

Współczesna kultura masowa jako źródło zagrożeń społecznych i degradacji jednostek w świetle teorii Theodora W. Adorno

Iwona Butmanowicz-Dębicka*

Instytut Ekonomii, Socjologii i Filozofii, Politechnika Krakowska

CONTEMPORARY MASS CULTURE AS A SOURCE OF SOCIAL RISKS AND THE DEGRADATION OF INDIVIDUALS IN LIGHT OF T.W. ADORNO'S THEORY

Mass culture has been a subject of discussion and debate for many years. Analysis of its effects by Theodore W. Adorno are most critical for the whole of modernity, aiming – in his opinion – to the specific cultural and social self-destruction. Unification of cultural needs, lowering the level of entertainment, infantile art and its collapse are symptoms that herald the collapse of rationality and social decline.

Key words: mass culture, irrationalism, consumption, entertainment, cultural retrogression

Współczesna kultura masowa jest nie tylko przedmiotem badań i dyskusji naukowych (Burszta, 2002; Carroll, 2001; Marcuse, 1991), ale także obiektem niepokojów i refleksji wplecionych do dyskursów potocznych. Nie można jedynie konstatować, że w dużym stopniu kształtuje życie codzienne, czy tworzy ramy codzienności, wydaje się bowiem, że w pewnym sensie stała się codziennością, a przynajmniej tą jej częścią, która na pozór ma nieco drugorzędny czy błahy charakter, ponieważ obejmuje konsumpcje i popularne formy spędzania wolnego czasu. Ale w kulturze masowej często to, co dotyczy rozrywki i codziennych rytuałów, łączy się, dość paradoksalnie, z różnego typu zagrożeniami. Herbert Marcuse odnosząc się do form zniewolenia społeczeństwa – także za pośrednictwem odebrania mu wolności wyborów – przez nową atrakcyjną i wiele obiecującą postać kultury, napisał, że: „Represyjność całości opiera się w znacznej mierze na skuteczności: sprzyja rozwojowi kultury materialnej, ułatwia zdobywanie środków niezbędnych do życia, komfort i luksus udostępnia tańszym kosztem, wciąga coraz większe obszary w orbitę przemysłu, podtrzymując jednocześnie ciężki trud i destrukcję” (Marcuse, 1998, s. 110). Na ten aspekt zwrócił uwagę także Theodor W. Adorno, zdecydowany przeciwnik nie tylko kultury masowej, ale przede wszystkim istoty masowego społeczeństwa. Wydaje się, że w swoich niekiedy przejawionych opiniach umasowienia i „przemysłu kulturowego” odkrył mechanizm tych manipulacyjnych presji,

jakie ta kultura tworzy i wywiera także dzisiaj, docierając zarówno do akceptujących ją, jak i odrzucających czy mimowolnych odbiorców. Ujęcie kultury masowej zaproponowane przez tego badacza należy do nurtu krytycznego i zdecydowanie odróżnia się od innych sposobów analizowania i wartościowania tego fenomenu¹.

Theodor W. Adorno znany jest przede wszystkim jako jeden z twórców szkoły frankfurckiej (Szacki, 1983), oraz autor koncepcji osobowości autorytarnej (Adorno, 2010) i teorii społeczeństwa administrowanego centralnie. Koncepcja kultury masowej zdaje się być w tym kontekście jedynie zainteresowaniem incydentalnym. Jednak analiza prac i badań empirycznych, zrealizowanych przez tego autora, pozwala na sformułowanie wniosku, że kultura ta nie tylko niejednokrotnie pojawiała się jako znaczący problem w jego pracach, ale autor postrzegał ją wręcz jako symbol współczesności i zarazem jedno z najistotniejszych zagrożeń, zespół procesów, artefaktów i fenomenów prowadzących do regresu społecznego i degradacji jednostek.

Koncentracja Adorna na faktycznych zachowaniach jednostek, nawet pozornie nieistotnych i zachodzących w obrębie kultury masowej, czy pod jej wpływem, a przede wszystkim na ich świadomych lub nieświadomych moty-

* Korespondencję dotyczącą artykułu można kierować na adres: Iwona Butmanowicz-Dębicka, Instytut Ekonomii, Socjologii i Filozofii, Politechnika Krakowska, ul. Warszawska 24, 31-155 Kraków.
e-mail: idebicka@pk.edu.pl

¹ Do odmiennych ujęć kultury masowej należą także: 1) Ujęcia kulturowe, np.: Jenks, Ch. (1999). *Kultura*. Poznań: Zysk i S-ka; Glazer, N. (2006). *Teraz wszyscy jesteśmy multikulturalistami*. W: A. Jasińska-Kania, L. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski (red.), *Współczesne teorie socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar. 2) Ujęcia semiotyczne, np. Eco, U. (1996). *Superman w literaturze. Powieść popularna: między retoryką a ideologią*. Kraków: Znak. 3) Ujęcia antropologiczne, pisze o nich między innymi: Czaja, D. (red.). (1994). *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, Kraków: Wydawnictwo Universitas.

