

recente trends in de (populaire) cultuurstudies

gust de meyer

Het heeft er de schijn van weg dat de media- en cultuurstudies - die worden meer en meer in één adem genoemd deze dagen - de jongste tijd een nieuwe weg zijn ingeslagen. In dit artikel wordt, ten eerste, een poging ondernomen om de nieuwe trend te signaleren en, ten tweede, om de reeds voorradige kritiek te weerleggen. Immers, het feit dat de media- en cultuurstudies nieuwe paden bewandelen wordt niet door iedereen in dank afgenomen.

DE EERSTE GENERATIE

De cultuurstudies van de eerste generatie, althans de meest spraakmakende, de beetje modieuze cultuurstudies, zijn - zoals elders (De Meyer 1984) meer genuanceerd samengevat - sinds de jaren zestig gesitueerd op het kruispunt van twee grote gedachtenstromingen, de marxistische en de semiotisch-structuralistische. In de marxistische richting gaat het veelal niet om de orthodox-marxistische (de economie domineert de culturele bovenbouw; de klassestrijd wordt gevoerd door de arbeidersklasse) maar om een gematigder neo-marxistische (de culturele bovenbouw heeft een zekere autonomie; in de revolutie is een grote rol weggelegd voor de intelligentia). In de laatste, meer gematigde richting staan termen als hegemonie (A. Gramsci) en ideologie (L. Althusser), in de zin van een vals bewustzijn, opgedrongen aan de massa's, centraal. In de structuralistische richting heeft de notie van de 'tekst' altijd centraal gestaan. Daarbij is men zo ver gegaan het 'subject', de lezer van de tekst, uit te sluiten uit de analyse: niet ik, als lezer, lees de tekst maar de tekst leest mij. Het is nu de taak van de cultuurwetenschapper van de vorige generatie geweest om het ideologische gehalte van de teksten bloot te leggen, de klasse- en sexebelangen daarin te onthullen om aldus tot bewustzijnsverruiming, inzicht,

emancipatie te kunnen komen, als het even kan via de mobilisering van diegenen die door de tekst mede-onderdrukt heten te worden. Aldus is het stereotiepe beeld gegroeid van de cultuurwetenschapper op de barricade. Het mag gevreesd worden dat deze cultuurwetenschapper vandaag enkel nog een paar oninteressante achterhoedegevechten levert: de massa's hebben zich niet bekeerd tot zijn inzichten. Wellicht kan dit gedeeltelijk op de rekening worden geschoven van het feit dat hij, als lid van het elitaire universitaire milieu, niet (meer) behoort tot de klasse van diegenen die attent dienen gemaakt op de louche praktijken van de machthebbers. Zou het kunnen dat de ideologische analyse van de 'tekst', van soaps, tv-quizzes, Vlaamse schlagers ..., ook een beetje een wereldvreemde activiteit is geweest, gewoon omdat de onderzoeker zich niet (meer) kan of wil identificeren met het 'lezende subject', het tv-soaps kijkende, schlagers luiserende publiek?

Tegenover de dictatuur van de tekst hebben, vooral in de Britse subcultuurstudies, weliswaar steeds 'culturalistische' tendensen de kop opgestoken, die een zekere rol hebben toegekend aan de lezers van teksten, maar dan nog bleef men zoeken naar het strijdbare element in de teksten, als symbolisch verzet tegen de dominante, hegemoniserende cultuur. Vormen van populaire cultuur dragen dan de goedkeuring weg in zoverre ze nog 'strijdbare cultuur' zijn. De notie strijdbare cultuur is, samenvattend, ook al geëvolueerd van een zuiver economische visie naar een strijdbare culturele visie, een visie waar uitwisseling tussen de hegemonische cultuur en subcultuur centraal staat.

DE TWEDE GENERATIE

Recentelijk echter duiken steeds meer studies op waar emancipatorische momenten aangewezen worden in cultuurvormen die niet meer dan het etiket 'massacultuur' verdienen. Daarmee samengaand wordt in de cultural studies de doorslaggevende rol die in de eerste generatie-studies toebedacht is aan de tekst en aan de ideologie steeds verder aangetast: de idee dat een tekst gedecodeerd wordt zoals hij is gecodeerd (S. Hall) en dat hij een eenduidige betekenis zou hebben, wordt meer en meer in vraag gesteld, alsook de idee dat de ideologie een alles doordringende en niet te ontvluchten instantie zou zijn in de teksten. Eind van de jaren tachtig doen noties als polysemie, ambiguïteit, intertextualiteit hun intrede. Turner (1990) ziet zelfs al een tegenbeweging tegen de onttroning van de tekst, in deze zin dat nu beweerd wordt dat resistente lectuur als een eigenschap van de tekst zelf wordt beschouwd, waar tot nog toe vaak is volstaan met de gedachte dat het publiek omwille van zijn (ondergeschikte) sociale positie, van klasse of geslacht, aan een resistente lectuur doet van blijkbaar

toch eenduidige teksten : in deze visie zou het lage cultuur-publiek de eenduidige teksten slechts op een andere manier lezen dan het hoge cultuur-publiek. Waar eerst nog gewaarschuwd is voor een consensuele lectuur - de teksten worden door iedereen op dezelfde manier gelezen - worden nu strategieën blootgelegd van resistentie binnen de tekst, netwerken van ambiguïteit en contradictie die de lezer inviteren verschillende, zelfs ideologisch contradictorische posities in te nemen. Dat kan voor een stuk op de rekening geschreven worden van het feit dat geen enkele tekst alleen staat, maar steeds verwijst naar andere teksten. De notie intertextualiteit doet zijn intrede (wanneer rekening wordt gehouden met de verschillende sociale condities waarin die teksten worden geproduceerd, spreekt men van inter-textualiteit - met verbindingsteken : in elke tekst resoneren niet alleen andere teksten maar ook andere historische, sociale condities). Teksten worden nu gezien als beladen met een teveel aan betekenis, welke door de grenzen, de mazen van gelijk welke 'geprefereerde' lectuur sijpelt in de sociale formaties van de lezers, aldus een verschillende reeks van betekenissen (polysemie) en plezierbelevingen producerend. Men komt tot het inzicht dat in de vroegere analyses vaak een geïdealiseerde notie van de cultuurwetenschapper is opgelegd in de plaats van naar de werkelijke ervaring van de lezer is gepeild. De notie van plezier, fysisch aan het lichaam gebonden en dus van ieder afzonderlijk, is recentelijk steeds meer en meer in oppositie geplaatst tot deze van ideologie, die aan de groep gebonden is en dus anti-individualiserend is. Zulke nieuwe theorie impliceert in elk geval een (gelimiteerde) graad van individuele vrijheid ten opzichte van de krachten van de ideologie. Communicatie is niet alleen betekenis produceren, maar misschien nog wel meer : plezier verschaffen. Maar belangrijker : waar teksten verondersteld worden betekenis én plezier te verschaffen, kunnen deze twee elkaar tegenspreken (mannelijke videoclip-kijkers zullen het zwaar hebben te weerstaan aan een voyeuristisch plezier dat sommige van deze clips verschaffen, hoe alert ze ook mogen zijn voor de chic sexistische ondertoon). Het komt er op aan deze 'schuldige' plezierbeleving ondanks de gekende ideologische inhoud te verklaren. Bovendien kunnen gemarginaliseerde individuele plezierbelevingen de dominante ideologische orde contradicteren of resisteren. Belangrijk is te zien dat populaire cultuurproducten, vooral televisie, meer betekenis produceren dan kan onder controle gehouden worden en dat teveel aan betekenis door de tekst sijpelt, een semiotisch overschot (excess), een proliferatie ook van mogelijke manieren van lectuur mogelijk maakt.

