

Edward Kasperski

PRZEGLĄDY ZAGRANICZNE
FRANCJA

NOWE CZASOPISMO FRANCUSKIE O KOMUNIKACJI MASOWEJ

W latach 1960—1961 powstało we Francji czasopismo poświęcone przeglądom badań nad komunikacją masową. „Communications” — tak bowiem nazywa się pismo — jest publikacją Ośrodka Badań nad Kulturą Masową przy sekcji społeczno-ekonomicznej École Pratique des Hautes Études w Paryżu. Przegląd poniższy poświęcony jest omówieniu trzech pierwszych numerów „Communications”.

Zarówno Ośrodek, jak i czasopismo zostały powołane z inicjatywy Georges Friedmanna. Został on również pierwszym dyrektorem C.E.C.MAS (skrót od francuskiej nazwy Ośrodka) i naczelnym redaktorem „Communications”. W redakcji tegoż znaleźli się znani skądinąd badacze kultury masowej: Edgar Morin i Violetta Morin, Claude Bremond i Roland Barthes. Dwa pierwsze numery pisma są rocznikami, trzeci natomiast ukazał się jako półrocznik.

Ambicją publikacji jest socjologiczna analiza środków masowego przekazu (tak zwane *mass media* w literaturze amerykańskiej) — prasy, radia, telewizji, kina, reklamy itp. Na uzasadnienie takiej analizy można przywołać fakt rosnącego odczucia ogromnej roli *mass media* w życiu codziennym. Ponadto wydaje się, że dziedzina środków masowego przekazu tworzy odrębny system, nie dający się całkowicie sprowadzić do innych aspektów cywilizacji technicznej. *Mass media* stanowią bowiem pewną ponadustrojową cechę dwudziestego wieku. Zarówno w kapitalizmie, jak w socjalizmie pozostają zbieżne niektóre elementarne problemy komunikacji masowej. Co zresztą nie musi przesłaniać faktu, że w obu przypadkach są one uwikłane w odmienne konteksty społeczne i kulturowe.

Krytyczna refleksja oraz badania empiryczne są o tyle potrzebne w dziedzinie komunikacji masowej, że — po pierwsze — do chwili obecnej komunikacja ta nie została należycie wyodrębniona ze sfery ogólnych badań nad kulturą masową oraz — po wtóre — że istnieje określone zamówienie społeczne na rezultaty badań ma tym polu. Wszystko zatem można w tej dyscyplinie zrobić. W przedmiocie do „Communications”, redakcja kładzie tedy szczególny akcent na zarazem pytający i poszukujący charakter publikacji.

Należy zwrócić uwagę na szerokie horyzonty problemowe czasopisma, jego otwarty, dyskusyjny oraz empiryczny kierunek. W poszczególnych numerach znajdują się bowiem zarówno artykuły o treści ogólnej, jak relacje o wynikach konkretnych badań nad prasą (*Podróż Chruszczowa do Francji* Violetty Morin, o programie „Paris-Match” itp.), radiem, telewizją i filmem (zespołowa analiza postaci bohaterkich z filmów Nowej Fali w pierwszym numerze „Communications”). Pismo prowadzi również stały dział bieżącej informacji o wielojęzycznej literaturze przedmiotu. Wyrazem jego pragmatycznych tendencji jest opublikowana w drugim numerze dyskusja na temat wzajemnego stosunku problematyki kultury masowej i nauczania. Warto nadmienić, że nad powyższymi zagadnieniami pracuje od wielu lat redaktor naczelny „Communications”, Georges Friedmann.

Co się zaś tyczy rozpiętości problemowej pisma, trudno wytyczyć jej dokładne granice. To samo stosuje się również do zasady selekcji prac umieszczonych na jego łamach. Wiadomo, co mamy na myśli, kiedy mówimy o środkach masowej komunikacji. Natomiast zasób problemów, które wyłaniają się wraz z pojawieniem się *mass media*, jest praktycznie niepoliczalny. Stąd analiza socjologiczna, o której wspomina słowo wstępne redakcji, jest pojęta bardzo rozlegle. Obejmuje ona zagadnienia z pogranicza nauki o kulturze, semiologii, teorii komunikacji, pedagogiki i innych dyscyplin. Bowiem z punktu widzenia badań nad komunikacją masową, w równej mierze może być istotna sprawa języka, wypracowanego na użytek filmu lub telewizji, co sprawa wartości doprowadzonych przez nie do masowej publiczności. Można więc mniemać na podstawie lektury treści przeglądu, iż zespołowi redakcyjnemu nie jest obca świadomość pogranicznego, przekrojowego charakteru badań nad tą dziedziną. Potwierdza to różnorodność i wieloaspektowość publikowanych prac.