wacjach, wynikała z dominującej w pracach szkoły frankfurckiej tendencji do poszukiwania w życiu społecznym pierwiastków psychodynamicznych, bowiem wszyscy przedstawiciele tej szkoły w jakimś stopniu nawiązywali do koncepcji Freuda (Elliott, 2011). Dowartościowanie elementów psychodynamicznych w zachowaniach społecznych występuje zarówno w analizach procesów i zjawisk społecznych uznawanych za ważne i przełomowe, zmieniające bieg dziejów, jak również w tych statystycznie częstych, które nie oznaczają zasadniczych przeobrażeń historycznych czy społecznych, a w końcu także w tych, które zupełnie nie pochłaniają uwagi badaczy i często są bagatelizowane lub wstydliwie przemilczane. Te dwie ostatnie kategorie są w opinii Adorno, jak należy sądzić, terenem szczególnej degradacji. „Nadciągające barbarzyństwo” dostrzegał on wraz z innymi badaczami należącymi do tego kręgu, nie tylko w nowych systemach totalitarnych, ale też w „uprzedmiotowieniu i niwelacji człowieka w zbiurokratyzowanym świecie rynku i kultury masowej(...)” (Wołkowicz, 2005, s. 249). Zdumiewająca niektórych badaczy szkoły frankfurckiej przesadna niechęć jej reprezentantów do samochodów, jazzu i westernów (Siemek, 2010) jest celowo przejawskrawionym i zoperacjonalizowanym, tzn. sprowadzonym do konkretnych przykładów, wrogim stosunkiem do większości cech i produktów kultury masowej: kultu przedmiotów, popularnej rozrywki, prostych upodobań czy twórczości charakterystycznej dla nizin społecznych.

Zagrożenia, jakie niesie ze sobą kultura masowa, dostrzegał Teodor Adorno, jak się wydaje, głównie w następujących procesach:

DEINDYWIDUALIZACJA ODBIORCÓW KULTURY MASOWEJ

Tym, co między innymi odróżnia społeczeństwo masowe od innych typów społeczeństw, są, w ujęciu tej koncepcji, powszechne procesy deindywidualizacji jednostek, zachodzące we wszystkich aspektach ich życia, zarówno ważnych, jak i drugorzędnych (Adorno, 1986). Nacisk systemu społecznego jest tak silny, że jednostki muszą ulec: „Nawet przeciwstawiając się presji uspołecznienia, indywidualum pozostaje jego wyłącznym tworem i jest do niego podobne” (Adorno, 1999, s. 174). Deindywidualizację, podobnie jak i inne cechy charakterystyczne dla masowego społeczeństwa, dostrzec można nie tylko w mechanizmach produkcji i upowszechnienia kultury czy w jej treściach, ale też – na skutek ich funkcjonowania – w postawach i zachowaniach jednostek, sposobach myślenia i sposobach percepcji rzeczywistości. Kultura masowa, zdaniem tego badacza, wkracza w różne obszary życia społecznego, anektuje większość aspektów codzienności: pracę, rozrywkę, sztukę, życie rodzinne, czy politykę, wykorzystując obecne tam tradycyjne formy i skłonności, modyfikując je i dopasowując do nich swe produkty. Zasada ta dotyczy również wielu form codziennych banalnych zachowań i rytuałów, wykreowanych i narzucanych przez kulturę popularną, które odwołują

się do irracjonalizmu lub popularyzują irracjonalizm, stając się zarówno narzędziem deindywidualizacji, jak i jej efektem (Adorno, 1990a). Większość wyborów współczesnego człowieka nie tylko pozbawiona jest, w tym ujęciu, spontaniczności, ponieważ jest on nieustannie kontrolowany, sterowany i po części ubezwłasnowolniony ale: „Za człowieka czynnego zawodowo decyzje podejmuje hierarchia zrzeczeń aż po administrację narodową, w sferze prywatnej za pośrednictwem schematów kultury masowej, której przymusowi konsumenci podlegają aż po ostatnie wewnętrzne impulsy”. (Horkheimer i Adorno, 2010, s. 202). Pogląd ten jest zarówno rezultatem przyjętych założeń teoretycznych, efektem obserwacji i badań stylu życia społeczeństwa amerykańskiego, jak i wynikiem krytycznej analizy mechanizmów i artefaktów kultury masowej, potraktowanej w tym przypadku także jako kategoria, którą można postrzegać i interpretować „granicznie”, ponieważ jest równie mocno zakorzeniona i w filozofii i w świecie empirii. Podobny dualizm widoczny jest także w sposobie argumentowania, ponieważ niekiedy autor odwołuje się do konkretnych faktów empirycznych, a kiedy indziej do teoretycznych spekulacji, co odzwierciedla, jak uważam, zasady obranej metody analizy, ale wynika też ze specyfiki samego problemu, a więc zarówno z zawartości treściowej kultury masowej, jak i ze sposobu jej intelektualnego legitymizowania i – w efekcie – postrzegania przez odbiorców, na których niekiedy wpływają konkretne produkty kultury, a niekiedy jedynie opisujące ją pojęcia.