HET ONUITROEIBAAR KLASSEDENKEN

Nadat alle deterministische noties uit de eerste cultuurstudies schijnen uitgezuiverd, blijft de polysemische richting in de cultuurstudies echter vasthouden aan een klassevisie : ondanks alle mogelijkheden tot weerstand die het 'onderdrukte' volk ook heeft, leven we uiteindelijk immers nog in een kapitalistische klassemaatschappij. De idee van strijdcultuur binnen de kapitalistische klassemaatschappij blijft ondanks alles aanwezig, zo, bijvoorbeeld, bij Fiske (1989), wiens stand van de cultural studies eind van de jaren tachtig nu wordt weergegeven.

Cultuur, aldus Fiske (1989), is een constant proces van betekenisproductie in relatie tot de sociale ervaring. In de productie en circulatie van deze betekenissen ligt de plezierbeleving. Alle betekenissen van het eigen zelf, van sociale relaties, elk discours en elke tekst, zij alle kunnen slechts circuleren in relatie tot het sociale systeem, in ons geval dat van een blank, patriarchaal kapitalisme. Elk sociaal systeem heeft nood aan een cultureel systeem van betekenissen dat dient, ofwel om het op zijn plaats te houden, ofwel om het te destabiliseren, om het min of meer ontvankelijk te maken voor verandering. Cultuur (en zijn betekenissen en plezierbelevingen) is een constante opeenvolging van sociale praktijken; daarom is zij inherent politiek; zij is centraal betrokken bij de distributie en mogelijke herverdeling van verschillende vormen van sociale macht.

Populaire cultuur wordt gemaakt door ondergeschikte en de macht ontnomen mensen uit de bronnen, geestelijk en materieel, die ter beschikking worden gesteld door het sociaal systeem dat hun elke macht ontnemt. Populaire cultuur is daarom door en door contradictorisch en conflictueel. De bronnen - televisie, fonogrammen, kleding, videogames, taal - dragen de interesses van de economisch en ideologisch dominerenden en zij dragen de sporen van hegemonische macht die de status quo dient. Maar hegemonische macht is slechts mogelijk omwille van resistentie; daarom moeten deze bronnen ook sporen dragen van tegenstrijdige macht, op een verschillende manier geactiveerd door mensen die op een verschillende manier in het sociale systeem staan. Indien de culturele waren en teksten geen bronnen hebben waarmee de mensen hun eigen sociale identiteit kunnen maken, dan zullen ze verworpen worden en mislukken op de markt; dan zullen ze niet populair worden. Populaire cultuur wordt gemaakt door ondergeschikte mensen in hun eigen belang uit bronnen die, contradictorisch genoeg, de economische interesses dienen van de dominerenden. Populaire cultuur wordt van binnen uit en van beneden uit gemaakt en niet opgelegd van buiten af of van boven uit, zoals massacultuur-theoretici dat voorhouden. Er is altijd een element van populaire cultuur voorhanden dat buiten de sociale controle ligt en dat de hegemonische krachten ontsnapt of opponeert. Populaire cultuur is altijd een cul-

tuur van conflict, zij betreft altijd de strijd om sociale betekenissen te geven die in het belang liggen van de onderdrukten en die niet in het belang zijn van de dominerende ideologie. De overwinningen, hoe vergankelijk en beperkt ook, in deze strijd produceren plezier: populair plezier is altijd sociaal en politiek.

Populaire cultuur, aldus Fiske, wordt gemaakt in relatie tot structuren van dominantie, welke relatie twee grote vormen kan aannemen, die van resistentie of die van evasie. Maar die twee zijn geïnterreleerd en de een is niet mogelijk zonder de ander: beide veronderstellen ze de wisselwerking van lichaamsgericht plezier en geestesgerichte betekenis. Maar evasie is meer plezier- dan betekenisgericht, terwijl resistentie betekenissen produceert voor plezier. Populaire cultuur is alleen mogelijk en plezierstimulerend indien de mensen er betekenissen voor henzelf kunnen uithalen; anders gaat het slechts om de dominerende, hegemonische cultuur. Bovendien dienen ze zelf die betekenissen te halen uit de cultuurproducten (in tegenstelling tot de visie dat die zouden aangeleverd worden door de cultuurproducten).

Populaire cultuur is altijd in proces; haar betekenis kan nooit geïdentificeerd worden met een tekst, want teksten worden geactiveerd of betekenis gegeven, zowel in sociale - het leven van elke dag - als in intertextuele relaties (de vader die zijn teenage dochter een T-shirt cadeau geeft, zet een heel ander serie betekenissen in beweging dan wanneer ze er een krijgt van haar vriendinnen). De betekenissen van populaire cultuur bestaan slechts in hun circulatie, niet in hun teksten; de teksten dienen niet op zichzelf te worden begrepen maar in hun relatie met andere teksten en met het sociale leven.

Het feit dat het ondergeschikte volk niet de bronnen van populaire cultuur kan produceren, betekent niet dat het niet zijn cultuur maakt uit die bronnen. Cultuurproducten, als waren beschouwd, garanderen de producenten een economische winst, maar hun culturele functie wordt niet adequaat verklaard door de economische functie, hoe sterk de eerste ook afhankelijk is van de laatste. Alle waren worden evenveel geconsumeerd voor hun betekenissen, identiteiten en plezierbeleving als voor hun materiële functie. Onze cultuur is een waren-cultuur en het is onvruchtbaar daartegen te argumenteren op basis van de idee dat cultuur en winst mutueel exclusieve termen zouden zijn - dat wat winstgevend is voor sommigen, niet cultureel kan zijn voor anderen. Achter zulke verwerpelijke argumentatie liggen twee romantische fantasieën, de ene die van de berooide artiest die zich slechts wijdt aan de pure en esthetische transcendentie van zijn kunst, de andere die van volkskunst, folk art, waarbij alle leden van de stam op gelijke wijze participeren in de productie en circulatie van cultuur, vrij van elke commerciële druk. De culturele dimensie van de industrieën ligt daar waar hun dominantie het meest wankel is: de industrieën weten dat mensen moeten eten, kleren dragen en zich verplaatsen maar zij zijn min-

der zeker in het bepalen wat of waarom zij eten, welke kleren zij dragen en hoe ze zich verplaatsen : de hoge mislukkingen voor nieuwe produkten wijst erop dat uiteindelijk het volk zelf kiest welke waren zullen worden gebruikt.