Nie jest również obojętna pismu praktyczna użyteczność badań nad kulturą i komunikacją masową, gdyż na Zachodzie, podobnie zresztą jak w naszym systemie, coraz częściej odzywają się głosy nawołujące do regulacji na ogół żywiołowego strumienia środków, technik i treści masowego przekazu. Zagadnienie to posiada dwa aspekty. Otóż regulacji takiej można dokonać od strony nadawcy lub producenta, lecz można także podjąć wysiłek neutralizowania negatywnych skutków kultury masowej od strony, odbiorcy — masowej publiczności. O ile pierwsze zadanie rozwiązuje się za pośrednictwem społecznej i państwowej kontroli nad ośrodkami wytwarzania i przekazu, co jest osiągalne i praktykowane w krajach socjalistycznych, o tyle kształcenie i wychowywanie odbiorcy umożliwia budowę skutecznej bariery przeciwko zalewowi pseudo-treści kulturalnych tam, gdzie ośrodki transmisji znajdują się w rękach prywatnych. W tym świetle podjęcie przez

„Communications” problematyki kultury masowej i nauczania wydaje się bardzo symptomatyczne.

Wśród możliwych pytań, które prowokują zjawiska z domeny kultury i komunikacji masowej, niezmiennie i aktualne pozostają pytania o ich rolę we współczesnej cywilizacji, o wartość i mechanizm działania kultury masowej na odbiorców. Kultura ta posiada jeszcze i dzisiaj więcej przeciwników niż obrońców. „Communications” zawiera kilka takich prac o charakterze bardziej ogólnym — o nich poniżej. Niemniej coraz szerzej rozpowszechnia się pogląd, że kultura masowa stanowi zjawisko niesprowadzalne do innych poziomów kulturowych, a masowa komunikacja tworzy uniwersalny fakt cywilizacji o doniosłym, wręcz rewolucyjnym znaczeniu. Równoległe pojawia się przekonanie o potrzebie systematycznych badań nad tymi dziedzinami po to, ażeby w oparciu o wyniki analiz móc sprawować nad nimi kontrolę oraz móc programować ich działanie zgodnie z rzeczywistym interesem jednostki i społeczeństwa. Wydaje się, że fakt powołania do życia Ośrodka Badań nad Kulturą Masową w Paryżu, fakt pojawienia się „Communications”, stanowią jedynie prostą konsekwencję oczywistości istnienia kultury komunikacji masowej oraz są świadectwem rosnącej roli tych dziedzin w życiu współczesnym.

*

Problematyzację i omówienie stanu badań nad komunikacją masową można znaleźć w artykule M. Janowitza i R. Schulza¹. Autorzy zajmują się jedynie socjologicznym aspektem badań nad środkami przekazu kultury masowej. Problematyzacja uwzględnia tedy trzy podstawowe wymiary społecznego modelu komunikacji: nadawców czyli ośrodki dyspozycji i realizacji programu, odbiorców — ci jako całość tworzą tak zwaną masową publiczność, oraz treść programu, doprowadzoną kanałami *mass media* do milionowej rzeszy konsumentów. Nadto, jako czwarty wymiar, pojawia się zagadnienie efektów komunikacji. Z grupy czterech aspektów procesu komunikacji szczególne zainteresowanie budzi sprawa oddziaływania *mass media* na masową publiczność.

W tym punkcie, warto zauważyć, ujawnia się szczególna skuteczność analizy socjologicznej w zastosowaniu do badania efektów kultury masowej. Określając próg przenikalności treści wysyłanych przez *mass media* oraz konsekwencje oddziaływania na postawę mas w życiu społecznym i politycznym, analiza taka stwarza przesłanki przejścia od procesu poznawczego do praktycznego działania, do programowania i kierowania środkami masowego przekazu w skali globalnej. Umożliwia ona rozpoznanie tego, co jest doraźnym urabianiem mas, od tego, co jest prawdziwą edukacją. Co więcej — z naukowych konstatacji

¹ *Kierunki poszukiwań w dziedzinie komunikacji masowej*, „Communications” I, ss. 16—17.

buduje także przesłanki dla autentycznej polityki kulturalnej. Stanowi też w pewnej mierze (trudno powiedzieć w jakiej) narzędzie społecznej kontroli nad środkami przekazu.

