

Cultural studies: de wetenschappelijke studie van populaire cultuur

Linda Duits, Thèmer Abou Rayan, Cem Gömüsay & Pauline van Romondt Vis

Inleiding ten behoeve van themablok *Media Entertainment en Populaire Cultuur*

Januari 2009, Universiteit van Amsterdam

's Ochtends bij de spreekwoordelijke koffieautomaat gaat het gesprek heel vaak over populaire cultuur. "Heb je *Dexter* wel eens gekeken? Hij is echt zo geniaal!" "Peter R. de Vries heeft klappen gekregen op straat. Tja, daar kun je op wachten!" "Ga jij zaterdag ook naar Awakenings?". Iedereen weet dan ook wat er met populaire cultuur bedoeld wordt, maar wanneer gevraagd blijkt het moeilijk om daar een definitie van te geven. Wat hebben bovengenoemde voorbeelden nu precies met elkaar gemeen? Is populaire cultuur eenvoudig cultuur die populair is? Wie bepaalt dat eigenlijk? En wat maakt het uit?

Cultuur, klasse en ideologie

Wetenschappers hanteren verschillende definities van het begrip populaire cultuur. Simpel gezegd is populaire cultuur een combinatie van alle betekenissen van 'populair' en 'cultuur'. Om te begrijpen wat populaire cultuur is, moeten we eerst weten wat dat tweede woord betekent. Williams (1976, p.90) stelt dat cultuur één van moeilijkste woorden is, terwijl het tegelijkertijd ook een van de belangrijkste is. Hij onderscheidt drie dominante betekenissen van cultuur. Ten eerste kan met cultuur een algemeen proces van intellectuele, geestelijke en esthetische ontwikkeling bedoeld worden. Het gaat dan om cultuur als beschaving. Ten tweede kan het gaan om een bepaalde manier van leven, eigen aan een groep, periode of volk. Dit is een meer antropologische opvatting. Ten derde kan het gaan om "de werken en praktijken van intellectuele en vooral artistieke activiteit" (p.90). Hiermee bedoelt Williams muziek & literatuur, theater & film, kortom dat wat wij kennen als kunst. Deze derde betekenis is eigenlijk tegengesteld aan de tweede (Verstraete, 2002). De definities van Williams laten dan ook vooral spanningen zien: de definitie van cultuur is het toneel van strijd. Wanneer over cultuur gesproken wordt, ontstaat er al snel een discussie over smaak en het blijkt steeds dat er over smaak veel te twisten valt (Van Zoonen, 2002).

Hiermee komen we terug bij het eerste woord: populair. Van Zoonen (2003, p.8) wijst ons op de gelaagdheid van het Engelse woord 'popular'. In tegenstelling tot het Nederlandse *populair* heeft *popular* ook de connotatie van volksprotest en populisme. Vergelijkbaar stellen Jenkins, McPherson en Shattuc (2002, p.27) dat het concept populaire cultuur vooral een manier is van de opgeleide middenklasse om hun "ideologische autoriteit te behouden door te definiëren wat 'goede' en 'slechte' cultuur is". Jenkins et al. geven jazz als voorbeeld: jazz werd aanvankelijk gezien als slechte, verderfelijke en (dus) populaire cultuur, maar wordt inmiddels beschouwd als elitemuziek (zie Ter Bogt & Hibbel, 2000). Het is niet zo dat jazz in de loop der tijd beter is geworden, maar in plaats daarvan zijn jazzliefhebbers en daarmee onze ideeën over wat hoge en wat populaire cultuur is veranderd. De term populaire cultuur wordt zodoende gebruikt om klassenonderscheid aan te geven. Ideologie en klasse (oftewel: machtsprocessen) spelen dus een rol bij het begrijpen van het begrip populaire cultuur. Dit betekent dat populaire cultuur meer is dan slechts vermaak, meer dan entertainment.

