

John Hartley

Jakie są pożytki z badania telewizji? : współczesna archeologia

Panoptikum nr 10 (17), 10-20

2011

Artykuł został 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.

John Hartley

Jakie są pożytki z badania telewizji? Współczesna archeologia

Video, ergo sum.
(Faux René Descartes)

Jakie są pożytki z (badania) telewizji?

Richard Hoggart zadał „pożyteczne” pytanie: w kraju, w którym edukacja masowa wytworzyła populację ludzi umiejących czytać, co dokładnie znaczna większość tej populacji *zrobiła* z umiejętnością czytania? *Po co* im ona była? Pytanie przez niego zadane było ambitne, ponieważ nie przejawiał on zainteresowania *zawodowym czy technicznym* wykorzystaniem umiejętności czytania, lecz jej wykorzystaniem *kulturowym* – społecznymi i filozoficznymi konsekwencjami wyrastającymi z wpływu druku na nowoczesność, szczególnie pośród klasy pracującej [*popular classes*]. Gest Hoggarta był oryginalny i od tego czasu stał się znakiem rozpoznawczym studiów kulturowych. Przesunął on analityczną uwagę z produkcyjnej (polityczno-ekonomicznej) na konsumpcyjną (społeczno-kulturową) stronę nowoczesnego społeczeństwa. Zamiast badać wykorzystanie piśmienności jako siły wytwórczej, zainteresował się tym, jak ludzie wykorzystują ją jako konsumenci. Klasyczne badania socjologiczne skupiłyby się raczej na poszukiwaniu związków między pracą umysłową a fizyczną (ludzi pracujących mózgiem i ludzi pracujących ręką), a wytwórcza siła piśmienności ujęta byłaby jako skoncentrowana wokół pracujących mózgiem (od białych kołnierzyków po „klasę wysoko wykształconych specjalistów”) lub wokół tych aspektów pracy fizycznej, które wymagają umiejętności czytania i pisania. Nieco przewrotna innowacja Hoggarta polegała na skupieniu się na tych ludziach, i tych aspektach ich życia, w których piśmiennictwo nie było ani konieczne, ani oczekiwane: zignorował „wykorzystanie piśmiennictwa” wśród klasy średniej i w miejscu pracy – jako siły komunikacyjnej właściwej dla nowoczesnego, przemysłowego, miejskiego życia – na rzecz ludzi, których inwestycja w umiejętność czytania miała raczej „ludzki” niż techniczny czy funkcjonalny charakter. Potraktował klasę robotniczą w identyczny sposób, w jaki krytycy tradycyjnie traktowali arystokrację i klasy próżniacze: zakładając, że „kultura” nie jest „czymś, czym zajmujesz się w domu po powrocie z pracy”, lecz jest kluczowym komponentem rzeczywistości. Tym, co masowa piśmiennosc wniosła do kultury popularnej, było pytanie, którego nikt przed Hoggartem nie zadał, jednak sedno tego pytania leżało w zainteresowaniu nie tyle kwestiami zawodowymi, technicznymi, profesjonalnymi czy wytwórczymi jako takimi (Hoggart nie jest modernizującym technokrata), co raczej filozoficznymi i „ludzkimi” kwestiami niemającymi bezpośrednich pragmatycznych, praktycznych czy utylitarystycznych konsekwencji. Stąd studia kulturowe, od momentu powstania założycielskiego tekstu, raczej koncentrują się na „bezużytecznej” (z punktu widzenia codzienności) wiedzy nawet wówczas, gdy interesują się przede wszystkim życiem i zająciami ludu pracującego.

Od czasów Hoggarta znacząca część tego ludu pracującego podążyła za nim: przenieśli się ze świata rodzinnych kuchni do nie tak znów wzniosłych sal wyższej edukacji, nie tylko w celu podwyższenia swoich szans na zatrudnienie w gospodarce coraz bardziej opartej na wiedzy, lecz również po to, aby móc lepiej uchwycić świat i ludzi wokół siebie, a także swoje miejsce w owym świecie. Jeśli media na całym świecie pełnią wobec widzów i czytelników rolę potocznych [*popular*] filozofów, wówczas ci, którzy wykorzystują zasoby instytucji formalnej edukacji celem zrozumienia, czym media są, spełniają w rezultacie rolę uprzednio zastrzeżoną dla filozofów jako takich.

Praca Hoggarta wpisuje się w szereg istotnych debat swego czasu, szczególnie na temat demokratyzacji kultury. *The Uses of Literacy*¹ wciąż pozostaje książką wartościową – ważnym werbalnym skarbem [*word-board*] w archeologii wiedzy – nie tylko ze względu na najczęściej wskazywany powód, czyli fakt, że stanowi jeden z momentów kulminacyjnych długotrwałej serii osiągnięć obecnie mętnych, zapominanych, wymazanych. J.B. Priestley, BBC Light Programme, *Picture Post*, przedmieścia, zwyczajność, niezaangażowana polityka kompromisu, socjaldemokracja, G.B. Shaw... – te wskaźniki [*markers*] (a jest to moja lista, a nie Hoggarta) semio-historii zwyczajności zostały zagubione, a przynajmniej przesłonięte, w antagonistycznej prawicowo-lewicowej polityce upolitycznionych badań akademickich lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych, w studiach kulturowych utworzonych jako teoretyczna forma polityki tożsamości, w dysputach metodologicznych pomiędzy tak zwanymi realistami a tak zwanymi tekstualistami; naukami społecznymi a humanistycznymi, modernistami a postmodernistami, racjonalistami a romantykami. Studia kulturowe lat dziewięćdziesiątych zaczęły zapominać o swoim zaangażowaniu w zwyczajność jako pozytywnym celu społecznym, a propozycja Hoggarta jest jedną z dróg powrotu do tej „użyteczności”. Badanie telewizji jest użyteczne jako systematyczne poszukiwanie osobistych, zwyczajnych praktyk nadawania znaczeń w nowoczesnych społeczeństwach demokratycznych. Pozwala ono powiązać wytwórców tekstów [*textmakers*] z czytelnikami, kulturę wysoką z popularną, w sposób, którego Hoggart nie mógł przewidzieć, nawet jeśli sam go ucieleśniał. Jego obawy dotyczyły „uderzających i złowieszczych rysów” naszych czasów, jakie miał ustanawiać „rozdział między technicznym językiem fachowców a niezwykle niskim poziomem organów masowej komunikacji”². Podobnie jak inni pisarze należący do klasy zawodów opartych na wiedzy, sądził, że sposobem na „zasypanie” tej luki będzie przesunięcie „laików” na pozycje „ekspertów”. W istocie ruch ten nie odbywał się tylko w jedną stronę, a popularyzacja (populizm) zawodów opartych na wiedzy nie okazała się katastrofalna. „Użyteczność” badania telewizji polega na tym, że telewizja, ze względu na samą specyfikę swojej historii, stanowić może narzędzie pośredniczące w procesach zaangażowanych w „ekspansję różnicy” w kulturze współczesnej.

