

Antonina Kłoskowska

Kultura masowa we Francji : francuska sentymentalna prasa kobieca

Przegląd Socjologiczny / Sociological Review 14/1, 73-104

1960

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.

ANTONINA KŁOSKOWSKA — ŁÓDŹ

KULTURA MASOWA WE FRANCJI

FRANCUSKA SENTRYMENTALNA PRASA KOBIECA *

Treść: Określenie przedmiotu. — Francuska „prasa serca”. — Sylwetka producenta. — Analiza treści dwóch magazynów. — Odbiorcy „prasy serca”. — Kampania przeciwko „prasie serca”. — Problem „prasy serca” w perspektywach kulturalno-porównawczych.

OKREŚLENIE PRZEDMIOTU

Pomimo obfitości prac socjologicznych poświęconych zagadnieniom kultury masowej nie uzgodniono dotąd znaczenia tego pojęcia, które, niewątpliwie, bywa rozumiane rozmaicie. Czy kultura masowa oznacza po prostu bardzo szerokie rozchodzenie się podobnych treści wśród najszerszych kręgów społeczeństwa, czy też należy rozumieć pod tym terminem także, a nawet przede wszystkim, specyficzność treści kultury, których charakter wyznaczony jest w sposób bezwarunkowy przez masowe formy jej produkcji i przekazywania? Przyjęcie pierwszego lub drugiego ze wskazanych tu stanowisk zależy od dowolnej decyzji badacza, który swobodnie może formułować definicje projektujące. Względy metodologiczne powinny jednak skłaniać do preferencji takiej definicji, której zastosowanie zdaje się dostarczać korzystniejszego punktu wyjścia dla badań. Z tego punktu widzenia za właściwsze uważam pierwsze określenie kultury masowej uwzględniające jedynie jej aspekt ilościowy, nie przesądzające natomiast o charakterze jej treści. Określenie to jako bardziej formalne posiada szerszy zakres. Można nim zatem objąć zjawiska kulturalne bardziej różnorodne, właśnie nie identyczne, ale różniące się pod względem treści. Dzięki temu w ramach rozważań nad kulturą masową możliwa będzie

* Liczne informacje dotyczące francuskiej „prasy serca”, podobnie jak niektóre inne materiały wykorzystane w niniejszym artykule, a przede wszystkim kolekcje magazynów, zostały mi udostępnione dzięki uprzejmości biura Service Juridique et Technique de la Presse przy Ministerstwie Informacji w Paryżu. Cenne informacje zawdzięczam również życzliwej pomocy profesora J. Kaysera, wicedyrektora Institut Français de Presse.

analiza porównawcza rozwoju zjawisk powstających na gruncie rozmaitych tradycji kulturalnych i kształtowanych przez wpływ odmiennych społecznych warunków. Przy tym ujęciu zatem, miast zakładać z góry, jaki jest charakter kultury masowej, badacz może poszukiwać różnorodnych, zmiennych właściwości tego zjawiska wyznaczonego tylko formalnymi, ilościowymi cechami. Może wzbogacać wiedzę o różnorodnych zależnościach między właściwościami społeczeństw współczesnych a tendencjami i charakterem ich kulturalnej twórczości. Takie formalne określenie nie wyklucza zastosowania w dalszej analizie kultury masowej kryteriów odnoszących się do jej treści. Socjolog przy analizie treści nie może uniknąć posługiwania się kryteriami estetycznymi, etycznymi i poznawczymi określonych systemów wartości. Obowiązany jest jednak uwzględniać ich socjologiczne uwarunkowanie, co pozwoli mu uniknąć arbitralności i absolutyzowania ocen oraz skłoni do maksymalnego wykorzystania możliwości immanentnej socjologicznej analizy kultury. Analizą immanentną nazywam charakteryzowanie kultury przez odnoszenie jej do postaw określonych społecznych kręgów i wskazywanie jej społecznej funkcji. Elementem takiej analizy jest termin „kultura wyższa” odnoszony do treści kultury wytwarzanej i przekazywanej przez koła intelektualne, stanowiącej przedmiot oficjalnej tradycji w ramach instytucji oświatowych i wchodzącej w skład modelu konsumpcji kulturalnej aprobowanej w kręgach oświeconych społeczeństwa. Poza zakres analizy immanentnej wykracza natomiast używane przez E. Shilsa określenie „kultura czysta” (*refined*), podobnie jak określenia innych wyróżnionych przez tego autora poziomów kultury¹.

Przyjęcie aspektu ilościowego jako wyznacznika kultury masowej określa w sposób dość precyzyjny historyczne granice tego zjawiska. Kultura masowa jest zjawiskiem właściwym dla społeczeństw o dużej masie i gęstości. Użycie tych durkheimowskich terminów wydaje się bardzo właściwe dla określenia charakterystycznej cechy nowoczesnych społeczeństw zindustrializowanych i zurbanizowanych. Nie muszą to koniecznie być społeczeństwa liczące wiele dziesiątków lub setki milionów ludności. Charakterystyczne jest dla nich natomiast skupienie życia w wielkich ośrodkach miejskich oraz wykorzystywanie środków „komunikacji masowej” opartych na nowoczesnych wynalazkach technicznych, które zapewniają im specyficzny system wewnętrznej łączności i zespolenia. Środki komunikacji masowej warunkują powstanie kultury masowej i pełnią rolę głównego jej wyznacznika przy przyjętym tu rozumieniu tego zjawiska.

¹ E. Shils, *Kultura społeczeństwa masowego*, „Przegląd Kulturalny”, 1959, nr 44; tegoż, *Spoleczeństwo mas a trzy poziomy kultury*, „Przegląd Kulturalny”, 1959, nr 46.

Właściwy nowoczesnym społeczeństwom system komunikacji zakłada nie tylko istnienie określonych technicznych urządzeń, lecz również osiągnięcie pewnego stopnia demokratyzacji i związanego z tym upowszechnienia oświaty oraz pewnej standaryzacji poziomów kulturalnych i gustów. To ostatnie określenie dotyka jednego ze spornych problemów odnoszących się do charakterystyki współczesnego społeczeństwa. Niektórzy rygorystyczni krytycy kultury masowej potępiający ją ze stanowiska kryteriów „wyższej kultury” uważają standaryzację za dominujący rys współczesnego „masowego społeczeństwa” i widzą w tym piętno jego degeneracji. Taki pogląd reprezentuje np. D. Macdonald w artykułach na temat współczesnej Ameryki oraz Brogan w rozważaniach polemicznych o kulturze angielskiej². Obaj ci autorzy reprezentują drugie z określonych poprzednio stanowisk w ujęciu kultury masowej, uznają zatem, że masowy charakter kultury jednoznacznie determinuje jej treść.

W przyjętym tu rozumieniu założenie względnej standaryzacji i niwelacji kulturalnej jako warunku kultury masowej nie jest równoznaczne ani z negatywnym wartościowaniem masowej kultury i poprzedzających jej powstanie procesów społecznych, ani nie oznacza przeświadczenia o wyeliminowaniu w jej ramach wszelkiej różnicy poziomów kulturalnych. Społeczeństwa zindustrializowane przez upowszechnienie oświaty i ujednoczenie form szkolnictwa elementarnego stwarzają pewną bazę wspólnego kulturalnego doświadczenia. Ten zakres uniwersalnego kulturalnego doświadczenia nie wyznacza oczywiście górnej granicy ani dla twórców, ani dla ogółu odbiorców. Stanowi on jednak wspólny mianownik, do którego mogą najłatwiej apelować środki masowej komunikacji. Przyjmując nawet, że środki masowej komunikacji biorą najczęściej za punkt wyjścia elementarną bazę wspólnego kulturalnego doświadczenia społeczeństwa, nie trzeba jednak wnioskować, że nie mogą poza nią wykraczać i wzbogacać jej nowymi elementami. Z tego także względu wydaje się zatem niewłaściwe aprioryczne ujmowanie kultury masowej jako kultury o określonym charakterze, określonej treści i poziomie.

Przez kulturę masową należy więc rozumieć zgodnie z przyjętym tu stanowiskiem ogół treści kulturalnych rozpowszechnianych za pomocą środków masowej komunikacji w społeczeństwach nowoczesnych zindustrializowanych i zurbanizowanych, odznaczających się określonymi cechami „masy” i „gęstości” społecznej. We wszystkich krajach kapitalistycznych do określenia kultury masowej dołącza się jako czynnik o doniosłym zna-

² D. Macdonald, *A Theory of Mass Culture*, „Diogenes”, 1953, nr 3. D.W. Brogan, *Problem of High Culture and of Mass Culture*, „Diogenes”, 1954, nr 5.

czeniu komercyjny charakter wytwórczości kulturalnej, która w warunkach masowego rozpowszechniania podlega wszelkim prawom rządzącym produkcją przeznaczoną na rynek. Ten czynnik wpływa, oczywiście, na treść kultury masowej. Miast jednak przyjmować z góry, że determinuje ją w sposób jednoznaczny, jak to czynią niektórzy krytycy kultury masowej, wydaje się właściwsze śledzić jego faktyczne działanie w konkretnej analizie wytworów tej kultury. Analiza taka doprowadza m.in. do wniosku, że kultura masowa w Ameryce, Anglii i Francji nie jest identyczna pomimo powszechności działania zasady komercjalizacji we wszystkich tych krajach, pomimo zasadniczego podobieństwa technicznego funkcjonowania środków masowej komunikacji.

Aby znaleźć właściwą miarę podobieństw i różnic poszczególnych typów narodowych kultury masowej, trzeba by było dysponować monograficznymi opracowaniami odnoszącymi się do poszczególnych krajów. Takich opracowań zawierających syntetyczne przedstawienie treści kultury masowej w jej społecznym kontekście brak dotąd nawet w odniesieniu do masowej kultury w Ameryce pomimo licznych badań i publikacji, które socjologowie amerykańscy poświęcają temu przedmiotowi³. Opracowania takie musiałyby uwzględnić różnorodność dziedzin kultury masowej i całą szeroką skalę jej treści, w której znajduje się miejsce i na popularyzacje wielkiej światowej literatury klasycznej i na rozpowszechnianie standaryzowanej produkcji kryminalnych romansów, comicsów i estradowych widowisk.