Een definitie van populaire cultuur

In plaats van te definiëren wat populaire cultuur is, wijzen Van Zoonen en Jenkins et al. ons er vooral op dat iets benoemen als populaire cultuur een machtshandeling is. Wanneer je dus als wetenschapper een definitie geeft van populaire cultuur, sluit je automatisch bepaalde praktijken en groepen in en uit¹. Daarom geven deze wetenschappers zelf geen definitie, maar kijken zij naar welke definities andere mensen (bijvoorbeeld een minister die pleit voor een verbod op gewelddadige computergames) gebruiken. Storey geeft zes mogelijke definities van populaire cultuur.

Populaire cultuur is...

1. cultuur die een grote groep mensen leuk vindt;
2. alle cultuur die overblijft nadat is bepaald wat 'hoge' cultuur is;
3. massacultuur, commerciële massaproductie;
4. de cultuur van het volk;
5. het terrein van strijd tussen het verzet van onderschikte groepen tegen de incorporerende krachten van dominante groepen;
6. een achterhaald begrip omdat er in onze postmoderne cultuur geen onderscheid meer is tussen hoge en populaire cultuur. (Storey, 2006, p. 4-10)

Wanneer mensen praten over populaire cultuur combineren zij vaak meerdere definities om aan te geven wat zij bedoelen met populaire cultuur en hoe zij aan de hand daarvan een mening vormen. Zo benadrukken tegenstanders van gewelddadige computergames een moreel verval in de samenleving (definitie 2 en 6). Voorstanders beargumenteren dat spelers in het dagelijks, sociale leven vaak gemarginaliseerd worden. Het spelen van computergames leidt vaak tot on- of offline samenkomsten met medespelers, waardoor zij hun sociale vaardigheden verbeteren (definitie 4 en 5). Een ander voorbeeld van een verschil in interpretatie van een populaire cultuuruiting is sms'en. Sms'en is populaire cultuur omdat simpelweg bijna iedereen sms't (definitie 1). Anderzijds onderscheiden sommige jongeren zich van ouderen zoals ouders en leraren door sms-taal te gebruiken (definitie 5).

Samengevat kunnen we stellen dat populaire cultuur altijd een *relationeel object* is, dat wil zeggen dat wat we op een bepaald historisch moment onder populaire cultuur verstaan, altijd gedefinieerd is in relatie tot een (onzichtbare) ander. Dat wat als populaire cultuur wordt bestempeld is onderhevig aan verandering, omdat culturele uitingen veranderen en er steeds nieuwe bijkomen (bijvoorbeeld door technologische ontwikkelingen), maar ook omdat groepen en bijbehorende ideologische disposities veranderen. Voor wetenschappers is het interessanter om te onderzoeken wie wat als populaire cultuur benoemt en waarom, dan zelf aan te geven wat precies populaire cultuur is en wat niet.

Cultural studies

Populaire cultuur is dus "een hardnekkig object van maatschappelijke en culture strijd" (Van Zoonen, 2005, p. 19), denk maar aan recente discussies over geseksualiseerde videoclip of gewelddadige computerspelletjes. De wetenschappelijke studie van populaire cultuur komt vooral voort uit interesse in deze maatschappelijke en culture strijd. De wetenschappelijke interesse in populaire cultuur heeft niet altijd bestaan. Zo werd de communicatiewetenschap lang gedomineerd door traditioneel

sociaalpsychologisch effectonderzoek en was er geen aandacht voor de rituele functie van de media (Van Zoonen, 2002, 2003). In de rumoerige jaren zestig ontstond er binnen geesteswetenschappen onvrede met de conventionele benadering van cultuur als hoge cultuur en beschaving (Verstraete, 2002). Deze onvrede leidde tot een nieuwe benadering die al snel bekend kwam te staan als cultural studies². In 1964 werd in Birmingham het Centre for Contemporary Cultural Studies, kortweg CCCS, opgericht. Dit centrum komt tot bloei onder directoraat van Stuart Hall en een decennium na de oprichting verschijnt de bundel *Resistance through rituals* (Hall & Jefferson, 1976), een werk dat gezien wordt als het begin van cultural studies (Hermes & Reesink, 2003; Storey, 2006; Van Zoonen, 2002). Belangrijke theoretische en politieke inspiratiebronnen hierbij waren het marxisme, (post)structuralisme en feminisme.