In de strijd om betekenis zal het volk geen waar kiezen die slechts de economische en de ideologische interesses dient van de dominerenden. Populaire cultuur ontsnapt op die manier aan de normen van de sociale orde; haar overdaad (excess) offreert mogelijkheden voor parodie, subversie, omkering; populaire cultuur is vanzelfsprekend en superficieel, weigerend de diepe, complexe teksten te produceren welke hun publiek en hun sociale betekenis inperken; zij is smakeloos en vulgair - smaak als een verfijnde sensibiliteit maskeert sociale controle en klasse-interesse; zij zit vol contradicties, die de produktiviteit van de lezer vooronderstellen om zijn of haar betekenis te halen uit de populaire cultuurprodukten. Populaire cultuur is vaak op het lichaam en diens sensaties gecentreerd eerder dan op de geest en diens denken : het lichamelijk plezier offreert carnavaleske, ontwijkende, bevrijdende praktijken - zij constitueert het populaire terrein waar hegemonie het zwakst is en wellicht geen invloed heeft.

Populaire teksten zijn, steeds volgens Fiske, inadequaat op zichzelf; zij zijn nooit vanzelfsprekend (self-sufficient) in betekenis (zoals high brow teksten dat wel heten te zijn); zij worden pas compleet wanneer zij opgepakt worden door de mensen en in hun dagelijks leven worden geïntegreerd. Het volk maakt populaire cultuur in de wisselwerking tussen dagelijks leven en de consumptie van de produkten van de cultuurindustrie. De produktie van betekenissen die relevant zijn voor het dagelijks leven, is centraal voor populaire cultuur, want die relevantie minimaliseert het verschil tussen tekst en leven, tussen esthetiek en het dagelijkse. Daardoor onderscheidt deze procesmatige en op de praktijk gerichte populaire cultuur zich van de door de tekst of de uitvoering gedikteerde cultuur, zoals de bourgeois, high brow cultuur. Die relevantie impliceert ook dat vele populaire cultuur kortstondig is - wanneer de sociale condities van de mensen veranderen doen dat ook de teksten waaruit relevantie kan worden geproduceerd.

Populaire cultuur is de cultuur van de onderdrukten die ingaan tegen hun ondergeschiktheid; zij is niet begaan met het vinden van consensuele betekenissen of de produktie van sociale rituelen die sociale verschillen harmoniseren, zoals de 'liberale pluralisten' voorhouden, maar zij is evenmin de cultuur van een onderdrukking die de mensen massificeert tot willoze slachtoffers van het kapitalisme, zoals de massacultuurtheoretici voorhouden. Beide theorieën, de liberaal pluralistische en de massaculturalistische, zien slechts in de populaire cultuur die elementen die werken in dienst van een status quo (in dienst van een consensus dan wel van een dominerende klasse) maar geen van beide laat populaire cultuur toe te werken als een agent van destabilisering of als een herverdelers van de

balans van sociale macht naar diegenen die geen macht hebben. In die zin staat populaire cultuur aan de kant van heterogeniteit (tegenover de homogeniteit die de dominante klasse nastreeft) of van centrifugaliteit (tegenover centripetaliteit), aan de kant ook van de verzetstrijders (tegenover de bezetters). De relatie tussen de termen is er altijd één van conflict of confrontatie. Deze weerstand van de heterogene krachten kan verschillende vormen aannemen. De minst politiek actieve is wellicht deze van het lichamelijk plezier van ontsnapping of ontwijking, de koppige weigering van de dominante ideologie en de constructie van een set ervaringen die buiten diens bereik vallen. In hun momenten van jouissance (R. Barthes), wanneer de intensiteit van lichamelijk plezier orgastisch wordt, verliezen, bijvoorbeeld, surfers en videogameplayers hun sociaal geconstrueerde identiteit en daardoor ook de structuur van dominantie-overheersing; andere ontwijkende, offensieve plezierbeleving ligt in de carnivaleske, overdreven, bevrijdende fun, welke de sociale normen op zijn kop zet en hun kracht tijdelijk door elkaar schudt.

Tegenover diegenen, aldus Fiske, die beweren dat het hier slechts gaat om veiligheidskleppen die tenslotte de bestaande machtsstructuur in stand houden, omdat dergelijke vormen van resistentie slechts optreden op het individuele vlak en niet op het sociale - argument dat trouwens ook gebruikt wordt voor fantasiebelevingen - dient onderstreept dat de 'politics of everyday life' zich eerder afspelen op het micro dan op het macro niveau; de uitlaatklep-theoretici zien bovendien niet de verschillen en mogelijke connecties tussen innerlijke, semiotische resistentie en sociopolitieke, tussen betekenissen en gedragingen, tussen progressiviteit en radicalisme, tussen ontwijkende en aanvallende tactieken, welke alle de centrale issues zijn in populaire cultuur. De alledagscultuur van de mensen heeft altijd al deze ontwijkende, resisterende kracht behouden, zonder de welke meer actieve resistentie geen basis en motivatie zou hebben: ontwijking is de basis voor weerstand; vermijden gevangen genomen te worden, ideologisch dan wel fysiek, is de eerste opdracht van de guerilla. De interieure weerstand van de fantasie is meer dan ideologisch ontwijkend, zij is de noodzakelijke basis voor sociale actie. En de 'politics of popular culture' zijn meest zichtbaar op het micro niveau van het alledaagse leven. Semiotische resistentie resulteert uit het verlangen van de ondergeschikten om controle uit te oefenen over de betekenissen van hun dagelijks leven, een controle die hun genegeerd wordt in hun materiële sociale condities. Dit is opnieuw van cruciaal politiek belang, want zonder enige controle over iemands bestaan kan er geen gevoel van macht en zelfwaardering bestaan; en zonder de laatste is geen zelfvertrouwen mogelijk nodig voor sociale actie, zelfs op het micro niveau. In die zin kan, bijvoorbeeld, de provocatie geoffreerd door de popster Madonna aan jonge meisjes om controle te krijgen van de betekenissen over hun eigen vrouwelijkheid, zelfvertrouwen, eigenwaarde en een gevoel van macht bezorgen aan

deze groep. Dergelijke politieke winsten zijn eerder als progressief dan wel als radicaal - in de zin van directe oppositie en verandering van het onderdrukkende systeem - te omschrijven. Theorieën die het voorstellen alsof populaire cultuur in het beste geval een uitlaatklep en in het slechtste geval een drug is, en die veronderstellen dat een radicaal verschillend soort van cultuur radicale sociale veranderingen zou kunnen veroorzaken, zijn utopisch van aard. Materiële historische condities produceren radicale veranderingen; ontwikkende semiotische resistentie kan een populair bewustzijn in stand houden dat de groei van dergelijke condities bevrucht maar kan die niet produceren. Maar op het micro niveau kan populaire cultuur wel als een eroderende kracht werken op het macro niveau, het systeem verzwakkend van binnenuit, zodat het meer onderhevig is aan verandering op het structureel niveau. De behoeften van de mensen zijn beter gediend door zulke progressieve dan door een radicale, revolutionaire verandering. Het westers patriarchaal kapitalisme is immers in staat gebleken de sociale condities te voorkomen die effectieve radicale actie zouden kunnen provoceren, en is in staat gebleken zulke radicale aanspraken te bedwingen. Het blijkt veel kwetsbaarder te zijn voor guerilla raids dan voor strategische aanslagen, en het is op dat vlak dat populaire cultuur zijn rol speelt, aldus nog Fiske.

