

Giften en het emotionele belang van familie en vrienden

Aafke Komter en Wilma Vollebergh¹

Summary

Gifts and the emotional importance of family and friends

Gift exchange has mainly been studied by anthropologists. Their work suggests a relationship between the closeness of social relationships and the 'purity' of the gift (the extent to which it is given as an expression of 'pure' sympathy and without concrete expectations of returns). This article presents some results of an empirical study about gift giving in Western society. An 'emotional hierarchy' of different social relationships was constructed on the basis of an analysis of feelings underlying gift giving. The results show that gifts to the family are less 'pure' than gifts to friends; bonds between friends seem to have become more important than family ties. However, the stability of giving within a 'family culture' is greater than is the case within a 'friends' culture.

Geven is het cement van sociale relaties, zo blijkt uit de sociaal-wetenschappelijke literatuur over dit onderwerp. Een breed scala aan gevoelens kan bij geven een rol spelen: zo kan men geven uit sympathie of uit betrokkenheid bij het wel en wee van een ander, maar ook omdat men zich verplicht voelt ten opzichte van de ander; om allerlei redenen kunnen mensen zich sterk bewogen voelen door gevoelens van morele verschuldiging jegens andere mensen.

Giftuitwisseling is vooral door antropologen bestudeerd in de context van niet-Westerse samenlevingen. Auteurs als Malinowski, Mauss, Lévi-Strauss en Sahlins benadrukten dat het uitwisselen van giften een belangrijke functie vervult bij het ontstaan en de continuïteit in samenlevingen en culturen als zodanig. Ze wezen op gevoelens van morele verplichting bij het geven ('do ut des') en lieten zien hoe deze leiden tot patronen van wederkerigheid in giftuitwisseling. Ook enkele sociologen hebben bijgedragen aan de theorievorming over giftuitwisseling. Simmel en Gouldner verlegden het accent van de betekenis van giften voor het totstandbrengen van cultuur naar hun rol bij het beginnen en stabiliseren van sociale relaties. Weer een ander accent wordt gelegd in de ruiltheorieën van bijvoorbeeld Homans en Blau, waarin interpersoonlijke uitwisseling vooral wordt begrepen vanuit de door de participanten gepercipieerde kosten en baten waarmee de ruilhandelingen gepaard gaan.

Een belangrijk onderliggend thema in veel van de theoretische beschouwingen betreft het relatieve aandeel van het 'pure' geven versus geven vanuit duidelijke ruilmotieven of gevoelens van al of niet wederkerige verplichting. Verschillende van de zojuist genoemde auteurs, met name Malinowski en Sahlins, veronderstellen: hoe 'nabijer' de sociale relatie en hoe minder een geschenk lijkt op een economische ruil, hoe 'puurder' deze gift. De giften van ouders aan hun kinderen, of die van echtgenoten aan elkaar, zouden volgens Malinowski vooral van dit type zijn. Hoe verder weg de sociale relatie, hoe minder 'puur' de gevoelens – van belangeloosheid, genegenheid of betrokkenheid – en hoe sterker de gevoelens van wederzijdse verplichting en 'voor wat hoort wat'.

In dit artikel gaan we in op de vraag op welke wijze de aard van de gevoelens bij het geven samenhangt met de mate van nabijheid van de sociale relatie waarbinnen gegeven wordt. In het bijzonder willen we onderzoeken in hoeverre het door antropologen veronderstelde verband tussen de 'puurheid' van de gift en de mate van nabijheid van de sociale relatie opgaat voor een in Nederland onderzochte steekproef:² hoe belangrijk is familie in onze geïndividualiseerde en steeds minder solidaire samenleving? Is het nog steeds waar dat aan familie vaker 'uit liefde', belangeloos, en zonder directe verwachting van een tegengift wordt gegeven dan bijvoorbeeld aan vrienden of aan kennissen? Of hebben vriendennetwerken de functie en betekenis van familiebanden overgenomen?

Allereerst geven we een overzicht van de belangrijkste theoretische en empirische literatuur (zie ook Komter, 1996). Vervolgens presenteren we enkele resultaten van onze analyses. In de conclusie gaan we in op de sociologische betekenis van onze bevindingen.

De gift: theoretische en empirische achtergronden

In één van zijn boeken over de bewoners van de Trobriand-eilanden, *Argonauts of the Western Pacific* (1922), beschrijft Malinowski in detail de Kula, het patroon van ceremoniële giftuitwisseling onder de bevolking van de eilandenring. Hij observeerde dat reciprociteit de algemene regel is die aan de uitwisseling van geschenken ten grondslag ligt. 'Pure giften', giften waarvoor men niets terugverwacht, en giften die te typeren zijn als 'barter' – ruilhandel waarbij persoonlijke winsttoegmerken voorop staan –, zijn de uitzonderingen. Met deze 'economische dimensie' van het geven – waarbij het aandeel van altruïsme/eigenbelang varieert – correspondeert volgens Malinowski een sociologische dimensie: aan verwanten en partners zou vaker 'belangeloos' gegeven worden, zonder verwachting van een tegengift, terwijl bij het geven aan minder vertrouwde personen eerder het voor de markt kenmerkende 'ruilelement' centraal staat.

Net als Malinowski benadrukt ook Marcel Mauss in zijn beroemde *Essai sur le don* (1923) de rol van wederkerigheid bij giftuitwisseling. Mauss stelde, anders dan Malinowski, dat elke gift, of deze nu aan naasten of aan verre vrienden of bekenden wordt geschonken, gebaseerd is op de impliciete regel van 'do ut des': ik geef opdat jij zult geven. Wederzijds geven creëert een morele band tussen mensen, waardoor zij zich aan elkaar verplicht gaan voelen. En het is dit

element van morele verplichting dat aan de basis ligt van sociale relaties tussen mensen. De intenties en motieven van de gever zijn niet noodzakelijkerwijs altruïstisch, zegt Mauss. Het geven van giften is een mengeling van altruïsme en eigenbelang: 'Material and moral life, and exchange, function (...) in a form that is both disinterested and obligatory' (1923, p. 33). Door aan elkaar te geven, wordt het mogelijk met anderen te communiceren, andere mensen te helpen en banden aan te gaan. Giftuitwisseling fungeert dus als een soort moreel cement van menselijke samenleving en cultuur.

