

Gebonden aan het rad van fortuin

Beschouwingen over de cultuurindustrie

Joeri Naânaï

Licentiaat in de wijsbegeerte

'Wij geven het publiek slechts wat het wil'. Dat is de doodoener waarmee managers, programmamakers en marketingspecialisten de kritiek op de toenemende commercialisering van het cultuurlandschap onder de mat vegen. Maar is dit geen te gemakkelijk excuus? En moeten politici, om niemand voor het hoofd te stoten, het schaarse budget blijven verdelen over de verschillende cultuurkapelletjes? Zou dat geld niet beter besteed zijn aan een cultuurbeleid dat risico's durft te nemen en dat van de passieve cultuurconsument een actieve cultuurparticipant wil maken?

Cirkel van manipulatie en terugwerkende behoefte

Wij geven het publiek slechts waar het om vraagt; dat is het veelgehoorde excuus waarmee de cultuurindustrie [1] de pulp legitimeert die ze de mensen dagelijks voorschotelt. De houding van het publiek, die schijnbaar en ook in de feiten het systeem van de cultuurindustrie begunstigt, vormt echter een deel van het systeem, niet het excuus ervoor. Het gaat hier om een subtiel psychotechnisch mechanisme dat door Max Horkheimer en Theodor Adorno, twee belangrijke vertegenwoordigers van de 'Frankfurter Schule', in hun nog steeds actuele analyse van de cultuurindustrie werd beschreven als de "cirkel van manipulatie en terugwerkende behoefte" [2]. Horkheimer en Adorno vervingen in deze analyse hun in eerdere studies gehanteerde notie van 'massacultuur' door 'cultuurindustrie', om te beklemtonen dat de formele en inhoudelijke standaarden op basis waarvan men tegenwoordig aan cultuurproductie doet geen spontaan uit

de massa oprijzende standaarden zijn, maar integendeel als het ware 'van bovenaf' opgelegde schema's. Nadien worden die standaarden dan voorgesteld als waren ze de breukloze weerspiegeling van de publieke smaak. De zogenaamde 'vrije keuze' van het publiek is echter altijd slechts een keuze uit het bestaande aanbod. Met dat aanbod ontwikkelt het publiek na verloop van tijd, haast ondanks zichzelf, een zekere affiniteit. Deze affiniteit vertaalt zich op langere termijn in een behoefte en uiteindelijk in een noodzaak door gewenning. De behoefte is echter grotendeels kunstmatig tot stand gekomen en de terugwerkende kracht ervan, die de vraag is op de markt, vormt door het loutere bestaan ervan voor de producenten de gedroomde rechtvaardiging van het aanbod. Op deze wijze wordt de cultuurproductie gereduceerd tot een gestandaardiseerd (re)productieproces dat op kunstenaars en andere creatievelingen een beroep doet zoals fabrieken op hun grondstoffenleveranciers. Het publiek

wordt gereduceerd tot passieve receptor, tot consument. En ook de kunstenaar of creatieveling, die dan al in de feiten de cultuurproducent mag zijn, blijkt onderworpen aan de eis van conformiteit met de cultuurindustriële standaarden. Zelfs de kapitaalkrachtige zakenlui, die de touwtjes in handen lijken te hebben, zijn overgeleverd aan de supra-individuele marktmechanismen van het cultuurindustriële systeem dat tot op zekere hoogte een eigen leven leidt.

Een immanente censuur

Dit alles zou op zich nog geen drama zijn, ware het niet dat de cultuurindustrie niet functioneert vanuit een drang naar kunstzinnige expressie, maar veeleer vanuit een voor deze expressie vaak nefaste commercialisering van het menselijke verlangen naar betekenis. En, het moge duidelijk zijn, dat verlangen bestaat; het publiek is niét ongevoelig voor kunst. Die gevoeligheid is echter onderhevig aan de afstompende invloed van het monotone aanbod (variëaties op de eenheidsworst van de cultuurindustriële standaarden). Hierdoor dreigt de voor de dynamiek van elke cultuur zo essentiële noodzaak aan artistieke pluriformiteit verloren te gaan. Pluriformiteit blijkt uit den boze in de cultuurindustrie [3]. Zij veronderstelt immers een creativiteit die per definitie onvoorspelbaar, onberekenbaar, zoniet oorspronkelijk, dan toch vernieuwend en grensverleggend is; kwaliteiten die niet in kaart kunnen gebracht worden door de marketingbureaus en statistieken waarvan de cultuurindustrie zich bedient wanneer zij haar consumenten indeelt in leeftijds- en inkomensgroepen, in groene, blauwe en rode zones. De (financiële en morele) terughoudendheid, zeg maar aversie waarmee de cultuurindustrie elk nonconformisme bestraft, heeft bij de kunstenaar als het ware een 'immanente censuur' tot leven gewekt; de kunstenaar past tijdens het creatieve proces vaak zelf reeds censuur toe op eigen werk, opdat het van buitenaf niet nog eens gecensureerd zou moeten worden. Zo blikken de filmlui wantrouwig naar ieder manuscript waaraan niet reeds een bestseller geruststellend ten grondslag ligt en zo wordt op radio en TV slechts aan die 'alternatieve' muziekgroepen aandacht geschonken die zich lenen tot