Empiryczne badania społecznego modelu komunikacji rozpraszają, zdaniem autorów, narosłe jeszcze w latach trzydziestych uprzedzenia co do potencjalnych, negatywnych skutków działania kultury masowej na szeroką publiczność. Badania socjologów amerykańskich (Lazarsfelda, Lasswela i innych) pokazały, że oddziaływanie *mass media* na jednostkę jest bardziej ograniczone niż pierwotnie przypuszczano. Daleko większy wpływ na przekonania i zachowanie jednostki posiada bowiem grupa prymarna (rodzina, środowisko, zawodowe itp.). Dowiedziono również, że moment odbioru przekazu kulturalnego jest co najmniej tak samo ważny, jak moment wprowadzenia weń określonej intencji. Odczytanie przekazu jest bowiem uzależnione od wielorakich dyspozycji odbierającego, który najogólniej mówiąc, przyjmuje to, czego się spodziewa, co pragnie usłyszeć lub zobaczyć. Po trzecie: okazało się, że w sytuacjach konfliktowych, rewolucyjnych wpływ grup prymarnych maleje i szybko wzrasta stopień działania *mass media* na jednostkę, zaś w okresach stabilizacji następuje odwrócenie tendencji.

W sądach o kulturze masowej rzuca się w oczy swoista polaryzacja stanowisk, pozostająca częstokroć w bezpośrednim związku ze specjalizacją naukową badacza. Obrony tej kultury bowiem podejmują się na ogół socjologowie empiryczni, badający jej konsekwencje społeczne, natomiast jej krytyka wywodzi się zwykle z określonej inspiracji filozoficznej. Jeżeli więc współcześnie można zauważyć więcej ostrożności i znacznie mniej profetyzmu w sądach o społecznych skutkach działania kultury masowej, o tyle wyniki refleksji brzmią pesymistycznie, gdy analiza wychodzi od wytworu i sfery produkcji, bądź też gdy szuka ona ideologicznego ekwiwalentu dla obu z nich po kolei.

Analizę sprzeczności zawartych w procesie wytwórczości kulturalnej (*l'industrie culturelle*) podejmuje Edgar Morin². Dwie cechy obrazują generalnie istotę twórczości w kulturze masowej: przemysłowy charakter tejże i jej biurokratyczna organizacja. Zatem twórca, ów centralny element świata kultury, znajduje się w obliczu dwustronnego nacisku — techniki i biurokracji. Ta ostatnia niweczy jego inwencję, w proces twórczy wprowadza pierwiastki rutyny i racjonalizacji. Technika zaś, urzeczywistniając typizację dzieła, niszczy jego jednostkowy, niepowtarzalny wyraz. W rezultacie, jako owoc uprzemysłowienia, twórczość staje się anonimowa, racjonalnie zorganizowana, traci swój pierwotny, indywidualny charakter.

² *Przemysł kulturalny*, „Communications” I, ss. 38—58.

Ale to jedynie część prawdy. Sposobowi wytwarzania radykalnie przeciwstawia się natura konsumpcji. Albowiem odbiorca pożąda nade wszystko dzieła jednostkowego i nowego. Dlatego też przemysł kulturalny musi bezustannie, ciągle na nowo, rozwiązywać sprzeczność zawartą pomiędzy swoją strukturą standardowo-biurokratyczną a oryginalnością produktu, którego pożąda rynek. Funkcjonowanie tegoż przemysłu określa więc para opozycji: inwencji artysty i biurokracji oraz jednostkowości dzieła i standardu produkcji. W rzeczywistości, jak wynika ze stanu napięć istniejących w tej dziedzinie, tworzenie dzieł kultury masowej nie da się nigdy zredukować do produkcji przemysłowej, ani też nigdy totalnie nie może być włączone w jej system.

W dziedzinie kultury masowej powstanie dzieła znamionuje wysoko rozwinięty podział pracy oraz krążenie między szeregiem ogniów pośredniczących. Ubocznym skutkiem tego obiegu i partykularyzacji wkładu twórczego jest anonimowość produktu końcowego oraz alienacja artysty. Autor nie może się już utożsamić z własnym dziełem. Ono zresztą również ulega swoistym przekształceniom. Chęć osiągnięcia maksymalnego zysku powoduje, że kieruje się to dzieło w stronę przeciętnej odbiorcy (*l'homme moyen*). Aby nabył on towar, towar ów, występujący w charakterze produktu kulturalnego, musi w sobie zawierać odpowiedź na różnorodne, statystycznie przeciętne, a niejednokrotnie sprzeczne oczekiwania nabywającego. Odbiciem tej rynkowej natury produktu kultury masowej jest homogenizacja w dziedzinie treści i synkretyzmu w polu powiązań stylistycznych towaru.