ZANIK ZDOLNOŚCI DOKONYWANIA SAMODZIELNYCH WYBORÓW

Nie tylko deindywidualizacja potrzeb i zachowań odbiorców, a w efekcie całych społeczeństw, staje się w ujęciu Adorna, efektem działania kultury masowej i zarazem jednym z jej wyróżników. Równie charakterystyczne dla tego systemu są także systematycznie imputowane i rozpowszechniane przekonania, pozbawiające ludzi zdolności dokonywania samodzielnych wyborów. Adorno uważał, że znacznie łatwiej jest kierować ludźmi wówczas, gdy naiwnie wierzą w ogólne mechanizmy sterujące rozwojem społecznym i są przekonani o funkcjonowaniu bezwyjątkowych praw i reguł, którym należy się podporządkować (Adorno, 2002). Wydaje się, że autor, wskazuje tu na pewien paradoks: społeczeństwo masowe, tak przecież silnie nastawione na dynamiczną konsumpcję i różnymi sposobami stymulujące jednostki do aktywności, do kariery i zdobywania (Horkheimer i Adorno, 2010), jednocześnie pozbawia je indywidualizmu i przekonania, że indywidualizm i łamanie reguł mają sens. Można sądzić, że społeczeństwa akceptujące masowe wzory realizacji aktywności, podobne definicje kariery, wizerunki sukcesu, modele życia, dekodowania przekazów kulturowych, nie tylko podporządkowują się bliżej niezdefiniowanym prawidłowościom, ale gwarantują w ten sposób masowe uczestnictwo w kolejnych propozycjach kultury masowej i automatyczną recepcję jej treści i wypracowują nawyk,

czy wręcz przymus bezrefleksyjnego zbiorowego udziału. Powstaje w nich silne społeczne przeświadczenie o realności czegoś, co można określić mianem zbiorowego losu, a taka perspektywa pogłębia z kolei przekonanie o potrzebie, czy wręcz o konieczności dostosowania się do stylu życia większości (Horkheimer i Adorno, 2010). W produkty kultury masowej wpleciona jest sugestia, że mechanizmy wpływające na jednostkę mają charakter globalny, a więc w konfrontacji z nimi jednostka jest w dużym stopniu bezradna. I chociaż popierające te stwierdzenia argumenty nie zawsze są w pełni racjonalne, a często wręcz nielogiczne, to w jakiś zadziwiający sposób spotykają się z akceptacją i skłaniają ludzi do szeregu w istocie niekorzystnych dla nich zachowań.

UJEDNOLICENIE TECHNIK ODDZIAŁYWANIA NA ODBIORCÓW

Pełna rekonstrukcja poglądów autora na kulturę współczesną nie jest prosta, ponieważ jej analizy rozproszone w wielu esejach, pełne są przenośni, literackich porównań i skrótów myślowych. I choć oczywisty jest jego negatywny stosunek do najbardziej masowych form sztuki i rozrywki, to jednak bardzo poważnie traktował, jak się wydaje, mechanizmy na jakim opiera się działanie „przemysłu kulturowego”, mechanizmy tworzenia nowych zglobalizowanych form kultury absorbującej i socjalizującej społeczeństwa i równoczesnego kreowania wzorów kulturowych. Widział w nich i geniusz konstrukcyjny i olbrzymie zagrożenie.

Kultura masowa to machina w pełni racjonalna z punktu widzenia zysków ekonomicznych i zdolności panowania nad masowym społeczeństwem, karmiąca się zarówno racjonalizmem jak i irracjonalizmem społecznym. Ponieważ Adorno traktował ją jak celowo budowany jednorodny twór – składający się co prawda z wielu części, takich jak telewizja, prasa, kino, muzyka, itp., ale w zasadzie będący monolitem, w którym, poprzez słuźenie podobnym celom, poszczególne elementy upodobiąją się do siebie – nie widział potrzeby wyodrębniania zawartych w niej elementów racjonalnych i irracjonalnych, ponieważ w istocie ani ich rodowód, ani historia czy też sposób doboru prezentowanych treści, nie miały większego znaczenia. Ważny był jedynie sumaryczny efekt. Kultura masowa była czymś na podobieństwo kolazu, w którym tak naprawdę nie są istotne cechy charakterystyczne poszczególnych części, lecz ich maksymalne uproszczenie, maksymalne upodobienie i specyficzny kulturowy totalitaryzm. „Podporządkowanie wszystkich gałęzi duchowej produkcji jednemu celowi – zamknięcia ludzkich zmysłów od chwili wyjścia z fabryki wieczorem do chwili stawienia się przed zegarem kontrolnym następnego ranka /.../ – szyderczo czyni zadość pojęciu jednolitej kultury, które filozofowie osobowości przeciwstawiali umasowieniu” (Horkheimer i Adorno, 2010, s. 149). Kulturowy regres jest zapowiedzią i zarazem także źródłem regresu społecznego (Horkheimer i Adorno, 2010), a fuzja kultury i rozrywki, redukująca zarówno treści jak i formy kultu-

ry poprzez podporządkowanie jej zabawie (Horkheimer i Adorno, 2010) obrazuje kierunek procesów degradacji społecznej. Nie sposób nie dostrzec w tej części jego poglądów po trosze orwellowskiej wizji społeczeństwa przyszłości, tak skrajnej, że poprzez to nieprawdziwej. To, jak się zdaje, typowe spojrzenie intelektualisty na masy, na ich styl życia, a więc także i na rozrywki, nie jest pozbawione uproszczeń i pewnej naiwności – ani umasowienie nie jest przecież procesem, z którego ludzie nie zdają sobie sprawy, ani nie prowadzi ono do upodobnienia się do siebie konsumentów kultury masowej. Postrzeganie współczesności jako niezróżnicowanego monolitu, który dryfuje w kierunku upadku kulturowego, a wszystkie zachodzące w obszarze kultury zmiany są jedynie zmianami na gorsze, jest charakterystyczne dla tego sposobu analizy zdeterminowanej silnym fatalizmem. Nie bez racji zarzucano Adorno i Horkheimerowi, że w swojej wizji rozwoju doszli do „(...) takiego umiastycznienia i zmistyfikowania biegu świata, jakie stale zarzucali Heideggerowi” (Schnadelbach, 2001, s. 280).