O złożonym przedmiocie badań

Telewizja stanowi zdecydowanie zbyt wielki system tekstualny, zdecydowanie zbyt złożony we wszystkich swych aspektach produkcji, ramówki i odbioru, z pewnością zbyt zróżnicowany w czasie i w przestrzeni, by móc ją badać jako jedną całość. Jako przedmiot badań jest nazbyt chaotyczna, by opisać ją szczegół po szczególe. W rezultacie wiele książek stanowiących ogólne wprowadzenie do telewizji skłonnych jest porzucić jakąkolwiek próbę opisaną jej jako spójnej całości czy zjawiska. W zamian oferują:

- **Analizę interdyscyplinarną:** za szczególnie przydatne uznawane są dyscypliny z zakresu nauk humanistycznych (podejścia literackie, tekstualne, semiotyczne, kulturowe, z zakresu historii i sztuk plastycznych) i społecznych (podejścia socjo-

logiczne, ekonomiczno-polityczne, psychologiczne czy antropologiczne). Wydaje się czymś wysoce pożądanym, aby poszczególne badania były świadome interdyscyplinarności tego pola badawczego i zainteresowane innymi ujęciami, a przynajmniej tolerancyjne wobec nich. Jednakże trudno wymagać, aby każda poszczególna analiza uwzględniała wszystkie archiwa, preferencje metodologiczne czy gorące aktualnie tematy w dyscyplinach, które mogą rzucić jakieś światło na dany projekt badawczy. Stąd nie zaskakują recenzje książek publikowanych w tradycji jednej z dyscyplin raczej krytykujące książkę za oddanie pierwszeństwa jednej dyscyplinie, a nie innej, niż zawierające ocenę jej specjalistycznego wkładu w zagadnienie.

- **Intelektualną rozłączność zagadnień:** telewizja badana jest w relacji do takich kwestii, jak władza, zmiana społeczna, estetyka, znaczenie, ekonomia, marketing, tożsamość, technologia. Nie znaczy to jednak, że którakolwiek z nich pozostaje w koniecznym lub przyczynowym związku z którąkolwiek z pozostałych. Pomimo że zrozumienie możliwego funkcjonowania telewizji w relacji do osiągnięć technologicznych, władzy czy estetyki, może być użyteczne, nie należy bynajmniej zakładać, że którykolwiek z tych wymiarów powie nam cokolwiek o pozostałych. W rzeczy samej jednym z najbardziej trwałych problemów, z jakimi boryka się *badanie* telewizji, stanowi dominacja argumentacji ekonomicznej i powiązanej z władzą *nad* wszystkimi innymi, przez co tekstualne formy telewizji oraz reakcje odbiorców uznawane są za zdeterminowane przez tryby produkcji; jej oddziaływanie tekstualne utożsamione z oddziaływaniem społecznym, społeczne oddziaływanie zaś z władzą lub dominacją jednej grupy nad drugą. W gruncie rzeczy kwestia telewizyjnej „władzy tekstualnej” należy do innego porządku niż zagadnienia związane z jej władzą społeczną. To, czy można, a nawet *jak* można zaobserwować działanie władzy społecznej w tekstach i zrozumieć „władzę tekstualną”, stanowi dla tego pola badawczego nieustanny problem. Nie należy wobec tego zakładać oczywistości bezpośredniego przekazu „władzy” ekonomicznej czy społecznej poprzez tekst wprost do mózgowi niczego niepodejrzewających odbiorców. Co więcej, jeśli prześledzi się problem w odwrotnym kierunku, co sam później uczynię, może ujawnić się konieczność przemyślenia od nowa całej koncepcji władzy społecznej i ekonomicznej.
- **Nieporównywalność zjawisk:** to, co staje się przedmiotem badania, jest jedynie luźno powiązane poprzez analizę; nie ma żadnego „istotowego” aspektu telewizji, który musiałoby wziąć pod uwagę każde jej badanie. Jedne badania koncentrują się na produkcji, inne na programach, jeszcze inne na odbiorcach. Nie można jednak wyjaśniać odbioru poprzez analizę produkcji, a programów przez analizę odbiorców, ani też produkcji przez badanie programów. Gdybym miał napisać książkę (co zresztą w istocie uczyniłem) zmierzającą do wyjaśnienia rozległego systemu tekstualnego, jakim jest dziennikarstwo, poprzez odwoływanie się do jego tekstualności, zostałbym przywołany do porządku (i tak się stało) przez tych, dla których najlepszą drogą do wyjaśnienia dziennikarstwa stanowi odwołanie do intencji i działań twórców tekstów, lub też do opinii i postaw odbiorców. Niemniej jednak obecny przedmiot badań – „telewizja” – nie może być już tak łatwo zawłaszczony przez żadną ze stron, ze mną włącznie. Celem bowiem jest zrozumienie jak to się dzieje, że wszystkie poszczególne elementy pasują do siebie nawzajem lub nie pasują, nie należy jednak wyciągać zachłannych rąk w stronę elementów opracowywanych przez innych.