Het is duidelijk dat giften niet louter economische waren zijn, maar – in de woorden van Lévi-Strauss (1949) – 'instrumenten om realiteiten van een andere orde in uit te drukken: invloed, macht, sympathie, status, emotie'. Meer in het algemeen, zegt Lévi-Strauss, bestaat het spel van uitwisseling uit een complex geheel van handelingen, die er – bewust of onbewust – op gericht zijn zekerheid te verkrijgen en jezelf te beschermen tegen risico's die je loopt door bondgenootschappen of rivaliteiten met anderen. 'Het principe van de wederkerigheid' beschouwt Lévi-Strauss als een structuur die onze waarden, gevoelens en handelingen tot op grote hoogte bepaalt. Dit principe is niet beperkt tot de niet-Westerse samenlevingen die Malinowski en andere antropologen bestudeerden, maar geldt ook in onze eigen samenleving.

Bewuste of onbewuste verwachtingen van reciprociteit brengen niet alleen sociale relaties tot stand, ze stabiliseren ook bestaande relaties door ze tot op zekere hoogte voorspelbaar te maken. In zijn essay *Faithfulness and gratitude* (1950) analyseerde Simmel de morele en sociale betekenis van trouw en dankbaarheid voor het instandhouden van menselijke relaties. Dankbaarheid is, net als trouw, een krachtig middel tot sociale cohesie. Door wederzijds aan elkaar te geven, raken mensen met elkaar verbonden door een web van dankbaarheidsgevoelens. Dankbaarheid is het motief dat ons ertoe beweegt om terug te geven, en brengt daardoor de cyclus van dienst en wederdienst op gang. Dankbaarheid is in Simmels woorden 'the moral memory of mankind' (1950, p. 388).

Ook Gouldner (1973a) exploreerde reciprociteit als mechanisme om sociale relaties te creëren, te corrigeren en te stabiliseren. Zo beschrijft hij hoe deze norm van wederkerigheid mensen ertoe brengt hun aarzeling om de eerste te zijn die iets weggeeft, te overwinnen en daarmee een patroon van uitwisseling op gang te brengen. Gouldner wees verder op een aspect dat vaak over het hoofd wordt gezien: het feit dat wederkerigheid niet noodzakelijkerwijs gelijkwaardigheid betekent. Machtsmotieven kunnen een rol spelen in uitwisselingsrelaties. Deze kunnen bijvoorbeeld heel asymmetrisch zijn, waarbij de ene partij zich verplicht voelt, of daartoe daadwerkelijk verplicht wordt, om veel meer te geven dan de andere partij. Reciprociteit kan zo een dekmantel zijn voor 'geïnstitutionaliseerde exploitatie', waarin de meermachtige partij het als zijn recht voelt om 'iets voor niets' te ontvangen (zie ook Gouldner, 1973b).

Behalve de norm van wederkerigheid onderscheidt Gouldner (1973b) ook nog de 'norm of beneficence', of 'de norm van het geven van iets voor niets' (Malinowski's 'pure gift'). Deze norm kan een belangrijke functie hebben om haperende relaties te herstellen of te stabiliseren: de gift als psychologisch correctiemechanisme. Een andere, meer sociale functie is de correctie van bestaande ongelijkheden in de mogelijkheid om terug te geven, wanneer men iets ontvangen heeft. Niet iedereen is in gelijke mate in staat om terug te geven: denk aan kinderen,

ouderen en zieken. De norm van 'iets voor niets geven' – de uitdrukking van het ware altruïsme – is in dergelijke gevallen noodzakelijk. Deze norm is volgens Gouldner belangrijk binnen verwantschaps- en familierelaties.

Gouldners benadering onderscheidt zich duidelijk van de meer 'economistische' traditie van de ruiltheorie. De basispropositie is dat de tendens om tot een handeling over te gaan sterker is naarmate deze profijtelijker lijkt dan alternatieve handelingen. In de meer psychologische variant van Homans (1961) worden individuele beoordelingen van kosten en baten beschouwd als het fundament van sociale verschijnselen als competitie, coöperatie, autoriteit of conformisme. Blau (1964) biedt een meer structurele versie van de ruiltheorie door erop te wijzen dat 'wederzijdse uitwisseling van extrinsieke voordelen' tussen actoren afwezig of incompleet kan zijn, bijvoorbeeld in machtsrelaties. De precieze aard van wederkerigheid en de verschillende verschijningsvormen ervan worden in de ruiltheorieën weinig uitgewerkt.

Dat reciprociteit zich in verschillende vormen kan manifesteren, met verschillende wederzijdse verwachtingen en normen over hoeveel en wanneer er terug wordt gegeven, blijkt uit het werk van de antropoloog Sahlins (1972). Hij maakt een onderscheid tussen 'gegeneraliseerde', 'gebalanceerde' en 'negatieve' reciprociteit en illustreert dit onderscheid met talloze empirische voorbeelden. Bij 'gegeneraliseerde' reciprociteit – het solidaire en belangeloze uiterste – is de verwachting van wederkerigheid oneindig, niet aan een bepaalde tijdslimiet gebonden. Als voorbeeld noemt ook Sahlins de kring van naaste verwanten en geliefden, waar de tegengiften niet gebonden is aan tijd, kwantiteit of kwaliteit. 'Gebalanceerde' reciprociteit is minder 'persoonlijk' en verwijst naar directe en gelijkwaardige uitwisseling, zonder veel uitstel, meer kenmerkend voor minder nabije en meer op 'verre bekendheid' gebaseerde relaties. 'Negatieve' reciprociteit – het niet-solidaire extreem – wordt door Sahlins, in navolging van Gouldner, beschreven als 'de poging om iets voor niets te krijgen' (1972, p. 195). Kortom: 'Kindred goes with kindness', zegt Sahlins: 'close kin tend to share, to enter in generalized exchanges, and distant and nonkin to deal in equivalents or in guile' (1972, p. 196).