een 'main stream'-facelift. Spijts alle gekakel over postmodern eclecticisme, spijs alle vooruitgang in audiovisuele technologie, spijs alle trappende bedrijvigheid van het koortsige fin-de-siècle, blijft het brood waarmee de cultuurindustrie de mensen spijst de steen van de stereotypie.

De eeuwige terugkeer van steeds hetzelfde

Het wezen van de cultuurindustrie is volgens Horkheimer en Adorno de herhaling van het stereotype. "De filmster op wie men verliefd moet worden, is in zijn ubiquiteit van meet af aan zijn eigen kopie. Iedere tenor klinkt langzamerhand als een plaat van Caruso [4], en de meisjesgezichten uit Texas lijken al in hun spontaannatuurlijke staat op de gearriveerde modellen, naar wier voorbeeld zij in Hollywood tot type gemaakt zouden worden... De clichés doen niets anders dan het schema bevestigen waarvan ze de samenstellende delen zijn. Aan een film valt doorgaans meteen af te zien hoe hij afloopt, wie beloond, bestraft, vergeten wordt, en zeker in de lichte muziek kan een geprepareerd oor na de eerste maten van een schlager de voortzetting raden en het voelt zich gelukkig als dat dan ook uitkomt... Iedere film is de aankondiging van de volgende, die hetzelfde heldenpaar onder dezelfde exotische zon nogmaals belooft te verenigen..." [5]. En ook die cultuuruitingen die zich in de marge van de normaliteit bewegen, bewijzen daardoor alleen al, als uitzonderingen die de regel bevestigen, de dictatuur van de routine. Individualiteit wordt teruggebracht tot de vingerafdruk op het verder identieke legitimatiebewijs: "Van de genormeerde improvisatie in de jazz tot aan de originele filmpersoonlijkheid, bij wie de haarlok over haar oog moet hangen wil men haar als zodanig herkennen, heerst pseudo-individualiteit" [6]. Zelfs de moderne kunst, dat laatste bastion van de verbeelding, is in het huidige cultuurklimaat veroordeeld tot het uitbeelden van de eigen verzieking, wil ze niet medeplichtig zijn aan de verzieking.

De regressie van het subjectief ervaringsvermogen

Volgens de filosoof Kant wordt in de waarneming het zintuiglijk materiaal een eerste maal geordend door de 'waarnemingscontext'; wij be-

grijpen de zintuiglijke eigenschappen van een boomsoort die we voor de eerste maal zien omdat wij al van kindsaf vertrouwd zijn met gelijkaardig zintuiglijk materiaal van andere boomsoorten. Bij Kant was deze primaire vorm van begrip nog een verdienste van het subject. In de cultuurindustrie echter wordt dit kantiaanse schematisme beoefend als eerste vorm van klantenservice. "Voor de consument valt er niets meer te classificeren of daarop werd in het schematisme van de produktie al geanticipeerd." [7]. In haar verlangen de consumptie tot in de kleinste details te sturen, wordt door de cultuurindustrie niets aan het toeval overgelaten; ook het brein van de consument moet functioneren volgens conformistische wetmatigheden: "Het vermaak verstart tot verveling, omdat het, om vermaak te blijven, niet opnieuw inspanning mag kosten en zich daarom streng beweegt langs de uitgesleten associatierails... De toeschouwer mag aan eigen gedachten geen behoefte meer hebben: het product stippelt iedere reactie erop al uit: niet door zijn feitelijke samenhang - die valt voor zover hij op denken een beroep doet uiteen - maar door signalen." [8]. Hoe men geacht wordt te reageren, wordt aangegeven door signalen, zodat de consument systematisch wordt afgeleerd zelf een reactie te hebben op het gebodene. De consument, die het lachen allang is afgeleerd, krijgt het lachen erbij geleverd, als bewijs dat het programma leuk is.