Sama analiza treści kultury masowej, określenie zakresu i zbilansowanie wartości jej różnych elementów stanowi bardzo trudne zadanie. Do tego dołącza się bardziej jeszcze skomplikowany problem recepcji. Trudności te tłumaczą fragmentaryczność dotychczasowych socjologicznych opracowań zagadnień kultury masowej koncentrujących się najczęściej na wybranych, wąsko zakreślonych dziedzinach, jak np. studia amerykańskie o słuchaczach seryjnych opowieści radiowych lub o dorosłych czytelnikach comicsów⁴.

³ Opracowania odnoszące się do amerykańskiej kultury masowej noszą najczęściej charakter szczegółowych studiów poświęconych wąskiemu zagadnieniu. Szereg artykułów tego typu zawiera tom: *Mass Culture. The Popular Arts in America* (wyd. Rosenberg i D. M. White, 1957) oraz liczne inne wypisy z dziedziny badań nad komunikacją społeczną. Próby ujęć syntetycznych, jakich przykład stanowią rozdziały książki M. Lerner, *America as a Civilization* (New York 1957) poświęcone kulturze amerykańskiej, noszą natomiast cechy publicystyki.

⁴ H. Herzog, *What Do We Really Know About Daytime Serial Listeners?* w tomie *Reader in Public Opinion and Communication* (wyd. P. Berelson, M. Janowitz, Glencoe 1950); L. Bogart, *Comic Strips and Their Adult Reader* w .tomie: *Mass Culture...*

Nawet studia poświęcone specyficznej i ograniczonej dziedzinie mogą wskazywać ogólne perspektywy oceny zjawisk kultury masowej, jeśli są przedstawione w szerszym społecznym kontekście i jeśli zawierają elementy analizy porównawczej. Niniejszy artykuł ma za przedmiot pewien wycinek kultury masowej we Francji, jest on jednocześnie próbą uchwycenia choćby w jednym aspekcie specyficznych cech i warunków rozwoju kultury masowej w kraju tak różnym od Ameryki, która stanowi dla nas dotąd główne źródło informacji o kulturze masowej w krajach kapitalistycznych.

Zgodnie z przyjętym poprzednio stanowiskiem w skład kultury masowej danego społeczeństwa wchodzi zatem wszystkie treści, które są rozpowszechniane w szerokiej skali przez środki komunikacji masowej i które znajdują masowych odbiorców. Dzięki broszurowym wydawnictwom o milionowych nakładach elementem kultury masowej we współczesnej Ameryce stają się także dzieła Szekspira i dialogi Platona, które w ciągu stuleci występowały jako element wyższej kultury społeczeństwa europejskiej cywilizacji. Pomimo stwierdzonego przed chwilą braku globalnych, syntetycznych ujęć i bilansu regionalnych typów kultury masowej nikt jednak nie wątpi, że wielka literatura klasyczna nie stanowi dominującego elementu treści tej kultury w żadnym z krajów dopuszczających swobodne działanie zasad komercjalizacji. We wszystkich tych krajach rozwojowi technicznych możliwości rozpowszechnienia treści kulturalnych i społecznych możliwości ich recepcji towarzyszył rozwój specyficznych gatunków kulturalnej twórczości czy produkcji.

Za typowy dla masowej produkcji kulturalnej i niejednokrotnie — niezupełnie słusznie — identyfikowany z kulturą masową w ogóle uważa się wątek o dużym napięciu dramatycznym, charakteryzujący się częstym występowaniem gwałtu i operujący oddzielnie lub łącznie dwoma zasadniczymi motywami: zbrodni i płci. W Ameryce ten wątek i te motywy eksploatują w sposób zgodny ze swymi technicznymi możliwościami i specyficznością wszystkie główne środki komunikacji masowej, tj. prasa, ilustrowane magazyny, comicsy, radio, film i telewizja. Inny typowy wątek kultury masowej opiera się na motywie codziennego życia zwykłych ludzi, odwołuje się on do potrzeby ekspresji osobowości w obrębie małych grup społecznych i potrzeb sentymentalnych. Ten wątek wyzyskują przede wszystkim seryjne opowiadania telewizyjne i radiowe, tzw. *soap operas*.

Zaden z tych motywów nie jest oryginalnym tworem nowoczesnej kultury masowej. Ich genezę można odnaleźć w wielkiej literaturze światowej ubiegłych okresów historycznych. Szczególnie interesujący wydaje się wywód ich genealogii z wątków dawnej kultury popularnej. Praca R. D. Alticka, poświęcona popularnemu czytelnictwu w Anglii, pozwala

np. odnaleźć prototyp współczesnej literatury kryminalnej w tzw. *Chap-books*, zawierających opisy głośnych zbrodni i ballady opiewające dzieje sławnych bandytów, które w postaci druków ozdobionych drzeworytami kolportowali wędrowni handlarze po wsiach i miasteczkach angielskich w XVII stuleciu ⁵.

Motyw gwałtu był w ogóle szeroko rozpowszechniony w sztuce ludowej, a *Commedia dell' Arte* może stanowić pod tym względem obfite źródło natchnienia. Współcześni krytycy francuscy potępiający zamerykanizowane wydawnictwa ilustrowane dla młodzieży za operowanie motywem gwałtu nie zdają sobie sprawy z faktu, jak często ten sam motyw występuje w tradycyjnych widowiskach oglądanych z pełną aprobatą wychowawców przez dzieci paryskie w sali pałacu Louxembourg lub w budzie teatrzyku marionetek z Tuileries, gdzie Guignol okłada kijem swych przeciwników ⁶.

Nie chodzi o to, aby całkowicie identyfikować bastonady Guignola z ociekającymi krwią, makabrycznymi cyklami niektórych comicsów amerykańskich. Słuszna wydaje się jednak hipoteza, że psychologiczne źródła dawnej kultury ludowej i obecnej kultury masowej nie są tak zasadniczo różne, jak to utrzymują niektórzy krytycy. Ponieważ współczesna sztuka popularna chce i może trafiać do bardzo wielkich mas odbiorców, musi ona apelować do postaw i motywacji względnie uniwersalnych. Stąd dramatyczny charakter jej wątków mający przyciągać uwagę, stąd odwoływanie się do elementarnych potrzeb i przeżyć emocjonalnych. Producenci skomercjalizowanej kultury masowej przy zaspakajaniu tych potrzeb stosują na ogół zasadę linii najmniejszego oporu. Wykorzystują oni fakt, że intensyfikacja motywu gwałtu nieograniczona eksploatacja motywu płci i nastroju grozy przyczynia się do wzmożenia atrakcyjności produktu, a poziom formy staje się przy tym kwestią drugorzędną. Niektórzy krytycy kultury masowej, wyznawcy tzw. teorii „spisku producentów”, widzą w ich działalności rezultat świadomej polityki zmierzającej do oglupienia i demoralizacji mas ⁷. Ta koncepcja przez nikogo nie została należycie uzasadniona. Porównawcze badania wskazują natomiast, że polityka producentów nagina się wszędzie do warunków, które dla ich działalności stwarzają ramy prawne

⁵ R. D. Altick, *The English Common Reader. A Social History of the Mass Reading Public 1800—1900*, Chicago 1957, ss. 430.

⁶ Na występowanie motywu gwałtu w czasopiśmie dla dzieci i młodzieży we Francji opartych o wzory comicsów amerykańskich zwraca uwagę P. Fouilhé w studiach: *Journaux d'enfants, journaux pour rire?* (Paris 1955) oraz *La presse enfantine*, „Ecole des Parents”, 1956, nr 5.

⁷ Por. Van den Haag, *Of Happiness and Despair We Have No Measure* w tomie: *Mass Culture...*

społeczeństwa, oficjalna kontrola ich produkcji, tradycje kulturalne, reakcje opinii publicznej i gusty odbiorców. Wpływ tych wszystkich czynników przejawia się w zróżnicowaniu regionalnych, narodowych typów kultury masowej, występującym w ramach tego samego typu ustrojowego.

To stwierdzenie nie przeczy przytoczonej poprzednio hipotezie, według której kultura masowa nastawiona jest na zaspakajanie uniwersalnych w ramach tej samej cywilizacji potrzeb psychologicznych, wiadomo bowiem, że identyczne postawy kanalizować można w sposób dość zróżnicowany. Analiza porównawcza elementów kultury masowej wskazując różne warianty traktowania podobnych motywów i wątków może więc dostarczyć zarówno wiedzy o psychospołecznych mechanizmach kształtujących kulturę popularną, jak wskazówek praktycznych co do metod realizacji polityki kulturalnej w różnych warunkach.

FRANCUSKA „PRASA SERCA”

Jeśli kultura amerykańska kojarzy się często w potocznym przekonaniu właśnie z wytworami kultury masowej, z produkcją Hollywood, z comic-sami i jazzem, to inaczej ma się sprawa z kulturą francuską. Pojęcie kultury francuskiej wywołuje w świadomości przeciętnie wykształconego Europejczyka na drodze prostego psychologicznego mechanizmu zgoła inne skojarzenia: Francja wieczna, Grecja nowożytnego świata, skarby Louvre'u, katedry gotyckie i zamki Loiry, dramat Wielkiego Wieku i racjonalistyczna filozofia Oświecenia, literackie kawiarnie i galerie sztuki, Sorbona i egzystencjalizm.

Stereotypowe wyobrażenia nie zawierają jednak nigdy całej prawdy. I tak jak w Ameryce obok produkcji filmów sensacyjnych i comicsów jest miejsce na wielką literaturę i twórczość naukową, tak we Francji na użytek milionów odbiorców produkuje się kulturę masową, której elementy bardzo odbiegają od skali stereotypowych skojarzeń wiązanych z kulturą francuską. Historyczno-społeczny kontekst tego zjawiska różni jednak niewątpliwie francuską kulturę masową od amerykańskiej. Z wielu względów zatem Francja może pełnić rolę *instantia crucis* w badaniach nad specyficznymi cechami kultury masowej typu komercyjnego.

W rozważaniach niniejszych za obiekt bardziej szczegółowej analizy obrana została „prasa serca”, która stanowi charakterystyczny dział publikacji masowych we Francji. Ze względu na swój zakres i zasięg oraz na reakcje, które wywołuje, może być ona uważana za najbardziej znamienity wytwór francuskiej kultury masowej.

Prasa serca (*la presse du coeur*) stanowi formalnie część czasopiśmiennictwa kobiecego, choć czytana jest faktycznie nie tylko przez kobiety. Prasa kobieca jako całość przedstawia we Francji bardzo poważny dział wydawnictw periodycznych. W r. 1956 ukazywało się w Paryżu 50 tytułów tygodników i miesięczników kobiecych, które stanowiły najliczniejszą kategorię periodyków dla dorosłych⁸. Spośród trzech tygodników, których nakład przekraczał milion egzemplarzy, dwa to pisma kobiece. Czasopisma kobiece, jak inne popularne magazyny francuskie, uległy po ostatniej wojnie pewnej „amerykanizacji” formy zewnętrznej. Na pismach amerykańskich wzorowany jest w szczególności popularny tygodnik „Elle”, którego redaktorka odbyła staż zawodowy w wydawnictwach amerykańskich. Cena „Elle” dziesięciokrotnie niższa od ceny luksusowych, ekskluzywnych tygodników kobiecych jest niewspółmierna do rozmiarów pisma (148 stron), jego szaty graficznej i gatunku papieru. Tłumaczy się to nie tyle wysokim nakładem (około 800 tys.), ile charakterystycznym dla źródeł finansowych kultury masowej przesunięciem z wpływów od odbiorców na wpływy płynące z reklamy.

Zakres miejsca poświęconego reklamie, to jeden z głównych czynników formalnych odróżniających masowe publikacje w krajach kapitalistycznych od naszych publikacji podobnego typu. Drugą specyficzną cechą większości kobiecych magazynów ilustrowanych jest szczupłość lub całkowity brak aktualnych informacji i komentarzy politycznych. Wyjątek pod tym względem stanowią jedynie nieliczne czasopisma inspirowane przez organizacje i partie polityczne, nie należące jednak do najbardziej poczytnych. Na treść czasopism składają się reportaże, nowele, powieści w odcinkach i opowiadania, mody, przepisy kulinarne, porady kosmetyczne, artykuły na tematy wychowawcze i obyczajowe, korespondencja z czytelniczkami, rozrywki umysłowe, porady na temat zdrowia i higieny. Jest to więc tradycyjny i uniwersalny zakres treści magazynów kobiecych.

Prasa serca, mimo że stanowi niewątpliwie nowy rodzaj publikacji, może być uważana za produkt ewolucji tych tradycyjnych magazynów. Ewolucja ta zmierza w kierunku rozrostu fikcji literackiej dokonującego się kosztem wszystkich pozostałych działów, które ulegają atrofii kurcząc się do wymiarów $\frac{1}{3}$ — $\frac{1}{4}$ zawartości lub zanikając całkowicie. Eliminacja funkcji informacyjnych zaznaczająca się już w tradycyjnych czasopismach

⁸ Według *Annuaire de la Presse Française et Etrangère et du Monde Politique 1957. Guide de la Publicité*. Według tegoż źródła w tym samym roku publikowano w Paryżu 37 magazynów ilustrowanych o treści ogólnej, 23 pisma typu rodzinnego, 29 pism poświęconych sztuce itd. Pisma kobiece stanowią najliczniejszą kategorię, poza pismami dziecięcymi, których wychodzi we Francji 120.

doprowadza w prasie serca do całkowitego zatracenia charakteru czasopisma. Magazyny tego typu nie mają daty, jedynie numery porządkowe na okładce, mimo że ukazują się w regularnych tygodniowych odstępach; charakter winietki podkreśla tylko czasami związek z określoną porą roku. Należy je zatem traktować jako wydawnictwa seryjne, o których ciągłości stanowi kontynuacja podzielonych na odcinki dłuższych cyklów powieściowych i historii obrazkowych. Ponadto zawierają one z reguły dział wróżb astrologicznych i horoskopów.

Określono poprzednio prasę serca jako typ wydawnictwa zdominowanego przez fikcję literacką. Wyrażenie to tylko w części jest właściwe. Pod względem formy wyrazu fikcyjne wątki prasy serca w równym niemalże stopniu co z popularnej literatury romansowej wywodzą się z filmu. Wydaje się niewątpliwe, że kino patronowało temu nowemu działowi kultury masowej w równym prawie stopniu, co tradycyjny romans. Filiacja ta mogła się zresztą dokonać i za pośrednictwem comicsu, którego bezpośrednio oddziaływanie na prasę serca jest bezsporne. Element obrazowy we współczesnej kulturze masowej stanowił przedmiot wielu rozważań. W przypadku prasy serca nie pełni on roli autonomicznej w takim stopniu jak w comicsowych wydawnictwach dla dzieci, lecz występuje w ścisłej symbiozie z elementem literackim.

Oto jak przedstawia się z tego punktu widzenia układ treści dwóch magazynów najbardziej reprezentatywnych dla prasy serca: „Confidence” i „Nous Deux”. W obu magazynach ponad $\frac{2}{3}$ powierzchni poświęcone jest fikcji romantycznej. W każdym zeszycie „Nous Deux” dział ten wypełniają 3—4 nowele kompletne, trzy odcinki powieściowe, trzy historie rysunkowe i trzy historie obrazkowe — fotograficzne (tzw. *roman-photos* lub *bandes illustrées*). Cykle rysunkowe i fotograficzne stanowią bądź kompletne historie zawierające się w jednym zeszycie, bądź kontynuacje obszerniejszych całości ciągnących się przez wiele zeszytów na podobieństwo odcinków powieściowych. W „Confidences” układ treści przedstawia się identycznie z tą tylko różnicą, że liczba historii filmowych jest tu nieco mniejsza. „Confidence” założone jeszcze przed wojną (1938 r.) powolniej poddaje się technicznym nowościom. Za to niektóre inne magazyny („Festival”) poświęcają aż $\frac{2}{3}$ powierzchni historiom obrazkowym, z przewagą filmowych. Te ostatnie stanowią w niektórych wypadkach skróty filmów fabularnych znanych z ekranu, w większości jednak są to powieści fotograficzne komponowane, inscenizowane i zdejmovane specjalnie na użytek prasy serca.

Swoista penetracja filmu na łamy wydawnictw periodycznych jest faktem zasługującym na uwagę. Powieści filmowe to niejako filmy w minia-

turze, nieruchome i nieme, ale zachowujące ten zasadniczy element filmu, który stanowi autentyczny obraz ludzi w akcji, najbardziej bezpośrednio unaocznienie fabuły, wyrazu uczuć odbijających się na twarzy bohaterów. Wyobraźnia odbiorcy nie jest tutaj zmuszana do nadmiernej pracy: dopomaga jej fotografia. Dzięki powieściom filmowym zamieszczanym przez prasę serca przyżycie wiążące się w zasadzie z kinem lub telewizją staje się w postaci namiastki łatwo i tanio dostępne w każdej chwili, bo zeszyt magazynu kosztuje tyle co bilet do metra i może być czytany w metrze, w drodze do domu lub do pracy.

Historie filmowe i obrazkowe stanowią bardzo atrakcyjny dział prasy serca, jednak nawet tam, gdzie zajmują połowę powierzchni zeszytów, komunikują znacznie szczuplejszy zasób treści niż nowele i odcinki powieściowe, które pozostają podstawowym elementem prasy serca. Nie wchodząc tu na razie w analizę treści tego działu trzeba stwierdzić, że literatura popularyzowana w magazynach jest to literatura drugiego czy trzeciego rzędu i ma charakter twórczości anonimowej. Od tej reguły odbiega tylko magazyn „Confidences”, który zawiera materiały przynajmniej częściowo podpisane, a do rzędu swych współpracowników zalicza André Maurois. Nazwisko członka Akademii z należnym mu tytułem figuruje w stałym dziale porad natury moralno-obyczajowej zwróconych do młodych dziewcząt. Rozpoczynają się one sakramentalnym zwrotem w rodzaju „Oto więc wysłaś za mąż, Nadino”, albo „Wybierasz się do Anglii, Odetto” i nie należą do głównego nurtu twórczości autora.

Współpraca członka Akademii i niektóre inne materiały zawarte w „Confidences” wyróżniają do pewnego stopnia ten magazyn w ramach prasy serca jako wydawnictwo przeznaczone dla odbiorców odznaczających się pewnym snobizmem literackim. Dystans dzielący je od tygodników i miesięczników literackich pozostaje jednak bardzo duży, chociaż nieco mniejszy niż w przypadku magazynu „Nous Deux”⁹.

Trudno ustalić dokładnie cyfry aktualnych nakładów prasy serca, ponieważ granica pomiędzy tradycyjnymi pismami kobiecymi a tym typem wydawnictw nie jest całkowicie ostra. Przy zastosowaniu rygorystycznych kryteriów tygodniowy nakład prasy serca obliczyć można na co najmniej 6 milionów egzemplarzy. Z tej liczby przeszło połowa (3 800 000) przypada na publikacje koncernu Del Duca, który w 1955 r. wydawał siedem

⁹ Społeczne kategorie adresatów wydawnictw z zakresu prasy serca starał się określić w sposób precyzyjny L. Brahms w artykule *Analyse et signification des contenus de la presse féminine actuelle* („Ecole des Parents”, 1955/56, nr 6) na podstawie wartości towarów reklamowanych w poszczególnych magazynach.

magazynów, a wśród nich najpopularniejszy „*Nous Deux*” („*Nas Dwoje*”) o półtoramilionowym nakładzie.

Według świadectwa A. Wertha w 1947 r. prasa serca praktycznie prawie nie istniała¹⁰. Jej sukces jest zatem dziełem kilkunastu powojennych lat. Refleksje na temat tego sukcesu podsuwają jego komentatorom problem często formułowany w odniesieniu do różnych przejawów kultury masowej: Czy powodzenie produktów tej kultury świadczy o tym, że zaspakajają one adekwatnie jakieś istotnie zastane potrzeby i aspiracje odbiorców, czy też produkcja ta sama kształtuje gusty publiczności naginając je do określonego charakteru konsumpcji kulturalnej i wytwarzając nowe nawyki? Na tak sformułowane pytanie nie łatwo udzielić właściwej odpowiedzi. Bardziej szczegółowa analiza prasy serca i jej miejsca w kontekście kultury francuskiej może tylko oświetlić pewne mechanizmy powstawania tego swoistego dla kultury masowej rodzaju i reakcji, z jaką się ona spotyka na gruncie kulturalnej tradycji francuskiej.

SYLWETKA PRODUCENTA

Cino del Duca nie jest odpowiedzialny za całość produkcji w zakresie prasy serca, ale niewątpliwie jest we Francji głównym jej filarem. Od września 1957 r. naturalizowany obywatel francuski wszedł w koła wydawnicze francuskie jako obcy przybysz i osiągnął sukces budzący powszechną zazdrość. Syn zrujnowanego przemysłowca włoskiego, garibaldczyka, antyfaszysta więziony przez Mussoliniego, zdecydował się na porzucenie ojczyzny w 1932 r. Już w kraju próbował pracy wydawniczej, a w młodości miał na swym koncie niefortunne próby literackie, wśród których wymienia się powieść o charakterystycznym tytule *Książę z bajki*. Romantyczna tradycja rodzinna, romantyczno-sentymentalne gusty literackie młodości mogły przyczynić się do określenia charakteru produkcji literackiej, na której się skoncentrował. Obce pochodzenie, stanowiące w oczach przeciwników Del Duca dodatkowy obciążający go motyw, może tłumaczyło w jakimś stopniu brak wewnętrznego oporu w stosunku do dzieła, które podjął. Działalność jego znajduje jednak najprawdopodobniejsze wyjaśnienie w kategoriach czysto utylitarnych, ekonomicznych.

Prasa serca przyniosła swemu patronowi wielki sukces finansowy. Łącznie z publikacjami dla dzieci i młodzieży Del Duca wydaje 4,5 miliona egzemplarzy pism tygodniowo. Samo tylko towarzystwo „*Nous Deux*”

¹⁰ A. Werth, *France 1940—1955*, London 1956, s. 741.

rozporządza kapitałem 100 milionów franków; koncern publikuje także wydawnictwa książkowe i ilustrowane albumy turystyczne. Ponadto Del Duca kontroluje towarzystwo filmowe i jest właścicielem stajni wyścigowej. Niedawno nabył on na własność dziennik („Paris-Jour”), którym pragnie zrewolucjonizować w swoisty sposób codzienną prasę francuską wprowadzając do niej pierwszy *tobloid*. Ponadto od kilku lat corocznie rzuca na rynek nowy magazyn wyprobowując skuteczność coraz to nowych „recept” określających charakter wydawnictwa. Wszystkie te recepty zawierają się w ogólnych ramach specyficznego dla prasy serca rodzaju. Znamienne jest, że prasa ta posiada swoistą filozofię i etykę. Del Duca ogłosił wywiad prasowy, w którym wyłożył swoje poglądy na funkcję społeczną prasy serca i obowiązki jej producentów. Motywem przewodnim jego argumentacji była teza o znaczeniu uczucia w życiu ludzkim i o roli prasy serca jako środka zaspokojenia potrzeb lekceważonych we współczesnym świecie. Najbardziej charakterystyczne ustępy wywiadu dotyczyły tych dwóch zagadnień: „Uczucie ... stanowi bogactwo, które nie jest zdolne rozkwitnąć w klimacie bezwzględnych spekulacji i brutalnej rzeczywistości ... Prasa serca odpowiada aspiracjom ludzkim, jest balsamem zablizniającym rany, a być może wpływa także na odrodzenie energii. Z prasy tej wyklęta jest najsurowiej wszelka nieuczciwość, wszelki zły przykład, wszelkie historie makabryczne, wszelka obrona gestu lub czynu pozbawionego szlachetności”¹¹.

Z socjologicznego punktu widzenia nie jest ważne, w jakiej mierze Del Duca rzeczywiście wierzy w słusność własnej argumentacji. Jako eks-autor sentymentalnych romansów może on w istocie ocenić propagowany przez siebie rodzaj literatury bardziej pozytywnie aniżeli oficjalna krytyka. Jego zapewnienia o moralnym charakterze wydawnictw, którym patronuje, należy uznać za zgodne z faktami. Masowe publikacje francuskie bardzo ściśle przestrzegają zasad przyzwoitości, a ilustracje, które można znaleźć w niektórych amerykańskich magazynach (np. „Playboy”), są nie do pomyślenia w prasie serca, w szczególności zaś w wydawnictwach koncernu Del Duca.

Patetyczne deklaracje głoszące ważność społecznej misji prasy serca można uznać za element autoreklamy. Niewątpliwym sukcesem tej prasy stanowi jednak trudny do obalenia argument na rzecz jej atrakcyjności dla szerokich mas czytelników. Del Duca i jego koledzy, producenci kultury masowej, niewątpliwie zaspakajają jakieś potrzeby społeczne i czynią to

¹¹ *Un quart d'heure d'intimité avec M. Del Duca*, „L'Echo de la Presse et de la Publicité”, 15 V 1955.

na tyle efektywnie, że działalność ich staje się źródłem pokaźnych zysków. Nie wynika stąd jednak wniosek o społecznej użyteczności ich produktów. Wielkie fortuny wyrastają także na handlu narkotykami. Przeciwnicy prasy serca chętnie porównują jej działanie do działania opium. Sam Cino Del Duca określając w sposób lapidarny istotę swej publicystycznej działalności powiedział o sobie: „Sprzedaję marzenie”.

Krótką analizą zawartości prasy serca pozwoli ocenić trafność tego wyrażenia.

ANALIZA TREŚCI DWÓCH MAGAZYNÓW

Przedmiot niniejszej analizy stanowi próbka nowel wybranych z dwóch najpopularniejszych magazynów reprezentujących prasę serca. „*Nous Deux*” o nakładzie powyżej półtora miliona egzemplarzy reprezentuje wydawnictwa koncernu Del Duca. Jest to publikacja przeznaczona dla najszerszej publiczności i rozchodzi się szeroko także poza Paryżem, na prowincji i wsi francuskiej. Magazyn „*Confidences*” ma blisko siedemset-tysięczny nakład i charakter nieco bardziej ekskluzywny. Jest przeznaczony w szczególności dla młodych kobiet ze średniego mieszczaństwa. Różnica między obu magazynami zaznacza się głównie w działach uzupełniających, na których atroficzny charakter zwracano poprzednio uwagę. Zasadniczy dział fikcji romantycznej występujący w postaci powieści, nowel i historii obrazkowych oraz fotograficznych nosi w obu magazynach bardzo podobny charakter.

Oba wymienione magazyny były już przedmiotem ogólnych opracowań socjologów francuskich. Przeprowadzona tutaj analiza ograniczała się do szczegółowego rozbioru pięćdziesięciu nowel ogłoszonych w każdym z magazynów w ciągu 1957 r. Rozbiór ten pozwolił wyodrębnić tematykę i główne wartości propagowane w nowelach, przedstawić charakter postaci bohaterek i bohaterów, scenierię opowiadań i typowy tok fabuły. Oto niektóre jego rezultaty charakteryzujące prasę serca jako specyficzny typ masowego wydawnictwa:

Na 100 zanalizowanych nowel 93 miało za przedmiot perypetie związane z uczuciowymi stosunkami pomiędzy kobietą a mężczyzną. Siedem pozostałych o tematyce awanturycznej i detektywistycznej pochodzi wyłącznie z magazynu „*Nous Deux*”. Główna tematyka nowel koncentruje się więc na zagadnieniach miłości. Nic nie byłoby jednak bardziej błędne, jak spodziewać się w tej tematyce kontynuacji tradycyjnych tematów powieściowej i komediowej literatury „bulwarowej”, charakterystycznej dla

Paryża ubiegłych dziesięcioleci. We współczesnej prasie serca motyw miłości występuje w najściślejszym związku z zagadnieniem małżeństwa i rodziny. W 77 na 100 analizowanych nowel małżeństwo jest przedstawione jako główny cel dążeń i jako naczelną wartość życiową gwarantująca zaspokojenie uprawnionych aspiracji kobiet i mężczyzn. Tylko w 8 wypadkach miłość odgrywa rolę fatalnej siły, której tragiczny splot okoliczności nie pozwala znaleźć naturalnego ujścia w postaci małżeńskiego szczęścia. W jednym jedynie wypadku nowela ma za przedmiot przelotną zdradę małżeńską przedstawioną z pełną aprobatą, w jednym też wypadku przyjaźń wojennych towarzyszy broni występuje jako wartość nadrzędna w stosunku do uczuć między mężczyzną a kobietą.

Klasyczna sytuacja „trójkąta małżeńskiego” nie pojawia się w żadnej z nowel. Niewierność traktowana jest zawsze (z jednym wspomnianym wyjątkiem) jako motyw dyskredytujący partnera i wprowadzający w harmonię stosunku dwojga ludzi przejściowe zakłócenie, które zostaje wyeliminowane bądź przez nawrócenie zbłąkanego, bądź przez zastąpienie zdradzającego czy zdradzającej inną osobą idealnego partnera. W ten sposób w prasie serca króluje zasada nienaruszonej monogamii.

Małżeństwo zostało poprzednio określone jako naczelną cel życia wskazywany w ogromnej większości nowel. W przeważającej liczbie wypadków jest ono jednocześnie celem wieńczącym rozwijający się tok akcji. Pod tym względem typowy wątek prasy serca jest więc podobny do romantycznych romansów kończących się małżeństwem rycerzy. Nie jest to jednak zawsze klasyczny wątek romantycznej miłości nie liczącej się z żadnymi względami rozsądku. Częściej niż miłość od pierwszego wejrzenia występuje uczucie wieńczące rzeczywiste zalety charakteru, objawione w chwilach prób życiowych.

Ulubiony przedmiot krytyki, zarzucającej prasie serca oglupianie czytelniczek i budzenie ich niezdrowych ambicji, stanowił wątek Kopciuszka i księcia z bajki. Jego zmodernizowana wersja, w której rolę Kopciuszka odgrywała skromna sekretarka zaś rolę księcia potężny i bogaty szef-przemysłowiec, była częstszym motywem nowel i powieści w popularnych magazynach. Ostatecznie jednak motyw ten został najwidoczniej zdyskredytowany. W analizowanych rocznikach „Nous Deux” i „Confidences” pojawia się wprawdzie jeszcze kilka razy (5 nowel), ale częściej występuje jego wyraźna antyteza. Sześć nowel ma za bezpośredni przedmiot komplikacje wynikające ze złudnych nadziei szczęścia poszukiwanego w małżeństwie poza własną sferą. Wszystkie one kończą się szczęśliwym małżeństwem bohaterki lub bohatera z partnerką czy partnerem tej samej kategorii społecznej.

W tym nowym motywie prasy serca można widzieć niebezzasadnie rezultat krytyki, z jaką ten rodzaj produkcji literackiej się spotyka. Z podobnego źródła mogą wynikać rozsiane tu i ówdzie programowe pochwały spokojnego, codziennego życia przeciwstawiane romantycznym marzeniom. Jedną z cech charakterystycznych dla produkcji kultury masowej przeznaczonej dla kobiecej publiczności stanowi „bowaryzm”, o którego szerokim rozpowszechnianiu także w publikacjach i audycjach amerykańskich pisał B. Rosenberg we wprowadzeniu do tomu *Mass Culture*¹². Francuska prasa serca stara się ostatnio odparować zarzut propagowania „bowaryzmu”. Stąd liczne przykłady gloryfikacji szczęścia rodzinnego. Nawróconej na drogę cnoty małżeńskiej bohaterce jednej z nowel autor wkłada w usta taką tyradę; „I powiedzieć, że posiadając miłość mego męża i dziecka, bezpieczeństwo i spokojne ognisko domowe, ja nie nazywałam tego prawdziwym życiem”¹³.

Na zasadzie krytyki „bowaryzmu” nie należy wnosić, że prasa serca odznacza się realizmem. Obracanie się w sferze codziennych wydarzeń, przeciętnych charakterów, pospolitych środowisk byłoby sprzeczne z jej założeniami. W tym typie literatury dominuje fatalistyczna filozofia, zgodnie z którą losy ludzi są obiektem działania sił tajemniczych i niezależnych od ich woli. L. Brahms analizując zawartość magazynu „*Nous Deux*” z 1955 r. stwierdził, że akcję opowieści w 57% wypadków kształtuje nieprzewidywany i niezależny od bohaterów bieg wydarzeń, w 28% wola osób trzecich i tylko w 15% wola bohaterów. Określenia tego rodzaju, co „fatum”, „los”, „przeznaczenie”, „zbieg okoliczności” występowały w analizowanym tekście czterokrotnie częściej aniżeli wyrażenia „energia”, „wola”, „wolność”, „inicjatywa” i podobne. Bohaterowie w 80% sytuacji reagowali na swój los rezygnacją, tylko w 20% wypadków — oporem.

Podobnymi cechami charakteryzowały się analizowane tu nowele z roku 1957. W kształtowaniu toku ich akcji uderzającą rolę odgrywały różnego rodzaju katastrofy, tragiczne wypadki, tajemnicze choroby lub cudowne uleczenia. Na 93 nowele poświęcone tematyce rodzinno-małżeńskiej tego rodzaju nagle zwroty jak *deus ex machina* wkraczające w tok akcji wystąpiły w 48 wypadkach. Katastrofy samolotowe wydają się przy tym ulubionym przez autorów środkiem pozbywania się niewygodnych, niewiernych mężów zamykających szlachetnym żonom drogę do zasłużonego szczęśliwego związku, albo demonicznych kochanek zagrażających całości małżeństwa bohaterów. Elementy egzotyczne, a przynajmniej

¹² B. Rosenberg, *Mass Culture in America* w tomie: *Mass Culture...*

¹³ *J'aimais trop plaisir*, „*Nous Deux*”, 1957, nr 546.

niecodienne, są także charakterystyczne dla scenerii, w jakiej toczy się akcja opowieści.

Specyficzną cechą opowiadań, powieści i historii obrazkowych oraz fotograficznych wypełniających prasę serca jest, jak już stwierdzono, koncentracja na sprawie uczuciowych stosunków pomiędzy kobietą a mężczyzną. Eliminacje lub usunięcie na plan dalszy wszystkich innych motywów ludzkiego działania doprowadza w rezultacie do niesłychanej monotonii wątków zamykających się w schemacie: chłopiec szuka dziewczyny, lub dziewczyna szuka chłopca.

Sprowadzenie wszystkich spraw ludzkich do jednej płaszczyzny i przedstawienie ich w jednym wymiarze przypomina praktykę popularnej literatury produkcyjnej wypełniającej przed laty nasze czasopisma masowe. Tylko że w wypadku prasy serca schemat jest diametralnie różny. Motywy pracy występują na marginesie, jako akcesorium o minimalnym znaczeniu. Bardzo charakterystyczne są pod tym względem winiety okładek magazynu „*Nous Deux*”. Przedstawiają one z reguły dwoje młodych ludzi w sytuacjach związanych z rozrywką, z wypoczynkiem, sportem. W całym analizowanym roczniku tylko dwa razy okładka przedstawiała scenę związaną z pracą, a właściwie — powrotem z pracy (dwoje młodych ludzi na koniu z kosztami pełnymi winogron i na wozie naładowanym zbożem).

Ogromna większość analizowanych opowiadań rozgrywa się we Francji, Francja zaś jest krajem o dużym procencie zatrudnionych zawodowo kobiet. Zjawisko to znajduje pewne odbicie w sytuacji bohaterek opowiadań. Spośród 122 głównych bohaterek stu nowel 54 posiada określony zawód, a niewiele większą liczbę (58) przedstawiono wyraźnie jako kobiety niepracujące. Ten stosunek wynika jednak z faktu, że bohaterki opowiadań — zgodnie z przedstawionym poprzednio schematem ich treści — są to przeważnie kobiety niezamężne. Spośród 45 zamężnych bohaterek mniej aniżeli $\frac{1}{5}$ zajmuje się jakąś pracą. Małżeństwo jako cel życiowy kobiety oznacza zatem w tym schemacie także kres kariery zawodowej. Identyfikacja żony z zainteresowaniami zawodowymi męża występuje czasem w opowiadaniach. Własne zainteresowania zawodowe kobiety są zawsze wartością podporządkowaną motywom uczuciowym i szczęściu w małżeństwie jako wartości naczelnej. Mała wartość literacka produkcji zawartej w prasie serca przekreśla z góry szansę ciekawszej psychologicznej analizy perypetii uczuciowych bohaterów. Mimo fantastycznych akcesoriów treść pozostaje banalna, a forma jest patetyczna, opisy obfitują w stereotypowe wyrażenia charakterystyczne dla maniery, którą posługują się wyrobownicy literaccy obsługujący prasę serca. Jak wynika z dokonanej analizy, prasa serca

przestrzega zasad konwencjonalnej moralności. Nie ma podstaw do stawiania jej zarzutu popularyzowania pornografii. Jej erotyzm nie jest brutalny i otwarty, lecz ubrany w formę sentymentalizmu, bardziej ckliwy niż romantyczny. To jednak, co przede wszystkim uderza w prasie serca, to jego dominacja i wyłączość sprawiająca wrażenie obsesji.

Taka jest postać marzenia, które Cino Del Duca i jego koledzy sprzedają odbiorcom prasy serca. Powieści, nowele i cykle obrazkowe nie różnią się w treści i charakterze od przedstawionego powyżej schematu. Każdy zeszyt wielomilionowego nakładu przynosi około tuzina prawie identycznych wątków, na które czeka kilkanaście czy kilkadziesiąt milionów odbiorców. Przypomniawszy tę okoliczność nie trzeba więcej tłumaczyć, dlaczego tak niepoważna materia prasy serca zasługuje bez wątpienia na poważną analizę.

ODBIORCY „PRASY SERCA”

Wielu socjologów francuskich zajmowało się i zajmuje prasą serca. Nie mógł pominąć jej funkcji J. Dumazedier w swoich badaniach nad czasem wolnym. L. Brahms i E. Morin rozpoczęli analizę jej treści, a H. Lefebvre włączył ten przedmiot do programu swojej filozoficzno-socjologicznej „krytyki życia codziennego” i zastosował do jego ujęcia cały arsenał swojej metodologii. Pomimo tych zainteresowań recepcja prasy serca nie została dotąd dokładnie zbadana. Najbardziej miarodajne i dokładne informacje zebrane zostały w 1950 r. przez Francuski Instytut Opinii Publicznej w odniesieniu do trzech tygodników kobiecych, wśród których jednak tylko jeden, „Confidences”, reprezentował prasę serca¹⁴.

Zgodnie z danymi opartymi na analizie reprezentacji krajowej liczba czytelników tego czasopisma wynosiła 2 700 tysięcy, w tym 600 tysięcy mężczyzn. Przeszło połowa czytelników mieściła się w kategorii wieku od 15 do 35 lat, główne skupienie publiczności stanowiły wielkie miasta. Stosunek czytelników-robotników do przedstawicieli innych zawodów (włączając w to chłopów) przedstawiał się jak 1 : 3. Stosunek ten pozostaje niewątpliwie w związku ze specyficznym charakterem magazynu „Confidences” określonym w poprzednich paragrafach. Magazyn „Nous Deux” posiada więcej odbiorców wśród robotników i ludności wiejskiej, jest też w większym stopniu czytany przez mężczyzn, jakkolwiek proporcję czytelników-mężczyzn wśród odbiorców „Confidences” należy

¹⁴ Dane o badaniach I.F.O.P. przytaczam na podstawie cytowanego artykułu L. Brahmsa.

również uznać za zaskakująco wysoką, jeśli się zważy charakter tej publikacji.

Zarówno badania Francuskiego Instytutu Opinii Publicznej, jak nowsze dane wskazują na to, że lektura prasy serca nosi charakter zjawiska masowego o wzrastającym nasileniu. Według opinii „Combat” w 1951 r. publiczność prasy serca stanowiło 17 milionów Francuzów¹⁵. Według innych danych szacunkowych w 1955 r. co dziesiąty Francuz czytywał któryś z magazynów koncernu Del Duca (wliczając w to również prasę dziecięcą)¹⁶. Według innego szacunku połowa kobiet francuskich w wieku od 15 do 45 lat czytywała w 1958 r. prasę serca.

Struktura publiczności tej prasy nie jest dokładnie znana. W r. 1952 czasopismo „Rêve” rozesłało 10 tysięcy egzemplarzy ankiety dla czytelników tego typu publikacji. Ponad tysięczna próbka odpowiedzi, którą uznano za odpowiadającą strukturze społeczeństwa francuskiego, wskazywała, że 73,5% czytelników stanowiły osoby pełnoletnie, 75% — zamężne lub żonate¹⁷. Rezultaty tych badań stają w sprzeczności z potocznym poglądem przeciwników tej prasy widzących w niej głównie strawę duchową osób młodych, nie skryształizowanych umysłowo i życiowo nie ustabilizowanych. Jak wydaje się wynikać z różnych fragmentarycznych informacji, czytelnictwo prasy serca nosi w znacznej mierze charakter rodzinny, to znaczy, że magazyn kupiony przez jednego z członków rodziny czytany jest przez wszystkich dorosłych i dorastających członków gospodarstwa domowego. Jednocześnie jednak największa proporcja czytających wydaje się występować w kategorii młodych dziewcząt.

Według informacji dziennika „Le Monde” w pewnej wsi departamentu Orne 5 dziewcząt czytywało w ciągu tygodnia łącznie 17 magazynów prasy serca. W pewnej wiosce w Vaucluse sześć rodzin zbierało się co tydzień dla wspólnej lektury „Nous Deux”, tworząc jak gdyby rodzaj swoistego kółka samokształcenia¹⁸. Prasa serca znajduje licznych odbiorców w miastach garnizonowych, podobnie jak ilustrowane magazyny dla dzieci typu comicsów, które również chętnie są czytowane przez poborowych. Prasa ta na wsiach cieszy się popytem wśród robotników rolnych, w miastach wśród drobnych urzędniczek, robotnic, pracownic sklepowych.

Pozwalając sobie na pewne uogólnienie można stwierdzić, że największe proporcje czytelników prasy serca występują w kategoriach społecznych ludności o niższym poziomie wykształcenia, wykonującej prace mało atrak-

¹⁵ H. Andersen w dzienniku „Combat”, 10 III 1951.

¹⁶ A. Bureau, *La Presse feminine*, „L’Echo de la Presse et de la Publicité”, 15 V 1955.

¹⁷ „L’Echo de la Presse et de la Publicité”, 10 XI 1952.

¹⁸ Pour le meilleur et pour le pire, „Le Monde”, 3 IV 1953.

cyjne, nie zaspakajające ambicji osobistych i źle wynagradzane. Popyt na prasę serca wśród poborowych stanowi zjawisko charakterystyczne. Jego występowanie notował także R. Hoggarth wśród poborowych angielskich¹⁹. W tym wypadku zainteresowanie prasą serca wiązać można z narzuconym systemem życia koszarowego obfitującego w frustracje i godziny przymusowej bezczynności oraz połączone z wyrwaniem z ustalonego trybu życia zawodowego i rodzinnego. Zjawisko to, podobnie jak stwierdzone w licznych badaniach socjologicznych okresu wielkiego kryzysu pozornie paradoksalne zjawisko zaniku poważnego czytelnictwa wśród bezrobotnych, rzuca światło na ogólny problem psychologicznych motywacji konsumpcji kulturalnej, w szczególności zaś na motywacje sukcesu prasy serca.

Powodzenie tego typu publikacji we Francji zachęca coraz liczniejszych wydawców do próbowania swoich sił w tej dziedzinie działalności wydawniczej. Ponadto niektóre czasopisma typu ogólnego, w szczególności czasopisma kobiece, nie rezygnując całkowicie ze zróżnicowanego charakteru treści i nie eliminując radykalnie działów informacyjnych wprowadzają jednak rubryki zapożyczone z prasy serca, przede wszystkim cykle rysunkowych i fotograficznych historii. Fotograficzne romanse publikują tygodniki o tak dużym nakładzie, jak „Bonnes Soirées” (910 tys. egz.), „Femmes d’Aujourd’hui” (789 tys. egz.).

Rozwój prasy serca i jej penetracja na teren zbliżony wywołuje niepokój części opinii francuskiej i jej czynny sprzeciw.

KAMPANIA PRZECIWKO „PRASIE SERCA”

Na początku tego artykułu sformułowano zasadę, zgodnie z którą analiza elementów kultury masowej powinna być dokonywana na tle całości kultury w powiązaniu z kontekstem społecznym. Zadanie to w niniejszym szkicu można spełnić tylko w formie wytknięcia ogólnych perspektyw kultury francuskiej, w ramach której mieści się przedstawione zjawisko.

Stwierdzono poprzednio, że prasa serca stanowi najliczniejszą pod względem tytułów i najpotężniejszą pod względem nakładu jednolitą grupę publikacji. Reprezentuje ona $\frac{1}{4}$ francuskich publikacji periodycznych. Nie oznacza to jednak bynajmniej, że określa ona ton kultury fran-

¹⁹ R. Hoggarth, *The Uses of Literacy*, London 1957. Żołnierze skoszarowani są również gorliwymi czytelnikami comicsów, co stwierdzono w Anglii, Francji zarówno jak i w Ameryce.

cuskiej, że może być uznana za jej dominantę. Jej pozycja jest inna niż pozycja analogicznych wydawnictw amerykańskich. W Stanach Zjednoczonych prasa popularna, radio i telewizja nastawione są na jednakowy diapazon. Inaczej przedstawia się sytuacja radia i telewizji francuskiej, zaś prasa francuska jest o wiele bardziej zróżnicowana. W Paryżu wychodzi 29 pism poświęconych sztuce plastycznej, 23 pisma poświęcone bibliografii i książce, dziesiątki pism o charakterze literackim, dziesiątki miesięczników społeczno-politycznych reprezentujących różne orientacje ideologiczne, a niezmiennie — bardzo wysoki poziom intelektualny. Nakłady tych czasopism są często niewielkie, wahają się w granicach 10—20 tysięcy. Stanowią one jednak wyraz ogólnego nurtu aktywności, który w świadomości społecznej uważany jest za główny nurt umysłowego życia kraju. W Ameryce nie brak naturalnie poważnych publikacji i programów, jeśli nawet proporcja ich jest inna²⁰. Brak natomiast podobnej świadomości decydującej o wysokim prestiżu twórczości intelektualnej, tej świadomości, która wydaje się być specyficznym rysem kultury francuskiej, określającym także warunki rozwoju kultury masowej w tym kraju.

Profesor Collège de France i członek Akademii, A. Siegfried, charakteryzując typowe aspekty społeczeństwa francuskiego pisał: „Francuz żywi szacunek dla inteligencji i wierzy, że wszyscy ludzie mogą aspirować do posiadania inteligencji i korzystania z jej dobrodziejstw”²¹.

Prasa serca stanowi nieustające bluźnierstwo przeciw kanonom tej wiary. Z punktu widzenia intelektualnej opinii francuskiej jest ona przede wszystkim głupstwem wyrastającym w łonie kultury francuskiej do ogromnych rozmiarów, a więc głupstwem, którego nie podobna ignorować. Czasopismo „France Nouvelle” w artykule z 30 maja 1957 r. atakując prasę serca określiło ją jako „prawnie autoryzowany handel środkami ogłupiającymi”. Notatka ta stanowiła ogniwo w długim łańcuchu oskarżeń i wyroków potępienia ferowanych przeciwko prasie serca w toku wieloletniej, ciągnącej się od 1951 r. kampanii prowadzonej przez różne odłamy opinii publicznej.

W grudniu 1951 r. zawiązany został z inicjatywy społecznej Komitet Obrony Godności Prasy Kobiecej. W jego skład weszli m.in. przedstawi-

²⁰ Wzrost popularnego czytelnictwa w Stanach Zjednoczonych ilustrują m. in. cyfry nakładów wydawnictw broszurowych, t. zw. Paper backs, które w 1929 r. były praktycznie nie znane na rynku wydawniczym, zaś w 1954 r. osiągnęły 190 milionów nakładu. W wydawnictwach tych dominuje literatura brukowa, rozpowszechniają one jednak również dzieła o najwyższej wartości literackiej i prace naukowe z wszystkich dziedzin. (Por. A. Payn-Hackett, *Sixty Years of Best Sellers 1895—1955*, New York 1956.

²¹ A. Siegfried, *Aspects de la société française*, Paris 1954, s. 25.

ciele C.G.T., Związku Kobiet Francuskich i redakcji postępowego czasopisma katolickiego „Temoignage Chrétien”. W wyniku mobilizacji różnorodnych sił społecznych do walki przeciwko prasie serca wytworzył się osobliwy jednolity front sięgający od przedstawicieli wyższej hierarchii kościelnej poprzez różne orientacje polityczne do F.P.K. W 1953 r. Komisja Episkopalna Prasy i Informacji przy Zgromadzeniu Kardynałów i Arcybiskupów ogłosiła komunikat ostrzegający wiernych przed lekturą prasy serca. W rok później z inicjatywy dyrektorki Ecole Normale Supérieure świecka i radykalna Ligue de l'Enseignement wystąpiła z podobnym apelem. Przez cały czas toczyła się intensywna kampania prasowa, w której brał udział intelektualny „Le Monde”, gaullistowski „Combat” i komunistyczna „L'Humanité”, jak i cały szereg pism katolickich.