Przedmiot badań jest więc ogromny, chaotyczny i złożony. Wydaje się wręcz, że nie istnieje „coś” takiego jak „telewizja”, której naturalne własności dawałyby się opisać za

pomocą metod naukowych, której działania dawałyby się objaśnić w postaci ciągów przyczynowo-skutkowych. Telewizji nie można sprowadzać do nauki. W rezultacie, jeśli chcemy wprowadzić kierunek poświęcony telewizji jako „dyscyplinę” w oficjalnej edukacji [*formal learning*], nie możemy nastawiać się na dyscyplinę akademicką o nazwie: „telewizja”, a raczej na jej bardziej umiarkowaną formę: „badania telewizji”. Badania nad telewizją charakteryzują się nie tylko fragmentarycznością czy też rozproszeniem przedmiotu badań, lecz również specjalizacją trybów analizy oraz niemożnością zrozumienia przez badaczy pracujących na tym polu, co robią inni. Nie ma jednolitości w *badaniach*, podobnie jak niejednolita jest sama *telewizja*, ponieważ badacze posługują się językami odmiennych dyscyplin oraz wykorzystują odmiennie metody, poszukując odpowiedzi na odmiennie pytania związane z innymi fragmentami całościowego zjawiska. Z tego względu, nawet jeśli twierdzenia przez nich wysuwane mają zwykle charakter ogólny, faktyczne badania stają się coraz bardziej wyspecjalizowane. „Telewizję” na ogół opisuje się poprzez wyakcentowanie jednego z osobnych „momentów” produkcji, tekstu, odbiorców lub historii, przyglądając się instytucjonalizacji, dyskursowi, ekonomii politycznej i społecznemu oddziaływaniu przemysłów, technologii i praktyk [telewizyjnych], które się z nim wiążą. To znamienne, że pole o tak fragmentarycznym, a jednak wszechobecnym przedmiocie badań przejawia tendencję do tego, by od czasu do czasu badacze działający w jakimś jego rogu czy fragmencie rościć mogli sobie pretensje to rozumienia całości. Tak więc ekonomiści polityczni, analitycy strategii, psychologowie behawioralni, a także (muszę to przyznać) tekstualiści okazjonalnie wskazywali na jakąś ogólną teorię telewizji wynikającą z ich szczegółowych węglądów. Jak się zdaje, telewizję najlepiej wyjaśnić, przyglądając się temu czy innemu jej komponentowi (podobnie jak można wyjaśnić działanie promu kosmicznego, przyglądając się uszczelce w jego przewodzie paliwowym), na podstawie którego można wysunąć spektakularne twierdzenia na temat przyziemnego pola.

Telewizja jako polityka kulturowa...?

Jest jednak możliwe przyjęcie takiej ramy analitycznej, która umożliwi rozpoznanie złożoności, różnorodności, a nawet niespójności pola badawczego, choć sama w sobie pozostaje ona stosunkowo prosta. Taktyka ta była już stosowana wielokrotnie, szczególnie przez tych teoretyków [*writers*], którzy skłonni są oskarżać telewizję o co najmniej jedną lub więcej zbrodni przeciw współczesnemu światu. Akt oskarżenia jest długi: telewizja usiadła na ławie oskarżonych i usłyszała zarzuty o rozmaite potworności ideologiczne³ przeciw standardom kulturowym, przyzwitości seksualnej, porządnemu językowi, konwenansom, z drugiej zaś strony oskarżana jest o nadużycia w walce o wolność polityczną, zmianę społeczną, równość ekonomiczną. Prowadzone jest przeciw niej śledztwo w sprawie propagowania patologii jednostek i społeczeństw, od głupoty po konsumpcjonizm. Potępia się ją za niewłaściwe potraktowanie rozmaitych wrażliwych, prześladowanych czy niewinnych grup definiowanych przez pojedynczy element ich tożsamości, czy to będzie płeć kulturowa [*gender*], klasa, wiek, orientacja seksualna, rodzaj rodziny, tożsamość lokalna [*regional*], narodowość, przynależność etniczna czy językowa. Jest szkodliwa dla chłopców i dziewcząt, robotników i elit, czarnych i białych, homoseksualistów i heteroseksualistów, radykałów i konserwatystów.

Taktyka ta przypomina tę używaną w dawnych filmach z gatunku thrillerów. Jakiś niepozbywany, bezużyteczny utracjusz (lub też utracjuszka), którego życie to jeden

wielki bałagan, i którego działania są niezrozumiałe nawet dla niego samego, łąduje na twardym krześle lokalnego posterunku policji i zostaje poddany klasycznie brutalnemu przesłuchaniu. Pod niewzruszonym spojrzeniem wrogiego przesłuchującego, w ostrym świetle akademickiego odpowiednika celi policyjnej, podejrzany zostaje nieco poturbowany – nic, co zostawiłoby jakieś poważne ślady – w celu wydobycia zeznań na temat zbrodni, o które jest podejrzany. Taktyka przesłuchania polegająca na wykorzystaniu pojedynczej linii pytań z pewnością zaowocuje zdumiewającymi rezultatami, a czasem nawet przyznaniem się do winy. Zarządcy telewizji oraz twórcy programów znajdują się w pierwszej linii zaniepokojonych (po ojcowsku) na przykład „efektami” przemocy w telewizji, czy też (liberalnie) reprezentacją grup mniejszościowych na ekranie, czy znowu (konserwatywnie) potrzebą ochrony wartości rodzinnych.

Rezultaty takiego jednokierunkowego przesłuchania mogą być znaczące: możemy odkryć coś, czego wcześniej nie przeczuwaliśmy lub nie rozumieliśmy. Mogą jednak być również niesprawiedliwe – akademicki odpowiednik przemocy słownej [*verballing*] – „podprowadzając” telewizję tak, aby wyglądała na winną jakiejś uprzednio założonej winy oraz redukując jej tożsamość do jakiejś wersji obsesji i koszmarów przesłuchującego. Niestety często trudno jest odróżnić zaskoczenie [*revelation*] od koszmaru „przemoc słowną” od „prawdziwego przyznania się do winy”. Ideologiczne okropności telewizji mogą być rzeczywiste lub wyobrażone, jednak samo wyobrażanie ich sobie jest rzeczywiste, a zatem niezależnie od tego, czy telewizja sprawia, że na przykład nastoletni chłopcy zaczynają się zachowywać agresywnie, wiara w to, że tak się dzieje stanowi znaczący „fakt”, wpływający tak na analizę, jak i na organizację samego przemysłu – jest to przekonanie/fakt odzwierciedlony w sposobie produkcji programów oraz przez to, co się w nich robi, kiedy są wyświetlane i co ludzie o nich myślą.

Analityczne pragnienie przebicia się przez złożone bzdety ku prostej przyjemności zmuszenia rzeczywistości, by przystosowała się do uprzednio założonej teorii na jej temat (jak w „Przyznaj się! [Plask!] To ty jesteś winny! [Trach!]”), ma swoją historię akademicką, a także wyraża się w formie filmów klasy B i komiksów. Kiedy studia kulturowe były jeszcze w fazie tworzenia, od lat pięćdziesiątych po siedemdziesiąte, niektóre z najbardziej wpływowych prac napisali analitycy wykorzystujący pojedynczą ramę eksplanacyjną, by przeciąć iluzoryczną powierzchnię („Szast!”) i odkryć kryjącą się za nią chropowatą rzeczywistość („Prast!”). W tamtych czasach niekwestionowanym superbohaterem teoretycznym była *klasa*. Z niej zaś wyprowadzono istotne „proste” pytanie założycielskie studiów kulturowych: „A co z robotnikami?” Kultura, media, produkcja sensu, styl, estetyka, gatunek, umiejętność czytania i pisanie oraz relacje między producentami tekstów [*textmakers*] w jakimkolwiek medium i ich odbiorcami – wszystkie te elementy zostały poddane przesłuchaniom wedle pytań związanych z *klasą*, klasa zaś ujmowana była jako antagoniistyczna, czyli raczej z perspektywy marksistowskiej, a nie funkcjonalistycznej czy hierarchicznej. Dalej pytania te przekształcono pod kątem *płci kulturowej* [*gender*], jednak założenie o strukturalnym konflikcie pozostało. Później pojawiła się jeszcze *etniczność*, rozumiana jako konflikt binarny analogiczny do opozycji między „białym” a „czarnym”, bez względu na to, że różnorodność etniczna nie da się łatwo sprowadzić do „dwóch kolorów”, chyba że jedynie w celu zachowania konfliktu strukturalnego. Następna w kolejce była *orientacja seksualna* promowana przez aktywistów gejowskich i aktywistki lesbijskie, dla których model klasowy miał sens o tyle, o ile ułatwiał zrozumienie opresji strukturalnej, jako że orientacja seksualna nie jest społecznie dystrybuowana wedle klucza klasowego. Tymczasem w kolejce niecierpliwie stały już mniejszości *narodowe* (na przykład rdzenni mieszkańcy) i *językowe* (np. ludzie mówią-

cy w języku walijskim), przygotowując amunicję, przejmując antagonistsyczną retorykę i „klaso-podobną” politykę z modelu klasowego, pomimo że moc wyjaśniająca „klasy” w odniesieniu do narodów i wspólnot językowych zbliża się raczej do zera, ponieważ tego rodzaju wspólnoty zawierają w sobie klasy, niezależnie od tego, jak są one rozumiane lub jak zantagonizowane mogą być. Jednak wówczas rama została już ukonstytuowana, wraz z jej nieskończonym potencjałem umożliwiającym każdej „tożsamości” stanięcie w kolejce i zapytanie: „A co z nami?”. I właśnie tak się stało.

W tym momencie stało się jasne, że „proste” pytanie, oparte na ujawnieniu walki klas w ramach każdego systemu semiotycznego czy społecznego, nie jest już proste. Pojawił się „problem znaku [ampersand]” w studiach kulturowych i badaniach nad mediami: analiza stawała się coraz bardziej złożona, bardziej niż samo złożone pole, którego zawartość miała szatkować. W miejsce uważnych opisów kultury klasy robotniczej pojawił się „znak”: analiza (tu wstaw dowolny przedmiot badań: film, serial telewizyjny, formę kulturową) wedle pytań związanych z klasą & płcią kulturową & etnicznością & orientacją seksualną & narodowością & wspólnotą językową & wiekiem & rozmiarem & niepełnosprawnością & & &. Jak wykazał ostatnio jeden z bardziej zajadłych krytyków, jest to droga ku szaleństwu: „Choć studia kulturowe w widoczny sposób rozrastały się, wypełniając świat swymi niuansami i reprezentacjami, w tym niekonfliktowym pędzie ku uniwersalności tkwi pewien istotny problem. Lewis Carroll pewnego razu wysunął żartobliwą hipotezę o kraju, który celem udowodnienia swojej wyższości zamówił mapę tak szczegółową, że musiała być narysowana w skali 1:1. Oczywiście nie można jej było nigdy rozwinąć bez pogrążania całego narodu w ciemnościach. Im bardziej reprezentacja zbliża się do złożoności rzeczywistości, tym bardziej redundantna się ona staje. Równie dobrze można zająć się samą rzeczywistością”²⁴.

