

Patryk Wasiak

"Zwoje mięśni monstrualnych rozmiarów i dużo nagiego ciała" : kultura popularna i nowe technologie medialne i legitymizacja socjalistycznego projektu kulturowego

Kultura Popularna nr 2 (40), 66-79

2014

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Patryk Wasiak

„Zwoje musku- łów monstrialnych rozmiarów i dużo nagiego ciała” *Kultura popular- na, nowe technolo- gie medialne i le- gitymizacja socja- listycznego projek- tu kulturowego*^I

DOI: 10.5604/16448340.113209

^I Badania do niniejszego artykułu były wspierane za pomocą grantu Narodowego Centrum Nauki 2013/08/S/HS2/00267. Autor pragnie podziękować anonimowemu recenzentowi za krytyczne uwagi, które przyczyniły się do ulepszenia artykułu.

Celem artykułu jest pokazanie, w jaki sposób treści kultury popularnej dostępnej dzięki wideo i telewizji satelitarnej zostały włączone w dyskusję nad społeczną rolą kultury w socjalistycznej Polsce. W połowie lat 80. cieszące się ogromną popularnością zachodnie filmy wideo oraz programy telewizji satelitarnej stały się obiektem regularnej krytyki na łamach czasopism kulturalnych. Negatywne opisy treści kultury do jakich mają dostęp Polacy dzięki magnetowidom oraz antenom satelitarnym były przeciwstawiane projektowi rozwoju państwowego mecenatu nad kulturą. Projekt ten zakładał, że dzięki opiece instytucji w ramach aparatu kultury Polacy będą mieli dostęp do wartościowej kultury na wideo i w kanałach telewizji satelitarnej. Alexei Yurchak analizując język przemówień oraz radzieckiej prasy lat 80. pokazał, w jaki sposób opisy „wyobrazonego Zachodu” pełniły funkcję legitymizacji socjalistycznego ustroju (Yurchak, 2005, zob. też Péteri, 2010). Opisywany przez Yurchaka „wyobrażony Zachód” odnosił się zarówno do dóbr materialnych jak i trendów kulturalnych. W artykule pokazuję, jak filmy akcji i pornografia dostępna na wideo oraz programy zachodnich stacji telewizyjnych stały się dla polskich krytyków kulturalnych, piszących o społecznym wpływie mediów, negatywnymi symbolami wyobrazonego Zachodu. Ten negatywny punkt odniesienia pełnił funkcję przeciwwagi dla socjalistycznego projektu edukacji kulturalnej społeczeństwa, jednego z kluczowych elementów legitymizacji państwowego socjalizmu.

W artykule argumentuję, że dyskusja na temat negatywnego wpływu technologii medialnych została włączona w istniejący rytuał językowy służący legitymizacji ustroju socjalistycznego. Przedmiotem analizy nie jest sam sposób pisania o kulturze zachodniej w prasie PRL-u, który był dużo bardziej zniuansowany, ale to, jak wyobrażano sobie wpływ zachodniej kultury medialnej na społeczeństwo. Legitymizacja ustroju w sferze kultury była oparta na reprodukowanym w języku propagandy założeniu, że dzięki uniknięciu mechanizmów związanych z komercjalizacją kultury, w socjalizmie możliwy jest „społeczny dostęp do kultury” rozumianej jako kultura wysoka. Ten dostęp miał być możliwy dzięki powstaniu instytucji zapewniających infrastrukturę do tworzenia i dystrybucji kultury: wydawnictwa, wytwórnie filmowe, pisma kulturalne oraz domy kultury. Państwowe instytucje kulturalne miały zagwarantować, że człowiek żyjący w socjalistycznym społeczeństwie będzie miał podmiotowość i że jest w stanie samodzielnie podejmować decyzje dotyczące udziału w kulturze. Rytualny charakter dyskusji nad społecznym wpływem technologii medialnych dobrze ilustruje notatka w „Trybunie Ludu”, poświęcona zebraniu Komisji ds. Propagandy KC PZPR 29 stycznia 1989 roku. W zebraniu udział wzięli m.in. Józef Barecki – kierownik Wydziału Propagandy KC PZPR, Jerzy Majka – redaktor naczelny „Trybuny Ludu”, a także i Sekretarz Komitetu Zakładowego PZPR w Hucie Warszawa oraz brygadzysta z Portu Gdynia. Komunikat informował o przebiegu obrad:

W trakcie dyskusji, nawiązując do tendencji dostrzegających w telewizji satelitarnej różnorakie zagrożenia, członkowie komisji byli zgodni, że najpoważniejszym zagrożeniem jest zacieranie się tożsamości kulturowej. Świadczą o tym przykłady z kilku państw zachodnich, które po kilku latach odbioru tej telewizji zaczęły szukać sposobów selekcjonowania i ograniczania odbioru „satelitarnej papki” (Wajszczuk, 1989: 2, na temat wspomnianych w tekście dyskusji w krajach Europy Zachodniej zob. Dyson i Humphreys, 1986; Morley, Robins, 2002[1995]).

Dr Patryk Wasiak – Instytut Kulturoznawstwa, Uniwersytet Wrocławski – doktor kulturoznawstwa, były stypendysta m.in. Volkswagen Stiftung, Andrew W. Mellon Foundation, Netherlands Institute for Advanced Study i Zentrum für Zeit-historische Forschung Potsdam. Obecnie prowadzi badania nad użytkowaniem elektroniki konsumpcyjnej w Polsce okresu transformacji systemowej w ramach projektu finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki.

patrykwasiak@gmail.com

Opis włączenia nowych technologii medialnych w debatę o socjalistycznej kulturze przyczynia się do lepszego zrozumienia kulturowej historii zimnej wojny w okresie niedługo przed upadkiem socjalizmu. Zimna wojna w sferze kultury była tematem szeregu ważnych opracowań pokazujących funkcjonowanie instytucji mających wspierać kulturę po obu stronach Żelaznej Kurtyny oraz wpisywanie szeregu trendów kulturalnych w zimnowojenną politykę (Romijn, Scott-Smith i Segal, 2004; Buck-Morss, 2000; Scott-Smith i Krabbendam, 2003; GuntherKodat, 2014). Szereg prac poświęconych jest analizie różnych aspektów funkcjonowania socjalistycznego systemu produkcji i obiegu kultury medialnej (Patton, 2012; Mickiewicz 1988, Roth-Ey, 2010, 2014; Pokorna-Ignatowicz, 2006). Jednak brak jest szerszych opracowań dotyczących tego, jak dostęp do nowych technologii medialnych w latach 80. wpływał na przemianę pejzażu kulturalnego w Europie Wschodniej. Szczególnie istotny jest brak szerszych analiz dotyczących roli zachodniej kultury popularnej. W niedawnej pionierskiej publikacji poświęconej kulturze popularnej w PRL-u Katarzyna Stańczak-Wiślicz wskazała na kwestie związane z retoryki dotyczącej „kultury krajów kapitalistycznych” (2012: 14–15) jako na jeden z najciekawszych, a zarazem najmniej zbadanych tematów w historii kultury okresu PRL-u.