DE NIEUWE OPDRACHTEN

Fiske verwoordt wat op dit ogenblik in de media- en cultuurstudies van de tweede generatie leeft. De nieuwe opdrachten in de volgende nog te nemen stap, op weg naar een derde generatie media- en cultuurstudies, is, ten eerste, de uitschakeling van het laatste restje economie-centristisch denken - in Fiskes visie schuilt nog altijd de gedachte dat uiteindelijk de economische en de daarmee verbonden politieke krachten de cultuur domineren - ten voordele van een culturalistische visie waarin populaire cultuur niet noodzakelijk altijd strijdbaar hoeft te zijn - maar gewoon ook plezierig tout court. Dat veronderstelt, ten tweede, de uitschakeling van het laatste restje ideologie-centristisch denken. Ten derde dient werk gemaakt van de uitschakeling van het laatste restje proletarisch-centristisch denken: men vindt in de media- en cultuurstudies van de tweede generatie nog altijd een restant van de dictatuur van het proletariaatdenken, terwijl het moet duidelijk zijn dat de notie van 'het' onderdrukte volk al even monolithisch is als deze van 'de' tekst; consumeren van cultuurproducten kan nu eens wel dan weer niet, voor de ene wel maar voor de andere niet, een of andere betekenis van verzet hebben, maar dat hoeft per se niet zo te zijn. De centrale bekommernis is niet meer aan te tonen dat massacultuur toch nog (een restant) emancipatorische kracht kan

bezitten, dat massacultuur strijdbare cultuur kan zijn. Het lijkt er wel op dat de nieuwe media- en cultuurwetenschappers, nu de gerustmakende stelling van de dominantie van de tekst en de ideologie meer en meer wordt uitgehold, krampachtig pogen een laatste restje verzet te blijven reserveren. In de plaats daarvan kan de energie nuttiger besteed worden aan vraagstellingen als, ten eerste, waarom een elitaire cultuur in stand wordt gehouden en, ten tweede, waarom bepaalde vormen van cultuur nog steeds als minderwaardig worden beschouwd. Eenvoudig gesteld: hoe komt het dat stenen brokstukken in een cirkel op de grond uitgestald als 'hoge' cultuur wordt beschouwd en een hitparadesong als 'lage' cultuur. Het is, met andere woorden, noodzakelijk te zoeken naar vormen van cultureel-politieke dominantie (door de elitaire hoge cultuur maar ook de nieuwe elitaire laag in de populaire cultuur) in de plaats van economisch-politieke dominantie en het vooropgestelde cultureel verzet daartegen van een onderdrukte klasse. Het is nodig de steeds veronderstelde relatie tussen economisch en cultureel kapitaal in vraag te stellen: er is een culturele kaste ontstaan die zich tegenover alle andere kasten heeft geplaatst en waarvan men niet meer kan zeggen dat het over rijken gaat, want juist bij die rijken zou het zogeheten cultureel analfabetisme nu ruim verspreid zijn; het cultureel analfabetisme van de maatschappelijke bovenlaag, die beschikt over macht en geld, weerspreekt de these van Pierre Bourdieu dat precies die klasse aan hoge cultuur zou doen uit een soort geïnternaliseerde drang om zich te onderscheiden; de politieke en economische elite valt al lang niet meer samen met de consumenten van de hoogst gekwalificeerd geachte cultuurgoederen (Janssens 1989).

De band tussen economie en cultuur is al even ambigu als de cultuur zelf: niet alleen de kapitalistische maar elke andere maatschappijvorm wordt beheerst door dezelfde vastgeroeste cultuurindelingen; die duiken op ongeacht economisch-politieke verschillen. Het is niet de taak van de cultuurwetenschapper van de derde generatie de zogeheten massacultuur te demystifiëren en te bekritisieren, zoals de eerste generatie dat graag heeft gedaan, evenmin van per se te blijven zoeken naar emancipatie zelfs in vormen van wat men massacultuur noemt. Als de cultuurwetenschapper van de derde generatie al een taak heeft, dan is het die van het blootleggen en deconstrueren van de verborgen belangen achter de in stand gehouden opdelingen van het veld van de cultuur. In de plaats van op zoek te gaan naar het laatste restje geromantiseerd verzet van het gewone volk, is het beter alle aandacht op te eisen voor het feit dat, ondanks alles, het veld van de cultuur opgedeeld blijft. Het volk heeft meestendeels waarschijnlijk geen behoefte aan een strijdbaar element in zijn cultuur; de elite heeft er wel belang bij de cultuur in gelegitimeerde en niet gelegitimeerde gebieden op te delen.

Ongetwijfeld gaat het bij deze opdracht voor de cultuurwetenschapper eens te meer om een residu van de cultuurstudies uit de twee voorgaande

generaties van de laatste dertig jaar, hopelijk het laatste residu. Wellicht is de cultuurwetenschap veel meer gediend met concrete studies waarbij de onderzoeker, niet gehinderd door fetisjistisch taalgebruik van de grote theorieën uit vroegere perioden, probeert in de huid te kruipen van de subjecten om met hen de cultuurteksten te lezen, de betekenissen bloot te leggen die zij er in leggen, en met hen het plezier te smaken van de consumptie van de cultuurprodukten.

Sommigen zullen dergelijke opdrachtomschrijving voor de media- en cultuurwetenschapper een toegeving vinden aan de zogeheten postmoderne attitude, die geassocieerd wordt met onder meer twee kenmerken: het opgeven van kritische distantie ten voordele van orgastische plezierbeleving, maar ook met het opheffen van het onderscheid tussen 'hoge' en 'lage' cultuur. Het is duidelijk dat, wat het eerste kenmerk betreft, in een universitair milieu de plezierbeleving slechts via de distantie van de min of meer wetenschappelijke tekst gaat (zoniet ware het beter geweest te gaan surfen in de plaats van deze tekst te schrijven). En, wat het tweede kenmerk betreft, kan uit het voorgaande al begrepen worden dat de muur tussen 'hoge' en 'lage' cultuur - spijtig genoeg - lang niet is geslecht. Meer zelfs, zoals elders is aangetoond (De Meyer 1991), duikt hij zelfs op binnen domeinen die traditioneel tot de massacultuur worden gerekend: de ene popmuziek, bijvoorbeeld, is de andere niet (meer); de populaire muziek heeft nu ook zijn hoge kunst en zijn massacultuur.