SOCJALIZUJĄCE FUNKCJE „PRZEMYSŁU KULTUROWEGO”

Spróbujmy zatem pokrótce usystematyzować zapatrywania Adorno na najistotniejsze cechy „przemysłu kulturalnego” (Adorno, 1990b)², bo tego określenia najczęściej używał autor w późniejszych pracach, zaczynając od jego głównego wytworu – od sztuki – a kończąc na szczególnym produkcie, na astrologii gazetowej. Sposób postrzegania tego przemysłu, zawarty jest, jak uważam, już w niektórych tytułach jego esejów, np.: *Telewizja jako ideologia* (Adorno, 1990b); *Przemysł kulturalny*. Oświecenie jako masowe oszczerstwo (Horkheimer i Adorno, 2010); *O fetyszyzmie w muzyce i o regresji słuchania* (Adorno, 1990b); *plastycznie pokazują jak zasadnicza jest, jego zdaniem, różnica między współczesną kulturą dla mas i jej nośnikami, a kulturą tworzoną dla wykształconego i nie masowego odbiorcy: Głosa do portretu Tomasza Manna, Próba zrozumienia Końcówki Becketa, Szkice kafkowskie* (Adorno, 1990b), to eseje prezentujące czystą sztukę, do której odbioru potrzeba wiedzy i intelektu. Jednak krytycyzm autora kazał mu wskazywać na pułapki tkwiące także w niewłaściwym odbiorze wartościowych treści, dewaluujących ich znaczenie. Dostrzegał je w błędnych interpretacjach dokonywanych również przez wyrobionych odbiorców kultury wyższej, zachodzących wówczas, gdy ograniczają się oni do interpretacji schematycznej, kiedy akceptują zasugerowany im wzór odczytywania treści dzieła (Adorno, 2005). Jak zauważyła Anna Wołkiewicz (2005), Adorno reinterpretując dzieła wybitnych i uznanych twórców, broni ich przed ich zwo-

² Terminy „przemysł kulturalny” i „przemysł kulturowy” używane są zamiennie, np. w eseju: „Prolog do telewizji” Adorno pisze o schemacie przemysłu kulturowego [Adorno, T.W. (1990). *Sztuka i sztuki. Wybór esejów* (s. 58). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy].

lennikami. Jednak należy zauważyć, że jest to w jego ujęciu przede wszystkim silna negacja schematyzmu, głównej zasady przemysłu kulturowego, wkraczającej w obszary kultury wyższej.

Podobnie założenia występują w esejach poświęconych muzyce. I w nich zawarta jest sugestia, że muzyka klasyczna nie jest sztuką dla szerokiej publiczności, ponieważ wymaga koncentracji, specyficznej wrażliwości i przygotowania, a wszystkie próby spopularyzowania utworów klasycznych pozbawiają je wartości. Natomiast do odbioru masowych „produktów” przemysłu kulturalnego potrzeba jedynie entuzjazmu i niewielkiego skupienia.

SZTUKA DLA MAS

Sztuka masowa, jeden z najbardziej popularnych wytworów przemysłu kulturowego, w interpretacji Adorna, *de facto* nie jest sztuką lecz jej nieudolną imitacją, a jej proces tworzenia nie ma nic wspólnego z twórczością, lecz jest zwykłą przemysłową produkcją. Adorno oceniał wszystkie rodzaje sztuki masowej podobnie negatywnie, ponieważ, w jego przekonaniu, nie powstaje ona z bezinteresownej potrzeby twórczej, ale jest przemyślanym, a więc w jakimś sensie sztucznym produktem skierowanym do „uśrednionego”, typowego odbiorcy, produktem, podporządkowanym zyskowi i manipulacji. Zestandardyzowane, powielane w tysiącach identycznych, konwencjonalnych egzemplarzy, wytwory sztuki masowej – bo przecież nie dzieła – stępią wrażliwość estetyczną. Należy jednak, w oparciu o rozważania autora zauważyć, że ich istotniejszym zadaniem, podobnie jak i innych efektów kultury masowej, jest konstruowanie czegoś, co można, jak sądzę, nazwać rzeczywistością iluzyjną, nakładającą się na prawdziwe problemy społeczne i na życie jednostek. Rzeczywistość iluzyjna, to wizerunek świata składającego się prawie wyłącznie z pozornych, błahych lub nieistotnych problemów, zajmujących czas, uwagę i energię odbiorców i zwykle służących jakimś konkretnym celom. Dzisiejsza kultura masowa pełni również takie funkcje, podobnie jak jej wcześniejsza postać opisywana przez Adorna. I dzisiaj dostrzega się, że „Wpływ mediów na umysły ludzi (...) może być dewastujący dla prawdziwego obrazu świata – poprzez sensacjonalizację, połączenie wiadomości z rozrywką (*infotainment*), lansowanie poglądów celebrytów, disneyizację i infantylizację” (Zacher, 2012, s. 24). Kultura masowa współtworząc rzeczywistość iluzyjną odzwyczaja odbiorców od samodzielnej interpretacji, ponieważ jej wytwory mają jednoznaczne treści, a narracje skupione są wokół prostych problemów, których jednoznaczny sens wynika ze stosowanego w takich produktach schematu. „Schematyzm to główna usługa, jaką przemysł świadczy na rzecz klientów. W duszy ma jakoby działać tajemny mechanizm, który preparuje bezpośrednie dane tak, że pasują one do systemu Czystego Rozumu. (...) Konsumenci nie mają już do sklasyfikowania nic, co nie byłoby z góry ujęte w schematyzmie produkcji” (Carroll, 2011, s. 82).

