

## ***Kultura czy pokultura ponowoczesna? Dyskurs kulturalny w mediach***

Człowiek przyszłości będzie syty i szczęśliwy, ale nie będzie znał trzech rzeczy: filozofii, religii i sztuki. Te dziedziny twórczości pojawiają się na pewnym etapie rozwoju ludzkości, po czym mogą zaniknąć. Doprowadzi do tego postępujące ciągle naprzód społecznienie.

Kolejną prawidłowością będzie postępująca automatyzacja ludzkości. Pojawi się ona jako następstwo podporządkowania jednostek maszynie zbiorowości oraz jako konsekwencja rozwoju techniki. Nie dokona się to jednak w sposób bolesny dla zdecydowanej większości ludzi, przeciwnie, najistotniejszą cechą automatyzacji będzie powszechna szczęśliwość obywateli ulegających złudzeniu, że hasła propagandy czy reklamy są ich własnymi myślami, i którym będzie zupełnie wystarczać miejsce w maszynie społecznej.

Umysł przeciętnego człowieka, owego „automatu” zawieszony między pracą a konsumpcją, nie będzie miał dość energii nerwowej na powolne zagłębianie się w dzieła, których zrozumienie wymaga dłuższej kontemplacji. Jemu potrzeba czegoś, co szybko i silnie wstrząśnie jego zblazowanym systemem nerwowym, co podziała jak orzeźwiająca kąpiel po długich godzinach oglupiającej pracy.<sup>1</sup> Przedstawiłem krótkie streszczenie poglądów Stanisława Ignacego Witkiewicza, „Witkacego”, dotyczące przyszłości cywilizacji europejskiej, a więc naszej ponowoczesnej epoki. Sądzę, że „Witkacy”, którego kolejną rocznicę samobójczej śmierci w Jeziorach na Polesiu obchodzimy właśnie w tych dniach, jest dziś zadziwiająco aktualny. Niech ta jego wizja będzie tłem dla rozważań o kulturze ponowoczesnej.

I jeszcze jedna wypowiedź. Konrad Swinarski, nasz wybitny reżyser teatralny, przed którym otwierała się świetna, międzynarodowa kariera, na którego „Dziady” wyreżyserowane w Teatrze Starym w Krakowie pielgrzymowała w latach 70. cała Polska, tak mówił o kulturze Zachodu: „ Czy narody syte mogą myśleć metaforycznie? Dobrobyt czyni z ludzi cywilizowane zwierzęta. Publiczność niemiecka płacąc za bilet wymaga, by ją uwolnić od myślenia i niepokoju. W Ameryce mają wszystko, lecz tęsknią do najprostszych ludzkich uczuć. Polsce idea nie jest zabita. W „niespełnieniu” Polaków tkwi wielka twórcza siła. Tutaj

---

<sup>1</sup> St. I. Witkiewicz, *Nowe formy w malarstwie i wynikające stąd nieporozumienia*, Warszawa 1919

istnieje idealny grunt dla teatru.”<sup>2</sup> To wypowiedź z drugiej połowy lat 60. ubiegłego wieku. Nasuwa się pytanie, co Swinarski powiedziałby dziś o kondycji kulturalnej Polaków?

Sądzę, że te dwie opinie naszych dwóch wybitnych rodaków, z pierwszej i drugiej połowy XX wieku, mogą być dobrym punktem wyjścia do rozważań o kulturze, czy też raczej o po-kulturze ponowoczesnej.

Zacznijmy od tego, że centralną rolę w zakresie produkcji i dystrybucji współczesnej kultury odgrywają media. Mam tu oczywiście na myśli media posługujące się obrazem, tzn. telewizję i internet. Środek jest przekazem, a więc bardzo istotny wpływ na kształt współczesnej kultury wywiera sposób i forma, w których podawana jest informacja. Skutkuje to tym, że społeczeństwo staje się coraz bardziej ukształtowane na miarę telewizji. Nasz świat jawi się jako układ obrazów, które nie są przyczynowo zdeterminowane, pojawiają się na chybił-trafił, jest to świat przedstawień – symulaków, które mogą być przetasowywane w dowolnej kolejności, niczym wiadomości dziennika telewizyjnego. Ponieważ wszelkie konsekwencje tych obrazów-epizodów są wybitnie tymczasowe i odwracalne, to, jak zauważył Zygmunt Bauman, świat taki musi się obywać bez standardów, także standardów moralnych. „Moralność jako taka jest funkcjonalnym rekwizytem świata nacechowanego skończonością i nieodwracalnością wyborów. Ponowoczesna kultura nie zna takiego świata.”<sup>3</sup>

Spółeczeństwo jest ukształtowane na miarę telewizji. W najbardziej strategicznych punktach współczesnego świata wydarzenia zachodzą wyłącznie ze względu na możliwość przekazania ich przez telewizję. Politycy i terroryści lubią grać dla telewizji, w nadziei awansowanie ich poczynań prywatnych do rangi wydarzeń publicznych. Historia staje się coraz wyraźniej spektaklem medialnym.