Jednakże konsument, pisze T. W. Adorno³, nie jest równorzędnym partnerem dla przemysłu kulturalnego. Przemysł liczy się wprawdzie ze stanem świadomości i nieświadomości milionów osób, którym zaleca swoje produkty, jednak nie troska o masy przyświeca jego działalności. Masy te stanowią, co najwyżej, pozycję w rachunku. Ich upodobania przyjmuje on za niezmienny składnik swojej kalkulacji. Wyklucza zaś jakąkolwiek możliwość przekształcenia postawy odbiorców, co wszakże nie oznacza, że przemysł nie potrafi dostosowywać swojej produkcji do zmienionej sytuacji. W ostatecznym więc wyniku tworzona przezeń kultura utrwala skostniałe warunki ludzkiego życia, zamiast przeciwko nim protestować, co w przeszłości stanowiło jedną z jej ważnych funkcji.

Jest nieprawdą, że kultura masowa może być neutralna lub nieszkodliwa. W określonych warunkach spełnia ona rolę ideologii. Jako ideologia zmierza do utrwalenia porządku, w którym się człowiek znalazł, bądź w który został wprowadzony przemocą. Jej idea porządku zawiera zgodę na *status quo*. Ideę taką przyjmuje się *a priori*, bez analizy i bez krytyki. Głosi ona bierne poddanie się wszechobecności i władzy tego, co aktualnie istnieje.

³ *Przemysł kulturalny*, „Communications” III, ss. 12—18.

Konformizm wypiera świadomość bytu ludzkiego i świadomość autonomii jednostki. Unika się tedy konfrontacji istniejącego porządku z tym, do czego ludzie dążą, z ich interesami. Kultura masowa jedynie pozornie rozwiązuje realne konflikty ludzkie. Jej poetyką rządzi zasada abstrakcyjnego sukcesu. W istocie rzeczy dostarcza ona złudnej namiastki przeżycia i fikcyjnego zadowolenia, oddalając ludzi od prawdziwych celów ich jednostkowego i społecznego bytu. W swojej znakomitej większości przemysł kulturalny — wniosek Adorno stosuje się do klasycznego amerykańskiego wzorca kultury masowej — utrudnia kształtowanie niezależnych, autonomicznych jednostek, zdolnych świadomie oceniać i zdolnych podejmować świadome decyzje.

Analiza kultury masowej od strony procesu twórczego, dzieła oraz produkcji, zwłaszcza w odniesieniu do modelu amerykańskiego, obnaża przede wszystkim zdegradowane, nieautentyczne oraz alienacyjne cechy procesu. Ujawnia jego utajony ideologiczny charakter. Ale jednocześnie krytyka tego rodzaju odkrywa swoje słabe punkty. Nie zawsze jest bowiem jasne, w jakim stopniu inspiruje ją troska o przyszłość kultury i pragnienie oswobodzenia człowieka z pęt alienacji, a w jakiej mierze wynika ona z przywiązania do tradycyjnych modeli kulturowych. Zwykle nie precyzuje ona swoich postulatów pozytywnych. I być może, to właśnie najdobitniej świadczy o jej słabości. Albowiem komunikacja i kultura masowa urosły do rangi faktu cywilizacyjnego oznaczającego granicę naszej epoki i epok poprzednich. Urosły do rangi istotnego składnika naszego życia. Jeżeli nie chce się, aby opanował on człowieka, człowiek musi go poznać i zdobyć nad nim kontrolę. W każdym razie w tym punkcie przebiega linia podziału na krytykę odważną, konstruktywną i krytykę nihilistyczną, jałową.

Kultura masowa, wedle D. Bella⁴, stanowi swoistą, niewyprowadzalną z tradycji, cechę obecnego układu cywilizacyjnego. Tym co ją różni od przeszłości jest oderwanie się od niej. Dominuje pogoń za nowością i poszukiwanie sensacji. Praktycznie biorąc, w naszych czasach stało się niemożliwe istnienie awangardy, albowiem — by rzecz paradoksalnie — tylko awangarda jest możliwa. Zbliżamy się zatem do rewizji starego pojęcia kultury. Jeżeli kultura naszych przodków opierała się na ciągłości tradycji, wykładniki kultury nowoczesnej stanowi różnorodność i synkretyzm. Środowisko twórcze znamionuje specjalizacja i profesjonalizacja zawodu, nie istnieje obecnie żadne centralne zjawisko kultury, nie istnieje też żaden rodzaj estetyki integrującej dorobek kulturalny dwudziestego wieku. Domena sztuki uległa decentralizacji. Jeżeli można powołać się na jakąś wspólną cechę, jednoczącą

⁴ *Formy doświadczenia kulturalnego*, „Communications” II, ss. 1—22.

sztukę ostatnich dziesięcioleci, to ów wspólny rys wielkości sztuk i poetyk stanowić będzie organizacja przestrzeni.