'Pure' giften lijken op grond van sommige van de hier besproken auteurs voorbehouden aan naaste verwanten, de kring van de primaire familierelaties. Het is niet bekend in hoeverre iets soortgelijks ook in onze eigen Westerse samenleving opgaat. De weinige onderzoeken die er zijn, geven hierover geen uitsluitsel. Een van de meest bekende studies is Titmuss' vergelijkende onderzoek naar bloeddonschap in Engeland en de VS (1970). Titmuss beschouwde het geven van bloed als de archetypische altruïstische gift: de verwachting van wederkerigheid is hier niet voor de hand liggend (hoewel niet uit te sluiten: als men zelf ooit bloed nodig heeft, hoopt men het ook van een ander te krijgen). Deze gift wordt doorgaans aan anonieme personen gegeven en zou dus een uitzondering vormen op het door antropologen en sociologen veronderstelde verband tussen 'kindred' en 'kindness'.

Verder zijn er Caplows al wat oudere onderzoek naar geschenkuitwisseling in Middletown (1982), en de studie van de Canadese socioloog Cheal (1988). Deze onderzoekers richtten zich vooral op het geven van kerst- en huwelijksgeschenken; immateriële giften, zoals het geven van hulp of zorg, werden niet onderzocht. Enige aanwijzingen over een verband tussen gevoelens bij het geven en de mate van nabijheid van de sociale relatie geeft de studie van Finch (1989)

over de uitwisseling van hulp en steun onder familieleden; de door haar aangetroffen onderliggende moraal in dergelijke relaties noemt Finch een vorm van 'prescriptive altruïsme': men ziet het als een morele verplichting om behoeftige familieleden waar mogelijk te helpen. Er lijkt hier eerder sprake van gebalanceerde reciprociteit dan van een 'pure' gift: het geven geschiedt in eerste instantie vanuit sterke gevoelens van wederzijdse verplichting.

In de beschikbare antropologische en sociologische literatuur worden vooral familierelaties belicht; de vraag hoe belangrijk geefrelaties tussen vrienden zijn en welke gevoelens daarbij horen, is niet eerder onderzocht. Vermoedelijk hebben vrienden in onze cultuur een belangrijker plaats, als het gaat om het geven van geschenken, dan in veel niet-Westerse culturen, waar familiale banden en verwantschapsrelaties de structuur en de inrichting van de samenleving veel sterker bepalen dan bij ons het geval is. Dit artikel richt zich op de vraag naar het relatieve belang van geven en de daarbij behorende gevoelens binnen verschillende soorten sociale relaties.

Het onderzoek

Het onderzoek werd verricht in 1992 door Komter en Schuyt in samenwerking met het dagblad *Trouw* (Komter & Schuyt, 1993). Gestructureerde vragenlijsten werden afgenomen bij een random steekproef van 513 mensen, verspreid over het land, die een redelijke afspiegeling van de Nederlandse bevolking biedt. In de vragenlijst werd een groot aantal vragen gesteld over de verschillende geefactiviteiten.

Meetinstrumenten en data-bewerking

Een probleem bij het bestuderen van giftuitwisseling is de vraag wat als een gift beschouwd kan worden en waarom. De antropologische en sociologische literatuur biedt hierbij weinig hulp omdat er, voorzover zij al empirisch is, geen duidelijke definities van giften worden gegeven. Zo bestudeert Malinowski patronen van uitwisseling en benoemt hij bepaalde giften als 'puur' of als geënt op 'barter', zonder dat hij naar de bijbehorende gevoelens gevraagd heeft. De empirische studies van Cheal en Caplow richten zich simpelweg op kerst- en huwelijksgechenken, en laten andere mogelijke soorten giften buiten beschouwing.

Op het eerste gezicht lijkt het gebruiken van de eigen definitie van de respondenten van wat voor hen een gift is, een goede oplossing. Dit impliceert echter een ander type onderzoek dan wij voor ogen hadden. Omdat ook wij vooral geïnteresseerd waren in het patroon van uitwisseling van bepaalde zaken, en niet primair in de subjectieve definities van 'giften' in tegenstelling tot 'niet-giften', hebben we zelf een aantal gangbare geefobjecten of geefactiviteiten onderscheiden en deze aan de respondenten voorgelegd. In de antropologische literatuur wordt vooral melding gemaakt van materiële giften zoals sieraden, siervoorwerpen, kleding, voedsel of dieren. Giften lijken zich echter niet op voorhand tot het materiële te beperken, maar kunnen ook immaterieel zijn. We maakten dan ook een onderscheid tussen de volgende, materiële en niet materiële geefactiviteiten: het geven van geschenken, gastvrijheid (gasten

te eten en gasten te logeren) en hulp en zorg (klusjes, oppassen – op kinderen, op zieken –, boodschappen doen, het bieden van psychische ondersteuning, etcetera). Het idee hierachter was dat ondanks evidente verschillen tussen deze soorten giften, praktijken van ritueel of spontaan geven, het bieden van hulp en zorg of gastvrijheid aan andere mensen, iets essentieels gemeen hebben: al deze ‘giften’ worden gekenmerkt door de subjectieve ervaring dat ze uit vrije wil gegeven worden en in eerste instantie niet gedictieerd worden door enigerlei economische regel zoals ‘voor wat hoort wat’. Hoewel veel giften objectief gezien in een patroon van wederkerigheid blijken te passen (Komter & Schuyt, 1994), lijkt het volgende subjectieve ervaringsaspect een typerend en wezenlijk kenmerk: geven wordt ervaren als *een niet-economische, spontane en altruïstische activiteit, die bedoeld is om persoonlijke gevoelens over te brengen en niet om een ruiltransactie tot stand te brengen*.