Faktycznie uwidacznia się tu pewien problem, choć jego konsekwencje nie są aż tak konieczne paraliżujące jak sugeruje nam autor powyższej wypowiedzi: „W procesie odwracania się od pewników narracji typu *en block*, jak marksizm czy feminizm, akademicy utracili możliwość zajęcia jakiegokolwiek znaczącego stanowiska, z punktu widzenia którego mogliby krytykować społeczeństwo, (...) a polityczne życzenia badaczy stały się «miłością, co nie śmie imienia swego wymówić»”²⁵.

Rozpoznanie złożoności przedmiotu badań i porzucenie roszczenia do ogólnego wyjaśnienia niekoniecznie musi prowadzić do szalonego poszukiwania reprezentacji w skali 1:1, lub niewysłowionych pragnień społeczno-politycznych (choć Matt fytche ma tu trochę racji). Przede wszystkim uznanie hybrydyczności i skromności schematów eksplanacyjnych oznacza, że badania akademickie nieco wycofały się z ideologicznej pierwszej linii, mają teraz inny stosunek do swych odbiorców, a w gruncie rzeczy zwracają się do rozmaitych odbiorców i rozmaitych odbiorców przyciągają. Nie mówią już do, dla i o *ogólnej populacji*, lecz skłonne są raczej zwracać się do bardziej wyspecjalizowanych grup kolegów po fachu w rządzie i biznesie. W latach osiemdziesiątych badacze mediów i kultury zaczęli wycofywać się z prostych teorii kultury kierowanych do niewyspecjalizowanych studentów, których sumienia chcieli zwerbować na potrzeby radykalnej lewicy, i zaczęli porzucać to pole na pastwę służebników strategii [*policy wallahs*]. Pojawiła się tendencja do faworyzowania raczej badań „administracyjnych” niż teoretycznych. Owa historia porzucenia wielkich roszczeń – naukowości, „wielkiej” teorii, ogólnych twierdzeń na temat całej populacji lub czytelnictwa – oraz zwrócenie się ku strategiom, przyziemności, banałowi, stały się również udziałem badań nad telewizją.

Ta skromność analityczna z największym zaangażowaniem promowana przez Iana

Huntera⁶, Tony'ego Bennetta⁷ i środowisko pozostające pod ich wpływem w *Centre for Cultural and Media Policy* w Brisbane, być może jest właściwa w kontekście porzucenia roszczeń. Jest również niewątpliwie „przydatna” w dość oczywisty sposób do zmuszenia badaczy kultury, mediów czy tekstualistów do szukania odpowiedzi na pytania zadawane przez producentów, nadzorców oraz (co prawda rzadko) odbiorców, szczególnie wówczas, kiedy podważone zostaje przekonanie o zdrowym charakterze preferowanego dyskursu teoretycznego i o tym, że badacz wypowiada swoje osobiste preferencje. Zdecydowanie łatwiej zaprzyjaźnić się z ludźmi praktycznymi, którzy wiedzą, czego chcą. Co więcej, sformułowano wyrafinowane *teoretyczne* uzasadnienie dla zwrotu ku tego rodzaju strategii, pozwalające tym, którzy sobie świetnie z nimi radzili, na przyjemności związane z obalaniem pretensji „wielkiej teorii” wielką teorią. To w gruncie rzeczy zagranie, które można by uznać za fundujące studia kulturowe, jako że stanowi dokładnie to, co Raymond Williams zrobił z „elitarystyczną” tradycją krytyki literackiej w swojej książce *Culture and Society* (1958) – pokonanie „mniejszościowych kulturalistów” [*minoritarian culturalists*] na ich własnym polu. W tej kwestii prace Michela Foucault, a szczególnie wyprowadzone z jego późnych tekstów pojęcie „rządomyślności”, wykorzystane zostały przez zwolenników „studiów nad strategią kulturalną” do ukazania, w jaki sposób kultura, dyskurs, a nawet sama krytyka, stanowią narzędzia władzy-wiedzy, a ich działanie służy celom zarządzania populacją. Dla służebników strategii studia kulturowe stanowiły dyskurs władzy, a intelektualności w tradycji krytycznej sami siebie oszukiwali, jeśli myśleli, że sami mogą usytuować się na zewnątrz procesów, relacji władzy i przyziemnych „strategii” zarządzania populacją, które poddają krytyce u innych. Oczywiście pojawia się tu wiele kwestii do przemyślenia, a choć „studia nad strategią kulturalną” pozostają silnie powiązane z Tony'm Bennettem i tym samym z australijskim nurtem debaty, interwencja ta miała istotne znaczenie dla studiów kulturowych w ogóle, rzucając wyzwanie heroiczej, choć nie-realnej postawie typowej dla antagonistycznej krytyki kultury, charakterystycznej do tego momentu tak dla lewicy, jak i prawicy.

Zwrot ku „strategiom” stanowił w swej czasem nieco napastliwej formie powrót do zainteresowania zwykłym życiem, użytecznością i odbiorcami poza kręgów akademickich, po mniej więcej dekadzie, w trakcie której studia kulturowe przepracowywały kolejne spotkania z jeszcze bardziej abstrakcyjnymi teoriami, głównie francuskiej proweniencji, od semiotyki i strukturalizmu, przez psychoanalizę, *althusserianizm*, dekonstrukcję, marksizm kulturowy w wydaniu Gramsciego, po postmodernizm i inne. Jeśli twórcy studiów kulturowych z lat pięćdziesiątych zajmowali się próbami „przetłumaczenia” potocznego doświadczenia na język akademicki, by móc uczynić z niego przedmiot poważnej pracy intelektualnej i tym samym właściwy obiekt publicznej strategii, studia kulturowe lat siedemdziesiątych zajmowały się tłumaczeniem mieszaniny frankońskich intelektualistów i filozofów, celem wyprodukowania teoretycznego *lingua franca*, za pomocą którego studia kulturowe można by rozpoznać, przekazać i nauczyć: od Lévi-Straussa, Barthesa i Althussera, przez Lacana, Irigaray i Kristevą, przez Derridę, Deleuze'a i Guattari'ego, aż po Foucault, Baudrillarda i Lyotarda.