Door middel van vooral kwalitatieve onderzoeksmethoden, zoals etnografie en interviews, werd geprobeerd te achterhalen welke betekenissen mensen toekenden aan culturele fenomenen. Dit impliceerde belangrijke veranderingen in het denken over media en cultuur. Hermes en Reesink (2003, p. 32) noemen er hier een aantal van. Nieuw was de interesse in wat mensen zelf te zeggen hadden en welke betekenis zij zelf gaven aan een tekst³, in plaats van te veronderstellen dat deze al volledige betekenis in zich draagt. Nieuw was ook de historische en geografische contextualisering van betekenis, dat wil zeggen, er werd erkend dat mensen in verschillende omgevingen en op verschillende tijdstippen verschillende betekenissen geven aan cultuur en cultuurproducten zoals mediateksten.

De geboorteplaats van cultural studies was misschien Birmingham, inmiddels wordt de benadering over de hele wereld toegepast en wordt er wel eens gesproken over Europese cultural studies, Australische cultural studies en Amerikaanse cultural studies als specifieke varianten (zie Alasuutari, Gray, & Hermes, 1998). Ook in Nederland vond de cultural studies-benadering ingang. Onderzoek naar populaire cultuur was hier in eerste instantie sterk verweven met vrouwenstudies. De eerste grote Nederlandse cultural studies-onderzoeken (die overigens wereldberoemd zijn geworden) richtten zich dan ook op het seksespecifieke karakter van de minachting voor populaire cultuur⁴. Sinds 2001 bestaat er een onderzoekscentrum dat zich richt op de studie van populaire cultuur, het Centrum voor Populaire Cultuur⁵. Deze onderzoekers kijken bijvoorbeeld naar manier waarop sport wordt ingezet in antiracismecampagnes (Müller, Van Zoonen, & De Roode, 2007); naar de relatie tussen hedendaagse amusementsprogramma's als *Idols* en historische vormen van volksvermaak (Reijnders, 2006); en naar de manier waarop jonge meisjes kleding gebruiken om hun identiteit vorm te geven (Duits, 2008).

Theoretische uitgangspunten

Er is nooit sprake geweest van één cultural studies-benadering. Al vanaf de begintijd van het CCCS is cultural studies gekenmerkt door veelzijdigheid en een hybriditeit in theoretische achtergronden (Alasuutari et al., 1998). Een aantal van deze concepten⁶ is al genoemd, zoals klasse en ideologie. Daarnaast zijn in de loop der jaren concepten verder getheoriseerd en is de aandacht verschoven, bijvoorbeeld van klasse naar etniciteit. Cultural studies is een echte interdisciplinaire benadering, die bestaat op de grens van geesteswetenschappen en sociale wetenschappen. We zien dus dat er zowel aandacht wordt besteed aan de analyse van teksten, zoals televisieprogramma's, popmuziek en internetteksten zoals de website YouPorn, als aan de studie van geleefde culturen en praktijken, zoals missverkiezingen, het nachtleven of bijvoorbeeld de EO-Jongerendag. Ondanks deze interdisciplinariteit is het mogelijk gedeelde uitgangspunten te formuleren⁷.

Allereerst ziet de cultural studies-benadering het communicatieproces als een integraal geheel dat in context bestudeerd moet worden. Dit weerspiegelt zich in het bekende *encoding/decoding*-model van Stuart Hall (zie Van Zoonen, 2002, p. 12-18): om de betekenis van een communicatieboodschap te begrijpen, moet zowel het proces van encoding als decoding onderzocht worden, dus zowel productie als receptie. We moeten ook kijken naar de specifieke historische, geografische en sociale context, en naar de machtsverhoudingen die daarin bestaan⁸. Dit impliceert bijvoorbeeld dat het zinloos is te kijken naar de invloed van alleen een videoclip – de betekenis die aan een beroemdheid wordt gegeven komt immers ook tot stand via roddelbladen, documentaires of simpelweg de eerdere videoclips van die artiest.