Kultura medialna krajów kapitalistycznych lat 80. była rozumiana przede wszystkim jako hollywoodzkie kino akcji (Donovan, 2010; Kellner, 1995; Kendrick, 2009; Prince, 2000). Interesujący tekst Gabriela Bar-Haima (1989) opisujący popularność zachodnich bohaterów kultury popularnej w Europie Wschodniej pokazuje, jak ważnym punktem odniesienia były gwiazdy filmów akcji dostępne na kasetach wideo. Także rozwijająca się w Europie dzięki satelitom systemu Astra (Forester, 2010) telewizja satelitarna zawierała kanały emitujące głównie treści kultury popularnej. Reklama Astry (*Astra 1A Promotional Video 1989*, <http://www.youtube.com/watch?v=flHxvFNyW3Q>) dobrze pokazuje, że w Europie telewizja satelitarna była wprowadzona na rynek jako atrakcyjna rozrywka.

Analizy dyskusji nad rolą technologii wideo w USA w latach 70. i 80. (Dawson, 2007; Newman, 2014) przyczyniają się do lepszego zrozumienia istotnych zmian kulturowych spowodowanych przez tę technologię medialną w społeczeństwach zachodnich. W poprzednich tekstach przedstawiłem społeczne aspekty fenomenu popularności filmów wideo i anten satelitarnych w Polsce (Wasiak, 2012, 2014). Niniejszy tekst ma za zadanie pokazać, w jaki sposób obie wspomniane technologie medialne stały się tematem dyskusji krytyków kulturalnych i co ta debata mówi nam o społecznej roli kultury popularnej w PRL-u.

Artykuł oparty jest na analizie treści prasy poświęconej mediom, tygodników polityczno-społecznych oraz publikacji książkowych. Tekst podzielony jest na trzy części. W pierwszej pokazuję, w jaki sposób wideo i telewizja satelitarna były przedstawiane jako elementy „wyobrazonego Zachodu”. W drugiej – w jaki sposób te wyobrażenia pełniły funkcję negatywnego punktu odniesienia dla kultury socjalistycznej. W tej części analizuję, w jaki sposób krytycy kulturalni opisywali funkcjonowanie przyszłych projektów społecznego dostępu do kultury opartych o nowe technologie medialne. Część trzecia poświęcona jest pokazaniu roli podmiotowości widza w systemie kapitalistycznym i socjalistycznym jako jednego z kluczowych elementów debaty.

Wideo, telewizja satelitarna i wyobrażony Zachód

Opisując kulturowe znaczenie wideo w USA Max Dawson (2007) pokazał, w jaki sposób technologia ta była postrzegana jako pozytywna alternatywa dla „vastwasteland” (Minow, 1961) amerykańskiej telewizji lat 60. Jednak w praktyce w USA na początku lat 80. użytkowanie wideo było powiązane z praktykami oglądania telewizji poprzez nagrywanie filmów, programów telewizyjnych i emisji imprez sportowych (Greenberg, 2008). W krajach socjalistycznych zarówno wideo, jak i telewizja satelitarna, miały zupełnie inne znaczenia jako technologia umożliwiająca dostęp do treści pochodzących z innego systemu medialnego i jako całkowita alternatywa dla repertuaru lokalnych kin i telewizji.

Podczas wywiadów przeprowadzanych na potrzeby książki o społecznej historii magnetowidów (Filiciak, Wasiak, w druku) respondenci jednoznacznie deklarowali, że wideo służyło wyłącznie do oglądania filmów zachodnich. Nikt nie deklarował używania magnetowidu do nagrywania programów z TVP. Skojarzenie wideo i telewizji satelitarnej z kulturą medialną Zachodu lat 80. miało kluczowy wpływ na społeczną konstrukcją obu technologii medialnych w PRL-u. Obie technologie były szeroko dyskutowane na łamach pism polityczno-społecznych oraz „Ekranu”, tygodnika poświęconego telewizji, który od połowy dekady regularnie publikował obszernie artykuły o nowych technologiach medialnych. Podobnie obie technologie i ich wykorzystanie na Zachodzie i w kraju były wielokrotnie opisywane na łamach „Aktualności Radiowo-Telewizyjnych”, wewnętrznego biuletynu TVP, w którym publikowano wyniki badań Ośrodka Badania Opinii Publicznej oraz opracowania dotyczące społecznego wpływu mediów w Polsce i w innych krajach.

Analiza języka tych opisów pokazuje, że w większości wypadków zawierały dwa stałe elementy narracji. Pierwszy to wskazanie na treści kultury niskiej jako dominujące w zachodnich produkcjach, a drugi to przedstawienie „komercjalizmu” i wskazanie, że treści te są wynikiem mechanizmu funkcjonowania przemysłów kulturowych. W tekstach można znaleźć wyjaśnienia, że przemysły te, funkcjonując w ramach gospodarki kapitalistycznej, są nastawione jedynie na zysk. Pojawiają się też sugestie, że za przemysłami kulturowymi stoją amerykańskie agendy rządowe, kierujące tzw. „wojną informacyjną”. Dwa poniższe cytaty zostały wybrane jako teksty zawierające najbardziej typowe elementy narracji. Pierwszy tekst opisuje rynek wideo w RFN:

Pomimo rosnącej społecznej akceptacji, branża wideo w opinii publicznej nie cieszy się najlepszą sławą. Winne są temu zwłaszcza metody reklamy polegające na ekspozowaniu elementów agresji, brutalności, sensacji i seksu. W prywatnych wypożyczalniach za pomocą efekciarskich trików reklamowych poleca się produkowane taśmowo filmy z gatunku wojennych lub sensacyjnych, po których właściciele wypożyczalni spodziewają się wysokich obrotów. Także na opakowaniach kaset uwagę potencjalnego nabywcy przyciągnąć mają wszelkiego kalibru strzelby, rewolwery, zwoje mięśni monstrialnych rozmiarów, ściśnięte pięści, zacięte twarze i dużo nagiego ciała. (Odziemkowska, 1988: 53)

W drugim tekście pojawia się wyjaśnienie, kto stoi za kapitalistycznymi przemysłami kulturowymi.