De onbevredigde menselijke natuur, die tot nuttig materiaal is gereduceerd, wordt voortdurend met surrogaten bestookt, want de cultuurconsumptie biedt slechts een schijnbevrediging. En ook dit maakt deel uit van het systeem. De schijnbevrediging zorgt er immers voor dat de consument steeds méér wil, ook al blijft het in wezen hetzelfde. Zoals de soft-erotische programma's van de commerciële TV-stations de bevrediging steeds weer uitstellen door niet te bieden wat zij onophoudelijk als belofte in het vooruitzicht stellen en de kijker ertoe verleiden naar de videotheek te stappen om het echte spul maar meteen te gaan halen, zo speelt de cultuurindustrie in haar geheel handig in op het behoefteversterkend effect van het gebrek. Dat is de reden dat er nog steeds gebrek heerst;

waar het vanuit het streven naar winst gezien, niet belangrijk is om in de behoeften te voorzien, of waar het vanuit die doelstelling juist van belang is dat er gebrek blijft. De cultuurindustrie 'bevredigt' enkel die behoeften die voortkomen uit de consument die zichzelf ook als zodanig gedraagt, die zichzelf als eeuwige consument, als object van de cultuurindustrie ervaart. En zoals de boer die in koppigheid niet onderdoet voor de ezel, zo houdt de cultuurindustrie haar consumenten de wortel voor die nooit gegeten wordt. Het subjectief ervaringsvermogen van de cultuurconsument wordt op een dusdanige wijze geconditioneerd dat het genoegen neemt met de belofte waarvan de vervulling hem aanhoudend ontzegd wordt. Zijn gevoel stompt af. De cultuurindustrie is een collectieve lobotomie.

Amusement als verveling

De functie die Marx nog aan de religie toeschreef - opium voor het volk - is met de secularisering van de samenleving overgenomen door de amusementsindustrie. De soap-series, die d.m.v. het gespeelde alcoholisme van hun overbetaalde vertolkers fingers begaan te zijn met het lot van de kijker en hem waarschuwen voor verslaving, zijn de meest verspreide drug in omloop. Nu de arbeidsdruk is afgenomen, willen de mensen hun vrije tijd aangenaam besteden. Daar is niets verkeers aan. Maar de aard van het amusement reproduceert datgene waaraan men in het amusement wil ontsnappen. Het amusement, dat als bemiddeling functioneert in de beschikkingsmacht van de cultuurindustrie over haar consumenten, controleert de 'vrije' tijd immers op een systematische wijze. Het vormt daardoor eigenlijk de prolongatie van de arbeid onder het laatkapitalisme. In het doorsnee amusement op de buis, in de bioscoop, op de radio en in de weekbladen en wegwerppockets ervaart de consument niets anders meer dan de afbeelding van het arbeidsproces zelf: "... wat als indruk achterblijft, is de geautomatiseerde opvolging van genormeerde verrichtingen. Het arbeidsproces in fabriek en kantoor kan alleen maar worden ontlopen in de aanpassing eraan tijdens de vrije tijd." [9]. In de vrije tijd mag geen plaats meer zijn voor vrije tijd; elke adem Pauze

moet opgevuld worden met een product dat zijn zin uitsluitend ontleent aan de verkoop ervan.