Ten tweede is aandacht voor de geconstrueerde aard van de sociale wereld. Dit betekent dat ervan uitgegaan wordt dat de dingen die wij in onze sociale wereld waarnemen, altijd constructies zijn. Straattaal is bijvoorbeeld niet iets dat altijd al bestond, maar het is een fenomeen dat gemaakt (geconstrueerd) is door mensen. Omdat de dingen in onze sociale wereld door mensen geconstrueerd worden, kan je die dingen alleen begrijpen en verklaren door te achterhalen hoe mensen die dingen interpreteren. In het geval van straattaal: welke betekenis heeft het woord 'patta's'? Allereest betekent 'patta's' gewoon 'schoenen'. Maar er is meer. Door het woord 'patta's' te gebruiken voor schoenen, laat iemand zien straattaal te beheersen en zich te onderscheiden van anderen die dit niet doen.

Een derde gedeeld uitgangspunt is de voorkeur die wordt gegeven aan kwalitatieve onderzoeksmethoden en het belang dat wordt gehecht aan betrokkenheid. Cultural studies-onderzoekers hebben behoefte aan onderzoeksmethoden die hen in staat stellen processen als geheel te bestuderen, in de woorden en contexten die voor de mediagebruikers zelf relevant zijn. Cultural studies ziet objectiviteit als onmogelijk en onwenselijk en heeft betrokkenheid als uitgangspunt. Dit betekent dat respondenten geen objecten maar subjecten zijn, die niet gereduceerd kunnen worden tot cijfers. Daarnaast dient een onderzoeker te reflecteren op de invloed die zijn of haar identiteit (sekse, geloof, seksuele voorkeur, etnische achtergrond etc.) heeft op de respondent en de uitkomsten van het onderzoek. Aandacht voor machtsprocessen en -verschillen is daarbij cruciaal. Het gaat dan zowel om bewustzijn van de machtsverschillen in de samenleving of specifieke groep die wordt bestudeerd, als (dus) om bewustzijn van de machtsverschillen in de academische wereld (bijvoorbeeld het feit dat de meeste wetenschappers wit zijn), als in sommige gevallen om een expliciete politieke agenda van de onderzoeker om machtsongelijkheid te doorbreken.

Tot slot

Populaire cultuur is een relationeel object. De studie ervan vraagt om een specifieke visie op media en maatschappij, een visie die vorm heeft gekregen in de cultural studies-benadering. Het is de vraag of het in 2009 nog zinvol is om te spreken van een wetenschappelijke benadering van *populaire* cultuur, aangezien cultuur voor veel mensen hetzelfde is als populaire cultuur (Storey, 2006, zie ook de zesde definitie van populaire cultuur hierboven). De strijd rondom populaire cultuur is echter nog lang niet gestreden en uitingen van populaire cultuur komen steeds weer terug op de maatschappelijke en politieke agenda. Daarbij gaat het vaak om belangen van groepen die in een ongelijke machtsverhouding tot elkaar staan, zodat de betekenissen die de ene groep aan uitingen van populaire cultuur geven meer waarde krijgt dan de betekenissen van de andere groep. Het blijft dan ook interessant om te onderzoeken welke groepen op deze manier meer macht hebben en hoe ze deze uitoefenen.