Teraz zastanówmy się nad losem dyskursu kulturalnego w mediach. Punktem wyjścia jest teza, że odbiorca jest masowy. Im bardziej masowy tym lepiej, bo wówczas prawdopodobieństwo skuteczności reklam, które obejrzy, będzie większe. Następnie, jest oczywiste, że masowy odbiorca jest nieprzygotowany intelektualnie. Nie można serwować mu programów wymagających choćby elementarnej erudycji i wysiłku umysłowego, bo wówczas nieuchronnie przełączy kanał i nie obejrzy reklam. Jeśli nie obejrzy, to nie kupi. Jeśli nie kupi, to reklama stanie się nieopłacalna. Koło się zamyka. Witryna sklepowa, jaką niewątpliwie stała się telewizja, musi spełnić swoją podstawową komercyjną funkcję. Stąd też w okresie tzw. prime-time`u telewizja oferuje niemal wyłącznie rozrywkę i sensację. Nawet informacja ma w sobie coraz więcej z zabawiania widza. Ukuto nawet termin: infotainment,

<sup>2</sup> M. Grochowska, Wytrąceniu z milczenia, Warszawa 2005, s.511.

<sup>3</sup> Z. Bauman, Socjologia i ponowoczesność, /w:/ Racjonalność współczesności, red. H. Kozakiewicz, E. Mokrzycki, M. J. Siemek, Warszawa 1992, s. 15.

które wyraża połączenie informacji i rozrywki. Jest niezwykle istotne, że ten szeroki front infantylizacji obejmuje zarówno media komercyjne, jak i publiczne. Teza o misji kulturalnej jest niedorzeczną bajką w sytuacji, gdy kondycja finansowa mediów publicznych /w tym zwłaszcza przyszłość abonamentu, czy źródeł dotowania / jest wciąż niejasna i media te, chcąc sprostać regułom konkurencji, podlegają coraz wyraźniejszej komercjalizacji. Trzeba zgodzić się z prognozami, jakie formułowali między innymi, J. Habermas, J. Baudrillard czy Z. Bauman o upadku idei mediów publicznych. Być może idea telewizji publicznej już się wypaliła i trzeba ją zastąpić czystą komercją. Przyszłość nie będzie przecież należała do przekazu opartego o jakieś wartości kulturalne, ale będzie to *uwodzenie* o charakterze ludyczno-konsumpcyjnym. Kultura, zwłaszcza ta wysoka, będzie rozwijana jedynie w enklawach, a masowy odbiorca zadowolony się koktailem muzyczno-reklamowo-rozrywkowym, traktując wielkie dzieła tak jak przeboje pop czy disco: „Mozart greatest hits”- oto ilustracja stosunku mediów komercyjnych do wytworów wysokiej kultury.

Jeżeli rzeczy tak się mają, to nasuwa się pytanie, czy używanie terminu „kultura ponowoczesna” jest jeszcze uzasadnione. Słynny esej G. Steinera zatytułowany „W po-kulturze” rozwija pogląd, że pojęcie kultury ponowoczesnej jest terminem wewnątrznie sprzecznym, jest niedorzeczne. Straciliśmy, według Steinera, ośrodek pewności, bez którego nie ma kultury. Kultura musi być świadomie elitarna i mieć odwagę oceniania, a więc i potępiania. Kultura polega na hierarchii, rozróżnianiu, ocenianiu; ponowoczesność polega na zrównaniu hierarchii, nieobecności cięć i na równowartościowości. Ponowoczesność jest po-kulturową kondycją.<sup>4</sup> Trudno nie zgodzić się z tym poglądem. Dodajmy, że pod presją komercji zakwestionowane zostały podstawowe elementy struktury zjawiska kulturowego. Nie ma np. miejsca na awangardę w epoce ponowoczesnej, bowiem nakłady na reklamę i promocję rozwiązują kwestię zaistnienia i przetrwania wszelkich form twórczości. Zresztą, brak dziś jakiegokolwiek wyraźnie rozpoznawalnej szkoły czy kierunku, który zmierzałby do podporządkowania całego obszaru twórczości artystycznej. Oznacza to, że np. pojęcie „herezji” czy „ortodoksji” w sztuce traci wszelki sens. Nikt już nie może ujmować historii sztuki jako następstwa kolejno panujących szkół i stylów. Nowe zjawiska pojawiają się bez związku z czymkolwiek, co działo się przedtem. Zmiany nie składają się już na rozwój.