De nieuwe richting die de cultuurstudies inslaan maakt hen in elk geval ook nog los van een andere traditie dan het klassegebonden ideologiedenken (een sociologisch denken), namelijk van een psychoanalytische tak in de cultuurstudies. Daar is individuele plezierbeleving altijd al geïnterpreteerd in het licht van de inperkende heersende moraal, en overeenkomstig is plezierbeleving zoniet verdacht dan toch altijd een aangelegenheid geweest met een dubbele bodem. Net zoals de klasse-maatschappij bepaalde groepen onderdrukt, onderdrukt de heersende moraal bepaalde plezierbelevingen. Er kan sprake zijn van een soort samenzwering tussen sociologisch klassedenken en psychoanalytisch plezierdenken, bovendien nog eens gecementeerd door hun gezamenlijke semiologische verwijzing naar het teken en de tekst: daar worden immers door regels bepaalde tekens wel toegelaten terwijl andere verdrongen worden. De hoop bestaat nu dat deze psychologische (en meteen ook maatschappelijke en semiologische) verdringing aan een herformulering toe is. Evenmin als dat plezier per se klassegebonden is of gedicteerd wordt door de tekst, is het per se psychologisch verdacht. Door de nadruk op de ongefrustreerde plezierbeleving lijkt ook de psychoanalytische traditie uit de cultuurwetenschappen te worden gebannen.

Wat de derde generatie media- en cultuurstudies aan een nieuwe invalshoek zullen brengen, wordt voorlopig niet beter verwoord dan door Paul Willis (1990) met zijn opvatting over 'common culture'. Vooraleer daarop

in te gaan, is het wellicht nuttig even te blijven stilstaan bij een tegenaanval die ondertussen al is ingezet op de tweede generatie cultuurstudies. Het mag gevreesd worden dat die straks, nu zich een derde generatie lijkt af te tekenen, nog meedogenlozer zal zijn.

DE TEGENAANVAL OP DE TWEDE GENERATIE

De media- en cultuurstudies van de tweede generatie stoten inderdaad al op de nodige weerstand, niet alleen van diegenen die gewend zijn in de oude termen te denken - hun argumenten zijn ondertussen bekend, redundant en brengen weinig meer aan in de discussie - maar ook van nieuwkomers. Hun argumenten zijn vaak verfrissend en de moeite om te weerleggen waard. Zo die van Gripsrud (1989). Hij probeert in te gaan tegen een zekere ergerlijke afmetingen aannemende trendgevoeligheid die ook hij heeft geconstateerd in de media- en cultuurstudies, en die betrekking heeft op bepaalde modieuze observaties over postmoderne cultuur in academische kringen. De opvatting dat de opdeling tussen hoge en lage cultuur 'in feite' uit de mode is en slechts in leven wordt gehouden in reactionaire ideologische retoriek, is, aldus Gripsrud, bekritiseerbaar en leidt tot een versluiering van de sociale positie van cultuurwetenschappers en academische intellectuelen. Een interessante bedenking daarbij is dat de cultuurwetenschappers een 'kritiek van binnenuit' formuleren op hun studie-objecten : zelf opgegroeid met popmuziek, televisie, film ... kan hun analysepositie moeilijk een zeer afstandelijke zijn (in het verleden heeft men het daar vaak moeilijker mee gehad in tegenstelling tot de veronderstelde 'platte' aanvaarding van alle vormen van cultuur in de huidige postmoderne tijd, GDM) : vroeger of later zou hun eigen plezier in de consumptie van massacultuurproducten complicaties meebrengen voor de semiologisch geïnspireerde ideologiekritiek. Dit heeft niet alleen te maken met hun culturele ervaring van op te groeien in een door de cultuurindustrie gedomineerd dagelijks leven, maar voor vele cultuurwetenschappers van de nieuwe lichte heeft de positieve re-evaluatie van de massacultuur en zijn consumenten gediend als een oplossing van een dilemma dat te maken heeft met hun eigen sociale identiteit. Velen van hen, na-oorlogse babyboomers uit de lagere, werkende klasse of de petit bourgeois klasse, zijn, tengevolge van de democratisering van het onderwijs in de jaren zestig in grote getale aan de universiteit beland en meteen geconfronteerd met een andere, hoge cultuur. Deze van ambivalentie doordrongen cultuurschok plaatst deze opwaartsmobiele subjecten in een soort van culturele gevangenis, niet geïntegreerd in de lagere klasse cultuur, die ze verlaten hebben, maar evenmin in de upper class cultuur die ze, formeel althans, zijn binnengetroten. Een drievoudige oplossing is mogelijk :

streven naar een gepretendeerde volledige integratie in de hogere klasse, streven naar de gepretendeerde reïntegratie in de klasse die men verlaten heeft, eventueel als leider, stem van ... (in de zin dat radicale organisaties functioneren als een 'thuis, weg van thuis'), of hun marginale positie erkennen en zich als 'nergens thuis'-intellectuelen identificeren. Gripsrud ziet in de tweede oplossing, de 'symbolische thuiskomst', de verklaring voor het feit dat intellectuelen de kant hebben gekozen van de lagere klasse en voor de haast rituele afwijzing van hoge cultuur, die hij bij sommigen onder hen meent te bespeuren. Hoe interessant ook dergelijke sociologische analyse, ze gaat voorbij aan een culturalistische, namelijk dat het mogelijk moet zijn aan te tonen dat cultuur meer en meer buiten klas-severband wordt geconsumeerd (zoals hoger reeds even aangeraakt; er is, bijvoorbeeld, vastgesteld dat in alle traditionele klassen Dallas-kijkers worden aangetroffen, om nog maar niet te spreken van, bijvoorbeeld, sportuitzendingen op televisie); bovendien, indien men toch een of andere vorm van dominantie van de ene groep over de andere wil gaan zoeken, dient die in het domein van de cultuur zelf gezocht (zo zal men kunnen vaststellen dat, bijvoorbeeld, in het domein van de populaire cultuur zelf bepaalde groepen, critici, wetenschappers ... zich presenteren als verdedigers van een 'betere' populaire cultuur; populaire muziek, bijvoorbeeld, heeft, zoals gezegd, vandaag de dag zijn 'hoge' cultuur). Nogmaals: Gripsrud bekritiseert terecht een inderdaad modieuze stelling dat het onderscheid tussen hoge en lage cultuur zou verdwenen zijn, maar hij faalt om aan te tonen waarom precies het onderscheid, ondanks alles, toch nog wordt in stand gehouden. Dat is een. Ten tweede, Gripsrud bekritiseert terecht een soort van blindheid van intellectuelen voor hun eigen sociale positie en het hoge cultuur-karakter van hun eigen analyseteksten, maar daarom dient niet opnieuw een elitair standpunt ingenomen, zoals hij voorstaat. Het moet mogelijk zijn 'terug naar huis te gaan', geholpen en zeker niet gehinderd door inzichten opgedaan aan hoge cultuur-instellingen als universiteiten: in tegenstelling tot de visie van Gripsrud dient de mogelijkheid van een klasseloze massacultuurconsumptie, met gelijkaardige plezierbelevingen door mensen uit de verschillende traditionele klassen niet bij voorbaat uitgesloten. Zou het, zoals gezegd, niet kunnen dat precies de theoretische constructies van de vorige generatie van media- en cultuurstudies een onbevooroordeelde consumptie van massacultuur door intellectuelen (voorlopig) onmogelijk hebben gemaakt? Gripsrud heeft het waarschijnlijk bij het rechte eind wanneer hij stelt dat onze huidige tijd veel weg heeft van de middeleeuwen: de geletterde participeert ook in de cultuur van het volk, terwijl het volk niet participeert in de cultuur van de geletterde. De vraag is evenwel hoe het zo ver gekomen is en of de cultuur van het volk niet evenveel te bieden heeft, wellicht op een andere maar even authentieke manier, als die van de geletterde te bieden heeft, zeker wanneer men leest wat Gripsrud onder de geletterde cultuur blijkt te ver-