Noten

1. Couldry (2000) wijst bijvoorbeeld op de gebrekkige kennis over de ervaringen van de elite en van ouderen door de focus van cultural studies-onderzoekers op populaire cultuur en Duits (2008) wijst op ontbrekend onderzoek naar niet-spectaculaire, 'onhippe' jeugdculturen zoals paardenmeisjes.
2. *Cultural studies* lijkt op het eerste oog makkelijk te vertalen. De termen culturele studies en cultuurwetenschappen verwijzen in het Nederlands echter naar andere, eerder bestaande wetenschappelijke benaderingen. Het is daarom gebruikelijk de term onvertaald te laten.
3. Met 'tekst' bedoelen we hier niet alleen teksten van woorden maar ook mediateksten zoals een televisieprogramma of een radioprogramma.
4. We verwijzen hier naar (de Engelstalige handelseditie van) Ien Ang's (1985) proefschrift over de betekenis die kijksters gaven aan de toen immens populaire soap *Dallas*, en Joke Hermes' (1995) proefschrift over de betekenis die lezeressen gaven aan vrouwenbladen.
5. Zie de website op <http://www2.fmg.uva.nl/populairecultuur>.
6. In de theorieën die door cultural studies-onderzoekers worden gebruikt staan vooral concepten centraal. Vaak worden deze gekoppeld aan de naam van de onderzoeker. Dus in plaats van 'dispositietheorie' (een manier van aanduiden gebruikelijk in de psychologie) zie je bijvoorbeeld 'het concept smaak van Bourdieu'.
7. Onze indeling is gebaseerd op de zeven punten van Hermes en Reesink (2003, pp. 42-45).
8. Een goed voorbeeld van zo'n integrale analyse in context is de studie van de Walkman als cultureel object van Du Gay, Hall, James, Mackay, & Smith (1997).

Literatuur

- Alasuutari, P., Gray, A., & Hermes, J. (1998). Editorial. *European journal of cultural studies*, 1(1), 5-12.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination* (D. Couling, Trans.). London and New York: Methuen.
- Couldry, N. (2000). The individual 'in' culture. In *Inside culture: Re-imagining the method of cultural studies* (pp. 44-66). London: Sage.
- Du Gay, P., Hall, S., James, L., Mackay, H., & Smith, K. (1997). *Doing cultural studies: The story of the Sony Walkman*. London: Sage.
- Duits, L. (2008). *Multi-girl-culture: An ethnography of doing identity*. Amsterdam: Vossiuspers/ Amsterdam University Press.
- Hall, S., & Jefferson, T. (Eds.). (1976). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*. London: Hutchinson.
- Hermes, J. (1995). *Reading women's magazines: An analysis of everyday media use*. Cambridge: Polity Press.
- Hermes, J., & Reesink, M. (2003). *Inleiding televisiestudies*. Amsterdam: Boom.
- Jenkins, H., McPherson, T., & Shattuc, J. (2002). Defining Popular Culture. In H. Jenkins, T. McPherson & J. Shattuc (Eds.), *Hop on Pop: The Politics and Pleasures of Popular Culture*. Durham, London: Duke University Press.
- Müller, F., Van Zoonen, L., & De Roode, L. (2007). Accidental racists: Experiences and contradictions of racism in local Amsterdam soccer fan culture. *Soccer & society*, 8(2/3), 335-350.
- Reijnders, S. (2006). *Holland op de helling: Televisieamusement, volkscultuur en ritueel vermaak*. Alphen aan de Maas: Uitgeverij Veerhuis.
- Storey, J. (2006). *Cultural theory and popular culture: An introduction*. Harlow: Pearson Education/ Prentice Hall.
- Ter Bogt, T., & Hibbel, B. (Eds.). (2000). *Wilde jaren: een eeuw jeugdcultuur*. Utrecht: Lemma.
- Van Zoonen, L. (2002). *Media, cultuur & burgerschap. Een inleiding*. Amsterdam: Aksant.
- Van Zoonen, L. (2003). *Identiteit en burgerschap in populaire cultuur*. Amsterdam: Vossiuspers.
- Van Zoonen, L. (2005). Populaire cultuur en popularisering van cultuur. *Volkskunde*, 106(1-2), 17-35.
- Verstraete, G. (2002). Inleiding: cultural studies of cultuur in conflict. In J. Baetens & G. Verstraete (Eds.), *Cultural studies. Een inleiding* (pp. 7-22). Nijmegen: Vantilt.
- Williams, R. (1976). *Keywords: A vocabulary of culture and society*. London: Fontana press.