Hoge en lage cultuur

Deze problematiek, en met name de vraag of het hierboven geschetste beeld van onze cultuur niet ingegeven is door een intellectualistisch cultuurpessimisme, wordt vaak in verband gebracht met de polemiek rond de kloof die er zou bestaan tussen een zgn. 'hoge' en 'lage' cultuur. Deze controverse is van alle tijden, maar kende hier te lande vooral een heropleving sinds de lucratieve introductie van commerciële radio- en TV-zenders in het medialandschap. Onder de 'hoge' cultuur wordt gewoonlijk een cultuur verstaan voor en door een intellectuele elite. Die elite zou een zeker misprijzen tonen voor de cultuurproducten die het grote publiek aanspreken. Deze cultuurproducten zouden een aantal wezenlijke eigenschappen missen waarvan de elite beweert dat ze noodzakelijk zijn om zoniet van authentieke kunst, dan toch van 'kwaliteit' te spreken. Het grote publiek wil 'brood en spelen', plat amusement, volksvermaak dat elke artistieke meerwaarde mist. Dat de hoge cultuur zo weinig aanhangers kent, wordt door de verdedigers ervan gebruikt als een argument ten voordele van de hoge cultuur; het zou op zich reeds een waarborg zijn van kwaliteit. Anderen beweren dan weer dat de begrippen kunst en cultuur in de meest ruime zin moeten verstaan worden; elke uiting van menselijke creativiteit, van welke aard dan ook, moet beschouwd worden als een resultaat van en een bijdrage tot de cultuur. Zij zien het elitarisme van de hoge cultuur als een wanhopige poging om de charlatanerie in die kringen te vrijwaren van de kritiek dat hun kunst *hermetisch, intellectualistisch en verlieslatend* is. Dat is voor de vertegenwoordigers van de hoge cultuur dan weer een argument voor de eigen winkel: ja, wij zijn hermetisch, intellectualistisch en verlieslatend, en daarmee redden wij wat nog van de cultuur rest. Het is een discussie zonder eind, waarbij elk van de partijen zich genoeglijk opsluit in het eigen perspectief. Cultuurpolitici die geen van beide willen teleurstellen zien zich, door het ontbreken van objectieve criteria, genoodzaakt tot een schizofrenie van maatregelen.

Er worden zowel subsidies toegekend aan de lokale kantklosvereniging als aan de deconstructivistische kunstenaar in zijn ivoren toren. Het is een betreurenswaardige oplossing, want men hoeft zich deze patstelling niet te laten welgevallen. Maar daarvoor moet men zich eerst rekenschap geven van de kunstmatigheid van de zgn. kloof tussen hoge en lage cultuur.

Een reële kloof of een valse distinctie?

Horkheimers en Adorno's meedogenloze vijandigheid ten aanzien van de cultuur van de massa, heeft dikwijls het verwijt van elitair snobisme gekregen. Het is onmiskenbaar dat zij tot op zekere hoogte bevooroordeeld waren in hun visie op de 'populaire' cultuur. Maar veeleer dan dat hun afkeer ervan het gevolg zou zijn van een star conservatisme, vloeit zij voort uit hun overtuiging dat de cultuurindustrie een nefaste vervlakking veroorzaakt op alle culturele niveaus. M.a.w. Horkheimer en Adorno hebben tegen het cultuurindustriële amusement niet als bezwaar dat het niet ernstig genoeg zou zijn: "Lichte kunst als zodanig, verstrooiing, is geen vervalvorm. Wie over lichte kunst jammert als zou zij verraad zijn aan het ideaal van de zuivere expressie, koestert illusies over de maatschappij." [10]. Horkheimer en Adorno hebben dus niets tegen vrijblijvend amusement als zodanig. Integendeel, zij erkennen het feit dat de zuiverheid van de burgerlijke kunst (hoge cultuur) meestal een uitsluiting impliceert van de 'lage' klassen en dat het vermeende maatschappelijke engagement van de serieuze kunstenaar in dat licht een perversie is: "Ernstige kunst heeft geweigerd voor diegenen iets te betekenen wier bestaansnood en misère ernst tot een aanfluiting maakt" [11]. Lichte kunst, amusement is, als schaduw van de autonome, het maatschappelijke slechte geweten van de ernstige kunst. Maar ook de lichte kunst blijkt niet in staat datgene te doen waaraan de ernstige kunst veelal verzaakt, nl. betekenissen aanreiken waarmee de ervaringen van Jan Modaal in een verrijkend perspectief komen te staan. Lichte kunst is heden ten dage immers bijna per definitie betekenisloos. "Het zuivere amusement in zijn consequente vorm, het ontspannen zich laten meevoeren op

bonte associatie en gelukzalige onzin wordt door het gangbare amusement beknot: het wordt verstoord door het surrogaat voor een zinvolle samenhang, die de cultuurindustrie koppig aan haar producties wil blijven meegegeven en dat zij tegelijkertijd met een knipoog, als louter voorwendsel voor het laten optreden van de stars mishandelt." [12]. Zo laat de cultuurindustrie het zinloze aan de onderkant even radicaal verdwijnen als bovenaan de zin van de kunstwerken: "Wat hier rinkelt zijn niet de belletjes aan de narrenkap, maar is de sleutelbos der kapitalistische rede" [13]. De kritiek van Horkheimer en Adorno richt zich dus niet op een lage cultuur, die in tegenstelling zou staan tot een hoge cultuur, maar op de commerciële uitbuiting en mechanisering van het gehele cultuurlandschap; op de manipulatie en conditionering van het subject: "Dus niet dat de cultuurindustrie amusement voorschotelt maakt het bedrog uit, maar dat ze door stoer-zakelijke bevangenheid in de ideologische clichés van de zichzelf liquiderende cultuur de lol bederft" [14].