Jednak służebnicy strategii też to wszystko czytali, ich zwrot ku strategiom stanowił rezultat pracy teoretycznej, a być może również dowód pragnienia, by odsunąć się od literackiej retoryki teorii „francuskiej” ku bardziej „niemieckiej” wersji teorii społecznej (nie tyle ku idealizmowi Hegla, czy socjologizmom Durkheima i Webera, lecz ku zagadnieniom kultury wpływającym z pism filozoficznych, od Herdera i Kanta począwszy, po Nietzschego, Heideggera i Wittgensteina). Tak czy inaczej, nie dla „stu-

diów nad strategią kulturalną” naiwny pragmatyzm brytyjskich założycieli studiów kulturowych, a szczególnie Richarda Hoggarta – pomimo że całe życie angażował się on w zagadnienia polityczne, spotykał się z brakiem zainteresowania, a nawet krytyką za swój ateoretyczny empiryzm i literacki „rezydualizm”.

Rzeczywiście, nawet najbardziej skrajni ze służebników strategii, włączając w to samego Tony’ego Bennetta, a także Stuarta Cunninghama i innych, musieli w końcu wysuwać w imię „rządomyślności” dokładnie te same ogólne twierdzenia, które poddawali krytyce u innych. „Studia nad strategią kulturalną” promowane były w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych nie jako alternatywne czy też „regionalne” podejście w ramach studiów kulturowych, ale jako ich ostateczny substytut. „Użyteczna” praca może i powinna być wykonana w odniesieniu do telewizji w postaci badania jej własnych kwestii „politycznych”: począwszy od regulacji (i deregulacji) tak przemysłu, jak i treści telewizji, po badanie odbiorców, oddziaływania zmian technologicznych i kwestii związanych z handlem międzynarodowym.

...czy telewizja jako kultura i jako polityka?

Jednakże, i tutaj, jak sędzę, zwrot ku strategiom nie przyczynił się do rozwoju funkcjonalności i przeciętności kosztem zarozumiałej „wysokiej” teorii: pomimo istotności zrozumienia i podążania za rozwojem w obszarze regulacyjnych, przemysłowych, technologicznych i komercyjnych form telewizji, to właśnie te formy zawsze były niekontrowersyjnie otwarte na badania – odwracanie się od nich nie było niczym nowym i pozostawiło ideologiczne pozycjonowanie telewizji w dyskursie publicznym bez dyskusji. Telewizja była i wciąż jest najbardziej „krnąbrnym” przedmiotem badań właśnie w dwóch obszarach, w których studia kulturowe grają o najwyższą stawkę: kulturze i polityce.

Telewizja nigdy nie zdobyła akceptacji ani w kulturze intelektualnej, ani publicznej jako kultura. Nie zdobyła również akceptacji jako polityka. Nie oznacza to bynajmniej, że jej wpływ na kulturę i jej siłę polityczną nie był podany pod niekończące się dyskusje. Wręcz przeciwnie, wydaje mi się, że nieskończony strumień pełnych lęku, krytycznych i promocyjnych komentarzy na temat oddziaływania telewizji na kulturę i politykę stanowi dowód na to, jak bardzo te sfery są wciąż sytuowane „gdzie indziej”, by tak rzec, telewizja zaś ujmowana jako intruz lub parweniuz psujący kulturę, korumpujący politykę, usensacyjniający sferę publiczną i komercjalizujący sferę kultury. Zwrot ku zagadnieniom technologii, przemysłu, regulacji i kwestionariuszy stanowi być może w tym kontekście powrót do tej samej retoryki, która przez dziesięciolecia utrudniała pełne zrozumienie telewizji. Telewizję, ze względu na zaangażowanie ogromnego kapitału, masowy zasięg społeczny, popularne nakierowanie na zasadniczo nieznanych odbiorców oraz nieustanie wiszące w powietrzu unowocześnienia lub zastąpienie przez nowsze technologie, niezwykle łatwo ograniczyć do zagadnień związanych z zarządzaniem populacją (a precyzyjniej „rządomyślności”). Można ją również bez trudu zredukować do zarządzania towarami, kiedy dostarczana technologia, produkty i „treści” komercyjne uważa się zasadniczo za próbę optymalnego dostosowania popytu i podaży (wraz z rządowymi regulacjami dotyczącymi monitorowania rynku).

Żadna z powyższych postaw nie przyczynia się do powszechnego zrozumienia telewizji z punktu widzenia samych odbiorców, a z tego punktu widzenia telewizja musi być postrzegana *jako* kultura i *jako* polityka. Być może nie bez znaczenia pozostaje tu

fakt, że „kultura” i „polityka” (podobnie jak wojna) tradycyjnie stanowiły przedmiot zainteresowania arystokratów i klasy rządzącej, a pomimo różnorodnych procesów demokratyzacji dokonujących się w dziewiętnastym i dwudziestym wieku, ich konsekwencje nie zostały jeszcze w pełni przyswojone w ramach dyskursu krytycznego, intelektualnego czy „rządowego”. Telewizja wciąż potrzebuje swojej „wielkiej teorii”, szczególnie w (zapośredniczonej) sferze publicznej, gdzie mieszanina komercyjnej promocji, krytyki w imię „służby publicznej” i „literackiego” lekceważenia niewiele ma do powiedzenia odbiorcom na temat tego, czym telewizja była, jest i czemu może służyć, ani też o ich własnych z nią związkach. Telewizję skutecznie wykorzystywano do uczenia odbiorców o kulturze i polityce minionych elit, za pomocą choćby niezwykle pouczających programów o królach i katedrach, lecz raczej nie znajdujemy w niej zachęty do analizowania jej własnego miejsca w kulturze i polityce świata współczesnego, ani też miejsca jej odbiorców. Podejmuje wszelkie starania, by stworzyć pozory istnienia jako forma kultury i siła polityczna wartościowa sama w sobie. Odbiorców można podsumować przypuszczeniem, że ulegają oni przekazom komercyjnym i wpływom technologiczno-behawioralnym, nie zaś kulturze i polityce jako takim.