staan : 'musea van hedendaagse kunst, bepaalde theaters, seminaries over feminisme en psychoanalyse, poëzie-lezingen of lezingen door Derrida'. Het valt te betwijfelen of de dubbelzijdige toegang tot de codes en praktijken van dergelijke hoge cultuur én de lage cultuur, in tegenstelling tot de eenzijdige toegang tot de lage cultuur, een klasse-aangelegenheid is en niet eerder een kwestie van elitair cultuur-denken. Wanneer het er eindelijk op aankomt aan te tonen waar het kwalitatieve verschil ligt tussen hoge en lage cultuur, is de analyse van Gripsrud minder overtuigend. Hij probeert daarbij de nieuwe trend in de media- en cultuurstudies te bekritisieren. Deze is, zoals bekend, de 'ontdekking' (tussen aanhalingstekens) dat teksten niet eenduidig zijn maar mogelijkheden bieden voor oppositionele, afwijkende of zelfs subversieve lectuur, wat de simplistische notie van de tekst als vehikel voor de ideologie ondermijnt (het is mogelijk Rambo, in de plaats van als een reactionaire film, als een genietbaar anti-establishment-epos te lezen). Gripsrud beroept zich daartegenover op de ervaring, de kennis, de eruditie, de interpretatie en de voor discussie vatbare evaluatie, de kritische distantie van de wetenschapper en de criticus om een ander oordeel te kunnen vellen dan dat van de 'gewone' consument, om vakmanschap te onderkennen. De vraag is natuurlijk op welk gebied van de cultuur deze kennis is vergaard, en of het niet precies het gebrek aan kennis op het vlak van de populaire cultuur is dat maakt dat die als niet-cultuur beschouwd blijft worden.

Gripsrud pleit dan ook voor het leren beheersen van de hoge cultuur-taal als een middel om sociale macht te verwerven door diegenen die in minder machtige posities staan dan de academici en intellectuelen, opdat 'art' geen drieletterwoord meer zou zijn, zoals in recente media- en cultuurstudies. Voor hem dus geen emancipatorisch verzet in de produkten van populaire cultuur maar (opnieuw) de enig zaligmakende boodschap van de hoge cultuur. Het is deze, opnieuw-elitaire opvatting, waarmee de nieuwe generatie cultuurwetenschappers de komende jaren zullen geconfronteerd worden en waarmee het debat in de media- en cultuurstudies zal worden gekruid.

NAAR DE DERDE GENERATIE

De opvatting over cultuurstudies die voorlopig wellicht best de nieuwe richting signaleert is deze van P. Willis (1990), die aansluit bij, bijvoorbeeld, Fiske (1989a) in zijn onttroning van 'de' tekst, maar die ook de valstrikken probeert te ontlopen van resten van economie-, ideologie- en proletarisch-centristisch denken. Nu wordt het eerste en laatste hoofdstuk van Willis' boek, *Common Culture*, samengevat (common kan zowel gemeenschappelijk, als gewoon of ordinair betekenen, in dezelfde zin

trouwens als het Nederlandstalige 'gemeen'). Al heeft zijn boek, qua onderzoeksgedeelte, betrekking op de jeugd, het zal weinig moeite kosten om het te transponeren naar het leven van volwassenen.

Hoge kunst, aldus Willis, heeft de neiging andere gebieden van de cultuur uit te sluiten. Zij heeft de neiging de vrees voor cultureel verval te promoten om haar claims op subsidie, institutionele protectie en privileges te beschermen. Het kunst-establishment laat oogluikend de mythe van de speciale, creatieve individuele artiest, geplaatst tegenover passieve massa-consumptie, toe om op deze manier, in zijn eigen interesses, een beeld van elite-creativiteit in stand te houden. Tegenover deze visie wordt door Willis de erkenning van het bestaan gevraagd van een vibrerend symbolisch leven en symbolische creativiteit in het leven van elke dag. Het gaat er nu om de creatieve symbolische elementen van het gewone leven te leren begrijpen, maar vanuit hun gebruik in - niet vanuit hun reflectie (in culturele vormen) van - het alledaagse. In die zin gaat het eerder om een sociologisch of antropologisch uitgangspunt dan om een artistiek of cultureel (in de zin van teksten en gemaakte dingen); daarom wordt ook voor een etnografische methode van onderzoek gekozen met op band opgenomen groepsdiscussies.

Terwijl de hoge kunst de arbeid ignoreert, is het de realiteit dat de meeste mensen vandaag de dag zichzelf zijn in de vrije tijd, meer daar dan in hun werk. Alhoewel vrije tijd slechts fun en ogenschijnlijk inconsequent van aard is, is het in de vrije tijd dat de creatieve symbolische mogelijkheden meestendeels in het spel zijn. De formule kunst = arbeid/plezier omkerend tot plezier = kunst/werk, kan gesteld worden dat vrije tijd (of plezier) zijn eigen arbeid insluit, zijn eigen 'kunst-werk', symbolisch werk dat gaat over de vorming en de expressie van identiteit - deze informele 'arbeid in spel' is in vele opzichten meer cruciaal dan de materiële productie in de formele arbeidstijd. Het consumentengedrag dient als een actief, niet als een passief proces te worden opgevat. Zijn spel veronderstelt werk. Als ze ooit al bestaan heeft, is de oude massa cultureel geëmancipeerd via exposure aan een breder wordende kring van waren. Deze dingen hebben een steeds bredere waaier van bruikbare symbolische bronnen verschaft voor de ontwikkeling en emancipatie van de alledagscultuur.