Wydaje się, że Adorno akceptował kulturę ludową, która w jego opinii jest kulturą niższą, ale dostrzegał jej wartość jedynie wówczas, kiedy służyła warstwom wiejskim, a więc w jakimś sensie odzwierciedlała i tworzyła tożsamość części społeczeństwa, nie będąc formą kultury dominującej i nie mając takich aspiracji. Nie godził się natomiast z ekspansją kultury nieco formalnie podobnej, lecz roszczonej sobie prawa do wyłączności. Pomimo troski autora o kierunek rozwoju współczesnych społeczeństw i kondycję kultury wyższej, uderza w tej analizie spora doza pogardy dla masowego społeczeństwa, które w całości chce uczestniczyć w jakiejś postaci nowoczesnej kultury, formalnie nie będącej już archaiczną, typową dla społeczeństw przedurbanizacyjnych, kulturą ludową.

IMPERATYW UCZESTNICTWA

Chęć powszechnego uczestniczenia w kulturze, łaknienie jej choćby z potrzeby rozrywki, jest, obok genezy ekonomicznej i manipulacyjnej, istotną przyczyną prowadzącą do masowej produkcji w obrębie kultury, a więc do rozrastania się przemysłu kulturowego. Jego wytwory, składają się na nowy typ kultury, której niska jakość nie wynika jedynie z automatycznego dostosowania się do potrzeb, możliwości i upodobań odbiorców. Nie są one tak mało ambitne jedynie z tej przyczyny, że takich właśnie łakną ich nabywcy, mechanizm jest znacznie bardziej skomplikowany. Adorno dostrzegał w zasadach tworzenia kultury popularnej nie tylko świadomą manipulację i „trenowanie” odbiorców, poprzez narzucanie im jednej formy kultury i rozrywki, ale wskazywał również na towarzyszące tym procesom kreowanie przekonań, że tylko taka forma kultury jest właściwa i takiej właśnie ludzie pragną. Każdy standardowo uformowany produkt przemysłu kulturowego staje się produktem rynkowym (Horkheimer i Adorno, 2010), którego zadaniem jest także schlebienie odbiorcy i z tej przyczyny wytwory kultury wysokiej maksymalnie się upraszcza, pozbawiając je ich wartości i prawdziwego sensu, a prostym lub beztreściowym produktem nadaje się niezwykle znaczenie: „Heroizacja przeciętności jest elementem kultu tandety” (Horkheimer i Adorno, 2010, s. 158). Przemysł kulturowy stosuje tę taktykę nie tylko w intencji zbudowania chłonnej, płacącej chętnie za taką kulturę publiczności, ale też z powodu dążenia do skutecznego sterowania społeczeństwami właśnie poprzez wytwory kulturowe i zawarte w nich przesłanie oraz możliwość popularyzacji różnego typu treści, które pozornie służą jedynie rozrywce czy uczestnictwu w kulturze, a w rzeczywistości tworzą spójny i niezwykle sugestywny obraz świata, modele stylów życia, kreują poglądy i postawy społeczne, wzory osobowe, pragnienia itp. Antypozytywistyczne nastawienie autora kazało mu szukać istoty przemysłu kulturowego i dostrzegł ją w manipulacji publicznością (Carroll, 2011), a w praktyce, całym społeczeństwem, które zamienia się w bierną zbiorowość oddalającą się od celów i zasad demokratycznych. „Przemysł kulturowy hamuje

kształtowanie się autonomicznych, samodzielnych, świadomie oceniających i podejmujących decyzje indywidualów. Te natomiast byłyby przesłanką społeczeństwa demokratycznego, które może się utrzymać i rozwijać tylko wśród dojrzałych” (Adorno, 1990b, s. 20).

Mechanizmy przemysłu kulturowego obejmują, kontrolują i degradują całość bytu społeczeństw i najbardziej prywatne rejony życia jednostek. Właśnie z tej przyczyny Adorno tak uparcie, w odniesieniu do tych zjawisk, starał się nie używać terminu kultura, lecz wprowadził nowe nazewnictwo, określające procesy tworzenia, rozpowszechniania, manipulacji, odbioru i funkcji kultury masowej i także z tego powodu, jak się wydaje, w następujący sposób objaśnia genezę wprowadzonej wspólnie z Horkheimerem nazwy przemysł kulturowy:

Słowo „przemysł kulturowy” zostało prawdopodobnie po raz pierwszy użyte w *Dialektik der Aufklärung/Dialektyce oświecenia*, którą z Horkheimerem opublikowaliśmy w 1947 roku w Amsterdamie. W naszych szkicach była mowa o kulturze masowej. Zastąpiliśmy to wyrażenie „przemysłem kulturowym”, aby z góry wykluczyć interpretację miłą dla obrońców samej rzeczy: że chodzi tu o kulturę spontanicznie powstającą z samych mas, o współczesną postać sztuki ludowej. /.../ Przemysł kulturowy jest zamierzoną, odgórną integracją jego odbiorców. Zmusza też do połączenia się rozdzielane przez tysiąclecia obszary sztuki niskiej i wysokiej. Ze szkodą dla nich obydwu. Kultura wysoka zostaje pozbawiona powagi przez spekulację skierowaną na efekt; niska poprzez cywilizacyjne poskromienie niesforności (...) (Adorno, 1990, s. 13).