In het onderzoek werd gebruik gemaakt van vragen met deels voorgestructureerde, deels open antwoordmogelijkheden. Per geefactiviteit werd gevraagd *hoe vaak* de respondent dit gedurende de laatste vier weken had gegeven, *aan wie* dit was gegeven, en *welke gevoelens* de gever daarbij had ondervonden.

Deze gegevens werden door ons als volgt bewerkt. Allereerst gingen we na hoe sterk de verschillende geefactiviteiten met elkaar samenhangen. De correlaties tussen de genoemde aantallen van de verschillende geefactiviteiten (geschenken, eten, logies, zorg) zijn substantieel. Bij factor-analyse (principale componenten-analyse met varimax rotatie, listwise deletion) wordt één factor geëxtraheerd met een eigenwaarde van 2,04 en een percentage verklaarde variantie van 51%, waarop alle geefactiviteiten hoger dan 0,65 laden. De betrouwbaarheids-coëfficiënt (Cronbach’s alpha) is 0,67, en indiceert de aanwezigheid van een meer generale ‘geeftendens’: wie veel geschenken geeft, heeft ook vaker mensen te eten of te logeren, en verleent ook vaker zorg of hulp (zie tabel 1).

Tabel 1 Samenhang tussen de verschillende geefactiviteiten

Correlaties tussen de geefactiviteiten				Factor I Eigenwaarde 2,04 Verklaarde Variantie 51%
Het geven van:	2. Etentjes	3. Logeren	4. Hulp en Zorg	Factorladingen
1. Geschenken	0,34 ¹	0,35	0,44	0,76
2. Etentjes	*	0,36	0,30	0,69
3. Logeren		*	0,28	0,69
4. Hulp en zorg			*	0,71

¹ Alle correlaties zijn significant ($p < 0,001$).

De door de respondenten genoemde gevoelens bij het geven werden door ons als volgt gecategoriseerd: 1. gevoelens van genegenheid (bijvoorbeeld: genegenheid, liefde); 2. gevoelens van plezier (bijvoorbeeld: plezier, gezelligheid); 3. gevoelens van dankbaarheid (bijvoorbeeld: dankbaarheid, tevredenheid); 4. gevoelens van hulpvaardigheid (bijvoorbeeld: medemen-

selijkheid, hulpvaardigheid, medelijden); 5. gevoelens van verplichting (bijvoorbeeld: wederdienst, verplichting). In het bijzonder gaat het ons om de tegenstelling tussen gevoelens van genegenheid en gevoelens van verplichting: hoe geliefder iemand is, hoe vaker gevoelens van genegenheid bij het geven aan deze persoon gemeld zullen worden, en hoe minder vaak gevoelens van verplichting een rol zullen spelen. De overige gevoelens zijn minder eenvoudig in deze termen te duiden. Gevoelens van hulpvaardigheid duiden vooral op een door de gever ervaren noodzaak iets te moeten doen door het aanhangen van bepaalde normen (medemenselijkheid) en gevoelens van dankbaarheid zijn een reactie op bewezen diensten. Gevoelens van plezier vormen een afzonderlijke categorie: zij indiceren een door de gever en de begunstigde gedeeld plezier aan de geefactiviteit zelf. Deze gevoelens zijn op zich interessant, maar zij zijn een minder goede indicatie voor het emotionele belang van een bepaalde persoon. Daarom zullen wij ze in de hiernavolgende rapportage van gevoelens buiten beschouwing laten.

De door de respondenten genoemde mensen die met giften bedeeld waren, werden door ons in de volgende categorieën ingedeeld: 1. eigen kinderen; 2. partner; 3. (schoon)ouders; 4. familie (broer, zus, overige familie); 5. vrienden; 6. kennissen (collega's, kennissen); 7. burenen. De giften aan de partner blijven in dit artikel onbesproken. De partner wordt namelijk enkel bij het geven van 'geschenken' genoemd. Alle andere vormen van geefactiviteit (eten, hulp, etcetera) zijn ten opzicht van een partner te vanzelfsprekend om als 'gift' benoemd te worden.

Resultaten

Geven: aan wie, en met welke gevoelens?

We gingen na wie het meest met giften bedeeld wordt en welke gevoelens hierbij een rol spelen. Daartoe bepaalden we het totale aantal giften dat door de respondenten werd gegeven, en het percentage hiervan dat naar een bepaalde categorie personen gaat. Vervolgens bepaalden we welke gevoelens bij het geven aan elke categorie een rol spelen. De resultaten van deze analyse zijn te vinden in tabel 2. Eigen kinderen, en (schoon)ouders krijgen gemiddeld 13% van het totale aantal giften. Dat is minder dan het aantal giften dat naar familie of naar vrienden gaat. Deze krijgen elk ruim een kwart van het totaal. Kennissen en vooral burenen worden het minst met giften bedeeld. Nu is de hoeveelheid geefactiviteiten ten opzichte van kinderen en (schoon)ouders moeilijker te interpreteren dan het geven aan familie en vrienden. Niet iedereen heeft immers (al) kinderen, en niet iedereen heeft (nog) ouders. De leeftijd van respondenten hangt dan ook bijzonder sterk samen met de hoeveelheid giften die binnen deze primaire groep wordt uitgewisseld. Dat is met het geven aan familie en vrienden minder het geval. We mogen ervan uitgaan dat deze beide categorieën in principe voor alle respondenten beschikbaar zijn.

Tabel 2 *Geven en gevoelens bij het geven aan verschillende categorieën mensen*

	Omvang van het geven		Gevoelens bij het geven (in percentages)	
	N ¹	% ²	Genegenheid ³	Verplichting
Kinderen	185	13	46	11
(Schoon)ouders	232	13	33	19
Familie	359	29	28	23
Vrienden	316	26	39	13
Kennissen/collega's	210	11	25	19
Buren	138	5	24	20

¹ N = aantal respondenten dat een of meer giften aan betreffende categorie heeft gegeven.

² % = gemiddeld percentage giften dat aan de betreffende categorie wordt gegeven.

³ Gevoelens: het percentage van het aantal giften aan een bepaalde categorie mensen, waarbij het betreffende gevoel werd genoemd.

Het aantal giften op zich hoeft niet te worden beschouwd als de enige indicatie voor de emotionele waarde van een bepaalde categorie mensen. Deze kunnen we ook, en misschien zelfs beter, aflezen aan de gevoelens die bij het geven aan elke categorie worden genoemd. We zien dat bijna de helft (46%) van de giften aan de eigen kinderen gepaard gaat met gevoelens van genegenheid, terwijl slechts 11% van deze giften gevoelens van verplichting oproepen. Bij giften aan familie worden verplichtende gevoelens ruim twee keer zo vaak gerapporteerd: 23% van de giften roept gevoelens van verplichting op, terwijl nog geen 30% van de giften met gevoelens van genegenheid gepaard gaat. Het percentage giften uit genegenheid is bij kinderen significant hoger dan bij ouders of bij familieleden, maar niet significant hoger dan bij vrienden (Wilcoxon, $p < 0,01$); het percentage giften uit genegenheid is bij vrienden eveneens hoger dan bij ouders of bij familieleden het geval is (Wilcoxon, $p < 0,05$).³ Bij de gevoelens van verplichting zien we hetzelfde patroon: gevoelens van verplichting komen minder voor bij het geven aan kinderen en vrienden dan bij het geven aan (schoon)ouders of familie (Wilcoxon, $p < 0,05$).

Nemen we het relatieve aantal gegeven giften als criterium voor het belang van een bepaalde categorie mensen, dan scoren familie en vrienden beide het hoogst, maar nemen we het geven uit pure genegenheid hiervoor als criterium, dan zijn de eigen kinderen het belangrijkste, en volgen de vrienden zelfs als een goede tweede. Deze volgorde wordt bevestigd door de lage percentages verplichtende gevoelens bij deze twee categorieën, waar de familie bijna twee keer zoveel gevoelens van verplichting oproept. Het belang van de eigen kinderen is niet verwonderlijk, evenmin als het belang van de (schoon)ouders. Belangrijker is voor ons dan ook, hoe we de verschillen tussen de familie en de vrienden kunnen duiden.

Vriendencultuur versus familiecultuur

Giften worden ongeveer evenveel gegeven aan familieleden als aan vrienden, maar de giften aan vrienden lijken meer uit genegenheid tot stand te komen en minder met gevoelens van verplichting samen te gaan. Het is echter de vraag of we dit als een algemeen gegeven mogen beschouwen. Het ligt immers voor de hand om te veronderstellen dat respondenten die gemiddeld genomen veel giften aan familieleden geven, een ander belang aan de familie toekennen dan de respondenten die zich vooral op giftuitwisseling met vrienden richten.

We gingen na of er een relatie is tussen het geven aan familie en vrienden. Een correlatie tussen het aantal geefactiviteiten aan familie en aan vrienden ontbreekt echter (pearson correlatie 0,08, $p > 0,01$). Het is dus niet zo dat wie veel geeft aan familie, ook veel geeft aan vrienden of omgekeerd, en het is ook niet zo dat veel geven aan vrienden tot een verlaging van het aantal giften aan familie leidt. Geven aan familie en geven aan vrienden zijn onafhankelijke activiteiten.

Vervolgens gingen we na of we respondenten kunnen onderscheiden die zich voornamelijk op de familie richten, versus respondenten die juist sterk op de vriendenkring georiënteerd zijn. Daartoe maakten we een onderscheid tussen respondenten die een gemiddelde geefactiviteit ten opzichte van de familie vertoonden en respondenten die relatief veel aan de familie geven (dat wil zeggen meer dan het gemiddelde percentage $+1/2$ SD). Hetzelfde deden we voor het geven aan vrienden (zie tabel 3). Zesentwintig procent van de respondenten blijkt meer dan gemiddeld aan familie te geven, terwijl 28% van de respondenten zich juist meer op vrienden richt. Slechts acht respondenten bleken zowel bij het geven aan familie als bij het geven aan vrienden hoog te scoren. Bij deze respondenten werden de percentages voor familie en vrienden nagegaan, en aan de hand hiervan werd alsnog per respondent bepaald in welke categorie deze ingedeeld kon worden. Alle respondenten konden we aldus eenduidig als behorend tot hetzij een 'familiecultuur', hetzij een 'vriendencultuur', hetzij een 'mengcultuur' indelen.

Tabel 3 De indeling van respondenten met een familiecultuur versus een vriendencultuur

	Gemiddeld (in percentages van het totaal aantal giften)	SD	Scheidingspunt	Percentage respondenten met score > scheidings- punt
Giften aan familie	29%	26	42%	26%
Giften aan vrienden	26%	27	40%	28%

We herhaalden de voorafgaande analyse voor elk van deze drie categorieën respondenten afzonderlijk. De resultaten hiervan staan in tabel 4. Respondenten uit de verschillende geefculturen geven ongeveer evenveel. Gemiddeld geven respondenten uit een vriendencultuur weliswaar 7,34 giften, tegen respondenten uit een mengcultuur 6,57 giften, en respondenten uit een familiecultuur 6,10 giften, maar dit verschil is niet significant (getoetst met Anova,

$F(2,505)=2,67$, $p>0,05$). Het veel geven aan familie respectievelijk vrienden gaat wel gepaard met een vermindering van giften aan alle andere begunstigden (kinderen, (schoon)ouders, kennissen en burenen). Respondenten uit een familiecultuur geven ongeveer evenveel aan de andere begunstigden als respondenten uit een vriendencultuur, maar veel minder dan respondenten uit de mengcultuur (getoetst met Anova's, F-waardes alle significant bij $p<0,01$). Opmerkelijker is echter dat zich geen enkel verschil voordoet in de gerapporteerde gevoelens bij het geven aan bepaalde groepen mensen. Het vele geven aan familieleden brengt niet met zich mee dat ook relatief meer gevoelens van genegenheid ten opzichte van de familie genoemd worden, of meer gevoelens van verplichting. Ook bij de gevoelens rond giften aan vrienden doen zich tussen respondenten afkomstig uit de verschillende geefculturen geen verschillen voor. Als we het noemen van gevoelens van genegenheid als een indicatie beschouwen van het emotionele belang van een bepaalde groep, dan zien we juist een grote overeenkomst in de rangorde, die tussen de verschillende categorieën begunstigden wordt aangebracht. Deze rangorde is bij respondenten uit een familiecultuur nagenoeg hetzelfde als bij respondenten uit een vriendencultuur (pearson correlatie 0,96, $p<.01$). Kinderen blijven verreweg de meeste gevoelens van genegenheid oproepen, gevolgd door (schoon)ouders en vrienden, en niet door de familie. Binnen iedere geefcultuur worden meer gevoelens van genegenheid bij giften aan vrienden gerapporteerd dan bij giften aan familie (deze verschillen zijn overigens niet significant), die op hun beurt met meer gevoelens van verplichting samengaan (deze verschillen werden getoetst met Wilcoxon, en waren bij respondenten in een vrienden- of familiecultuur wel significant bij $p<0,1$). Respondenten in een vriendencultuur zijn dus eigenlijk het best af: zij zijn het meest geëngageerd in geefactiviteiten die door iedereen als het meest belonend worden ervaren.

Tabel 4 Familie- en vriendencultuur

	Vriendencultuur (N=137)			
	Hoeveelheid giften		Gevoelens bij geven	
	Aantal ¹	% ²	Genegenheid ³	Verplichting
Kinderen	0,36	5	51	5
(Schoon)ouders	0,66	8	36	12
Familie	1,07	13	28	24
Vrienden	4,26	62	38	15
Kennissen/collega's	0,58	7	16	27
Buren	0,20	3	17	17

Gemengde geefcultuur
(N=246)

	Hoeveelheid giften		Gevoelens bij geven	
	Aantal	%	Genegenheid	Verplichting
Kinderen	1,23	23	45	13
(Schoon)ouders	1,13	17	29	23
Familie	1,41	19	32	21
Vrienden	1,05	14	42	12
Kennissen/collega's	0,94	15	29	14
Buren	0,54	8	27	20

Familiecultuur
(N=125)

	Hoeveelheid giften		Gevoelens bij geven	
	Aantal	%	Genegenheid	Verplichting
Kinderen	0,28	5	48	11
(Schoon)ouders	0,72	11	38	15
Familie	3,67	64	24	26
Vrienden	0,70	8	33	9
Kennissen/collega's	0,36	6	22	24
Buren	0,25	3	20	27

¹ Aantal = gemiddeld aantal giften aan betreffende categorie begunstigen.

² % = gemiddeld percentage giften dat aan de betreffende categorie wordt gegeven.

³ Gevoelens: het percentage van het aantal giften aan een bepaalde categorie mensen, waarbij het betreffende gevoel werd genoemd.

Achtergronden van respondenten met een familie- of vriendencultuur

Tot slot gingen we na bij welke respondenten we een familie- respectievelijk een vriendencultuur aantreffen. De resultaten staan in tabel 5. Er blijkt geen verschil tussen de seksen te zijn. Wel zijn er belangrijke verschillen tussen de verschillende leeftijdsgroepen en tussen de verschillende opleidingsniveaus. De verschillen zijn het meest consistent voor wat betreft het percentage respondenten dat veel aan vrienden geeft: hoe jonger de respondenten, hoe vaker een vriendencultuur (bij de 18-25-jarigen is dit percentage bijna drie keer zo hoog als bij de 65-plussers); hetzelfde geldt voor hogere opleidingsniveaus (respondenten uit hogere opleidingsniveaus geven meer aan vrienden, uit lagere opleidingsniveaus meer aan familie).

Daarbij doet zich een belangrijk interactie-effect tussen opleiding en leeftijd voor: bij respondenten uit lagere opleidingsniveaus is het belang van de vriendencultuur groter bij jongeren dan bij ouderen (42% bij de 26-35-jarigen en 15% bij de 36-50-jarigen; ook bij de nog ouderen zijn de percentages laag), maar bij hogere opleidingsniveaus blijft het percentage respondenten met een vriendencultuur hoog. Zo heeft 48% van de hoog opgeleide 36-50-jarigen – nog – een vriendencultuur, tegen slechts 17% een familiecultuur. Pas bij de nog ouderen bedraagt dit percentage ongeveer 17%.

Ook zien we dat religie een effect heeft. De sterke nadruk die de verschillende (christelijke) godsdiensten leggen op het gezin en de familie draagt er vermoedelijk toe bij dat vooral de respondenten die zichzelf niet als religieus beschouwen zich nadrukkelijker op hun vrienden richten: onder de niet-godsdienstigen is het percentage respondenten met een vriendencultuur ruim twee keer zo hoog. Tot slot zien we een belangrijk effect van het aantal kinderen van respondenten. De verbanden gaan hier in de verwachte richting: hoe groter het kinderaantal, hoe minder ruimte voor vrienden of familie. Ook hier zien we overigens dat het effect zich het sterkst manifesteert ten aanzien van de vrienden: van ruim 40% respondenten met een vriendencultuur bij de kinderlozen naar slechts 15% bij repondenten met drie of meer kinderen.