Vreemd genoeg, het is weg van de kapitalistische 'productie' (ironisch genoeg ook van vrijetijdsgoederen en -diensten) dat informele culturen ontsnappingspogingen (escape) en alternatieven zoeken in de kapitalistische vrijetijds-'consumptie'. De commercie daagt twee keer op, als datgene wat dient ontvlucht en als datgene wat de middelen en materialen verschaft voor alternatieven. Het moderne kapitalisme parasiteert niet alleen op de puriteinse ethiek maar op zijn instabiliteit en zelfs zijn subversie. Tegenover de opvatting dat culturele waren moeten beantwoorden aan de laagste gemene delers van smaak, en dat ze geëncodeerde negatieve waarden bezitten die 'de massa's' manipuleren, degraderen of brutaliseren

(een verwerpelijke, groffe marxistische nadruk op de productie) wordt de opvatting gehuldigd dat er niet zo iets bestaat als een autonoom artefact dat in staat is zijn eigen intrinsieke waarden in te printen, in een eenrichtingsverkeer, in de menselijke sensibiliteit. Wat vergeten wordt is dat omstandigheden voorvallen veranderen, contexten teksten veranderen. De esthetica suggereert dat het esthetisch effect intern is in de tekst en een universele eigenschap van zijn vorm, daarbij de creatieve impuls plaatsend bij de materiële productie van de 'creatieve' artiest en de receptie of de consumptie van kunst gedetermineerd latend door zijn esthetische vorm, die vagelijk reflecteert wat tijdsloos gecodeerd is in de tekst. Tegenover deze opvatting is het nodig de consumptie te rehabiliteren, de creatieve consumptie dus, en te exploreren hoe 'betekenissen' en 'effecten' kunnen wijzigen, naargelang de sociale contexten van de consumptie, in verschillende 'decoderingen', en het voorwerp kunnen zijn van uiteenlopende vormen van symbolische arbeid en creativiteit. Het komt er op aan te exploreren in hoeverre geaarde, gefundeerde esthetische vormen in concrete situaties ('grounded aesthetics') deel uitmaken, niet van dingen, maar van processen die consumptie involveren, van processen die consumptie plezierig en vitaal maken. Kijkers, luisteraars en lezers doen hun eigen symbolisch werk op een tekst; er is sprake van een culturele productie in de consumptie. Menselijke consumptie is geen herhaling van de productie - en geen onderwerping aan wat voor cynische motieven daar ook mogen achter schuilgaan. Interpretatie, symbolische actie en creativiteit zijn een deel van de consumptie. Dit symbolisch werk is minstens even belangrijk als datgene wat in de waren is geëncodeerd. Het kan dikwijls zijn tegendeel produceren. Inderdaad, bepaalde 'heilig-schennende' aspecten in commerciële artefacten kunnen bevrijdend en progressief zijn, de mogelijkheid van het nieuwe en van sociale dynamiek introducerend.

De 'gefundeerde' esthetiek ignoreert niet de principes van de schoonheid, maar ziet deze wel als kwaliteiten van levende symbolische activiteiten eerder dan als kwaliteiten van dingen, als ordinaire aspecten van common culture eerder dan als extraordinaire aspecten van uncommon culture. In tegenstelling tot een cerebrale, abstracte of subliminale opvatting over de schoonheid, in tegenstelling tot een esthetiek die de zinnen onderdrukt, werkt de gefundeerde esthetiek via de zinnen, via de zinnelijke hoogtepunten van plezier en verlangen, via 'fun' en het 'feestelijke'. Ze voorziet in concrete, 'bruikbare' betekenissen die collectieve principes van actie, coöperatie, solidariteit, distinctie en verzet impliceren. Maar 'bruikbare' betekenissen kunnen ook zeer privaat zijn, symbolische en expressieve therapieën voor de letsels geslagen door het leven. Zij 'werken', niet door hun directe muzikale of literaire vormen maar door de manier waarop een gefundeerde esthetiek betekenissen produceert die er voorheen niet zijn geweest. Vele culturele analyses falen doordat ze de esthetiek zien als een

ontologische eigenschap van dingen, objecten en artefacten; het esthetisch effect is niet in de de tekst of het artefact - officiële kunst stelt esthetiek gelijk aan artefacten - maar het is deel van sensueel/emotief/cognitieve creaties van menselijke ontvangers.

Als er een betere weg is naar culturele emancipatie dan via deze van de egoïstische, blinde hand van de markt, dan heeft de officiële kunst die tot op heden niet getoond. Commerciële culturele waren zijn alles wat de meeste mensen bezitten. De geschiedenis zal vooruitgaan via zijn slechte zijde. Maar ze gaat vooruit. Met al zijn manifeste absurditeiten, zal de culturele markt de weg openen naar een betere weg. Cultureel pessimisme levert slechts hinderpalen. De markt is de bron van een permanente en contradictorische revolutie in alledagscultuur die komaf maakt met oude limieten en afhankelijkheden. Mediatheoretici van links en rechts waarschuwen tegen een immanente implosie van alles wat reëel is; zij roepen op alles te verwerpen wat glittert en glimt in het donkere landschap, alsof het dat landschap zelf was. Maar deze grootstedelijke neurose is niet meer dan een kwaadaardig geval van idealistische theorievorming die slachtoffer wordt van zijn eigen nachtmerrie. Door hun eigen metaforen voor realiteit te nemen, trappen deze mediatheoretici in de semiotische kuil die ze voor een ander hebben gegraven. In de plaats van de 'coole' vaststelling dat cultuur één en al oppervlakkigheid is die op het punt staat ineen te storten, moeten we kijken naar de beweging van de reële wereld. Aldus Willis, in zijn pleidooi tegen het post-moderne pessimisme aan het einde van het eerste hoofdstuk van zijn boek.

In het laatste, samenvattende hoofdstuk lanceert hij nog volgende gedachten. Elite- of officiële cultuur heeft zijn dominantie verloren; zij kan niet langer hopen het alledagsleven te koloniseren, te domineren of te omvatten. De zich aankondigende dominantie van de 'common culture' staat boven 'modernisme' of 'post-modernisme' (beide betreffen descripties van de vorm van dingen), in de zin dat de 'massa' actief en creatief gebruik maakt van culturele waren en media. Dit is wellicht de laatste en de meest democratische stap van modernisering onder de condities van de periode van late modernisering.