Telewizja nie stanowi jednak prostego narzędzia komercyjnie dostarczanego na rynek. Wcześni krytycy z nurtu studiów kulturowych, z Richardem Hoggartem na czele, rozumieli na swój niesystematyczny, pragmatyczny, „angielski” sposób, że telewizja to kultura i polityka, a nie jedynie technologia i towar. Telewizję należy sobie wyobrazić na taką właśnie, szeroką skalę, w sposób ogólny, a jej istotność „jako” kultury i polityki należy ustanowić, a przynajmniej zaznaczyć, zanim będzie można powrócić do prozaicznych kwestii i odpowiednio je osadzić, i zrozumieć. Połączenie kultury z polityką wciąż definitywnie stanowi otwierające zagranie, fundatorski ruch studiów kulturowych. Oto przykładowa wypowiedź George’a Lipsitza: „Polityka i kultura pozostają w paradoksalnym związku, w którym jedynie efektywne działanie polityczne może doprowadzić do uzyskania dla nowej kultury przestrzeni oddechu, a jednocześnie tylko rewolucja w kulturze uczyni ludzi zdolnych do działania politycznego (...) Kultura istnieje jako forma polityki, jako narzędzie przekształcania indywidualnych i zbiorowych praktyk z punktu widzenia określonych interesów, i o tyle, o ile jednostki postrzegają swoje interesy jako nieokreślone, kultura zachowuje potencjał opozycyjny”⁸. Jest to retoryka modernistycznej interwencji: „rewolucja”, „działanie” [action], „interesy” i „opozycja”. Retorykę tego rodzaju bardzo często wykorzystywano w odniesieniu do telewizji, uznawano bowiem, że jest ona jednym z tych elementów, które wymagają „przekształcenia”, stanowi jeden z „interesów” stojących na przeszkodzie „efektywnym działaniom politycznym”. Jednakże, jeśli telewizja, rozumiana jako praktyka kulturowa odbiorców, sama jest „kulturą istniejącą w formie polityki”, wówczas być może pewne aspekty tej retoryki i założenia na temat polityki, interesów i działania wymagają ponownego przemyślenia. Czy telewizja może być rozumiana jako kultura artykułowana poprzez politykę bez jednoczesnego sięgania po rewolwer rewolucji w modernistycznym geście opozycji? W istocie Lipsitz i inni, a szczególnie w tym kontekście afroamerykański badacz telewizji, Herman Gray, w swojej książce *Watching Race: Television and the Struggle for „Blackness”*⁹, przekonują do takiego właśnie ruchu: „W swym najlepszym wydaniu (reprezentacje kultury afroamerykańskiej w telewizji) w pełni ukazują wszystkie aspekty życia Afroamerykanów, a tym samym przenoszą walkę kulturową w przestrzeni telewizji i mediów poza ograniczone i wąskie kwestie pozytywne/negatywne obrazów, wzorców do naśladowania i prostego odwrócenia w polityce reprezentacji”¹⁰. Gray wzywa do „polityki reprezentacji” angażującej z jednej strony, w telewizję, z drugiej zaś – w określoną tożsamość kulturową (co więcej, jest pełen nadziei co do jej faktycznych szans powodzenia¹¹). Jednak tego rodzaju twierdzenia wymagają uprzednie

rekonceptualizacji telewizji, wypływającej nie tylko ze „strategii”, lecz również z rozważań na temat tego, co telewizja jako kultura i polityka (ogólnie) może znaczyć dla konkretnej wspólnoty. Jedynie wówczas można odpowiadać na pytanie o to, *w którą stronę należy się zwrócić* w tym „zwrocie ku strategiom”. Może się więc okazać, że porzucenie ogólnych twierdzeń jest przedwczesne. Być może telewizję należy nie tylko poddawać nieustannym, precyzyjnie przeprowadzanym badaniom administracyjnym, lecz również podjąć ambitną próbę usytuowania jej w ogólnym kontekście, warunkach i zmianach historycznych. Nie trzeba postrzegać jej w kontekście *kategorialnym*, jako, na przykład, instrumentu wyzysku w ramach kapitalistycznego ekspansjonizmu, walki klas, dominacji płci, opresji kolonialnej, hegemonii ideologicznej, wyparcia psychoseksualnego, władzy nacjonalistycznej, kontroli kulturowej, jako zawsze coś komuś czyniącą, zawsze coś złego, a zwykle łączącą dwa lub więcej wyżej wymienionych elementów, lecz w kontekście *historycznym* i „ewolucyjnym”: można ją rozumieć jako wytwór, część oraz propagatorkę długotrwałych zmian historycznych w uprzednio ściśle zastrzeżonej przestrzeni kultury i polityki.

Tymczasem nawyki, zmiany i historie analitycznych, teoretycznych i krytycznych dyskursów na temat telewizji, mediów i kultury należy ujmować coraz wyraźniej jako element historycznego *milieu*, które samo domaga się wyjaśnienia, nie zaś jakąś bezpieczną przystań prawd akademickich, które można by wykorzystać jako mityczne „stanowisko, z punktu widzenia którego możliwa byłaby krytyka społeczeństwa”. Okres marksizmu, wielka teoria, dialog z feminizmem, teorią *queer*, krytyką postkolonialną czy postmodernizmem, poddawanie telewizji przesłuchaniom „trzeciego stopnia”, wszystkie one są symptomem produkcji wiedzy – części socjotekstualnego krajobrazu, który domaga się wyjaśnienia. Podobnie dzieje się z analizą „strategiczną”, samookreśleniem się badacza i potrzebą „użyteczności”.