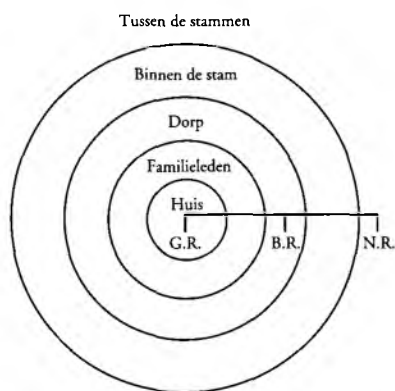
Tabel 5 Achtergronden van respondenten met familie- en vriendennetwerken

	Vriendencultuur	Gemengde cultuur	Familiecultuur	
Leeftijd				
18-25	46%	26%	28%	
26-35	29%	39%	32%	
36-50	27%	48%	25%	
51-65	18%	70%	12%	
> 65	17%	60%	24%	$\chi^2(8)=40.98,$ $p<0,001$
Opleiding				
Laag	20%	47%	33%	
Midden	26%	51%	24%	
Hoog	35%	45%	20%	$\chi^2(4)=10.23,$ $p<0,001$
Sekse				
Vrouw	29%	46%	25%	
Man	25%	50%	24%	n.s.
Godsdienstig				
Ja	19%	54%	27%	
Nee	38%	41%	21%	$\chi^2(2)=24.75,$ $p<0,001$
Aantal kinderen				
Geen	40%	29%	31%	
1 of 2	24%	55%	21%	
3 of meer	15%	64%	21%	$\chi^2(4)=42.27,$ $p<0,001$

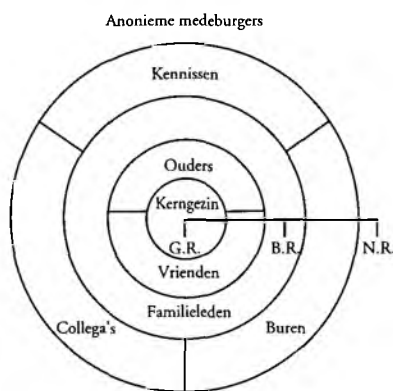
Conclusie

We hebben in dit artikel geprobeerd een 'emotionele hiërarchie' aan te brengen op basis van een analyse van gevoelens die bij het geven een rol spelen. Hoewel de door ons onder 'genegenheid' of 'verplichting' gerubriceerde gevoelens vermoedelijk niet direct corresponderen met de gevoelens die mogelijk anderszins ten grondslag liggen aan Sahlins' gegeneraliseerde en gebalanceerde reciprociteit (Sahlins heeft die gevoelens niet geëxpliciteerd), lijkt het ons toch interessant om de door hem aangebrachte emotionele hiërarchie van sociale en verwantschapsrelaties in een zogenaamde 'primitieve' samenleving te vergelijken met de door ons aangetroffen hiërarchie van relaties (zie figuur 1, ontleend aan Sahlins, en figuur 2, gebaseerd op ons onderzoek).

Figuur 1 Reciprociteit, verwantschapsrelaties en residentiële sectoren in primitieve samenleving (Sahlins, 1972)



Figuur 2 Reciprociteit, verwantschapsrelaties en sociale relaties in Westerse samenleving



G.R. = Generalized Reciprocity; B.R. = Balanced Reciprocity; N.R. = Negative Reciprocity

In onze Westerse en geïndividualiseerde samenleving blijkt het over en weer geven binnen de meest directe familiekring nog steeds een belangrijke rol te spelen. Het belang van het geven binnen vriendschapsrelaties ten opzichte van het geven aan overige familie springt echter in het oog: vergeleken met Sahlins' 'primitieve' samenleving is het belang van de vriendenkring dat van de familie buiten de primaire verwantschapsrelaties gaan overtreffen. Anders dan het werk van sommige antropologen en sociologen suggereert, zijn bij het geven binnen de bredere familiekring niet zozeer op de ander gerichte gevoelens van 'pure' en belangeloze genegenheid dominant, maar overheersen gevoelens van (morele) verplichting. In vriendschapsrelaties weer

klinken echter vooral gevoelens van genegenheid. De vriendengroep wordt zowel binnen de 'vriendencultuur' als binnen de 'familiecultuur' als meer emotioneel nabij ervaren dan de overige familie. Dat is zelfs het geval bij mensen die zich in hun giften bijna uitsluitend op hun familie richten. Ook deze respondenten zeggen meer giften uit genegenheid aan vrienden dan aan familieleden te geven. Dit lijkt niet moeilijk te verklaren: familierelaties zijn immers 'gegeven' en er bestaat van oudsher een zekere morele verplichting om ze in stand te houden, terwijl vriendenrelaties zelfgekozen zijn en niet worden geboren uit verplichting of traditie, maar uit wederzijdse genegenheid.

Toch impliceert deze bevinding een zekere spanning voor degenen die behoren tot een familiecultuur: ze geven weliswaar het meest aan hun eigen familie, maar brengen meer gevoelens van genegenheid en minder van verplichting naar voren wanneer ze aan vrienden geven dan aan familie. De vraag rijst dan waarom niet alle mensen er een vriendencultuur op nahouden. Mensen in een vriendencultuur lijken immers het beste af te zijn: ze zijn het meest geëngageerd in relaties die emotioneel het meest bevredigend zijn.

De sociologische achtergronden van degenen die behoren tot een vriendencultuur geven een voorzichtig antwoord op deze vraag. De familiecultuur is meer kenmerkend voor lager opgeleiden en kent een veel grotere leeftijdsspreiding dan de vriendencultuur. Respondenten in een vriendencultuur zijn relatief hoog opgeleid en jong. Hoog opgeleide jongeren beschikken in vergelijking met ouderen die lager zijn opgeleid over meer maatschappelijke en financiële hulpbronnen, waardoor hun keuzemogelijkheden groter zijn. De creatie van een vriendencultuur wordt het best zichtbaar bij die groepen die zich kunnen permitteren om zich aan deze verplichtingen en afhankelijkheden – en dus ook relatieve veiligheid – te onttrekken: jong, hoog opgeleid, onkerkelijk, en (nog) niet gebonden door kinderen.