Adorno nie tłumaczy sensu czy zasady tego połączenia, jedynie konstatuje fakt, iż odbiorca produktu zostaje sprowadzony do kondycji obiektu, na który przemysł kulturowy oddziałuje i do którego mentalności po części świadomie dostosowuje produkty, ale jednocześnie właśnie za pośrednictwem produktów, także modeluje mentalności. Tworzy więc specyficzne fuzje form, treści i jakości, produkty imitujące zarówno kulturę popularną i wysoką, skierowane do „uśrednionego”, systematycznie pozbawianego indywidualizmu odbiorcy i sugeruje, że rezygnacja z partycypacji w tak spreparowanych ofertach kulturowych jest równoznaczna z usunięciem się na margines społecznych struktur i brakiem dynamizmu życiowego.

URYNKOWIENIE KULTURY I KONSUMERYZM

Zredukowana do roli przemysłu kultura masowa jest, w ujęciu tego badacza, terenem nie tylko regresu kulturowego i de facto także regresu społecznego, ale również narzędziem globalnej manipulacji, prowadzącej, jak sądził, do zniewolenia. W terminie „przemysł” zdecydowanie więc została uwypuklona totalność jego produktów i globalność odbioru, a także procesy uniformizacji społecznej zachodzące za pośrednictwem maksymalnej

standaryzacji produktów kulturowych, racjonalizacji sposobów ich rozpowszechniania i reklamowania (Adorno, 1990). Wytwory tego rodzaju kultury są towarem o określonej wartości rynkowej, a zysk staje się wartością samą w sobie i zarazem wartością legitymizującą przydatność produktu: „(...) informacje o dochodach dyrektorów naczelnych nie pozostawiają żadnych wątpliwości, co do społecznej niezbędności ich produktów” (Horkheimer i Adorno, 2010, s. 124).

Adorno zwrócił uwagę na narodziny zjawiska dobrze znanego współcześnie: kultura nie tylko sama stała się dochodowym sektorem gospodarki, ale – poprzez wprowadzenie i podsycanie kultu różnego rodzaju zysków – upowszechnia przekonanie, iż efekt materialny, także w obrębie kultury, jest właściwym kryterium oceny każdego produktu, a nie nabywane masowo dobra lub nie przynoszące zysku wytwory są być może bezwartościowe. Sukces ekonomiczny ułatwia iście przemysłową dystrybucja ofert kultury masowej i doskonała społeczno-demograficzna analiza rynku wzmocniona wiedzą z obszaru psychologii społecznej, pozwalająca na tworzenie produktów pozornie zindywidualizowanych, a w rzeczywistości niwelujących systematycznie różnice kulturowe pomiędzy odbiorcami-konsumentami w różnych częściach świata. Od początku swych analiz mechanizmów i ofert kultury masowej Adorno i Horkheimer uważali, że takie celowe działanie doprowadzi do unifikacji postaw społecznych i tym samym, jak można domniemywać, do całkowitej kontroli nad społeczeństwami:

Bezwzględna jedność przemysłu kulturalnego zapowiada rychłą jedność polityki. Emfaticzne rozróżnienia – na przykład między filmami A i B albo historyjkami publikowanymi w magazynach o różnych kategoriach cen – nie tyle wynikają z rzeczy samej, ale służą klasyfikacji, organizacji i przyciąganiu konsumentów. Dla każdego coś przewidziano, aby nikt nie mógł się wymknąć, różnice zaznacza się wyraźnie i propaguje (Horkheimer i Adorno, 2010, s. 141).

Dostosowany do masowego odbioru przemysł kulturowy, podzielony na segmenty, dociera do poszczególnych kategorii odbiorców: młodych i starych, zasobnych i ubogich, ugodowych i kontestujących, prawicowych i lewicowych, religijnych i ateistów. Wszelkie podziały i odmienności zostają tu uwzględnione i zredukowane. Siatka kultury masowej tak obrazowo przedstawiana przez niemieckich badaczy zarzucona zostaje demokratycznie na wszystkich. „Konsumenci, jako statystyczny materiał na mapie placówek badawczych – nie różniących się już niczym od placówek propagandy – podzieleni są na grupy dochodów, na pola czerwone, zielone i niebieskie” (Horkheimer i Adorno, 2010, s. 141).