„Wielka sztuka nowożytna — pisze Bell — powstała z nienawiści do konwencji społeczeństwa burżuazyjnego (po części jest ona również zamaskowanym bukolicznym protestem przeciwko wymogom społeczeństwa uprzemysłowionego). Nie pozostawała ona tak dalece w zależności od publiczności, nawet wykształconej, jak od społeczności artystycznej i od grupy rozumnych krytyków. Jak często zdarzało się w przeszłości, postać zbuntowanego artysty stała się następnie wyłącznie akceptowana przez społeczeństwo. Lecz oto styl nowoczesny postarzał się. Style rewolucyjne przeobraziły się w nowy akademizm, a artyści zostali poskromieni przez publiczność. Co się tyczy nowych form twórczych — należą one do dziedziny przeszłości”⁵.

Nie jest przypadkiem, że obrona kultury masowej dokonuje się za pośrednictwem oddzielenia jej od sztuki i twórczości artystycznej, poprzez podkreślenie odrębności obu dziedzin. W ten sposób kultura masowa uzyskuje odrębny status. To, co z punktu widzenia postawy krytycznej należałoby z niej usunąć jako szkodliwe lub bezwartościowe, neutralizuje po części wskazanie faktu, że ani mechanizmu działania, ani wartości niesionych przez *mass media* nie sposób zredukować do postaci zdeintegrowanego modelu twórczości artystycznej, ani też postaci zdegradowanych wartości artystycznych.

G. D. Wiebe⁶ rozwija pozycję obu modeli — twórczości artystycznej i komunikacji masowej — chcąc wykazać, że nie sposób sprowadzić je do jednego wzorca. Prywatny, intymny proces twórczy wyraziście przeciwstawia się, jego zdaniem, społecznemu modelowi komunikacji. Autor z całą pewnością myli się, rysując przepaść między oboma sposobami komunikacji, tym niemniej jest pewne, że istnieją między nimi znaczne rozbieżności. Przede wszystkim różnica celu. Nadawca pracujący w dziedzinie środków masowego przekazu pragnie przybliżyć proces percepcyjny przeciętnej odbiorcy do procesu, który zawarł w formie symbolicznej w swoim komunikacie. To „przybliżenie” stanowi podstawowy warunek spełnienia się procesu komunikacji masowej. Nadawca, mając do wyboru: albo rezygnację z jasności i przejrzystego swojego przekazu, albo rezygnację z masowej publiczności, zwykle wybiera to drugie. Ów akt wyboru określa go jako realizatora masowej komunikacji.

W sytuacji poniekąd odwrotnej znajduje się artysta, który nie musi liczyć się z masową publicznością. Tym, co pragnie uzyskać przez wysłanie artystycznego komunikatu, nie jest, jak w komunikacji masowej, spełnienie oczekiwań odbiorcy, lecz zaatakowanie go nowością i

⁵ Tamże, s. 22.

⁶ *Kultura elity i komunikacja masowa*, „Communications” III, ss. 36—47.

oryginalnością wypowiedzi. Z drugiej strony stara się zachować odrębne miejsce dla swego dzieła w ramach tej tradycji artystycznej, której jest kontynuatorem. Zatem jeżeli stosunek nadawcy i odbiorcy w komunikacji masowej znamionuje zgoda, i ona warunkuje proces wzajemnego porozumiewania się, stosunek artysty i publiczności wyraża stopień konfliktu, który jest zarazem miarą oddalania się artysty od form podawczych komunikacji masowej.

Wiebe nie dostrzega pewnych oczywistych konsekwencji przyjętego przez siebie sposobu analizy. Dlatego sformułowaliśmy jego tezy w nieco innym języku i dopowiedzieliśmy pewne twierdzenia. Jego twierdzenie o odmienności modelu kultury masowej od modelu twórczości artystycznej wydaje się słuszne. Jednakże stanowi ono punkt wyjścia, a nie punkt docelowy. Stąd wiodą drogi do rozwiązania frapującego współczesnych zagadnienia dotyczącego swoistości cech kultury i komunikacji masowej. W tym miejscu wyłania się również możliwość złączenia wielu metod i wielu punktów widzenia w badaniu zjawiska, którego wpływu na życie współczesne nie można przecenić.

Edward Kasperski