W lutym 1957 „Humanité” w artykule zatytułowanym *Prasa serca: pułapka na serca i serca na sprzedaż* oskarżała ten typ publikacji o „rozmyślną i haniebną eksploatację pragnienia szczęścia milionów młodych dziewcząt i kobiet”. W identycznych terminach pisała o wyzyskiwaniu słabości kobiecego serca katolicka „Croix de Toulouse”, która określiła prasę serca jako opium dla kobiet. Obszerny artykuł zawierający próbę teoretycznej analizy poświęciło prasie serca pismo wychowawcze „Filles et Garçons” (1958, nr 8). Autor artykułu zwracał uwagę na jej rolę w propagandzie eskapistycznych postaw, fatalizmu, oderwania od rzeczywistości, na zwężenie zakresu ludzkich zainteresowań, na trywialność i wulgarny naturalizm jej filozofii życiowej.

Kampania przeciwko prasie serca nie ustaje i ostatnio; we wrześniu 1959 r. A. Berthet, przewodniczący Narodowego Syndykatu Periodycznej Prasy Prowincjonalnej, skierował do premiera pismo domagające się odebrania licencji publikacjom nie poświęcającym 90% miejsca artykułom treści ogólnej i informacji. Ten krok wymierzony najbardziej bezpośrednio przeciwko koncernowi Del Duca był interpretowany jako próba odwetu konkurencyjnych sfer dziennikarskich. Pomijając kwestię motywacji należy się zająć jednak przede wszystkim kwestią skuteczności walki z prasą serca.

Jest oczywiste, że wieloletnia kampania przeciwko prasie serca nie zahamowała jej ilościowego wzrostu. Nie należy jednak stąd wnosić, że była ona bezowocna. Czynniki komercyjny odgrywa niewątpliwie istotną rolę w rozwoju kultury masowej we Francji, jest on jednak daleki od wszechwładzy, którą zdaje się posiadać w stosunkach amerykańskich. Czynniki oficjalne we Francji sprawują o wiele ściślejszą kontrolę nad środkami komunikacji masowej, aniżeli to jest możliwe w Ameryce. Odgrywa przy tym rolę odmienną, scentralizowany system administracji publicznej,

ale także — w znacznej mierze — różne tradycje kulturalne i wysoki prestiż czynnika intelektualnego w świadomości społecznej, o którym była już mowa. Ta specyficzna sytuacja odbija się w szczególności na organizacji środków komunikacji bezpośrednio poddanych kontroli oficjalnej — radia i telewizji ²².

Dla uniknięcia błędu jednostronności trzeba tutaj podkreślić, że i w Ameryce istnieją w telewizji i radiu programy oświatowe (W r. 1955 na 381 stacji telewizyjnych działało w Stanach Zjednoczonych 13 stacji oświatowych). Programy te służą jednak ściśle dydaktycznym celom i giną w powodzi programów komercyjnych, nadających ton produkcji krajowej w zakresie tych kanałów komunikacji. Narodowy program telewizji francuskiej jest bardzo różny od przeciętnych programów amerykańskich. Ostatnio telewizja francuska znalazła stałego obserwatora i krytyka w osobie F. Mauriaca. Pisarz zmuszony wiekiem do wycofania się z bezpośredniego udziału w życiu artystycznym i literackim widzi możliwość śledzenia za pośrednictwem telewizji pulsu kulturalnego życia Francji. W domu amerykańskiego intelektualisty telewizor nie mógłby pełnić podobnej roli, jak w domu sędziwego nestora literatury francuskiej, który w swym odosobnieniu kreował się niejako sędzią i komentatorem nowej gałęzi sztuki popularnej i został zaakceptowany w tym charakterze przez miarodajną opinię.

Wrażliwość czynników oficjalnych kontrolujących kulturę masową na głosy opinii intelektualnej nie pozostaje także bez wpływu na ramy ujmujące działalność prasy rozrywkowej. Kontrola jest tu bardziej ścisła w odniesieniu do wydawnictw dla młodzieży. Małą skuteczność interwencji, wniesionej przed Komisję Senatu Stanów Zjednoczonych przez senatora Kefauvera przeciwko comicsom propagującym zbrodnie i grozę ²³, można porównać z efektywną działalnością francuskich władz oświatowych, które w r. 1949 osiągnęły przeprowadzenie ustawy ograniczającej import comicsów amerykańskich do Francji. W 1953 r. na skutek decyzji Komisji Kontroli Publikacji dla Młodzieży zamknięty został magazyn „Tarzan”, jedno z licznych wydawnictw obrazkowych dla dzieci publikowanych przez koncern Del Duca.

Podobne akty bezpośredniej interwencji administracyjnej nie tylko w drastyczny sposób eliminują z rynku kultury masowej produkcję o niepożądanym charakterze, ale wywierają ponadto wpływ pośredni na cha-

²² Opis ciekawej akcji społeczno-oświatowej, organizowanej przez telewizję francuską i połączonej z badaniami socjologicznymi, zawiera książka J. Dumazedier, *Télévision et éducation populaire*, Paris 1955, UNESCO.

²³ Por. R. Warshow, *Paul, the Horror Comics and Dr Wertham* w tomie: *Mass Culture...*

rakter innych wydawnictw. W cytowanych enuncjacjach Cina Del Duca zapewniającego o ścisłym konformizmie własnych wydawnictw w stosunku do uznanych norm moralnych można się dopatrywać wpływu administracyjnej represji, która dotknęła jego przedsięwzięcie. W analizie treści wybranych publikacji prasy serca zwracano uwagę na fakt, że pewne szczególnie rażące zmysł krytyczny elementy, jak np. wątek Kopciuszka i księcia z bajki oraz motyw „bowaryzmu”, zostały w tych publikacjach ostatnio świadomie ograniczone.

Drobne ustępstwa na rzecz zdrowego rozsądku czynione pod naciskiem opinii intelektualnej i obawy idących za tym naciskiem administracyjnych restrykcji nie rozwiązują jednak całkowicie problemu prasy serca. Trudno przypuścić, aby władze francuskie chciały i mogły zdobyć się na wydanie rozporządzenia całkowitej likwidacji tej prasy zgodnie z postulatem sformułowanym we wspomnianym piśmie prezesa Syndykatu Prasy Prowincjonalnej. W stosunkach francuskich takie posunięcie uważanoby zapewne za zbyt drastyczne. Jest też wątpliwe, aby okazało się ono skuteczne na dłuższą metę. Byłby to krok przypominający objawowe leczenie choroby, które próbuje usuwać niepożądane skutki nie starając się wykryć powodujących je przyczyn i oddziaływać na nie w sposób bezpośredni.

Wśród polemiki na temat prasy serca odzywały się niekiedy twierdzenia, że rosnącego powodzenia tej prasy nie podobna wyjaśnić samą tylko chęcią zysku ze strony pozbawionych skrupułów wydawców, bez odwołania się do gustów publiczności. W sposób swoisty ujął to zagadnienie A. Bureau w organie francuskich sfer prasowych „L’Echo de la Presse et de la Publicité”. Polemizując z oskarżeniami prasy serca pisał on: „Mówi się, że jej działalność rozpowszechnia na świecie głupotę. To nieprawda: głupota istnieje na świecie, a cukierkowe bajeczki XX wieku czynią ją tylko bardziej widoczną”. Inni polemicy nie oceniali tak pesymistycznie ogólnego poziomu publiczności czytelniczej, zgadzali się jednak z twierdzeniem, że ten typ wydawnictw rzeczywiście odpowiada zapotrzebowaniu pewnej kategorii czytelników.

Z podobnych założeń wychodzą działacze społeczni różnych orientacji ideologicznych, którzy nie ograniczają się do zwalczania zjawiska stanowiącego pośredni rezultat jakichś społecznych potrzeb lecz usiłują kanalizować impulsy i aspiracje wykorzystywane dotąd przez prasę serca. Dla przeciwwagi działalności komercyjnych magazynów zarówno Francuska Partia Komunistyczna, jak różne organizacje katolickie wydają własne pisma dla kobiet — a także pisma dla młodzieży typu comicsów — starając się połączyć pewne elementy właściwe dla prasy serca z dostateczną dozą informacji ogólnych i z treścią o walorach społecznych odpowiednich do kierunku,

który reprezentują. Każde z tych pism w swoim zakresie osiąga pewne rezultaty, ale ani lewicowe „Heures Claires”, ani „Vie Catholique Illustrée” nie stwarzają istotnej konkurencji dla dziesiątków magazynów komercyjnych.

Komentator jezuickiego miesięcznika „Etudes” wyraził w związku z tym wątpliwość, czy nawoływania do stworzenia „dobrej” prasy serca mogą przynieść zadawalające rezultaty, jak długo nie znane są z całą dokładnością mechanizmy psychologiczne, którymi tak skutecznie manipuluje dotąd „zła” prasa serca²⁴.

Takie postawienie problemu otwiera pole dla badań socjologicznych i psycho-społecznych. Wspomniano już, że funkcją i charakterem prasy serca interesują się liczni socjologowie francuscy. Badania ich w tym zakresie nie są jeszcze na tyle zaawansowane, aby mogły dostarczyć ostatecznych konkluzji. Niektóre ujęcia socjologiczne ograniczają się przy tym także tylko do negatywnego aspektu zagadnienia. J. Dumazedier, rozpatrując rolę prasy serca z punktu widzenia spędzania wolnego czasu, konstatuje z ubolewaniem, że magazyny kobiece, które mogłyby stanowić nie tylko źródło rozrywki ale i pożytecznych informacji i nauki milionów czytelników, nie wykorzystują należycie możliwości swego szerokiego oddziaływania²⁵. L. Brahms przeprowadza precyzyjną analizę prasy kobiecej, ale rezygnuje z ogólnych wniosków, a nawet nie próbuje formułować hipotez wyjaśniających. Najbardziej wnikliwe ujęcie zagadnienia zaprezentował dotąd H. Lefebvre, jakkolwiek jego badania w tej dziedzinie znajdują się dopiero w stadium początkowym.