Mówi się czasem o powstaniu „kompleksu medialno-przemysłowego” o kluczowej pozycji w życiu społeczeństw zachodnich. W skali międzynarodowej składa się na niego kilkadziesiąt korporacji amerykańskich, zachodnioeuropejskich i japońskich, ściśle wzajemnie powiązanych i współpracujących z największymi bankami światowymi (Jakubowicz, 1989: 10).

Istotnym elementem narracji poświęconych nowym technologiom medialnym było wskazanie, że rozprzestrzeniły się one w Polsce dzięki gospodarce nieformalnej i prywatnym importerom. W prasie lat 80., podobnie jak w całym okresie istnienia PRL-u, gospodarka nieformalna i prywatna inicjatywa były regularnie opisywane w jednoznacznie negatywnym tonie jako siedlisko „patologii gospodarczych” (Kochanowski, 2010). W tym wypadku opisy sposobów oszukiwania urzędów skarbowych były połączone z opisami tego, jak prymitywnej rozrywki dostarczają kierujący się wyłącznie chęcią zysku prywatni „przedsiębiorcy”. Najlepszym przykładem są tu opisy działań prywatnych agentów, organizujących półlegalne pokazy filmów wideo w domach studenckich. Jeden z reportaży opisuje postać niejakiego Mietka, organizującego takie pokazy. Mietek był zainteresowany wyłącznie zyskiem i na jego pokazach można obejrzeć „ostatni pornos duński” albo „obficie przelewana krew amerykańską bądź chińską” (Zapała, 1986: 22–23). Przelewana krew amerykańska odnosi się do niskobudżetowych filmów akcji o wojnie w Wietnamie produkowanych przez wytwórnię Cannon Films (zob.: Cannon Films Appreciation), a „krew chińska” to aluzja do filmów sztuk walki z Hong Kongu (Kołodzyński, 1994). Podobnie Piotr Gawel (1987, 1988) opisując półlegalne pokazy wideo podkreślał, że dominowały tam filmy akcji i pornografia. Respondenci uczestniczący w takich pokazach wspominali o konwencji maratonu filmowego, podczas którego wyświetlano po kolei kreskówki dla dzieci, film akcji, a na koniec film porno (Filiciak, Wasiak, w druku).

Jednym z elementów debaty nad wpływem zachodnich treści kultury popularnej była argumentacja dotycząca tego, na ile jest to szkodliwe dla Polaków. Głównym propagatorem tezy o poważnym zagrożeniu dla Polaków ze strony kultury popularnej był wypowiadający się regularnie w mediach gen. dr hab. Lesław Wojtasik, Zastępca Dowódcy Głównego Zarządu Politycznego Wojska Polskiego i Szef Zarządu Propagandy i Agitacji wp. Retorykę medialnych wypowiedzi Wojtasika dobrze oddaje wystąpienie podczas dyskusji o społecznej roli środków masowego przekazu na X Zjeździe PZPR w 1986 roku.

Będę mówił o zagrożeniach jakie niosą dla świadomości społecznej nowe techniki przekazu informacji. [...] Rynek [kaset wideo] zapełniany jest przez naszego przeciwnika politycznego. Jest to pornografia polityczna – zdecydowanie antykomunistyczne, antysocjalistyczne filmy. [...] W tej chwili istnieje możliwość odbioru na terytorium Polski przy pomocy nieskomplikowanych anten 20 programów telewizji zachodniej. [...] W najbliższych miesiącach RFN i Francja planują wprowadzenie na orbitę geostacjonarną satelitów telewizyjnych

bezpośredniego odbioru. Ich zasadniczym celem będzie dywersja ideologiczna. Są to Towarzysze bardzo istotne niebezpieczeństwa, z których musimy sobie wreszcie zdać sprawę. (*Podsumowanie opinii o środkach masowego przekazu z dyskusji na X Zjeździe Partii*, 1986).

Wojtasik aktywnie uczestniczył w dyskusji na łamach prasy i jak wynika z jego licznych wypowiedzi, np. na łamach „Filmu” w cyklu dyskusji *Sztuka a socjalizm*, najpoważniejszym zagrożeniem były filmy akcji o wojnie wietnamskiej, takie jak *Rambo II* czy *Zaginiony w akcji*, które propagowały „nachalny amerykańizm” (*Skutecznie konkurować...*, 1986: 5). W innej dyskusji, zorganizowanej przez „Ekran”, Wojtasik przekonywał również, że Polsce grozi „satelitarny kolonializm” (*Czy grozi nam „satelitarny kolonializm”*, 1987: 2–3, 10). Z drugiej strony, głównie na łamach „Polityki” i „Ekranu”, znaleźć można argumentację, że trudno sobie wyobrazić, żeby niskobudżetowe filmy akcji z infantylnymi fabułami mogły stanowić poważne zagrożenie. W przypadku pornografii wskazywano, że oglądanie filmów porno stało się dla Polaków rzeczą powszednią i nie spowodowało to żadnych negatywnych konsekwencji dla moralności. Piotr Cegłowski, redaktor „Polityki”, argumentował:

Nad nielegalnym rozpowszechnianiem „pornusków” nie ma co biadać ponieważ jest to już faktem. Zjawisko to trzeba odmitologizować zamiast robić z niego „tajemnicę publiczną”. [...] W nieoficjalnym obiegu znajduje się wiele filmów o treści wrogiej naszemu ustrojowi. Jaki jest tego efekt? Propagandowo żaden. Oglądając takie filmy, zaczynamy się śmiać lub denerwować. [...] Pewnie niektórzy czytelnicy oburzają się, że nie krzyczę wielkim głosem: precz z wideo i nie postuluję umieszczani za kratkami właścicieli „Józefinek”, „Calliguli” i „Rambo” [...] wideo i wszystko co się z nim łączy, jest bowiem równie groźne jak kiedyś coca cola (Cegłowski, 1986: 7).