De openbare sector kan niet beter doen dan de commerciële sector in het verstrekken van attractieve en bruikbare symbolische bronnen. Competitie met de markt is hopeloos; wanhopige 'artistieke' of 'educatieve' inenting tegen de markt nog hopelozeler. Door steeds gesofistikeerdere marktanalyse zullen de behoeften van groepen, lifestylen ... vlugger en precieser kunnen beantwoord worden; door post-Fordistische ontwikkelingen in de richting van flexibele aanmaak zullen aangepaste symbolische bronnen voor symbolisch werk en creativiteit in grote getale ter beschikking gesteld worden. De modieuze post-moderne opvatting als zou de connectie tussen tekens en wat ze betekenen verbroken zijn, als zouden symbolen niet meer verbonden zijn met iets reëls, als zou er niet meer over werkelijkheden kun-

nen gesproken worden, als zou er slechts een noise van tekens overblijven, is eens te meer terug te voeren op het fetisjisme van culturele dingen, hun produktie en betekenis in zichzelf. In de plaats dient alle aandacht opgeëist voor hun sensuele gebruik in de creatieve consumptie. Het fundamentele punt is dat 'boodschappen' niet zozeer 'gezonden' of 'ontvangen' worden dan wel gemaakt worden bij de receptie binnen de ruimte vrij en bruikbaar gemaakt door de gefundeerde esthetiek. 'Verzonden boodschappen'-communicatie wordt vervangen door 'gemaakte boodschappen'-communicatie. Tekens als betekenaars zijn niet langer verbonden met wat is betekend in intentionele boodschappen. Ontvangen tekens kunnen zelf betekenissen vinden. De eenrichtingscommunicatie wordt omgebogen tot één waar 'de luisteraar spreekt'. Wat voor arrogantie is het niet geweest onder culturele communicatie slechts de songs van anderen te verstaan. Wat voor krokodilletranen worden er niet geplengd om de teloorgang van dergelijke opvatting te bejammeren. Wat werkelijk betreurd wordt is het verlies van culturele one-way macht door de elite, aldus nog Willis.

'Made messages' is een deel van het actieve werk van de consumptiecultuur. Maar consumentenbetekenissen worden niet op een blank blad geschreven. Geen marketeer kan het boodschap-maken van onze consumptie determineren. Een belangrijke bron voor dit boodschap-maken, de 'aboutness' van symbolisch werk, is terug te voeren op de historische en sociale background van de consumenten.

Gemaakte boodschappen helpen vroegere zekerheden te demystifiëren en common-sense assumpties te destabiliseren. Zelfs al maakt de markt zijn winsten, zij levert materiaal voor alternatief of oppositioneel symbolisch werk. Deze kracht wordt door het post-modernisme als niet meer bestaande verklaard, onterecht, omdat het, in het 'kunst-discours', geplaatst wordt tegenover modernistische teksten en artefacten en niet in hun consumptie.

De produktierelaties van kunst dringen geen gehoorzame reflectie op in de consumptierelaties; het is verkeerdt het aldus voor te stellen dat effecten (bij het publiek) intenties (bij de artiest) zouden weerspiegelen. Bij de hoge kunst wordt een 'foute' interpretatie ('mismatch') gezien als teken van incompetentie - met betrekking tot de artistieke potentie van de artiest of de sensibiliteit of de opvoeding van de ontvanger. De informele culturele produktie toont dat verschillende interpretaties tussen wat bedoeld is en wat van de boodschap gemaakt wordt niet alleen veel voorkomend maar ook onvermijdelijk is.

'Made messages' en 'ground aesthetics' zijn de basis voor nieuwe potentiële communicatiegemeenschappen, voor 'proto-communities', niet de verdwenen organische gemeenschappen van weleer maar ook niet de mas-saatschappij: proto-gemeenschappen worden gevormd rond consumenteninteresses. Zij zullen zelf een ethische en morele dimensie ontwikkelen en hebben de elitaire en autoritaire communicatie van

buitenuit en bovenaf van partij of institutie niet nodig. Educatie dient zich te concentreren op de volledige ontwikkeling van menselijke capaciteiten, niet geleid door de elitecultuur maar door de common culture. High art kan zijn relevantie herwinnen door zich te plaatsen binnen het symbolisch werk van de common culture. De high art-afschuw voor het populaire is misplaatst en regressief, omdat zij naar dingen kijkt, niet naar praktijken. De traditionele instituties, musea, kunstgallerijen ... dienen de breedst mogelijke toegang te verschaffen tot alle soorten van symbolisch materiaal; indien subsidie verstrekt wordt, dan dient die hetzelfde doel na te streven, maar altijd binnen het kader van de integratie binnen het alledaagse leven: de alledaagelijkse culturele productie 'overtreft' de 'kunst', niet vice versa.

In het algemeen: de nadruk dient te worden verschoven van de traditionele bekommernis om arbeiders meer gelijk te maken, niet gewoon om consumenten meer gelijk te maken, maar om de mogelijkheden voor allen gelijk te maken om volledig ontwikkelde culturele producenten te worden. In zijn nawoord voorziet Willis de kritiek van de hegemonie-theoretici, maar hij repliceert dat zij niet de identiteitsvorming 'van beneden' en 'horizontaal' kunnen vatten, en dat zij de symbolische praktijken altijd opnieuw transformeren tot de politiek van 'power block' versus 'popular classes'. Common culture ontmantelt economische machtsverhoudingen. Grote delen ervan staan onverschillig tegenover het systeem dat de producten verschaft.

Het centrale thema van Common culture is hoe symbolische bronnen gemobiliseerd worden door gefundeerde esthetiek voor de constructie van betekenis en identiteit - een streving naar een soort van eenheid ('wholeness') (zeker individueel, meer onzeker, collectief door de vorming van proto-gemeenschappen). Het gewone volk heeft geen avant-garde nodig gehad om herinnerd te worden aan de breuk in de vroegere holistische eenheid, maar nu heeft het de markt om een eigen identiteit en een collectiviteit uit te bouwen. De kritische of de contra-hegemonische impuls is elitair en sociaal irrelevant in haar blindheid voor een vorm van holistische eenheid die nu al bestaat, voor onmiddellijke vooruitgang en een vorm van bestaande emancipatie. De commerciële markt verschaft een contradictoische vorm van macht die elders nog niet is gegeven aan mensen. Zij is wellicht niet de beste weg voor culturele emancipatie voor de meerderheid, maar zij kan de weg openen naar een betere weg. De simpele waarheid is dat dient erkend te worden dat de constructie van coherentie en identiteit in common culture verloopt in verrassende, godslasterende en gealiëneerde zin, althans volgens oudmodische marxistische correctheid, in plezier en niet in werk, door waren en niet door politieke partijen, privé en niet collectief.

LITERATUURLIJST

- De Meyer, G. (1984), De cursus 'populaire cultuur' aan de Open University, *Communicatie, Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur*, 14 (1) : 20-25.
- De Meyer, G. (1991), *Popmuziek in het debat der culturen*. IASPM Benelux.
- Fiske, J. (1989), *Reading the popular*. Boston, Unwin Hyman.
- Gripsrud, J. (1989), 'High culture' revisited, *Cultural Studies*, 3 (2) : 194-207.
- Janssens, M. (1989), *Lof der traagheid; over leescultuur*. Leuven, Davidsfonds.
- Turner, G. (1990), *British cultural studies. An introduction*. Boston, Unwin Hyman.
- Willis, P. (1990), *Common culture*. Milton Keynes, Open University.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Daniël BILTEREYST, assistent aan de Sectie Communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit Brussel

Gust DE MEYER, werkleider-buitengewoon docent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Jan VAN DEN BULCK, assistent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven