

Institutionen för
journalistik och masskommunikation
Göteborgs universitet

ARBETSRAPPORT NR 14

FRÅN KULTURTEORI TILL JOURNALISTKULTUR

En litteraturöversikt över
diskussionerna kring kulturbegreppet

Margareta Melin

1991

ISSN 1101-4679

"Culture is one of the two or three most complicated words in the English language. This is so partly because of its intricate historical development, in several European languages, but mainly because it has now come to be used for important concepts in several distinct intellectual disciplines and in several distinct and incompatible systems of thought" (Williams 1976b:87).

Vad är kultur? Raymond Williams visar genom citatet ovan på svårigheterna att få ett svar på frågan och få ett grepp om vad kultur är. Kulturbegreppet har dessutom "ynglat av sig"; det finns många "kulturer" att hålla reda på och försöka förstå. Ord som kultur, skräpkultur, kulturell, masskultur, subkultur etc har dessutom mångfacetterade betydelser. Genom att de flesta av dessa betydelser är normativa och värdeladdade och inte enbart har en denotativ, beskrivande mening, så förekommer en omfattande debatt om begreppens "egentliga" mening. Debatten har stundtals varit heta och infekterade både i vardagliga och vetenskapliga sammanhang. Att försöka bena upp den kulturella debatten, med en djungel av betydelsefulla begrepp, är ett svårt företag.

Mitt syfte är inte att ge mig in och delta i debatten kring vad kultur är och bör vara, utan mitt huvudsakliga syfte med denna uppsats är att i möjligaste mån belysa och strukturera debatten. Jag kommer att lägga upp beskrivningen och diskussionerna kring fyra huvudbegrepp: kultur, masskultur, populärkultur och vardagskultur. Avslutningsvis diskuterar jag parallellerna mellan kulturforskning och forskning kring journalister.

1. KULTUR

Som Williams ovan påpekar är kultur ett mycket svårt och komplicerat ord genom att det har en lång historia och används inom mycket olika vetenskapliga discipliner. Historiskt sett, så kan man skönja två huvudsakliga betydelser. Den första betydelsen är kultur som en process. Kultivering av åkerjord och djur (uppfödning) ledde i förlängningen till kultivering av människans sinne. Detta ledde i sin tur så småningom in på den andra betydelsen: kultur som form, dvs ett helt sätt att leva för en distinkt grupp människor, civilisation med ett annat ord. Generellt sett kan vi idag hitta flera betydelser av kulturbegreppet allt ifrån en egenskap (kulturell person), en process eller aktivitet eller ett verktyg för aktiviteten (t ex konst) (Williams, 1976b;1981).

I debatten har två huvudsakliga innebörder av kultur vuxit fram. Dels finns en antropologisk mening och dels finns en finkulturell mening. Vi skall titta närmre på dessa innebörder.

Kultur som ett antropologiskt begrepp

I antropologisk mening är kultur "ett helt sätt att leva" och någon normativ värdering läggs inte i begreppet; ingenting är "bättre kultur" än något annat, det finns bara olika smaker. Det är emellertid en oerhört vid definition och genom att den är (alltför) vid, så har debatter uppstått även bland dem med en antropologisk syn på kultur. Hall (1980) visar att det finns två paradig inom kultur studier: ett 'strukturalistiskt' (production of culture) och ett 'kulturalistiskt' (cultural studies).

Raymond Williams (1976a;b, 1981) kan ses som den främste företrädaren av den brittiska skolan '*production of culture*' (ibland '*sociology of culture*'). Den ser kultur med en blandning av ett materialistiskt och ett idealistiskt synsätt. Samhällets strukturer producerar och reproduceras av kulturella aktiviteter och produkter. Betoningen läggs på att kultur är ett helt sätt att leva, som manifesteras genom sociala aktiviteter. Alan Swingewood (1977) är kritisk mot Williams, som han anser har producerat en myt om 'den rena arbetarklasskulturen'. Williams syn är naiv, menar Swingewood, eftersom den inte ser kultur som en ideologi, utan endast som mening. Det blir således en statisk samhällsmodell, som inte inrymmer teorier (eller analysmetoder) för att kunna ställa frågor kring kapitalismens kulturella dominans, där ideologi används som ett instrument för klassförtryck. Kritiken riktas mot den definitionen av kultur återfinns bland annat i 'The Long Revolution' från 1961, där kultur ses som "a whole way of life" och är den definition som de flesta tillskriver Williams. I 'Culture' (Williams, 1981) går han emellertid ifrån den definitionen och hävdar istället att kultur skall ses som ett betydelseskapande system ("signifying system"), som är inneboende i varje socialt system och genom vilken den sociala ordningen upplevs, kommuniceras och reproduceras. Det 'betydelseskapande systemet' är ett system av tankar och medvetande, dvs en ideologi. Williams skriver:

"Thus the social organization of culture, as a realized signifying system, is embedded in a whole range of activities, relations and institutions, of which only some are manifestly 'cultural'. For modern societies, at least, this is a more effective theoretical usage than the sense of culture as a whole way of life. That sense, derived primarily from anthropology, has the great merit of emphasizing a general system - a specific and organized system of acted and activated practices, meanings and values. /.../ On the other hand, if culture is the 'whole way of life' there can be a crucial absence of significant relational terms beyond it" (Williams, 1981:109f).

'Production of culture' skolan fokuserar således på produktion och reproduktion av strukturer, bl a ideologier. Detta synsätt skiljer sig från den andra skolan '*Cultural*

studies' sätt att definiera kultur. Två av föreläsarna för skolan är Stuart Hall (1980) och James Carey (1989). Hall (1980) understryker skillnaderna mellan de två paradigmen (skolorna) och menar att strukturalist paradigmet visserligen har fördelen att det understryker strukturella relationer samt helheten som skapas utifrån olikheter, men det blir lätt överdeterministiskt och den strukturella formen överbetonas. Dessutom tas ej tillräcklig hänsyn till gruppernas upplevelser, mening och medvetande. 'Cultural studies' fokuserar istället på de texter som produceras av kulturindustrin samt hur dessa upplevs och vilken mening som de skapar inom olika sociala grupper. Kultur är mänskligt aktivitetsmönster, en process där verkligheten skapas, bibehålls och omformas. Hall hävdar:

"It /culturalist paradigm/ defines 'culture' as both the meanings and values which arise amongst distinctive social groups and classes, on the basis of their given historical conditions of existence; and as the lived traditions and practices through which those 'understandings' are expressed and in which they are embodied" (Hall, 1980:63).

Kommunikation är ett viktigt begrepp för den kulturella processen. Enligt Carey (1989) försöker 'cultural studies' att förstå mänskligt beteende och meningar och inte att förklara eller förutspå strukturer. Att studera kultur är detsamma som att studera kommunikation, menar han. Allt är kommunikativt, hävdar också Paul Willis (1990). Liksom Hall och Carey betonar han symbolisk representation i kulturella aktiviteter. Med begreppet "symbolisk kreativitet" söker han förklara att människan hela tiden utför ett symboliskt arbete. Konsumtion är inte bara ett repeterande, utan ett kommunicerande; det innefattar tolkning, symboliskt arbete och kreativitet. Symbolisk kreativitet producerar och reproducerar mänsklig identitet och förmåga och är nödvändig för mänsklig existens. Kommunikationsperspektivet på kultur har även Ulf Hannerz (1982; 1983), som definierar kultur såsom medvetande och kommunikation. Kultur finns inne i vårt huvud, men det finns också i de externa former, genom vilka vi kommunicerar och som gör gemensamt medvetande möjligt. Kultur är nämligen något som är delat, ett kollektivt medvetande. För att understryka detta inför han begreppet "kulturligt". Företeelser kan vara mer eller mindre kulturliga och det beror på deras varaktighet och utbredning; ju varaktigare en idé är och ju fler som delar den, desto kulturligare är den. Fullt kulturligt är det som är allmänt känt, dvs det som är delat, överfört och bibehållet genom kommunikation.

Kultur som finkulturellt begrepp

Den antropologiska definitionen av kultur har kritiserats för att vara allt för omfattande och ytlig; allt är kultur. Denna syn står långt ifrån den finkulturella, som inne-

fattar normativa värderingar om vad som är *fin* kultur. Det finns två sätt att definiera kultur som finkultur. För det första är (fin) kultur det som har en viss standard och uppnår en viss intellektuell nivå. Den ses som individuell samt tekniskt och intellektuellt komplex (Lewis, 1978). Den andra synen ser finkultur är den kultur som konsumeras av en elit i samhället (Gans, 1974). Det behöver inte nödvändigtvis vara ett normativt synsätt; kultur ses inte som ett kulturellt innehåll, utan som kulturella konsumtionsmönster hos en elit (Lewis, 1978). Man kan således jämföra det med den antropologiska definitionen av finkultur.

Det första synsättet, dvs kultur som *fin* kultur, har kritiserats för att vara elitistiskt. I och med att vissa standards sätts upp för vad som är (fin) kultur, så förutsätter det att det finns något som är icke-kultur, som tas avstånd ifrån. Det som inte anses som (fin) kultur betecknas ofta skräpkultur eller masskultur. Klassisk musik är finkultur - rockmusik är masskultur; balett är finkultur - 'square-dance' är masskultur; Lasse Åbergs film "Sällskapsresan" är masskultur - Ingmar Bergmans "Smultronstället" är finkultur. Att diskutera kultur som finkultur leder därför automatiskt in på diskussionen kring begreppet "masskultur".

2. MASSKULTUR

Masskultur kommer etymologiskt sett ifrån tyskans 'Masse' plus 'Kultur'. "Mass" har en rad betydelser; det står bl a för ett odifferentierat antal, en låg, vulgär kvalitet, det mekaniska samhället med ett byråkratiskt, regel- och centralstyrt system, samt en odifferentierad mobb. Begreppet masskultur har generellt använts för att beteckna den utbildade massans kultur i industrisamhället. Begreppet har framför allt använts inom tre kontext: a) i ideologiska debatter; b) för att beteckna "the lonely crowd", 50-talets alienerade massa; c) som en beskrivning på kultur, som förmedlas via massmedia. Den sista kontexten är således begränsad till massmedia som bärare av masskulturen. Den andra kontexten har i allmänhet negativ mening. Masskultur har kritiserats för dess karaktär: masskultur är massproducerad av profithungriga kapitalister. Den har dessutom negativ effekt på finkulturen, publiken (passiviserar och är emotionellt skadlig) och på samhället (understödjer hegemoni/förstör demokrati) (Lewis, 1978). Denna negativa syn återfinns också i de ideologiska debatterna, vilka förtjänar ett längre resonemang.

Det finns två huvudlinjer i masskulturdebatten, en kritisk, negativ, som Lewis (1978) betecknar "normativa idealister" och en pluralistisk, positiv, som han kallar "empiriska realister". Inom båda "lägren" kan man finna argument från höger (elitister och konservativa) och vänster (liberala och radikala). Swingewood (1977) beskriver tre faser i masskulturdebatten. Den första fasen är *ursprunget* till debatten. Teorin utveckla-

des under 1700-talet samtidigt med industrialismen och de var den dominerande politiska och sociala klassens försvar gentemot det nya proletariatet och demokratiseringsrörelsen; det var de borgerliga värdena (och makt) som man värnade om. Det är de konservativa och elitistiska normativa idealisterna, som enligt Lewis (1978) har denna syn. De ser ett inverterat samband mellan kvalitet och kvantitet och är emot det teknologiska opersonliga, vilket de ser som det vulgära.

I den andra fasen, som började på 1920-talet, ses *massamhället som totalitartistiskt*, dvs dominerat ovanifrån av kapitalismen och saknar starka, oberoende sociala grupper och institutioner. Det är framför allt Frankfurterskolan med Adorno och Horkheimer, som representerar denna syn. De beskriver den moderna kapitalismens "konst" som barbari, vilken för det första passiviserar publiken och för det andra kräver att den underordnar sig de sociala hierarkierna. Masskulturen undertrycker nya tankar och idéer genom att hela tiden repetera samma budskap. Härigenom förstärks den borgerliga hegemonin och status quo bevaras. Den marxistiska masskulturteorin kan ses som en förklaring till den kommunistiska revolutionens misslyckande. Arbetarklassen har blivit "köpt" av kapitalisterna. Masskultur är ett opium för folket, som förhindrar det revolutionära klassmedvetandet (Swingewood, 1977). Ett liknande resonemang förs av Lewis (1978), men han betecknar Frankfurterskolan som "liberala normativa idealister" och marxister t ex Marcuse som "radikala normativa idealister".

Gemensamt för både de konservativa och radikala kritikerna av masskultur, är att de är elitistiska. De ser proletariatet som en odifferentierad passiv massa och antar att masskultur förmedlar farliga budskap, som kan förstöra demokratin respektive förhindra klassmedvetandet och i varje fall hota elitens kultur och maktställning. Elitens kultur är individuell och utvecklande, medan massans kultur är opersonlig och passiviserande. Implicit ligger också rädslan för de grupper som kan kontrollera masskulturen och därigenom massans medvetande.

I den tredje fasen ses, enligt Swingewood (1977) *massamhället som en pluralistisk demokrati*. Massamhället ses i positiva tecken. Det är en demokratisk process, som ger större möjlighet till mänsklig frihet. Detta har möjliggjorts - inte förhindrats - av industrisamhället. Den ökade läs- och skrivkunnigheten är ett exempel. Man trycker på publikens styrka och konsumtion och inte dess svaghet. Lewis (1978) skiljer ut två huvudsakliga grupper bland de sk empiriska realisterna: höger och vänster. I högergruppen anser "elitister" att människans intellekt begränsar hennes kulturella smak och "konservativa" som anser att om masskulturen växer, så borde även finkulturen växa. Gruppen har visserligen en positiv syn på masskultur, men den är ändå elitistisk. Vänstergruppen består av liberaler, exv Herbert Gans (1974), som anser att samhället består av olika smakpubliker samt av radikaler, exempelvis Raymond Williams (1976a;

1981): subgrupper i samhället producerar och reproducerar sin egen kultur i vilken ett medvetande växer fram.

Hur skall masskultur bedömas? Existerar den över huvud taget? Swingewood (1977) summerar upp sin diskussion kring genom att hävda att masskultur *inte* existerar: "There is no mass culture, or mass society; but there is an ideology of mass culture and mass society" (Swingewood, 1977:119). Masskulturmyten legitimerar den borgerliga demokratin och dess dominans, menar han. De flesta kulturforskare, ur framförallt den "positiva vänstergruppen" accepterar att masskultur finns, men försöker använda ett mindre värdeladdat begrepp. Williams (1976a) hävdar att termen "mass..." är katastrofal och borde begravas eftersom "mass"-metaforen förhindrar att de mest specifika moderna kommunikationsformerna analyseras. Willis (1990) menar att masskultur (om den någonsin existerat) nu har blivit kulturellt emanciperad. Man skall inte tala om *mass*kultur, utan om vanlig (common) kultur, om vardagskultur. Detta leder oss således in på ytterligare två kulturbegrepp som bör diskuteras, populärkultur och vardagskultur.

3. POPULÄRKULTUR

Populärkulturbegreppet är mindre värdeladdat än masskultur och begränsar inte heller användandet till massmediaprodukter och har bland annat därför börjat användas i stor utsträckning bland dagens samhällsvetenskapliga forskare (Burnett, 1990). Lewis (1978) beskriver populärkultur som förmedlad direkt eller indirekt via media och teknologi och är därigenom tillgänglig till en billig kostnad. Ägandeskapet är reglerat genom bland annat copyright och formen är standardiserad, formaliserad och en mångfald av kopior eller uppträdanden är tillgängliga. Lewis menar vidare att det sker en utväxling av material; populärkulturen lånar från andra områden. Producenterna och konsumenterna är skilda åt genom förmedlare, som är professionella, vilket också producenterna är. Slutligen är populärkultur konsumentorienterad. Framförallt kan populärkultur definieras i termer av vad den inte är, nämligen finkultur. Gränserna mellan de båda kulturerna varierar dock. Det finns exempel på kulturprodukter som har varit populärkulturella, men sedan uppnått status av finkultur just för att de är populära och genom deras inneboende struktur och medvetenhet. Tydliga exempel på detta är Shakespear, Twain och Dickens, liksom Mozarts 40 symfoni (Bigsby, 1976; Reimer, 1990). Det finns också exempel på motsatsen. Konserten och inspelningen därifrån med de finkulturella "tre tenorerna", Pavarotti, Domingo och Carrera, har blivit populärkultur. Detta kan jämföras med Robert Burnetts definition av populärmusik: "Popular music is self defined, ie. music that is popular. Popular music is directed at a self selected audience. Thus audience essentially

chooses or elects what is popular with its listening time and money" (Burnett, 1990:53). Det innebär att populärmusik är den musik som säljer tillräckligt och därmed kan anses representativ för en publik. Med andra ord, om en finkulturell produkt säljer i tillräckligt stort antal, blir den en populärkulturell produkt.

Det är också viktigt att göra en distinktion mellan populärkultur och folkkultur. Barbu (1976) hävdar att i varje analys av populärkultur, måste man göra en skillnad mellan traditionell och modern sådan. Traditionell kultur är populär om den är en integrerad tradition i ett samhälle och har en mytisk komponent. dvs att det råder konsensus om vad som är en tradition. En vanligare term är "folkkultur", som enligt Lewis (1978, se också Gans, 1974) betecknas av att den är anonym och i allmänhetens ägo. Den speglar och förstärker gruppens värden. Förmedlingen sker via traditionen, ofta i direktkommunikation, där både producenterna och artisterna är amatörer. Någon större skillnad görs dessutom inte mellan artister och konsumenter. Det som skiljer folkkultur och populärkultur åt är industrialismen; folkkultur betecknar oftast kulturer hos förindustriella grupper, medan populärkultur generellt betecknar industriella samhällens kulturprodukter.

Liksom det finns skillnader i sättet att se på kultur och masskultur så finns det också skilda synsätt vad gäller populärkultur. Ro Reimer (1990) noterar att det finns tre definitionsmässiga utgångspunkter. Den första är produktionsledet; populärkultur ses som de texter vilka är producerade och avsedda för en så stor publik som möjligt. Den andra utgångspunkten är innehållet; populärkultur är här triviala texter utan konstnärligt värde. Den tredje är mottagarna; populärkultur är de texter som når en stor publik. Denna uppdelning av sätt att *se* populärkultur borde även kunna utvidgas till att omfatta olika angreppssätt att *studera* populärkultur.

1. Produktionsledet

Att undersöka relationerna mellan marknaden som en ekonomisk organiserad institution och den kulturella produktionen är ett av tre sätt att studera populärkultur enligt Barbu (1976). Ett annat namn för detta förhållningssätt är "*systemanalys*". Perspektivet är närmast hämtat ifrån organisationssociologin (Lewis, 1978). Robert Burnett (1990) understryker vikten av produktionsperspektivet:

"This focus on 'culture industries' serves as a timely reminder that the mass media are first and foremost work organizations that depend upon the labour of workers, technicians, engineers, and managers at a variety of levels of skill. This fact is

often submerged below the otherwise exiting self image the media projects of itself in various forms of "infotainment" (Burnett, 1990:66).

Det finns enligt Lewis (1978) tre grenar med olika perspektiv inom systemanalys: från stängd till öppen systemanalys. Det första perspektivet, stängd systemanalys, tittar på funktioner, roller och karriärer hos de individuella aktörerna inom populärkulturorganisationerna. Dessa aktörer som studeras är konstnärer, agenter, producenter, gatekeepers, men också publiken. Det andra perspektivet har en "semi-öppen systemanalys", som fokuserar på processerna inom industrin och hur populärkulturindustrin integreras till ett produktionssystem. Det tredje perspektivet, öppen systemanalys, fokuserar på relationerna mellan de olika delarna inom populärkulturindustrin och dess större sociala omgivning. Till detta perspektiv kan läggas "loosely coupled systems model", vilken innebär att vissa system har mycket starkare relationer *inom* systemet än relationerna och interaktionen *mellan* olika system. Det vill säga relationerna mellan skivproducenter, artister och distributörer är mycket starkare än relationerna mellan producenterna och konsumenterna (Burnett, 1990).

Ett produktionsperspektiv på populärkultur har också 'production of culture' skolan, som tidigare nämnts. Dess fokus på relationerna mellan samhällsstruktur och kultur kan överföras till populärkultur. Den ekonomiska dimensionen av populärkulturindustrin undersöks för att för att bättre förstå produktions och konsumtionsprocesserna (Williams, 1981; Hall, 1980). 'Production of culture' undersöker relationerna mellan koncentrationen av producenter och mångfalden av kulturprodukter (Burnett, 1990).

2. Innehållet

Det andra förhållningssättet till populärkultur är enligt Reimer (1990) att se till innehållet. Perspektivet förutsätter att det är vissa inneboende kvaliteter som krävs för att en produkt skall betraktas som populärkulturell. Det är relationerna mellan författaren och hans verk som studeras (Barbu, 1976). Lewis (1978) döper perspektivet till "The social indicators approach". Genom innehållsanalyser eller strukturanalyser studeras populärkulturella artefakter och deras innehåll. De ses som sociala indikatorer på grupperns image och livsstil och/eller viktiga samhällsämnena, som sex, våld och rasproblem. Bartes och Levis-Strauss har analyserat texters latent struktur för att komma åt de myter som ligger däri och som formar publikens vardagliga upplevelser. Populärkultur har ett ideologiskt syfte, som omvandlas till en myt, vilken uttrycks i materiella eller icke-materiella normer av populärkultur. Dessa konsumeras och integreras i samhället. Lewis kritiserar undersökningarna för att de är dåligt planerade och genomförda och för att de inte

grundar sig på eller genererar teori. Dessutom drar de slutsatser om effekter på publiken utan att studera den.

3. Mottagarna

I mottagarperspektivet ser man populärkultur som de texter som når en stor mängd människor och det är människorna som framför allt studeras. Lewis (1978) kallar perspektivet "Communication research approach". Det finns fyra forskningsgrenar. Den första, effektforskning, undersöker vilka effekter populärkulturprodukter har på publiken. Teorierna används ofta inom sex- och våldsdebatterna. Den andra grenen ser till publikens val. Populärkulturell konsumtion görs i grupper och det är interaktionen inom grupperna som avgör individens val. Publikens val, användning och behovstillfredsställelse undersöks. Den tredje grenen ser till sociala kategorier. Det är sociala gruppers bakgrundsegenskaper, som gör att deras beteende och kulturella konsumtion blir uniform. Detta liknar i mångt och mycket den fjärde grenen, som fokuserar på kulturkoder. Kulturella artefakter har inneboende symboliska koder, som bara kan uppfattas om man är insocialiserad i dem. Också Barbu (1976) talar om ett mottagarperspektiv för att studera populärkultur. Det är relationerna mellan klass och kultur, som studeras, menar han. Detta kan sägas omfatta Lewis tredje och fjärde gren om sociala kategorier och kulturkoder. Kulturell uppdelning baseras på klassuppdelningen, som i sin tur grundar sig på skillnader i utbildning. Man behöver utbildning för att kunna deschiffrera kulturella koder. De begrepp som framför allt används och undersöks är klass, smak, reproduktion, livsstil och konsumtion. För att närmare förklara dessa och vad mottagarperspektivet på populärkultur innebär, så skall vi gå över till vårt fjärde begrepp - vardagskultur.

4. VARDAGSKULTUR

Det finns egentligen ingen direkt definition av "vardagskultur", utan det kan sägas vara ett begrepp som används som konsekvens av en kultursyn, den antropologiska synen på kultur. "Kultur är det medium genom vilket människor bearbetar och organiserar sina erfarenheter, skapar sammanhang och mening, koder och symboler. I denna process är vi både kulturbärare och kulturbyggare" (Löfgren, 1988:57). I och med att kultur är ett helt sätt att vara, så betonas det alldagligas betydelse. Vardagen är full av kultur. Det är vardagliga händelser som skall undersökas. Kultur är en process, som produceras efter givna materiella villkor och individers och gruppers sociala positioner. Orvar Löfgren menar att:

"det är denna paradox, att *ur det givna skapas det nya*, som är själva inbegreppet av dialektiken mellan kultur och materiella villkor" (Löfgren, 1988:58).

Som har framkommit av uppsatsen, så görs ofta inom kulturforskningen kopplingar mellan sociala klasser och kultur. Det är en process, en dialektik mellan samhällsstrukturer och kulturer. "Smak" är ett viktigt begrepp i detta sammanhang och det har analyserats av flera kulturforskare. En av de första som studerade kopplingen mellan smak och olika grupper var Herbert Gans, som i sin nu klassiska bok "Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste" (1974) introducerar begreppet "smakkulturer". Dessa består av värden, den kulturella form dessa värden tar, mediet i vilket dessa tar form samt vanliga konsumentvaror som uttrycker estetiskt värde eller funktion (bilar, kläder, möbler etc). Gans hävdar vidare:

"Every major taste culture has its own art, music, fiction, nonfiction, poetry, films, television programs, architecture, favored foods, and so forth Each culture also has its own institutions for meeting people's aesthetic needs" (Gans, 1974:69).

Kultur existerar inte utanför dem som skapar och använder den. Av analytisk orsak måste därför producenter och konsumenter särskiljas. De senare är grupperade i olika smakpubliker, som definieras genom de gemensamma estetiska värden de innehar och inte nödvändigtvis genom det innehåll de tar del av. Gans urskiljer fem smakpubliker: finkultur, övre medel-, lägre medel-, låg kultur samt kvasi-folk låg kultur. Det är framförallt klasstillhörigheten som bestämmer vilken smakkultur individen tillhör. Klasstillhörigheten bestäms i sin tur främst av vilken utbildningsnivå individen har. Både smakpubliker och smakkulturer påverkas av således av samhällets socioekonomiska hierarki. Det finns därför smakkonflikter på samma sätt som klasskonflikter.

En annan kulturforskare, som underskryker utbildningens vikt för dialektiken mellan klass och smak är Pierre Bourdieu (1984). Han presenterar och testar empiriskt en teori om social rymd. I vår sociala verklighet finns olika självständiga fält, men som på ett strukturellt sätt är varandras motsvarigheter. Fälten fungerar som livsstilar, inom vilka individen producerar och reproducerar vardaglig mening. I dessa fält får individen sin position genom innehav av olika typer av kapital. Förutom ekonomiskt kapital, vars betydelse för den sociala positionen avhandlats av många forskare, finns också kulturellt och socialt kapital. Liksom för Gans är "smak" ett viktigt begrepp för Bourdieu. Smak är en av de största sociala barriärerna i samhället. Den fungerar som klassmarkör när en smak sätts i relation till en annan. Smak är därför inte bara klassificerande, utan klassificerar också den som gör klassifikationen. I den social rymden klassificeras individen nämligen

gen av de distinktioner hon gör. Ett annat viktigt begrepp för Bourdieu är "habitus". För att förstå detta måste hänsyn tas till Bourdieus kultursyn. Kultur är gemensamma koder. För att kunna deschiffrera koderna behövs ett mönstersystem, som ger alla som innehar systemet möjlighet att tolka koderna. Habitus är ett sådant system. Det är en förmedlande länk mellan individens personliga, subjektiva preferenser och de strukturella valmöjligheter hon har. Smak och kulturella preferenser fungerar som markörer av habitus. De är strukturerade av tillgången till ekonomiskt, kulturellt och socialt kapital. Bourdieu menar att vi visar vem vi är genom vår smak och konsumtion. Liksom Gans förklarar Bourdieu reproduktionen av smak och habitus genom utbildning. Det är i skolan vi lär oss att använda oss av instrumentet som gör att vi kan deschiffrera kulturella koder. Därigenom lär vi oss uppskatta och få behov av kulturella produkter. Det är emellertid enbart den dominerande kulturen som reproduceras genom skolan och lärarna (som innehar den dominerande kulturen) förutsätter att studenterna behärskar vissa kulturella koder. De studenter, som redan är insocialiserade i den dominerande kulturen har därför ett stort försprång. De förstår de koder, som är en förutsättning för att lyckas inom skolsystemet. Skolan har alltså en inneboende ojämlikhet (Se även Roe, 1983; Roe, 1987a).

Gans (1974) talade om fem smakpubliker. Bourdieu (1984) beskriver istället tre smakzoner, vilka korresponderar med utbildningsnivå och social bakgrund: Först, den dominerande smaken, finns framför allt bland den dominerande klassen med mycket utbildningskapital. Den andra zonen, "middle-brow" smak, omfattar 'de mindre verken i de större konsterna'. Den är vanlig bland icke-intellektuella i medelklasserna. Den tredje zonen, populärsmak, (jämför populärkultur) är vanligast i arbetarklassen och varierar i inverterad grad med utbildningskapital. Här återfinns bland annat "lätt" musik och populariserad klassisk musik. Uppdelningen av tre smakzoner visar inte "bara" på skillnader i smak. Den visar på dynamiken mellan de sociala fälten. Förutom skillnaden mellan arbetarklass och medelklass, finns kulturella skillnader inom medelklassen. Det finns en del av medelklassen, som har gott om ekonomiskt kapital. Den arbetar främst inom den privata sektorn och bor i stora villor, spelar golf och kör en ny tjänstebil. Den har, enligt Bourdieu, inte tillräckligt med smak för alla sina pengar. Den andra delen är en kulturell aristokrati. Den har mycket kulturellt kapital, dvs mycket "smak", men inga pengar att tillfredsställa den med.

Bourdieu är visserligen ibland överdeterministisk, men han säger ändå att det finns en flexibilitet och dynamik i systemet, om än svag. Det kulturella, liksom det ekonomiska kapitalet måste vårdas annars går det förlorat. Det finns barn från arbetarklassen, som lyckas erhålla kulturellt kapital genom utbildning. Det har lett till en inflation av examina. Det bildas en grupp i samhället, den nya "petite-bourgeoisie", som söker sig till universiteten (humanistiska och samhällsvetenskapliga fakultet) och till kulturproduce-

rande yrken. Deras maktbas i samhället är deras kulturella kapital och de är därför starka motståndare till alla former av kulturell demokrati. Detta är en förklaring till moraliska paniker, dvs gruppen är negativa till masskultur (Roe, 1987b). Vi kan jämföra denna nya "petite-bourgeoisie" med den grupp som Lewis (1978) kallar "normativa idealister". Konservativa och radikala intellektuella bildar en ohelig allians i kampen mot masskultur.

Även Paul Willis diskuterar skolans roll för vår sociala position och kulturella konsumtion. Willis (1977) undersökte en grupp arbetarklass pojkar i en engelsk arbetarklass stad. Hans syfte var att förklara varför arbetarklassbarn får arbetarklassyrken. Han inleder sin bok med att hävda:

"The difficult thing to explain how middle class kids get middle class jobs is why others let them. The difficult thing to explain how working class kids get working class jobs is why they let themselves" (Willis, 1977:1).

Willis fann två kulturer bland pojkarna: konformister och skolmotståndare. Det två grupperna kan förklaras enligt Bourdieus (1984) teorier. Konformisterna ställer upp på skolsystemets villkor och försöker lära sig de kulturella koderna och därmed övervinna sitt inbygda underläge. Skolmotståndarna däremot, har eliminerat sig själva och vägrar ställa upp på skolans premisser, där de blir kulturellt förtryckta. Pojkarna gör två distinktioner: mellan manuellt och mentalt arbete samt mellan könen. Dessa distinktioner korsas. Manuellt arbete associeras med det maskulinas sociala överlägsenhet och mentalt arbete med kvinnlig underlägsenhet. Därför föredrar pojkarna manuellt arbete, eftersom det bekräftar deras manlighet.

Willis (1990) hävdar, som tidigare nämnts, att det är den vanliga (common) kulturen som skall undersökas. Han har analyserat hur unga människor skapar sin egen kultur utifrån så kallade "masskulturella" produkter. Att titta på TV, lyssna på rockmusik, läsa tidskrifter etc är ingen passiv sysselsättning. Det innebär att publiken omarbetar produktens symboler och genom dem skapar och förstärker sin egen kulturella miljö. Populärmusik är t ex ett av de viktigaste medlen för ungdomar idag att definiera sig själva. Genom musiken definierar de deras sociala och kulturella rymd; de lyssnar på en specifik musik inom specifika sociala omgivningar. Lyssnandet stimulerar också till att själva skapa musik. Mode är ett annat sätt för ungdomar att skapa mening. De uttrycker sin identitet och lär känna sig själva genom att plocka samman olika plagg, dvs att skapa en yttre image. Musik- och klädsmaak är indikatorer på en kulturell identitet, och Willis menar att det är kläderna som är viktigast. Genom att själva tillverka sina kläder, som många unga kvinnor gör, får de både en symbolisk och praktisk tillfredsställelse. Willis (1990) tar också upp kultur ur ett könsrollsperspektiv. Han diskuterar kvinnors sätt att förstärka sin yttre image genom att läsa "tjejtidningar". De blir en del av, vad han kallar, unga flickors "sovrumskultur". Den typen av tidningar är emellertid ett "säkert nöje",

som uppmuntrar en mer introvert kulturell aktivitet och förstärker därför kvinnornas sociala underläge. "If magazines culturally *empower* young woman, they are also products of their *powerlessness*" (Willis, 1990:57).

Liksom Gans och Bourdieu vänder sig Willis (1990) mot skolsystemet. Hans slutsatser är att skolsystemet behöver förändras för att kunna tillgodose allas kulturella smak. Det skall vara mindre teknik och mer humaniora - och denna gång skall det inte vara elitens kultur som dominerar. Det är inte konsumtionen vi skall göra jämlik, utan möjligheterna att utvecklas till kulturella producenter.

5. FRÅN KULTUR TILL JOURNALISTKULTUR?

Trots ovanstående genomgång av olika kulturbegrepp hänger fortfarande frågan om vad kultur är - egentligen - kvar i luften. Kan man säga att det finns ett riktigt sätt att se på kultur? För att på något sätt avsluta uppsatsens inledande frågetecken med ett utropstecken, så skulle jag behöva ge mig in i kulturdebatten och här presentera vad jag anser att kultur är. Det är emellertid inte mitt syfte med uppsatsen och orsaken är inte bara dess karaktär av litteraturöversikt. Även om Raymond Williams själv definierar kultur, så argumenterar han att:

"in general it is the range and overlap of meanings that is significant" (Williams, 1976b:91).

Det intressanta är med andra ord inte om exempelvis det antropologiska synsättet på kultur är mer *rätt* än det finkulturella. Det är syftet med det egna forskningsområdet som avgör vilken kulturell definition som används. Jag vill därför leda in diskussionen på ett specifikt forskningsområde, som vanligtvis inte förknippas med kulturstudier: forskning om journalister. Trots att kulturbegreppen inte brukar användas inom journalistforskning, menar jag att det är både fruktbart och nödvändigt att koppla samman de båda forskningsområdena kultur och journalistik; med andra ord att använda kulturbegreppen (med deras tänkesätt) inom journalistforskning.

Lewis (1978) beskriver olika perspektiv på populärkulturforskning. Ett av dem är, som nämnts, "stängd systemanalys". De individuella aktörerna undersöks, bland annat populärkulturproducenter. Många journalister producerar förvisso populärkultur, exempelvis veckotidningar och nöjesprogram på radio och TV. Den "hierarkiska ordningen" bland "vanliga" kulturprodukter finner vi också bland de journalistiska dito; Dagens Nyheter torde kunna betecknas som "finkulturell" och Expressen som "masskulturell". All journalistisk produktion är således inte populärkultur. Jag anser emellertid att det Lewis kallar stängd systemanalys inte behöver begränsas till populärkultur. Att undersöka funktioner, roller, karriärer etc hos alla former av kulturproducenter

torde vara viktigt och journalister är definitivt kulturproducenter. Att studera journalister-
nas roller och funktioner kan därför göras med ett "stängt systemanalytiskt" perspektiv
inom kulturforskningen.

Vi kan gå ytterligare ett steg längre. Den journalistiska yrkeskåren är visserligen
intressant för att den producerar kultur, men framför allt är den intresseväckande för att
den *är* en kultur. Carey (1989) menar att det är viktigt att studera journalister och journa-
listik jämte konst och kulturella ritualer, därför att journalistik kan ses som en specifik
kulturform. Jag vill, med risk att än mer förvirra kulturdebatten, föra in ytterligare ett
begrepp: "journalistkultur". Journalister formar en yrkeskultur, med en specifik produk-
tion av mening, en yrkesideologi. Synen på sig själva och yrkets funktion i samhället är
viktiga komponenter i denna ideologi. Journalisten både producerar och reproducerar
kultur och mening. Hon har vissa inneboende kriterier för vad som är nyheter och denna
nyhetsideologi gör att hon samlar in information och bearbetar den till en journalistisk
produkt på ett visst sätt. Journalistik blir därför både ett sätt att arbeta och en ideologi.

Journalister kan ses som kulturproducenter, men också som kulturkonsument, *mottagare av kultur*. Det är nödvändigt att utgå ifrån Gans och framför allt Bourdieus
teorier om kulturell rymd och smak, för att förstå varför journalisterna är som de är och
gör vad de gör, dvs att de är både skapare och mottagare av kulturprodukter. De är en
journalistkultur. Gans (1974) talar om gemensamma estetiska värden som den faktorn
som skapar en smakpublik. Bourdieu (1984) säger istället att det är vår konsumtion som
avslöjar vår smak, dvs vem vi är. Både Gans och Bourdieu reser frågan om vi kan hitta
gemensamma värderingar och liknande smak, dvs ett gemensamt habitus bland journalis-
ter. Att föra in Bourdieus resonemang kring klass, habitus, kapital och utbildningens
påverkan, i forskning kring journalister skulle vara mycket fruktbart. Det är ur detta
perspektivet i huvudsak tre problemområden som rör journalister som bör studeras:

- * Varför blev journalisterna journalister?
- * Hur ser den journalistiska kulturen ut?
- * Vilka former av kapital har journalisterna, dvs inom vilka smakzoner rör de sig?

För att förstå varför och hur de blivit journalister samt hur de tänker och fungerar
som journalister är det viktigt att ta hänsyn till journalisternas sociala och kulturella bak-
grund. Journalisternas sociala rymd och deras bakgrund beskriver Bourdieu när han dis-
kuterar den nya "petite bourgeoisie". För den gruppen är dessutom det kulturella- och ut-
bildningskapitalet mycket viktigt. Utbildningen är en speciellt viktig faktor när det gäller
journalister, eftersom det i bland annat Sverige finns speciella utbildningar där man lär sig
hur man blir journalist. De speciella journalistiska kulturella koderna lärs ut, för att an-

vända Bourdieus begrepp, eller med andra ord, så socialiseras journaliststudenterna in i journalistideologin och -yrket redan innan de blivit journalister.

Det finns ytterligare ett kulturellt perspektiv, som är mycket viktigt, inte bara för journalistforskning, och som jag inte funnit särskilt mycket diskussioner om i litteraturen - frågan om det finns en kvinnlig och en manlig kultur? (Observeras bör att ingen av "klassikerna" bland kulturforskarna är kvinnor.) Willis (1977) snuddar vid detta område när han argumenterar att arbetarpojken korsar de två dimensionerna manuellt-mentalt och manligt-kvinnligt arbete samt när Willis (1990) diskuterar unga kvinnors sätt att läsa "tjejtidningar".

Om man utgår ifrån att en subkultur både producerar och reproducerar ideologi, så är det både viktigt och intressant att se huruvida kvinnliga journalister har en egen specifik kultur. Denna subkulturs ideologi borde följdaktligen påverka de journalistiska produkterna. Hänsyn måste också tas till om den kvinnliga journalistiska subkulturen finns *oberoende av* de sociala klasserna eller *inom* dem. Återigen visar det sig att kopplingen mellan struktur och kultur bör göras. Det innebär, i det här fallet, att man drar teoretiska slutsatser om kulturen genom att man ser på den strukturella könsfördelningen bland journalister, dvs se till faktorer som hur många kvinnliga/manliga journalister det finns på vilka arbetsuppgifter med vilken utbildning och socialbakgrund etc. Det är alltså inte bara en fråga om *att* det finns kvinnor, utan också *vilka* de är, framför allt vad gäller den sociala bakgrunden.

Sammanfattningsvis, så kan slutsatsen dras att någon rätt och riktig definition på kultur inte har getts och inte kan ges. Svaret på frågan "vad är kultur?" får var och en, utifrån det egna forsknings/användningsområdet, komma fram till. Det kulturella perspektivet är emellertid viktigt att beakta, även inom områden, som normalt inte brukar ses som "kulturforskning". För mig leder "journalistforskning" därför automatiskt in på kulturforskning. Det är viktigt att studera journalister både som kulturproducenter och -konsumenter, dvs att studera en journalistkultur.

BIBLIOGRAFI

- Barbu, Zev (1976) *Popular Culture: A Sociological Approach* i C.W.E Bigsby (Red) *Approaches to Popular Culture*. Bowling Green: Bowling Green University Press.
- Bigsby, C.W.E. (1976) *The Politics of Popular Culture* i C.W.E Bigsby (Red) *Approaches to Popular Culture*. Bowling Green: Bowling Green University Press.
- Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Burnett, Robert (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. Göteborg: Kompendiet.
- Carey, James (1989) *Communication As Culture. Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Fiske, John (1990) Kampen om hemlöshetens betydelser. Utslagna män ser på Die Hard på video. *Filmhäftet* 3/4 1990:123-133.
- Hall, Stuart (1980) Cultural studies: two paradigms. *Media, Culture and Society*. 1980 2: 57-72, London: Academic Press.
- Hannerz, Ulf (1982) Delkulturer och helheten i Ulf Hannerz, Rita Liljeström, Orvar Löfgren (Red) *Kultur och medvetande. En vetenskaplig analys*. Stockholm: Akademilitteratur, pp 54-72.
- Hannerz, Ulf (1983) *Över Gränser. Studier i dagens socialantropologi*. Lund: Liber.
- Garnham, Nicholas, Williams, Raymond (1980) Pierre Bourdieu and the Sociology of Culture: an Introduction i *Media, Culture and Society*, 209-223.
- Lewis, George H (1978) *The Sociology of Popular Culture. Current Sociology*. The Journal of the International Sociological Association, Vol 26 nr 3.
- Löfgren, Orvar (1988) *Vardagskultur och livsform*. U. Himmelstrand och Göran Svensson (Red) *Sverige - vardag och struktur*. Stockholm: Norstedts.
- Reimer, Bo (1990) *Kulturdiskussioner. Inlägg i tre eviga debatter*. Arbetsrapport nr 4, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Roe, Keith (1983) *Mass Media and Adolescent Schooling: Conflict or Co-existence?* Stockholm: Almqvist och Wiksell International.
- Roe, Keith (1987a) *The School and Music in Adolescent Socialization*. I Lull, J (red) *popular Music and Communication*. Newbury Park: Sage.
- Roe, Keith (1987b) *Culture, Media and the Intellectual. A Review of The Work of Pierre Bourdieu*. i Carlsson, Ulla (red): *Forskning om populärkultur*. Nordikomnytt 1-2 1987. Kungälv: Goterna.
- Swingewood, Alan (1977) *The Myths of Mass Culture*. London and Basingstoke: The MacMillan Press Ltd.

Williams, Raymond (1976a) *Communication as Cultural Science* i C.W.E Bigsby, (Ed) *Approaches to Popular Culture*. Bowling Green: Bowling Green University Press.

Williams, Raymond (1981) *Culture*. London: Fontana.

Williams, Raymond (1976b) *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. London: Fontana.

Willis, Paul (1990) *Common Culture*. Milton Keynes: Open University Press.

Willis, Paul (1977) *Learning to Labour. How Working Class Kids Get Working Class Jobs*. Gower.