voor een overdreven aandacht voor esthetische dimensies. Uit het onderzoek blijkt dat de esthetische aspecten van de eetervaring door bijna niemand opgemerkt werden en amper een rol speelden. Alleen bij een kleine groep middenklassers was er uitgesproken aandacht voor de stijl.

THEORETISCHE IMPLICATIES: DE VOEDSELKETENMETAFOOR EN DE 'THEORY OF PRACTICE'
 De grote kracht van het werk van Warde is dat hij erin slaagt een facet van het dagelijks leven te bestuderen dat lang buiten het interesseveld van de sociologie bleef. Die aandacht is echter niet vrijblijvend: hij koppelt de empirische vaststellingen over eetgedrag aan bestaande theoretische inzichten, bekritiseert deze en stelt nieuwe



Het interieur van Comme Chez Soi, het prototypische luxerestaurant in Brussel

verklaringsmodellen voor. Wanneer het gaat over voeding in het algemeen stelt Warde dat de traditionele voedselketenmetafoor haar nut heeft om alle stappen van de voedselketen te bestuderen. Alleen voor de laatste schakel – consumptie – schiet het model tekort. Alle vorige schakels zijn te verklaren vanuit een strikt economische logica: bij elke stap bewerken of verhandelen actoren voedingswaren met het doel winst te genereren. De laatste schakel van de ketting is het eindpunt, want verdere bewerkingen gebeuren niet met het oog op winst, maar worden aangestuurd door een huishoudelijke logica.

Wat uit eten betreft, stelt Warde voor gebruik te maken van onderdelen van een traditioneel filosofische groep van theorieën, namelijk de *'theories of practice'* (theorie van praktijken). In deze tekst houden we de Engelse benaming, omdat de Nederlandse vertaling voor verwarring kan zorgen: praktijktheorie wordt immers ook gebruikt in de betekenis 'theorie van de praktijk'. Volgens de aanhangers van deze zeer heterogene groep theorieën zijn zowel 'sociale orde' als 'individualiteit' het resultaat van praktijken.³ Dat is een radicale breuk met traditionele opvattingen waarbij sociale orde en individualiteit de oorzaak zijn van het ontstaan van bepaalde manieren om dingen te zeggen en te doen. Een overzicht van de verschillende *'theories of practice'* zou ons hier te ver leiden, maar we geven wel een kort overzicht van de kernelementen van de theorie.

Volgens Schatzki heeft het begrip 'praktijk' twee betekenissen in de theorie: enerzijds gaat het om gecoördineerde entiteiten, anderzijds om de uitvoering van die entiteiten.⁴ Een gecoördineerde

entiteit (of nexus) betekent dat verschillende manieren van doen en spreken met elkaar verbonden zijn. Er zijn een drietal mogelijke verbindingen: ten eerste, door het begrijpen van wat te zeggen of te doen, ten tweede, door expliciete regels, principes of instructies en ten derde door emotionele engagementen zoals doelen of overtuigingen, die Schatzki 'teleoffectieve structuren' noemt. De tweede betekenis verwijst naar de regelmatige uitvoering van de praktijk, noodzakelijk om haar te vernieuwen en te laten voortbestaan. Er bestaat met andere woorden een wisselwerking tussen enerzijds geïnstitutionaliseerde praktijken en anderzijds de uitvoering ervan. De ontwikkeling van een bepaalde praktijk en de verspreiding ervan gebeuren geleidelijk. Naarmate een praktijk wijder verspreid raakt, kan ze geïnstitutionaliseerd worden langs formele wegen, zoals scholen of organisaties, of langs informele kanalen zoals de media of via persoonlijke gesprekken.

UIT ETEN GAAN ALS PRAKTIJK: CONCLUSIES

Na dit korte overzicht van enkele elementen van de *theories of practice* kunnen we besluiten dat uit eten gaan inderdaad een geïnstitutionaliseerde praktijk is. De verschillende groepen in het onderzoek definieerden de praktijk immers in min of meer gelijkaardige termen. Er bleek met andere woorden een gedeeld begrip van de praktijk te bestaan. Toch bestonden er ook verschillen tussen hoe mensen uit verschillende sociale groepen een eetervaring beleefden en hoe ze erover spraken. Dit sluit aan bij de interne differentiëring van praktijken.

Uit eten gaan blijkt niet gekenmerkt door economische of esthetische factoren, hoewel deze zeker een rol kunnen spelen. Het lijkt er sterk op dat vooral sociale elementen de praktijk van uit eten vormgeven. Bovendien schuilt achter dit consumptieproces een aangeleerde en routineuze sociale logica. De eerdergenoemde drie verbindingen binnen de praktijk zijn hier alle aanwezig: ze worden gestuurd door conventies. De eetsituatie wordt door de participanten op een gelijkaardige manier begrepen en op een gelijkaardige manier geëvalueerd. Gelijkaardig betekent hier niet dat er geen verschillen bestaan tussen de verschillende groepen: dat is de sociale differentiatie van de praktijk.

Wie de meester zelf graag aan het werk ziet, kan zich inschrijven voor een interactieve werksessie met Alan Warde tijdens de Week van de Smaak (www.weekvandesmaak.be). ■

- 1 Steven VAN DEN BERGHE werkt als taalwetenschapper voor FOST (Culturele en Sociale Voedingstudies) aan de VUB. Hij bereidt een doctoraat voor over het taalgebruik in gastronomische recensies in de 20^e eeuw.
- 2 Alan WARDE, 'The normality of eating out'. In: R. Sassatelli (ed.), *Rassegna Italiana di Sociologia*, 45 (2004) 4, p.493-518.
- 3 Zie onder andere: T. SCHATZKI, *Social Practices: a Wittgensteinian approach to human activity and the social*. Cambridge, Cambridge University Press, 1996, p.13.
- 4 Idem, p.89.