Sądzę, że prawidłowości, jakim podlega współczesna sztuka, można z powodzeniem odnieść do innych zjawisk po-kultury. Kształtują one zarazem ponowoczesny światopogląd. Bombardowane ogromną ilością informacji i oszołomione jakością przekazu społeczeństwo coraz mniej rozumie z istoty zjawisk. „Coraz więcej informacji, coraz mniej znaczenia”-

---

<sup>4</sup> Ibidem, s. 16-17.

zauważa J. Baudrillard. Chaos, nadmiar, brak czytelnych prawidłowości rozwoju, powodują coraz większą dezorientację społeczeństwa i czynią go właściwie bezradnym wobec ekspansji mediów. Trzeba w tym miejscu ponownie przywołać nakreśloną przez Witkacego wizję społeczeństwa automatów, społeczeństwa, które przestaje być aktywne umysłowo. O ile jeszcze przyjmuje informacje w sposób świadomy, to działa już w sposób nieświadomy i automatyczny, nie zauważając, że poglądy, które posiada, nie są jego, tylko nadawcy przekazu.<sup>5</sup>

Niestety, te negatywne zjawiska mają charakter dynamiczny i sędzę, że w miarę upływu czasu będą narastać. Prowadzi to do niezbyt optymistycznej konstatacji na temat przyszłości „homo sapiens” w po-kulturowej kondycji. Jak przepowiadał Witkiewicz, pośpiech ludzkiego mrowiska wpręgnie go w swoje tryby, nie będzie znał też uczucia samotności, z którego rodzi się metafizyczne zdziwienie, będące przecież źródłem kultury; będzie syty, szczęśliwy, ale nie będzie znał takiego luksusu jak samodzielność intelektualna.<sup>6</sup> Media obrazkowe pracują zresztą usilnie nad tym, by tej samodzielności intelektualnej odbiorców pozbawić. Podstawa przekazu medialnego jest krótka skondensowana informacja zawierająca elementy oceny prezentowanego zjawiska. / Coraz wyraźniej zaciera się różnica między informacją i komentarzem /. Żadnego akademickiego rozważania za i przeciw, żadnej głębszej analizy. Na to nie ma czasu /chyba, że w audycji publicystycznej po 23./ Odbiorca zresztą takiej spreparowanej wizji rzeczywistości oczekuje, nie radząc sobie z nadmiarem i ekspansywnością informacji. Ponowoczesny szum informacyjny go przytłacza i uniemożliwia głębsze rozeznanie.

Jaki typ wiedzy dominuje dzisiaj w mediach? Jest to tzw. wiedza teleturniejowa, czyli typowy śmietnik intelektualny, zawierający mnóstwo, niepowiązanych ze sobą, niepotrzebnych informacji, które następnego dnia wylatują z głowy. Co to ma wspólnego z erudycją w dawnym znaczeniu? „Rudis” po łacinie znaczy: dziki, nieokrzesany. Erudycja znaczyła więc tyle, co krzesać, „wydobywać z nieokrzesania”, nadawać kształt. Erudyta nie tylko wiedział, ale przede wszystkim, rozumiał. Jego wiedza miała charakter spójny, celowy. Erudycja uczyła myśleć całościowo, a zarazem docierać do istoty rzeczy. Żadna z tych umiejętności nie jest potrzebna dzisiejszemu odbiorcy mediów. Wygrana w teleturnieju zapewni mu zadowolenie, a czas spędzi na zastanawianiu się nad tym, jak wydać wygrane pieniądze. Bo jak mawiała M. Monroe: „pieniądze szczęścia nie dają, dopiero zakupy”.

<sup>5</sup> Zob. S. Galij-Skarbińska, Człowiek i cyberprzestrzeń. Jednostka i społeczeństwo w epoce Internetu, /w:/ Media- Społeczeństwo- Kultura, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Dziennikarskiej im. Melchiora Wańkowicza w Warszawie, red. A. Sztandera, nr 1(2) 2009, s. 94.

<sup>6</sup> Cz. Miłosz, Granice sztuki / St. I. Witkiewicz z perspektywy wojennych przemian/, /w:/ Cz. Miłosz, Zaczynając od moich ulic, Warszawa 1994, s.62.

Dr Andrzej Sztandera