Adorno i Horkheimer obserwowali ekspansję konsumpcyjnego stylu życia i przewidywali, że będzie się ona z czasem potęgować. Konsumeryzm, ich zdaniem, staje się sposobem życia – stanem, w którym to, czego łakną ludzie: emocje, rzeczy, idee, od początku ma cechy pro-

duktu lub w momencie popularyzacji przez środki masowego przekazu, w chwili umasowienia i nadania pozorów istotności, staje się produktem. Należy jednak postawić pytanie o to, dlaczego ludzie tak łakną produktów tego przemysłu, dlaczego tak łatwo i licznie poddają się manipulacji? Czy ich akceptacja i uległość wynikają jedynie z wygody, bowiem produkty masowej kultury ułatwiają życie, minimalizują wysiłek, przybierają formę zabawy, wzmacniają poczucie przynależności społecznej, legitymizują indywidualne wybory sposobów życia i wyzwala ją od dylematów egzystencjalnych? Wydaje się, że odpowiedź na to pytanie jest zarazem esencją prezentowanej koncepcji, której autorzy lokowali uwodzicielski urok i skuteczność kultury masowej w sumarycznym wyniku skomplikowanych i komplementarnych w stosunku do siebie procesów: zamysłu decydentów dysponujących środkami komunikacji masowej, oraz totalności tego przemysłu, który wypełnia wszystkie dziedziny życia człowieka, tworząc przy tym wrażenie, że jego propozycje już zostały wybrane przez innych i są jedynymi rozsądnymi i atrakcyjnymi ofertami. Odbiorca nie tylko nie ma wyboru, ponieważ inne propozycje nie dopasowane do przemysłu kulturowego nie mają się gdzie pojawiać lub docierają jako propozycje niszowe do niewielkiej publiczności, ale także poddaje się manipulacji pod wpływem rozpropagowanej, specyficznej definicji racjonalności, która odpowiada jedynie masowym wytworom kultury i masowej konsumpcji. Właśnie zagadnienie przemiany pojęcia racjonalności, obecne w pracach obu autorów, zdaje się mieć istotne znaczenie dla określenia relacji pomiędzy człowiekiem i światem i wskazania na potencjalne nowe źródło cierpienia egzystencjalnych (Koptas, 1998). Racjonalność intelektualna zostaje zastąpiona przez racjonalność produkcji, a ta z kolei prowadzi do odrzucenia historii i części wiedzy jako zbędnego balastu (Adorno, 1975) oraz odrzucenia potrzeb i możliwości dokonywania indywidualnych wyborów.

ZAKOŃCZENIE

W tej mającej szereg walorów heurystycznych i po części, mimo swej skrajności, nadal aktualnej interpretacji, kultura masowa nie jest jedynie zbiorem propozycji dostosowanym do przeciętnego masowego odbiorcy, które można tanio produkować, stosując daleko posuniętą unifikację. Jest czymś na podobieństwo spisku, polegającego na stałym kształtowaniu potrzeb i dopasowywaniu społeczeństwa do produktów, tworzeniu masowego odbiorcy poprzez specyficzną, ciągłą edukację i zachęcanie by był podobny do innych i zarazem przekonany o swojej autonomii, żył w zgodzie z podsuwanymi mu wzorami, pragnął tego samego, czego inni pragną, a przede wszystkim znajdował zadowolenie i sens życia w masowej kulturze i powiązanych z nią masowych poglądach. „Masowe społeczeństwo nie zaczyna od wytwarzania kiczu dla klientów, lecz wytwarza samych klientów” (Adorno, 1999, s. 190). Wydaje się więc, że jej autorzy byli przekonani

o pojawieniu się nowej formy zniewolenia społecznego i nowego typu społeczeństwa, zniewolonego kulturą masową i będącego także, w jakimś stopniu, jej produktem. Takie stanowisko nieodparcie kojarzy się z koncepcjami innego badacza – w przeciwieństwie do frankfurczyków – w dużej mierze apologety kultury masowej – Marschalla McLuhana. Jego twierdzenia zawarte w hasłach dotyczących funkcji informacji dostarczanych przez telewizję – najlepsze narzędzie kultury masowej: *The medium is the message, the medium is the massage*, zdają się dość paradoksalnie korespondować ze sposobem postrzegania kultury masowej przez Adorna i Horkheimera. I chociaż wnioski badaczy są zupełnie różne, McLuhan oczekiwał nadejścia nowej szczęśliwej epoki, swoistego powrotu do źródeł i sensu człowieczeństwa, do globalnej wioski, to mechanizm rozprzestrzeniania informacji tworzonych dla masowego odbiorcy, zmieniania czy modelowania społeczeństwa, opisywali oni podobnie (McLuhan, 2001). Zdolność do manipulacyjnego kształtowania świadomości społecznej, „masowanie” umysłów odbiorców, poprzez dostarczanie „papki” trzeciorzędnych, wyrwykowych i często zbędnych informacji, to w ujęciu Adorna i Horkheimera źródło ekonomicznego triumfu kultury masowej, źródło jej zdolności zapanowania nad społeczeństwami, ale jednocześnie przyczyna regresu kulturowego powojennych społeczeństw.