Bez względu na to, czy wideo i telewizja satelitarna była postrzegana jako zagrożenie, czy jako niegroźna tandeta, szczegółowe opisy treści zachodniej kultury popularnej były wpisane w rytuał legitymizacji socjalizmu. W swojej wypowiedzi na X Zjeździe PZPR Wojtasik dalej argumentował, że socjalistyczne państwo powinno wziąć udział w wojnie z przeciwnikiem politycznym poprzez oferowanie przez socjalistyczne media atrakcyjnych dla widza treści. Także w przypadku sugestywnych opisów tandety produkcji filmów Cannon Films ważnym elementem dyskusji było wskazanie, że socjalistyczna kinematografia i telewizja jest w stanie przy aktywnej polityce władz i odpowiednich inwestycjach zaoferować widzowi atrakcyjną alternatywę w postaci kultury wysokiej. Kolejna część opisuje, w jaki sposób taka alternatywa miała być możliwa dzięki ramom stworzonym przez socjalistyczny aparat kultury.

Socjalistyczny projekt kulturowy

W dyskusji nad społecznym wpływem technologii medialnych podkreślano, że same technologie mają charakter neutralny i mogą być „szansą lub zagrożeniem” (Ciechomska, 1987. Szerzej na temat postrzegania pozytywnego i negatywnego wpływu nowych mediów zob.: Critcher, 2003). To sposób ich wykorzystania miał decydować o pozytywnym lub negatywnym wpływie społecznym. Jeden z artykułów poświęconych analizie wpływu wideo na społeczeństwo dobrze pokazuje przeciwstawianie sobie tych dwóch możliwości, które w oczywisty sposób odnosiły się do państw socjalistycznych i Zachodu.

Ze względu na swoją masowość i siłę oddziaływania, rewolucja informacyjna będzie miała duży wpływ na rozwój kulturalny i intelektualny społeczeństwa, jego wychowanie, ideały i sposób myślenia. Skutki tego mogą być bardzo pozytywne lub wręcz negatywne, w zależności od tego, czy program będzie wypełniony przez ludzi kultury świadomych odpowiedzialności za rozwój społeczeństwa czy też przez innych, dla których liczyć się będą wyłącznie zyski z dystrybucji” (Prugar-Ketling, 1987: 45).

Zwroty odnoszące się do „ludzi kultury świadomych odpowiedzialności za rozwój społeczeństwa” i poświęcone „rozwojowi kulturalnemu i intelektualnemu społeczeństwa” pojawiały się często zarówno w tekstach medialnych poświęconych kulturze w PRL-u, jak i w wewnętrznych dokumentach Ministerstwa Kultury i Sztuki oraz Wydziału Kultury KC PZPR.

Warto zestawić ze sobą opis tego, jak wyglądał aktualny odbiór treści zachodniej telewizji satelitarnej i pisany w czasie przyszłym opis wykorzystania nowych technologii medialnych w edukacji kulturalnej organizowanej przez resort kultury.

Najbardziej lubiane przez respondentów programy mają charakter wyraźnie rozrywkowy. Większość filmów fabularnych, a przede wszystkim teledyski, filmy rysunkowe i transmisje sportowe mają dać widzom głównie odprężenie, możliwość znalezienia się w świecie iluzji, poprawić ich samopoczucie, zapełnić czas wolny. Dla większości odbiorców funkcje telewizji satelitarnej ograniczają się do funkcji ludycznej i eskapistycznej (Osiborski, Wasiak, 1989: 56–57).

Do najważniejszych [...] zadań polityki kulturalnej będzie należało zarówno stymulowanie ilościowego i jakościowego rozwoju twórczości telewizyjnej, jak i troska o przemyślany program, rodzaj rejestracji na wideopłyty i kasety [...] aby nagrania te zaspokajały indywidualne upodobania i potrzeby odbiorcze, pobudzały do aktywnego uczestnictwa w kulturze i służyły ochronie jej narodowych i ogólnoludzkich wartości. [...]

Biblioteka nagromadzonych kaset i płyt wizyjnych we własnym domu pozwoli na dokonywanie indywidualnych wyborów i zaspokajanie własnych zainteresowań i upodobań (Gajda, 1987: 28–29).

Te opisy zestawione ze sobą dobrze pokazują przeciwstawne wyobrażenia dotyczące społecznego wpływu mediów w warunkach kapitalizmu i socjalizmu. Tekst o telewizji satelitarnej wskazuje na to, że media w kapitalistycznych społeczeństwach pełnią funkcję ludyczną i eskapistyczną. Wybrany cytat z książki o roli telewizji w edukacji kulturalnej młodzieży pokazuje dokładne przeciwieństwo tej sytuacji z podkreśleniem, że widz nie tylko jest w stanie aktywnie uczestniczyć w kulturze, ale też przyjmować „narodowe i ogólnoludzkie wartości”. Zwrot ten również był stałym elementem języka zarówno tekstów medialnych, jak i dokumentów resortu kultury w PRL-u.

Yurchak (2005) znakomicie pokazał, w jaki sposób w latach 80. w ZSRR podnoszenie poziomu edukacji kulturalnej społeczeństwa było cały czas jednym z kluczowych elementów mających demonstrować wyższość socjalizmu nad kapitalizmem. Tego typu deklaracje rozwoju kulturalnego utrzymane w znormalizowanej propagandowej retoryce były stale obecne w języku medialnym PRL-u, a pojawienie się nowych technologii medialnych umożliwiała bardziej wyraźne podkreślenie różnic między socjalizmem i Zachodem. Medialne rytuały dotyczące roli resortu kultury w podnoszeniu edukacji kulturalnej społeczeństwa były wielokrotnie wyśmiewane jako część znormalizowanego dyskursu, który stawał się w niezamierzony sposób śmieszny w oderwaniu od realiów Polski lat 80. Krytyk literacki Zbigniew Mentzel w tekstach publikowanych w „Tygodniku Powszechnym” zbierał i cytował brzmiące groteskowo materiały prasowe, dotyczące m.in. deklaracji społecznego uczestnictwa w kulturze. Jeden z najbardziej groteskowych cytatów dotyczył podnoszenia poziomu edukacji kulturalnej ZOMO.

Prasa informuje, że „z inicjatywy organizacji partyjnych obydwu stron doszło do podpisania porozumienia o współpracy pomiędzy Krakowskim Domem Kultury „Pałac pod Baranami” a krakowską jednostką ZOMO. Porozumienie to ma na celu wzbogacenie działalności kulturalnej w jednostce o nowe formy, jak. m.in. konkursy, przeglądy filmów, kursy tańca itp. (Mentzel, 1990: 24).

Pokorna-Ignatowicz opisując powstanie i rolę OBOP w strukturze Radiokomiteu wskazywała, że znaczna część badań ankietowych OBOP z lat 60. i 70. dotyczących oglądania telewizji oparta była na ideologicznych deklaracjach o roli telewizji w zapewnianiu powszechnego dostępu do kultury wysokiej (Pokorna-Ignatowicz, 2006: 79–90). W znormalizowanym dyskursie propagandy telewizja publiczna w połączeniu z kinematografią oraz czasopismami filmowymi i telewizyjnymi miała tworzyć system dostarczania wartościowych treści kultury wysokiej. Z jednej strony pojawienie się wideo i telewizji satelitarnej zaburzało ten zamknięty świat obiegu kultury. Z drugiej strony opisy tego, jak nowe technologie medialne mogą być z pożytkiem wykorzystane w socjalizmie, służyły podtrzymaniu tego kluczowego elementu legitymizacji ustroju. Opisy prymitywnej kultury popularnej i zachodniego systemu dystrybucji opartego wyłącznie na chęci zysku dają okazję lepszemu zrozumienia, jak krytycy kulturalni zaczęli na nowo definiować rolę mediów w legitymizacji

socjalizmu. Podobnie w ZSRR wykorzystanie technologii medialnych zostało włączone w język opisów rozwoju kultury i społeczeństwa, na przykład poprzez deklaracje tworzenia państwowych „Videokawiarni” i bezalkoholowych „Video-Disco-Barów” (Kasakewitsch, 1988: A149–A150). W wypadku planu rozwoju bezalkoholowej socjalistycznej rozrywki widać też, jak kampania antyalkoholowa Michaiła Gorbaczowa mogła być skutecznie połączona z planami zagospodarowania wideo na potrzeby radzieckiego społeczeństwa.

Państwo socjalistyczne miało zapewniać ramy instytucjonalne i zaplecze poprzez działalność instytucji zajmujących się tworzeniem i dystrybucją kultury wysokiej zapewniając, że kultura może rozwijać się bez konieczności zysku jako celu nadrzędnego. Jednak warto tu dodać, że dyskusja o tym, że kultura medialna powinna również w warunkach socjalistycznych przynosić zyski, również była szeroko dyskutowana na łamach prasy. Patton (2012) znakomicie charakteryzuje dyskusję wewnątrz przemysłu rozrywkowego dotyczącą komercyjności, ideologii i projektu edukacji kulturalnej na przykładzie muzyki rozrywkowej. Szczegółowe omawianie tego, jak potencjalne możliwości przynoszenia zysku dzięki wideo i telewizji satelitarnej były rozważane w mediach PRL-u, wykracza poza ramy niniejszego artykułu.

Jeden z najistotniejszych punktów dyskusji o społecznym rozwoju kultury i technologiach medialnych dotyczył kwestii podmiotowości widza w warunkach kapitalizmu i socjalizmu. Ostatnia część pokazuje, jak nowe potencjalne możliwości wyboru oglądania nagrań wideo oraz telewizja satelitarna były wpisane w narrację o podmiotowości widza w systemie socjalistycznym.

Widz nowych mediów jako podmiot

Ramy instytucjonalne i zaplecze zapewniane przez socjalistyczny aparat kultury były strukturą, która miała gwarantować mającemu własną podmiotowość widzowi możliwość świadomych wyborów dotyczących sposobu uczestnictwa w kulturze. Taka figura widza podkreślała jego dojrzałość, a także zakładała możliwość ciągłego rozwoju osobistego. Przytoczone w powyższym rozdziale cytaty o odbiorze telewizji satelitarnej oraz edukacji kulturalnej młodzieży pokazują istotną różnicę między socjalizmem i wyobrażonym Zachodem. Widz telewizji satelitarnej biernie oglądał oferowaną mu kulturę popularną, pełniącą „funkcje ludyczne i eskapistyczne”. Z kolei tekst Gajdy podkreślał podmiotowość widza ukształtowanego przez socjalistyczny projekt edukacji kulturalnej, który ma „indywidualne przeżycia odbiorcze”. Stałym elementem narracji dotyczącej wpływu mediów zachodnich było podkreślanie, że widz na Zachodzie, a także widz polski obcujący z tymi mediami, nie dysponował podmiotowością. Postać Mietka (Zapała, 1986: 22–23) i sukcesy jego pokazów dawało się wyjaśnić komercyjnym charakterem prezentacji. Mietek był lokalnym przedstawicielem zachodnich przemysłów kulturowych, który kierował się wyłącznie chęcią zysku i poprzez skuteczną promocję przyciągał widzów, odbierając im podmiotowość, podobnie jak zachodnie koncerty medialne.

Trudniej jednak było wyjaśnić, dlaczego duża rzesza obywateli socjalistycznej Polski, kupujących magnetowidy i anteny satelitarne, podejmowała samodzielnie decyzje o oglądaniu filmów akcji i pornografii. Według różnych szacunków w Polsce około roku 1988 w rękach właścicieli prywatnych było ponad pół miliona magnetowidów i kilka tysięcy anten satelitarnych (Wasiak, 2012,

2014, Filiciak i Wasiak, w druku). „Ekran” w 1988 roku jako pierwsze pismo w Polsce zaczęło publikować listę przebojów wideo na podstawie informacji właścicieli wypożyczalni o popularności danych filmów. Lista wyglądała następująco (od miejsca 1 do 10): *Komando*, *Akademia policyjna III*, *Top Gun*, *Kobra*, *Pluton*, *Rambo*, *Gliniarz z Beverly Hills 2*, *Autostopowicz*, *Oddział Delta*, *Drapieżca* (*Pierwsza polska lista...*, 1988: 10–11). Z kolei dane dotyczące oglądania telewizji satelitarnej jednoznacznie wskazują, że najchętniej oglądana była erotyka na kanałach Sat 1 i RTL, której symbolem stał się program *Tutti Frutti* (Wasiak, 2014).

Problem ten nie został postawiony wprost, ponieważ żaden z krytyków nie mógł przypuszczalnie przyznać otwarcie, że ponad czterdzieści lat funkcjonowania socjalistycznego aparatu kultury nie przyczyniło się do powstania u Polaków „indywidualnych potrzeb odbiorczych”. Jednym ze sposobów tłumaczenia tego stanu rzeczy było wyjaśnianie, że komercyjny charakter przekazu po prostu zwycięża w konkurencji z kulturą wartościową. „Wyniki dotychczasowych sondaży wskazują na bardzo dużą popularność i atrakcyjność telewizji satelitarnej. Decyduje o tym zapewne komercyjny charakter programów i – last but not least – moda” (Osiborski, Wasiak 1989: 57).

W dyskusjach nad nowymi mediami w Polsce odwoływano się do pozytywnych przykładów w innych krajach, w tym na Zachodzie, wskazując na to, że nowe media mogą być szansą dla rozwoju kultury poprzez możliwości dokonywania wyborów. Newman, przytaczając dyskusje o technologii wideo z USA lat 80., pokazywał, jak technologia ta była społecznie skonstruowana jako alternatywa dla telewizji, dająca widzom możliwość wyboru. „Media audiences would now have a newfound agency to program their own cultural experiences rather than merely choosing from among a small set of culturally degraded options offered through the limited commercial channels” (Newman, 2014: 25).

Problemem był w polskiej dyskusji fakt, że Polacy, kiedy uzyskali dostęp do tej technologii i teoretycznie mieli możliwość podejmowania wyborów, zdecydowanie zainteresowali się filmami akcji i pornografią. Szczególnie interesującym wyjaśnieniem tego paradoksu było wskazanie na różnicowanie klasowe. Gaweł w swojej analizie rynku wideo w zawaolowany sposób stawiał linię między aktualnymi użytkownikami a klasą pracującą.

Jedynie pojawienie się na rynku sprzętu wideo dostępnego dla przeciętnie zarabiającej rodziny może zmienić niezbyt pozytywny nimb pornografii i „Rambo”, który otacza w świadomości społecznej to medium. Musi ono stać się natomiast źródłem zaspokojenia potrzeb kulturalnych i edukacyjnych społeczeństwa, pobudzającym jego twórcze aspiracje (Gaweł, 1987: 51).

W dyskursie medialnym lat 80. termin „przeciętnie zarabiająca rodzina” odnosił się do osób pracujących w gospodarce uspołecznionej, które zarabiały znacznie mniej niż osoby zaangażowane w działalność zarobkową potępianą w mediach: prywaciarze, budylnicy oraz emigranci zarobkowi przywożący do kraju dewizy i zaopatrujący się w luksusowe dobra w Peweksie.

Warto tu zaznaczyć, że wyobrażenie klasy robotniczej jako biedniejszej niż inne warstwy społeczne nie było zgodne z rzeczywistym statusem materialnym warstw społecznych w Polsce końca lat 80. Robotnicy mogący robić „fuchy” dysponowali dużymi możliwościami dodatkowego zarobku

i pieniądze często przeznaczali właśnie na kupno sprzętu. Jeden z respondentów pochodzący z rodziny inteligencji technicznej wspominał o swoim pierwszym zetknięciu z anteną satelitarną w okolicach roku 1989. „U mnie kolega miał antenę satelitarną. [...] Ale kolega był w lepszej sytuacji. Ja kontynuowałem naukę to nie miałem pieniędzy, a on skończył zawodówkę, szybko poszedł do roboty, miał kasę, to sobie kupił antenę satelitarną” (Wywiad z R.K., 20 października 2013).

Łatwiej było w dyskusji o społecznym wpływie nowych mediów i kulturze popularnej wskazać na klasowe rozwarstwienie społeczeństwa niż przyznać, że przez czterdzieści lat istnienia socjalizmu nie udało się pobudzić „twórczych aspiracji” społeczeństwa. Jednocześnie zwrócenie uwagi na źródło problemu wzmacniało legitymizację socjalistycznego projektu edukacji kulturalnej poprzez wskazanie, że aparat kultury powinien dostarczać wartościowych produkcji, a polski przemysł elektroniczny przy odpowiednich inwestycjach dostarczy na rynek polski magnetowid dostępny dla klasy pracującej. Zakłady Radiowe im. Kasprzaka w 1986 roku zaczęły produkcję polskiego magnetowidu MTV-100, a w 1988 roku uruchomiono produkcję kolejnego modelu montowanego z części koreańskiej firmy Gold Star (*Magnetowid z nad Wisły*, 1988). Jednak obecność na rynku niewielkiej partii tych magnetowidów, których ceny były porównywalne do sprzętu japońskich i niemieckich firm, nie przyczyniła się do postulowanych możliwości wyboru kultury wysokiej przez klasę pracującą.

Dyskusja i regularna obecność nowych mediów w dyskusji nad kulturą nie zmieniła gustów Polaków, którzy bezustannie chcieli oglądać na ekranach swoich telewizorów „nachalny amerykańizm”. Także szereg pism spoza kręgu prasy kulturalnej i społeczno-politycznej, np. „Tygodnik Każdego Konsumenta Veto”, pozytywnie odnosiły się do wideo, zakładając, że użytkownik magnetowidu albo anteny satelitarnej może oglądać, co chce, i należy go po prostu rzetelnie informować o tym, gdzie można wypożyczać kasety i korzystać z usług serwisowych. Z kolei ukazujący się od 1987 roku „Magazyn Poradniczo-Hobbistyczny Pan” jednoznacznie pokazywał, że zainteresowanie wideo i telewizją satelitarną należy do dobrego tonu współczesnego mężczyzny, który manifestuje swoją podmiotowość. Manifestacja ta była możliwa poprzez świadome wybory stylu życia znacząco różniące się od modelu mężczyzny propagowanego wcześniej w mediach PRL-u. Okładka pierwszego numeru „Pana” jasno wyjaśniała jakie powinny być zainteresowania mężczyzny: „Kariera. Motoryzacja. Video. Sport. Sensacje. Seks” („Pan”, październik 1987). Sam termin „kariera” wiązał się tu z podmiotowością i braniem spraw w swoje ręce zamiast pracy w gospodarce uspołecznionej. Podobnie podboje erotyczne zamiast trwania w małżeńskiej nudzie i oglądanie filmów na wideo zamiast obcowania z ofertą programową TVP, miały być wyrazem posiadania własnego stylu życia i manifestacji indywidualności wobec socjalistycznego społeczeństwa (Bell, Hollows, 2006).

Dyskusję o nowych mediach, ich wpływie na widza i niechęć krytyków kulturalnych do Polaków ubezwłasnowolnionych przez wyobrażony Zachód znakomicie podsumował Jacek Cygan, autor słów do piosenki Anny Jurkiszowicz *Video dotyk*:

Słyszę co krok/ ledwo gałkę dam w bok/ wczoraj
w TV/mówił o tym Pan X. Prasa już wie:/ „VETO” i „ITD”./
Czytam i chcę/ wkładać szorty i biec. Gonić Zachód!/
Mówią mi./ Gonić Zachód! Choćby i z pogardą. (Anna
Jurkiszowicz, *Video Dotyk*, płyta *Dziękuję, nie tańczę*, 1986)

Podsumowanie

Wspomniana na początku artykułu cytata z posiedzenia Komisji ds. Propagandy KC PZPR z udziałem brygadzysty z Portu Gdynia pokazuje, jak na początku 1989 roku ciągle funkcjonowały polityczne rytuały potępiania szkodliwości kapitalistycznej kultury. Celem artykułu było pokazanie, jaką rolę w legitymizacji socjalizmu jako projektu kulturalnego (Buck-Morss, 2000; Yurchak, 2005) odgrywało przeciwstawianie pejoratywnie wartościowanej kultury popularnej i pozytywnej kultury powstałej w warunkach socjalistycznego mecenatu. Cytowane w artykule wypowiedzi zostały wybrane jako charakterystyczne dla pewnych szerszych sposobów pisania o nowych technologiach medialnych na łamach prasy PRL-u lat 80. Yurchak (2005) wykazał, w jaki sposób analiza propagandowej retoryki w szczególności wcześniejszego utrwalenia, a następnie rozpadu znormalizowanego języka propagandy, pozwala lepiej zrozumieć związane z pierestrojką przemiany w ZSRR lat 80. Niniejszy artykuł dowodzi, w jaki sposób analiza języka debaty nad kulturą popularną dostępną dzięki wideo i telewizji satelitarnej pozwala lepiej zrozumieć przemiany kulturowe w ostatnich latach istnienia PRL-u.

Kultura popularna była wpisywana w szersze wyobrażenia dotyczące życia kulturalnego oraz społecznej roli państwa i krytyków kulturalnych. Często lata 80. są przedstawiane jako okres, kiedy socjalizm stracił całkowicie społeczną legitymizację nie tylko jako projekt polityczny i gospodarczy, ale też jako projekt zapewnienia wysokiego standardu życia mieszkańcom. Niniejszy artykuł pokazuje, w jaki sposób w ramach dyskusji nad rolą mediów ciągle próbowano wskazać, że socjalizm ma rację bytu jako projekt kulturalny i bardziej wartościowa alternatywa dla kultury w krajach kapitalistycznej zdominowanej przez przemysł kulturowy.

W opisach tekstów i bohaterów kultury popularnej dawało się łatwo pokazać pewne symbole mające świadczyć o upadku zachodniej kultury. Na łamach prasy drugiej połowy lat 80. można znaleźć liczne szczegółowe i barwne opisy brutalności Sylwestra Stallone, Arnolda Schwarzeneggera i Chucka Norrisa, których jedynymi atrybutami są „zwoje mięśni monstrualnych rozmiarów” i „ściśnięte pięści.” Co więcej, swoim zachowaniem na ekranie bohaterowie ci zdecydowanie dowodzili braku przywiązania dla „ogólnoludzkich wartości” tak bliskich bohaterom socjalistycznego kina. Także Teresa Orłowski i bohaterki niemieckich filmów erotycznych na RTL i Sat 1 były dalekie od wyobrażenia roli kobiety w socjalistycznym społeczeństwie. To, w jaki sposób w kontekście dyskusji nad kulturą PRL-u postrzegano zachowanie widza obcującego z taką kulturą, dostępną dzięki wideo i telewizji satelitarnej, pozwala lepiej zrozumieć, jakie role pełnił „wyobrażony Zachód” w języku dyskusji o przyszłości socjalizmu.

LITERATURA

- Bar-Haim G. (1989). *Actions and Heroes: The Meaning of Western Pop Information for Eastern European Youth*. „The British Journal of Sociology”, 40 1.
- Bell D., Hollows J. (red.) (2006). *Historicizing Lifestyle. Mediating Taste, Consumption and Identity from the 1900s to 1970s*, Aldershot, Burlington.
- Buck-Morss S. (2000). *Dreamworld and Catastrophe: The Passing of Mass Utopia in East and West*. Cambridge and London.
- Cannon Films Appreciation, <http://www.cannonfilms.com/>.

- Cegłowski P. (1986). *Groźne jak Coca-Cola*. „Polityka”, 29 listopada.
- Ciechomska G. (1987). *Szansa czy zagrożenie*. „Trybuna Ludu”, 14–15 listopada.
- Critcher C. (2003). *Moral Panics and the Media*. Maidenhead.
- Czy grozi nam „satelitarny kolonializm”* (1987). „Ekran”, 4 czerwca.
- Dawson M. (2007). „*Home Video and the “TV Problem”*”. *Cultural Critics and Technological Change*. „Technology & Culture” 48 3.
- Donovan B. (2010). *Blood, Guns, and Testosterone. Action Films, Audiences, and a Thirst for Violence*. London, Toronto, Plymouth.
- Dyson K., Humphreys P. (1986). *Satellite Broadcasting Policies and the Question of Sovereignty in Western Europe*. „Journal of Public Policy”, 6 1.
- Filiciak M., Wasiak P. (w druku). „*Weź Pan Rambo!*” *Společna historia magnetowidu w Polsce*.
- Forester C. (red.) (2010). *High Above. The untold story of Astra, Europe’s leading satellite company*. Heidelberg, London and New York.
- Gajda J. (1987). *Telewizja, młodzież, kultura*. Warszawa.
- Gawel P. (1988). *Pierwsza runda dla Rocky’ego*. „Polityka”, 12 marca.
- Gawel P. (1987). *Rynek wideo w Polsce*. „Aktualności Radiowo-Telewizyjne”, 8.
- Gołębiewska R. (1987). *Bieg po wideo*. „Tygodnik Kulturalny”, 1 marca.
- Greenberg J. (2008). *From Betamax to Blockbuster. Video Stores and the Invention of Movies on Video*. Cambridge and London.
- Gunther Kodat C. (2014). *Don’t Act, Just Dance: The Metapolitics of Cold War Culture*. New Brunswick.
- Jakubowicz K. (1989). *Telewizja satelitarna a tożsamość kulturowa*. „Aktualności Radiowo-Telewizyjne”, 10.
- Kasakewitsch A. (1988). *Etablierung des Mediums Video in der sowjetischen Kulturlandschaft*. „Osteuropa”, 38.
- Kellner D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London, New York.
- Kendrick J. (2009). *Hollywood Bloodshed. Violence in 1980s American Cinema*. Carbondale.
- Kochanowski J. (2010). *Tylnymi drzwiami. „Czarny rynek” w Polsce 1944–1989*. Warszawa.
- Kołodzyński A. (1994). *Dzieci smoka*. Warszawa.
- Mentzel Z. (1990). *Pod kreską. Ostatnie kwartały PRL*. Londyn.
- Mickiewicz E. (1988). *Split Signals. Television and Politics in the Soviet Union*. New York and Oxford.
- Mikulowski-Pomorski J. (1986). *Inwazja wideo*. „Film”, 27 lipca.
- Minow N. (1961) *Television and the Public Interest*. <http://www.americanrhetoric.com/speeches/newtonminow.htm>.
- Morley D., Robins K. (2002 [1995]). *Spaces of Identity, Global Media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London and New York.
- Newman M. (2014). *Video revolutions: on the history of a medium*. New York, Chichester.
- Odziemkowska H. (oprac.) (1988). *Wideo w RFN*. „Aktualności Radiowo-Telewizyjne”, 7.
- Osiborski P., Wasiak M. (1989). *O recepcji programów telewizji satelitarnej*. „Aktualności Radiowo-Telewizyjne”, 12.
- Patton R. (2012). *The Communist Culture Industry: The Music Business in 1980s Poland*. „Journal of Contemporary History”, 47 2.
- Péteri G. (red.) (2010). *Imagining the West in Eastern Europe and the Soviet Union*. Pittsburgh.
- Pierwsza polska lista video-hitów* (1988). „Ekran”, 12 maja.

- Podsumowanie opinii o środkach masowego przekazu z dyskusji na X Zjeździe Partii, (1986). Archiwum KC PZPR, Archiwum Akt Nowych, 1354/ 1 385, b. p.
- Pokorna-Ignatowicz K. (2006). *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzem*. Kraków.
- Prince S. (2000). *A New Pot of Gold. Hollywood Under the Electronic Rainbow, 1980–1989 (History of the American Cinema, Vol. 10)*. New York.
- Prugar-Ketling Z. (1987). *Wideo w Polsce '87 – plany i nadzieje*. „Aktualności Radiowo-Telewizyjne”, 7.
- Divided Dreamworlds? The Cultural Cold War in East and West*. Amsterdam.
- Roth-Ey K. (2010). *Playing for Cultural Authority: Soviet TV Professionals and the Game Show in the 1950s and 1960s*. [w:] Crowley D., Reid S. (red.), *Pleasures in Socialism. Leisure and Luxury in the Eastern Bloc*. Evaston.
- Roth-Ey K. (2014). *Moscow Prime Time: How the Soviet Union Built the Media Empire that Lost the Cultural Cold War*, Ithaca/NY.
- Scott-Smith G. and Krabbendam H. (red.) (2003). *The Cultural Cold War in Western Europe 1945–1960*. London and Portland.
- Skutecznie konkurować. Rozmowa z prof. dr hab. Lesławem Wojtasikiem* (1986). „Film”, 21 grudnia.
- Stańczak-Wislicz K. (2012). *Wstęp*, [w:] Stańczak-Wislicz, K. (red.), *Kultura popularna w Polsce w latach 1944–1989. Problemy i perspektywy badawcze*. Warszawa.
- Umer T. (1986). *Opanować Wideo-Żywiół*. „Tygodnik Polski”, 30 listopada.
- Wajszczuk I. (1989). *Telewizja satelitarna – temat na dziś czy jutro*. „Trybuna Ludu”, 29 stycznia.
- Wasiak P. (2012). *The Video boom in the state-socialist Poland*. „Zeitschrift Für Ostmitteleuropa-Forschung”. 1.
- Wasiak P. (2014, w druku) „*The Great Époque of the Consumption of Imported Broadcasts*”. *West European Television Channels and Polish Audiences During the System Transition*, „VIEW. Journal of European Television History and Culture”.
- Yurchak A. (2005). *Everything Was Forever, Until It Was No More: The Last Soviet Generation*. Princeton and Oxford.
- Zapała P. (1986). *Inwazja kuchennymi drzwiami*, „Ekran”, 15 czerwca.

MATERIAŁY FILMOWE

- Magnetowid znad Wisły*, Polska Kronika Filmowa, 1988/05, <http://www.kronikarp.pl/szukaj,21976,strona-1>).