Rekening houdend met deze ontluisterende blik achter de schermen van de cultuurindustrie, kunnen wij ons de vraag stellen of er wel sprake is van een reële kloof tussen de zgn. hoge en lage cultuur. Gaat het hier niet veeleer om een valse distinctie? Maakt die opdeling op zich reeds geen deel uit van de onzichtbare marktstrategieën van de cultuurindustrie? Wat was er eerst? De kloof of de promotie ervan? Of zijn ze gelijksoortig?

Aan de camouflage van hun populisme hechten de lieden aan het roer in elk geval nog weinig belang: "Cinema en radio hoeven zich niet langer voor kunst te laten doorgaan. De waarheid, dat ze niets dan commercie zijn, gebruiken ze als ideologie, die het afval moet legitimeren dat ze met opzet voortbrengen. Zelf noemen ze zich al industrieën, en de gepubliceerde inkomenscijfers van hun president-directeuren drukken de twijfel aan de maatschappelijke noodzaak van de eindproducten de kop in." [15]. En dáár wringt het schoentje. Wil de massa wat ze wil? Heeft ze werkelijk een behoefte aan die zondvloed van hemeltergende onzin? Krijgt ze werkelijk niet genoeg van het eindeloze defilé

van het champagneslurpend mediaplebs dat zich tooit met de titel Bekende Vlaming, alsof het een verdienste was op het scherm te komen louter en alleen omdat men er gisteren ook op kwam? Is het publiek werkelijk zo dom en oppervlakkig als beweerd wordt? Ik heb daar zo mijn twijfels over. Maar ik onderken de mogelijkheid van een aanzienlijke regressie op intellectueel en gevoelsmatig vlak, als men onder het motto *laissez faire, laissez passer* de toekomst van onze cultuur in handen geeft van managers die de kwaliteit van hun cultuurproducten uitsluitend afmeten aan het aantal leeghoofden dat ze consumeert. De mensen weten wat goed voor hen is, zeggen ze, en vervolgens duwen ze het de mensen in de strot. "De onbeschaamdheid van de retorische vraag: 'Wat willen de mensen hebben!' bestaat hierin, dat zij zich op dezelfde mensen als denkende subjecten beroept ten opzichte van wie het haar specifieke taak vormt, hen aan hun subjectiviteit te ontnemen" [16]. De cultuurindustrie is niet gediend met kieskeurige enkelingen. Zij wil leegte die zich onvoorwaardelijk laat vullen.

Afscheid van de avant-garde

Het 'establishment' ergert zich al van oudsher aan kritische vernieuwers; daar is het een establishment voor. Bijna elke avantgardistische cultuuruiting die gemeengoed is geworden, was ooit het voorwerp van spottende kritiek. Daar was het avant-garde voor. De fauves, Van Gogh, de impressionisten en kubisten worden nu voor astronomische bedragen verkocht, terwijl ze in hun eigen tijd nog golden al subversieve knoeiers. Maar wat rest er van de hedendaagse avant-garde? Kan ze zich nog als dusdanig profileren in een cultuur die sneller evolueert dan een schilder schilderen kan? Heeft haar vernieuwing nog geldingskracht wanneer ze, sneller dan het licht, wordt opgenomen in de *main-stream*, als die *main-stream* vaststelt dat ze daarvoor (economisch) geschikt is? Wat is vernieuwing nog, als originaliteit als dusdanig reeds een cliché is geworden? Zelfs de vaststelling dat de kritiek op de eis van originaliteit een cliché is, doet weinig origineel aan. De kunst heeft te kampen met een identiteitscrisis, zoveel is duidelijk. Sinds de

ready-mades van Duchamp kan alles voor kunst doorgaan. Sinds de *Campbell*-soepblikken van Warhol zijn de grenzen tussen kunst en reclame vervaagd en wordt ook de uniciteit van kunstwerken grondig in vraag gesteld. En sinds de onmiskenbaar artistieke kwaliteiten die door kitsch-liefhebbers aan het muzikale oeuvre, de garderobe en de plastieken glimlach van Eddy Wally worden toegeschreven, staat ook de idee dat een kunstenaar bij zijn volle verstand moet zijn ter discussie. Kortom, de criteria ontbreken ons. Het domein van het culturele is immers het domein van vervloeiende betekenissen. Maar wat betekent dit voor de cultuurpolitiek?

Cultuur is beweging

Het grootste gevaar voor elke cultuur is de beleving ervan als iets enkelvoudigs. "Het woord cultuur gebruiken was altijd al tegen de cultuur. De algemene noemer cultuur bevat virtueel reeds de registratie, catalogisering, die de cultuur in de sfeer van het administratieve trekt. Pas de geïndustrialiseerde, de consequente subsumptie, is volledig adequaat aan dit begrip van cultuur." [17]. Maar dit begrip van cultuur heeft niets te maken met het werkelijke wezen van de cultuur. Dit wezen mag niet begrepen worden als een enkelvoudig, objectief bepaalbaar, afgebakend en immobiel ding. Het is veeleer een 'gebeuren', een dynamisch proces, een nimmer aan zichzelf gelijk fluidum, een beweeglijk doorbreken van grenzen en normen. Zonder hier de complexiteit van het culturele, laat staan het artistieke te willen reduceren tot een exacte definitie, zou ik de cultuur in algemene zin en de kunst in bijzondere zin willen beschrijven als een onbepaalbaar spel van vervloeiende betekenissen. Wat in de kunst gebeurt, gebeurt omdat er bepaalde gefixeerde betekenis-categorieën doorbroken worden. Kunst doet iets met ons (of niet) omdat ze schijnbaar vanzelfsprekende, ingeburgerde betekenisconstructies in beweging zet (of niet). Ze toont de dingen in een ander licht. Ze doorkruist en doorprikt onze gangbare rationale en gevoelsmatige reflexen en confronteert ons met een andere, onvermoede kijk. Al naargelang van de aard en intensiteit van de betekenisverschuiving, vervult het kunstwerk

ons met ontroering, angst, walging, woede, onverschilligheid, vreugde,... En de wijze waarop wij met deze ervaringen omgaan bepaalt mee onze mentaliteit, onze denk- en leefwijze, onze samenleving en ons politiek beleid. Een samenleving waarin geen plaats meer is voor deze transformatieve kracht van de kunst, waarin de openheid en aandacht voor datgene wat buiten het gangbare normen- en waardenstelsel valt, verlamt haar eigen dynamiek, stagneert en sterft ten slotte af.

De promotie van kwaliteit

De feiten zijn echter wat ze zijn: *money makes the world go round*. Het is naïef zich daartegen te verzetten. Het is naïef te geloven dat men vandaag aan cultuurproductie kan doen zonder rekening te houden met de financiële implicaties ervan. Maar moet de creativiteit als zodanig onderworpen worden aan zuiver economische bespiegelingen? Tot daar als die het kader zijn waarbinnen de creativiteit vorm krijgt. Maar die vorm zelf moet daarvan gevrijwaard blijven. Er zijn cultuurproducten genoeg die bewijzen dat het mogelijk is een groot publiek aan te spreken en winst te maken zonder dat dit ten koste gaat van kwaliteit. Radio-programma's als 'Update', TV-programma's als 'Buiten de Zone', 'Twin Peaks' of 'Onvoorziene Omstandigheden' en romans zoals Donna Tartt's *Verborgene geschiedenis* zijn daarvan goede voorbeelden. Men zal hiertegen inbrengen dat er in deze gevallen toch toegevingen gedaan zijn aan het grote publiek. Natuurlijk. En de soms overdreven euforie rond deze voorbeelden van creatief amusement bevestigt wat Karl Kraus schreef: "Wanneer het cultuurzonnetje laag staat, werpen zelfs dwergen lange schaduwen." Maar dat neemt niet weg, dat er bij die voorbeelden sprake is van een creativiteit die het louter banale ver overstijgt.