Analizy kultury masowej prowadzone przez Adorna i Horkheimera pełne są ogólnych i zarazem radykalnych stwierdzeń, tworzących w efekcie obraz kultury masowej na podobieństwo potężnego narzędzia o globalnym zasięgu, wchłaniającego wszystkie wytwory człowieka i kształtującego wszelkie jego potrzeby. Prowadzą one w rezultacie do dość totalnego i uproszczonego postrzegania cech społeczeństwa masowego i cech jego kultury, a także do formułowania wniosków, po części przecież, jak się wydaje, nieprawdziwych. Jednak taka formuła, została przez autorów wybrana świadomie, dla maksymalnego podkreślenia charakterystycznych cech mechanizmów umasowienia kultury oraz reguł funkcjonowania społeczeństwa masowego. Są to celowe uproszczenia służące, jak należy sądzić, logice dyskursu, podkreślające postępujący, zdaniem autorów, upadek szeregu form kulturowych. Pomimo niewątpliwej przenikliwości i eksplanacyjnych walorów analiz przeprowadzonych przez frankfurczyków, powinno się w tym kontekście mówić nie tylko o upadku, ale także o zmianach zachodzących w obszarze kultury, zmianach, które niejednokrotnie bardzo trudno jest jednoznacznie oceniać (Kuligowski, 2002; Szlendak, 2002) czy przewidywać ich skutki. Kultura masowa prowokuje do tworzenia narzędzi analizy stosowanych w niej technik, czy wręcz konstytuującej ją filozofii, a zasady na których jest oparta, na ogół są dostrzegane i dyskutowane, bo, paradoksalnie, podobnie jak krytyczna ocena kultury masowej, zostały upowszechnione przez środki masowego przekazu i stały się treściami dyskursów społecznych.

LITERATURA

- Adorno, T.W. (1975). O statystyce i dynamice jako kategoriach socjologicznych. W: A. Jasińska-Kania, W. Derczyński, L.M. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski (red.), *Elementy teorii socjologicznych. Materiały do dziejów socjologii zachodniej* (s. 383). Warszawa: PWN.
- Adorno, T.W. (1986). *Dialektyka negatywna*. Warszawa: PWN.
- Adorno, T.W. (1990). *Sztuka i sztuki. Wybór esejów* (s. 58). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy
- Adorno, T.W. (1990a). Aberglaube aus zweiter Hand. W: T.W. Adorno (red.), *Gesammelte Schriften* (Band 8, s. 146-162). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, T.W. (1990b). *Sztuka i sztuki. Wybór esejów*. Warszawa: PIW.
- Adorno, T.W. (1999). *Minima Moralia. Refleksje z poharatanego życia*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Adorno, T.W. (2002). *The stars down to earth and other essays on the irrational in culture*. London: Routledge Classics.
- Adorno, T.W. (2005). *O literaturze. Wybór esejów*. Warszawa: Czytelnik.
- Adorno, T. (2010). *Osobowość autorytarna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Burszta, W. (2002). Edukacja popkulturowa? W: J.W. Burszta, D. Tchorzewski (red.), *Edukacja w czasach popkultury* (s. 7-12). Bydgoszcz: Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej.
- Carroll, N. (2011). *Filozofia sztuki masowej*. Gdańsk: Wydawnictwo Słowo, Obraz, Terytoria.
- Czaja, D. (red.). (1994). *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*. Kraków: Wydawnictwo Universitas.
- Eco, U. (1996). *Superman w literaturze. Powieść popularna: między retoryką a ideologią*, Kraków: Znak.
- Elliott, A. (2011). *Współczesna teoria społeczna. Wprowadzenie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Glazer, N. (2006). Teraz wszyscy jesteśmy multikulturalistami. W: A. Jasińska-Kania, L. Nijakowski, J. Szacki, M. Ziółkowski (red.), *Współczesne teorie socjologiczne* (s. 1163-1173). Warszawa: Scholar.
- Horkheimer, M., Adorno, T.W. (2010). *Dialektyka oświecenia*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Jasińska-Kania, A., Nijakowski, L.M., Szacki, J., Ziółkowski, M. (2006). *Współczesne teorie socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.
- Jenks, Ch. (1999). *Kultura*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Koptas, K. (1998). *Rozum, rzeczywistość i to, co całkiem inne. Teoria krytyczna Maxa Horkheimera*. Warszawa: Wydawnictwo Spacja.
- Kuligowski, W. (2002). Popkultura jako źródło tożsamości. W: *Kultura Popularna* (tom 0/2002, s. 19-26). Kraków: Wydawnictwo Rabid.
- Marcuse, H. (1991). *Człowiek jednowymiarowy: badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*. Warszawa: PWN.
- Marcuse, H. (1998). *Eros i cywilizacja*. Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie „Muza”.
- McLuhan, M. (2001). *Wybór tekstów*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Schnadelbach, H. (2001). *Próba rehabilitacji animal rationale. Terminus 25*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Siemek, M. (2010). Rozum między światłem i cieniem oświecenia. W: M. Horkheimer, T.W. Adorno (red.), *Dialektyka Oświecenia. Fragmenty filozoficzne*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Szacki, J. (1983). *Historia myśli socjologicznej*. Warszawa: PWN.
- Szlendak, T. (2002). W sieci utkanej z billboardów. Psychologiczno-ewolucyjne uwarunkowania manipulacji reklamowej. W: R. Paradowski, P. Załęcki (red.), *Kulturowe instrumentarium panowania* (s. 279-296). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Wołkowicz, A. (2005). Posłowie. W: T.W. Adorno (red.), *O literaturze. Wybór esejów* (s. 254). Warszawa: Czytelnik.
- Zacher, L. (2012). Twórcy i odbiorcy obrazu świata, czyli obecne i przyszłe konteksty iluzoryczności (refleksje i spekulacje prognostyczne). W: J. Szymczyk, M. Zemło, A. Jabłoński (red.), *Tworzenie iluzji społecznych. Wiedza w sferze publicznej* (s. 24). Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.