Caveat Lector

W momencie, gdy wyłożone już zostały powyższe problemy, dalsza droga sama się narzuca. Choć nie można już wyobrazić sobie „telewizji” jako pojedynczego przedmiotu badań, a jednocześnie nie powinno się redukować jej do jakiegoś jednego aspektu, można przyjąć prostą postawę badawczą dzięki zmianie problematyki na zasadniczo historyczną. Nie pytajmy zatem: „Czym jest telewizja?”, a raczej: „Czemu *służy* telewizja?” „Jakie są *pożytki z telewizji*?”. I to właśnie jest „perspektywa badawcza” tej książki.

Nie jest ona oczywiście niewinna, stanowi bowiem aluzję lub też hołd dla najbardziej cenionej pracy Richarda Hoggarta (albo jej plagiat). Spoglądając na media popularnej rozrywki jako lewicowy *leavista* [*Left-Leavite*]¹², Hoggart pragnął zastosować do nich język oceny literackiej, z pełną krytyczną świadomością, że *niewystarczająco* często dostarczają one swoim czytelnikom i widzom „to, co najlepsze w myśli i słowach”, jak wówczas rozumiano wyrażenie Matthew Arnolda. Dlatego Hoggart, udzielając jednocześnie dwóch odpowiedzi na pytanie: „jakie są pożytki z czytelnictwa?”, był w stanie pokazać, że powszechne czytelnictwo *w ogóle przynosi* jakieś pożytki, które, jak uwidocznili, zakorzenione są w kulturze ludzi, których życie poddane zostaje badaniu, a nie pod kontrolą tych, którzy ich tego czytelnictwa nauczyli; jednocześnie zaś był w stanie utrzymać krytyczną, niezależną postawę wobec samych wytworów mediów i zobaczyć, jakie są z nich „pożytki” [*use*], patrząc z tej perspektywy. Wewnętrzne napięcie tej książki, dialog między „kulturowym” a „krytycznym” korzystaniem [*use*] wraz z ich założonymi konsekwencjami politycznymi, wypływa z samego źródła studiów kulturowych.

Studia kulturowe stanowią mój własny kierunek „dyscyplinarny”, a dialog między „kulturowymi” a „krytycznymi” użyciami [uses] telewizji stanowić będzie główną „debatę” wyłaniającą się z tej książki. To właśnie z tej perspektywy formułuję odpowiedź na pytanie: „Jakie są pożytki z telewizji?”. Należy zwrócić uwagę, o czym ostrzegam z wyprzedzeniem, że odpowiedź ta nie będzie miała specjalnego sensu, dopóki nie będę mógł jej dokładnie objaśnić, co zajmie mi resztę tej książki. Niemniej jednak, aby było wiadomo, jaki jest mój punkt wyjścia, oto ona: mam zamiar ukazać, że najłatwiej zrozumieć pożytki z telewizji za pośrednictwem pojęcia „transnowoczesnego nauczania”, tym zaś, czemu telewizja służy, jest formowanie „kulturowego obywatelstwa”.

Tłumaczenie: Monika Bokinić

Przypisy

- ¹ Mowa o książce Hoggarta *Spojrzenie na kulturę robotniczą w Anglii*, przekł. A. Ambros, Warszawa 1976. Przekład polski nie oddał w pełni tytułu oryginału, do którego nawiązuje Hartley, a który brzmi: *The Uses of Literacy. Aspects of Working-class Life with Special Reference to Publications and Entertainments*. [przyp. tłum.].
- ² Ibidem, s. 22.
- ³ R. B. Ray, *The Avant-Garde Finds Andy Hardy*, Cambridge 1995, s. 7.
- ⁴ Matt ffytche, „The Modern Review” 1997, No. 2, s. 67–68.
- ⁵ Ibidem, s. 68. W cytacie tym znajduje się odwołanie do poematu Lorda Alfreda Douglasa *Dwie miłości*, [dop. tłum.].
- ⁶ Zob. I. Hunter, *Culture and Government: The Emergence of Literary Education*, London 1988.
- ⁷ Zob. T. Bennett, *Useful Culture*, „Cultural Studies” 1992, Vol. 6, No 3, s. 395–408.
- ⁸ G. Lipsitz, *Time Passages: Collective Memory and American Popular Culture*, Minneapolis 1990, s. 16.
- ⁹ H. Gray, *Watching Race: Television and the Struggle for „Blackness”*, Minneapolis 1995.
- ¹⁰ Ibidem, s. 92.
- ¹¹ Ibidem, s. 175–176.
- ¹² Hartley nawiązuje tu do postaci F. R. Leavisa, jednego z najważniejszych krytyków literackich XX wieku [przyp. tłum.].

Summary

What are the uses of television studies? A modern archaeology

In this essay John Hartley translates the classical question posed by Richard Hoggart about the uses of literacy into the question of the cultural and political uses of television. However, the crucial question concern rather the meta-theoretical question of how to study television as a subject of research. Hartley demonstrates the complexity of the very object of study as well as the necessity of interdisciplinary character of research in that area. He also surveys the history of treating television as cultural policy within cultural studies and calls for a new methodological approach towards television treated and studied as culture and as politics.

Przekład według: John Hartley, *What are the Uses of Television Studies? A Modern Archaeology*, [w:] Idem, *Uses of Television*, Routledge 1999, s. 15-26.

Redakcja pragnie podziękować Autorowi oraz wydawnictwu Taylor & Francis Ltd. (<http://www.informaworld.com>) za udostępnienie tekstu oraz zgodę na jego tłumaczenie i publikację.

Translated and published by the kind permission of John Hartley and the Taylor & Francis Ltd.