Paedea

De grootste verworvenheid van de westerse beschaving is de democratie. Die hebben wij te danken aan de oude Grieken. Er bestaat niettemin een groot verschil tussen de wijze waarop de Grieken de politiek bedreven en wij dat vandaag doen. Sinds de 'dood van God', de uithol-

ling van de waarden en de fragmentatie van het maatschappelijk leven, bestaat er in alle moderne democratieën een strikt onderscheid tussen ethiek en politiek. Er zijn nog raakvlakken, wanneer precieze thema's aan bod komen die een wettelijk kader vereisen (euthanasie, abortus, privacy, leefmilieu, bio-ethiek). Maar in het algemeen geldt dat ethiek een zaak is van het individu. De staat heeft er niets mee te maken. Zolang het algemeen belang niet op het spel staat, doet het individu in de beslotenheid van zijn woning waar hij zin in heeft. Dat was wel anders bij de Grieken. Individualiteit en gemeenschapszin lagen daar in elkaars verlengde. Sterker nog, zij veronderstelden elkaar. De mens is een 'sociaal wezen' heette het. Hij is slechts mens in zoverre hij deel uitmaakt van en bijdraagt tot de polis. Er bestond geen tegenstelling tussen het algemeen en individueel belang; het belang van de polis was het belang van de burger en vice versa. Zag men dat anders, dan was men een 'barbaar', een niet-Griek. Wij daarentegen, zijn vandaag trots op onze 'onherleidbare individualiteit'.

Maar ons individualisme, een verworvenheid van de moderniteit, is veel kwetsbaarder dan men denkt. Het huidige individualistische klimaat werpt de mensen terug op zichzelf. Velen ervaren dit als een bevrijding. Zij herinneren zich de tijden, niet eens zo lang geleden, waarin staat en kerk de scepter zwaaiden. Maar voor minstens evenveel mensen vormt het morele vacuüm dat ontstaan is de bron van een fundamentele, existentiële onzekerheid. De meeste mensen huiveren van angst, als er niemand is die hen zegt wat zij moeten denken en voelen. Sommigen onder hen keren, als verloren zonen, terug naar de warme schoot van het Geloof. Anderen scheren zich kaal en dwepen met *Mein Kampf*. Nog anderen, de meesten, weten het allemaal niet meer en gaan voor de TV zitten, in de hoop daar iets aan te treffen dat hen zoniet een antwoord biedt op hun kleine en grote vragen, dan toch doet vergeten dat zij vragen hebben. Het is deze onzekerheid, deze *horror vacui*, die de gedroomde voedingsbodem vormt voor de inhoudsloze, zelfverheerlijkende propaganda van de huidige cultuurconsumptie.

De samenhang tussen politiek en ethiek ver-

taalde zich in het klassieke Griekenland in de opvatting dat politiek bedrijven iets te maken had met 'opvoeding' (*paedea*). De wetgever was niet alleen politicus, maar ook pedagoog. Zijn ideeën over goed en kwaad, welvaart, oorlog en religie droeg hij uit naar zijn medeburgers. Dit was zijn persoonlijke bijdrage tot het welslagen van de polis, zijn blijk van gemeenschapszin. Hij luisterde naar zijn stadsgenoten, maar gaf ook zijn eigen mening, zelfs al ging die in tegen de publieke opinie. Van deze opvoedkundige dimensie is in de hedendaagse politiek nog weinig overgebleven. Dat is niet verwonderlijk. De excessen op dat vlak (het communisme onder Stalin en Mao, het fascisme van Hitler, Mussolini en Franco, om er maar een paar te noemen) hebben ons allergisch gemaakt voor alles wat ruikt naar staatsdirigisme. Zelfs goedbedoeld paternalisme van de lokale burgemeester wordt op misprijzen onthaald. De politicus moet zich vandaag bezighouden met de beleidsmatige vertaling van de wil van het volk. Niets meer en niets minder. Het volk maakt zelf wel uit wat het wil. Maar wat wil het volk? Weet het eigenlijk wel wat het wil? En als het dat meent te weten, weet het dat dan ook echt? Zonder hier te willen vervallen in een pleidooi voor de herinvoering van het Ancien Regime, stel ik mij toch de vraag of het niet wenselijk is opnieuw een zekere pedagogische dimensie te verlenen aan het cultuurbeleid. Niet vanuit een betuttelend paternalisme, maar vanuit de overtuiging dat onze samenleving, ondanks het failliet van de grote ideologieën, nog steeds maakbaar is. Vanuit de bekommernis een maatschappelijk klimaat te creëren waarin de enkeling wérkelijk vrij is. Vanuit het geloof in de perfectibiliteit van het individu. Vanuit het respect voor de autonomie van de enkeling die, onder druk van een markteconomie die hem die autonomie verschaft om hem ze hem gemakkelijker te kunnen afnemen, dag aan dag verschaalt. Vanuit de idee dat de cultuur niet alleen de uitdrukking is van die autonomie, maar ook de oorsprong.

Van consument tot participant

Het doel van een adequaat cultuurbeleid werd onlangs door Dirk Diels omschreven als

“de bevordering van de individuele autonomie. Cultuurpolitiek is in die optiek een middel om de keuzevrijheid van burgers te vergroten.” [18]. Daarbij is het mijns inziens van belang de burgers ook zelf te betrekken bij de uitbouw van die keuzevrijheid. Het volstaat niet hen gewoon een gediversifieerder aanbod voor te houden; men moet hen sensibiliseren tot een persoonlijk cultureel engagement. Of in meer filosofische bewoordingen: men moet hen verleiden tot het openbreken van hun eigen vastgeroeste betekenisconstructies. Men moet niet van elke burger een kunstenaar willen maken (onze samenleving moet nog leefbaar blijven, nietwaar), maar men moet hem wel verlossen uit de wurggreep van zijn eigen consumptiegedrag. Daartoe moet hij in de eerste plaats zijn gevoeligheid voor het culturele verfijnen, zijn kritische zin aanscherpen, een zekere kieskeurigheid ontwikkelen die ontstaat uit en bijdraagt tot zijn eigen autonomie. De mentaliteitswijziging die hiervoor nodig is, mag niet volledig overgelaten worden aan de culturele sector. Zij is ook een verantwoordelijkheid van de overheid. Het cultuurbeleid moet de initiatieven die bijdragen tot de transformatie van de passieve cultuurconsument in een actieve cultuurparticipant ten volle ondersteunen. Het moet de burger de kans geven zichzelf te ontplooien tot een autonoom individu dat op een kritische en geëngageerde wijze met het cultuuraanbod kan omgaan. Het gebrek aan ondubbelzinnige criteria op basis waarvan men in de culturele sector kwalitatieve distincties zou kunnen maken, mag voor de overheid geen excuus zijn om, onder het mom van een ‘open’ beleid, die kwalitatieve distincties helemaal niet meer te maken. Hier moet de politiek, zoals elders, het onmogelijke willen doen. De overheid kan en mag niet rechtstreeks ingrijpen in de cultuurproductie, maar kan en moet wel de financiële en artistieke bewegingsruimte scheppen waarin plaats is voor kunst- en cultuuruitingen die afwijken van de gangbare normen. Kortom, de overheid moet keuzen durven te maken en accenten

durven te leggen. Ze moet de doorsnee burger laten kennismaken met wat zijn ervaringshorizon ov erstijgt en zijn nieuwsgierigheid en zin naar avontuur prikkelt. Dan ontstaat als vanzelf een publiek dat niet langer genoeg neemt met inhoudsloze surrogaten, dat gewend raakt aan kwaliteit en die kwaliteit ook eist als zijn persoonlijk recht. Op die manier zou men kunnen bijdragen tot een cultuur waarin kwaliteit als iets vanzelfsprekends wordt beschouwd, of het zich nu situeert op het niveau van de artistieke luchtacrobatiek. Dan vervalt de legitimiteit van de zgn. kloof tussen een hoge en lage cultuur. En dan hoeft men zich niet langer te schamen, als men zich verontschuldigt met de woorden: wij geven het publiek slechts waar het om vraagt.

1. Ik ontleen deze term aan Horkheimer en Adorno's *Dialektik der Aufklärung*. De Nederlandse vertaling *Dialectiek van de Verlichting. Filosofische fragmenten* verscheen bij SUN, Nijmegen, in 1987. (Hieronder afgekort met DV.) De oorspronkelijke te Amsterdam bij Querido uitgegeven editie vierde vorig jaar haar, overigens vrij onopgemerkte, vijftigste verjaardag.
2. DV, blz. 136.
3. “De cultuur heden ten dage slaat alles met eenvormigheid.” *Ibid.* blz. 135.
4. Dit gedateerde voorbeeld kan moeiteloos vervangen worden door Pavarotti.
5. DV, blzn. 156, 140, 180.
6. *Ibid.* blz. 140.
7. *Ibid.*
8. *Ibid.*, blzn. 152, 153.
9. *Ibid.*, blz. 152.
10. *Ibid.* blz. 150.
11. *Ibid.*, blz. 151.
12. *Ibid.*, blz. 158.
13. *Ibid.*
14. *Ibid.*
15. *Ibid.*, blz. 136.
16. *Ibid.*, blz. 160-161.
17. *Ibid.* blz. 146.
18. Dirk Diels, Een ander cultureel contract. In: *Aktief*, nov.-dec.'96, blzn. 20-21.