Een mogelijke verklaring voor het gegeven dat ouderen en lager opgeleiden vaker tot een familiecultuur behoren, is gelegen in de geringere stabiliteit van vriendschapsrelaties vergeleken met familierelaties. Familierelaties zijn weliswaar relatief verplichtend, maar daartegenover staat een relatief hoog niveau van stabiliteit. Vriendenrelaties zijn minder stabiel en daardoor risicovoller (het geven over en weer vervult hier een belangrijke bestendigende functie; zie Caplow, 1982). Als de relatie niet meer bevredigend verloopt, kan zij beëindigd worden; dat ligt anders bij familierelaties, waarvan men zich niet zo gemakkelijk kan 'ontdoen'. Oudere mensen en mensen met weinig maatschappelijke reserves kunnen zich de risico's die gepaard gaan met een vriendencultuur wellicht niet veroorloven.

Dat het geven aan familie vooral voorkomt onder lager opgeleiden en het geven aan vrienden meer kenmerkend is voor hoger opgeleiden, heeft vermoedelijk ook te maken met de uitgebreidere sociale netwerken van hoger opgeleiden (Douglas & Isherwood, 1979; Ganzeboom, 1989; Young & Willmott, 1973). Verder zou de vaak wat meer geïndividualiseerde levensstijl van hoger opgeleiden hier een rol kunnen spelen (denk aan de tweeverdieners met elk een eigen en een gemeenschappelijke vriendenkring). Ten slotte nemen traditionalistische waarden – waaronder die rond familie en gezin – vermoedelijk een minder centrale plaats in onder hoger opgeleiden (Middendorp, 1991; Vollebergh, 1991).

De gevoelens bij het geven binnen de bredere familiekring mogen dan minder 'puur' zijn

dan we dachten, de stabiliteit van het geven binnen een familiecultuur is groter dan bij een vriendencultuur het geval is: als het geven aan familie eenmaal een belangrijke waarde is, dan blijft dat ook zo, terwijl het belang van het geven aan vrienden op latere leeftijd duidelijk afneemt. Het geven binnen familierelaties is weliswaar verplichtender, maar ook duurzamer dan het geven binnen vriendschapsrelaties.

Noten

- 1 Dr. A.E. Komter is als universitair hoofddocent verbonden aan de vakgroep Algemene Sociale Wetenschappen van de Universiteit Utrecht. Dr. W. Vollebergh is als universitair hoofddocent verbonden aan de vakgroep Jeugd, Gezin en Levensloop van de Universiteit Utrecht.
- 2 Het betreft een onderzoek naar 'Geven in Nederland'. Dit onderzoek werd in 1992 uitgevoerd door Aafke Komter en Kees Schuyt ter gelegenheid van het 50-jarig jubileum van het dagblad *Trouw*. Voor een overzicht van de belangrijkste algemene resultaten, zie Komter en Schuyt (1993; 1994).
- 3 Hierbij moet de kanttekening worden geplaatst dat door de gevolgde open procedure bij het vragen naar giften en gevoelens deze significantie alleen berekend kan worden voor de respondenten die aan beide categorieën iets gegeven hebben.

Literatuur

- Blau, P.M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Caplow, Th. (1982). Christmas gifts and kin networks. *American Sociological Review*, 47, 383-392.
- Cheal, D. (1988). *The gift economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1979). *The world of goods. Towards an anthropology of consumption*. London: Allan Lane.
- Finch, J. (1989). *Family obligations and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Ganzeboom, H. (1989). *Leefstijlpatronen in Nederland. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar determinanten van deelname aan culturele activiteiten*. Assen/Maastricht: Van Gorcum.
- Gouldner, A. (1973a). The norm of reciprocity: A preliminary statement. In A. Gouldner (Ed.), *For sociology. Renewal and critique in sociological theory* (pp. 226-260). London: Allan Lane.
- Gouldner, A. (1973b). The importance of something for nothing. In A. Gouldner (Ed.), *For sociology. Renewal and critique in sociological theory* (pp. 260-299). London: Allen Lane.
- Homans, G.C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Komter, A.E. (1996). *The gift: an interdisciplinary perspective*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Komter, A.E. & Schuyt, C.J.M. (1993). *Geven in Nederland*. Amsterdam: Dagblad Trouw.
- Komter, A.E. & Schuyt, C.J.M. (1994). *Geschenken en relaties. Beleid & Maatschappij*, XX, 277-285.
- Lévi-Strauss, C. (1969[1949]). *The elementary structures of kinship*. Boston: Beacon Press.
- Mauss, M. (1989[1923]). *Essai sur le don. Eng. vertaling: The gift. The form and reason for exchange in archaic societies*. London: Routledge.
- Malinowski, B. (1922). *Argonauts of the Western Pacific*. London: Routledge.
- Middendorp, C.P. (1991). *Ideology in Dutch politics*. Assen/Maastricht: Van Gorcum.
- Sahlins, M. (1972). The spirit of the gift. In M. Sahlins (Ed.), *Stone age economics* (pp. 149-185). London: Tavistock.

- Simmel, G. (1950). Faithfulness and gratitude. In K. Wolff (Ed.), *The sociology of Georg Simmel* (pp. 379-396). New York: The Free Press.
- Titmuss, R.M. (1970). *The gift relationship. From human blood to social policy*. Middlesex, Harmondsworth: Penguin.
- Vollebergh, W. (1991). *The limits of tolerance*. Dissertatie Rijksuniversiteit Utrecht.
- Young, M. & Willmott, P. (1973). *The symmetrical family*. London: Routledge & Kegan Paul.