Lefebvre wychodzi od koncepcji sztuki, która towarzyszy życiu współczesnych społeczeństw w formie krytycznej antytezy. Interesuje go przy tym sztuka o charakterze masowym i nie waha się on objąć analizą obok teatru Brechta i filmów Chaplina także prasy serca. Zgodnie z jego interpretacją ta ostatnia, podobnie jak filmy Chaplina, dostarcza odbicia rzeczywistości podobnego do jej odbicia w lustrze, produkując obraz odwrócony rzeczywistego świata. Obraz stworzony przez wielkiego komika angielskiego jest jednak obrazem prawdziwym, prasa serca konstruuje natomiast odwrócony obraz fałszywy, iluzoryczny. Lefebvre charakteryzuje w następujący sposób funkcje pełnione przez złą sztukę będącą dziełem skomercjalizowanej produkcji: „Odkrywamy świat fałszywy: fałszywy przez to przede wszystkim, że nie jest on w istocie światem, a chce uchodzić za prawdziwy, ponadto zaś przez to, że towarzyszy on z bliska rzeczywis-

²⁴ L. Beirnaert, *La Presse du coeur*, „Etudes”, Novembre 1957.

²⁵ J. Dumazedier, *Se distraire. Les loisirs dans la vie quotidienne*, „Encyclopédie Française”, t. XIV: *Civilisation de la vie quotidienne*, Paris 1954.

tości, podstawiając w jej miejsce jej przeciwieństwo. Zastępuje na przykład rzeczywiste nieszczęście uludą szczęścia, które jednak odpowiada na swój fikcyjny sposób rzeczywistej potrzebie szczęścia. Albo też zastępuje przyziemne nieszczęście nieszczęściem dramatycznym”²⁶.

Lefebvre umieścił swoją koncepcję stosunku sztuki wobec rzeczywistości w ramach specyficznej konstrukcji filozoficznej, która nie zawsze ułatwia i upraszcza jego interpretację. Niezaprzeczalnie trafna wydaje się jednak jego charakterystyka „złej” sztuki masowej w zastosowaniu do prasy serca. Jedną z najbardziej znamienitych cech tej literatury stanowi właśnie dramatyzowanie rzeczywistości. Dokonywane w sposób trywialny i naiwny odpowiada ono jednak pragnieniu uatrakcyjnienia i uwznioślenia normalnego biegu życia. Wizją szczęścia i szczęśliwego rozstrzygnięcia operuje prasa serca nie tylko jako elementem akcji, lecz także jako talizmanem. Magazyn „Nous Deux” określony jest w podtytule jako „tygodnik przynoszący szczęście” („L’Hebdomadaire qui porte bonheur”). Klimat publikacji w połączeniu z ich seryjnym charakterem dostarcza materii do marzeń na jawie. Obraz świata konstruowany w tych marzeniach jest fałszywy, ale zgodnie z hipotezą Lefebvre’a zaspakaja autentyczną potrzebę. Weryfikacja tej hipotezy wymaga dalszych badań. Jeśli potwierdzą one hipotezę, dla działaczy społecznych wyniknie stąd problem, w jaki sposób zmienić prasę serca lub czym ją zastąpić nie negując ważności funkcji, które ma do spełnienia.

PROBLEM „PRASY SERCA” W PERSPEKTYWACH KULTURALNO-PORÓWNAWCZYCH

Według statystyk oficjalnych Francja jest krajem o największym na świecie procencie ludzi czytających książki²⁷, ma najwyższą proporcję publikacji poświęconych filozofii; miesięczniki filozoficzno-społeczno-literackie typu „Les Temps Modernes”, „Esprit”, „Critique” liczą dziesiątki tytułów i nie tylko budzą intelektualny oddźwięk, ale posiadają duży autorytet moralny w społeczeństwie.

²⁶ H. Lefebvre, *Critique de la vie quotidienne. Introduction*, Paris 1958, s. 44.

²⁷ R. Kanters, *La vie littéraire en France* w tomie: *La France d’Aujourd’hui*, Paris 1958. Według tych danych we Francji 62% dorosłych czytuje książki, w tym ponad 25% co najmniej 2 książki na miesiąc. Nieco odmienne dane wynikają z badań Institut Français d’Opinion Publique z r. 1948, zgodnie z którymi 72% Francuzów czytuje książki od czasu do czasu, zaś 12% — stale. Ścisłość tego rodzaju danych zawsze budzi wątpliwości, można je jednak traktować jako wskaźniki porównawcze.

Zainteresowania intelektualne mają we Francji niewątpliwie większe szanse penetracji w dziedzinę kultury masowej aniżeli np. w Ameryce. Penetracja taka odbywa się nie tylko poprzez środki komunikacji podległej oficjalnej kontroli, jak radio i telewizja lub popularyzacyjne wydawnictwa Presses Universitaires (Que Sais-Je?), lecz także przez wydawnictwa o charakterze czysto komercyjnym. Tanie, broszurowe wydania Livres de poche szeroko rozpowszechniają obok kryminalnych romansów także wybitne dzieła literackie. Dla typu zainteresowań intelektualnych szerokiej publiczności francuskiej charakterystyczne są komercyjne wydawnictwa ilustrowane poświęcone historii (np. „Historia”, „Miroir de l'histoire”), które w formie zbeletryzowanej, a często i nie pozbawionej tonu sensacji popularyzują wiedzę o dziejach Francji, Europy i świata, korzystając przy tym ze współpracy wybitnych znawców, uczonych, członków Instytutu i Akademii Francuskiej. Treści kultury „wyższej” nie są zatem odizolowane od innych elementów kultury masowej.

Te właściwości kultury francuskiej trzeba pamiętać rozpatrując zjawisko prasy serca, aby nie upraszczać jego interpretacji stwierdzeniem, że stanowi ono naturalny i nieunikniony wynik demoralizującego działania producentów kultury masowej działających w warunkach całkowitego braku kontroli społecznej i nieskrępowanego funkcjonowania praw zysku, eliminującego z zawartości komunikacji wszystkie cenne elementy.

Zorganizowana akcja społeczna oddziałuje we Francji nie tylko na sferę twórczości lub wytwórczości kulturalnej, lecz także na kształtowanie procesów recepcji. Znamienny rys tego oddziaływania stanowi przy tym pluralizm. Obok Ministerstwa Oświaty organizującego szeroką akcję kulturalno-oświatową w zakresie pozaszkolnym działają liczne instytucje społeczne, których różnostronna inicjatywa ma duże znaczenie dla ustalania nawyków i postaw kulturalnych. Wśród tych instytucji ważną rolę odgrywają ideologiczne organizacje młodzieży i związki zawodowe wszystkich orientacji.

Dla przykładu zacytować można działalność Konfederalnego Instytutu Studiów i Szkolenia Związkowego C.F.T.C., drugiego pod względem liczebności zrzeszenia związkowego Francji. Jedną z typowych instrukcji wydanych przez Instytut zawiera następujące zalecenia i stwierdzenia zasad odnoszących się do dziedziny zadań określonej jako misja wychowawcza syndykalizmu: „Aby być związkowcem bardziej świadomym, aktywistą bardziej kompetentnym nie można poprzestać na rozszerzaniu swych umiejętności technicznych, trzeba zarazem dbać o równomierny rozwój swojej osobowości ... Trzeba także kształcić swe umiejętności wyrazu ... Trzeba zapewnić światu pracy równość z punktu widzenia

wiedzy nie tylko technicznej lecz i humanistycznej dla obrony jego interesów i przy poszukiwaniu praktycznych rozwiązań...”²⁸.

Cytowana instrukcja i inne materiały odnoszące się do programu kształcenia związkowego wielokrotnie stwierdzają potrzebę zwalczania u działaczy związkowych poczucia niższości, wynikającego ze świadomości własnego ograniczenia intelektualnego i braku ogólnej kultury. Drogą do usunięcia tego kompleksu ma być podnoszenie poziomu humanistycznej ogłady i przyswajanie sobie wartości wyższej kultury. Jest to program znamienity dla robotniczego środowiska, które ma za sobą przeszło stuletnią tradycję pracy samokształceniowej rozwijanej w ramach Ligi Nauczania, a od czasów drugiego cesarstwa w ramach sekcji Międzynarodowego Stowarzyszenia Robotników i innych robotniczych organizacji oświatowych²⁹.

Przykład innego typu instytucji stanowi działające od dziesięciu lat Stowarzyszenie Ognisk Kultury. Organizacja ta apelująca głównie do odbiorców z klas średnich stanowi otwarte dla wszystkich chętnych zrzeszenie, którego zadaniem jest ułatwianie organizacji życia kulturalnego przez rezerwację miejsc w teatrach i na koncertach, pośredniczenie w zakupie oraz wypożyczeniu książek i czasopism, organizację wycieczek o celach kulturalnych, zwiedzanie wystaw i muzeów. Istotną stroną tej działalności różniącą ogniska kultury od komercyjnych agencji widowiskowych jest fakt, że kierują one świadomie wyborem kulturalnym swych członków i starają się o nawiązanie pomiędzy nimi kontaktu w imię kulturowania wspólnych kulturalnych wartości. Pomiędzy komercyjnym tygodnikiem „Arts” a organem Ognisk Kultury „Activités Culturelles” i jego regionalnymi uzupełnieniami istnieje ta zasadnicza różnica, że gdy pierwszy informuje anonimowego odbiorcę o możliwościach kulturalnej konsumpcji, te drugie mają na celu organizowanie życia kulturalnego w imię określonej filozofii kultury³⁰.

²⁸ Institut Confédéral d'Etudes et de Formation Syndicales C.F.T.C. *Formation syndicale et culture* (powielona instrukcja z 1958 r.)

²⁹ G. Duveau, *La vie ouvrière sous le Second Empire*, Paris 1946, s. 454.

³⁰ *Activités culturelles. Bulletin mensuel rédigé par les membres de l'Association des Foyer de Culture*. Wydawnictwo to posiada regionalne dodatki we wszystkich ośrodkach objętych działalnością Stowarzyszenia Ognisk Kultury. Rolę dobrowolnych organizacji społecznych w kierowaniu recepcją kulturalną w życiu prowincji francuskiej szeroko przedstawia J. Dumazedier w odniesieniu do badanego przez siebie miasta Annecy. W tym mieście liczącym 15 tysięcy gospodarstw rodzinnych stwierdził on istnienie 200 organizacji kulturalnych — w tym również towarzystw sportowych. (J. Dumazedier, *Ambiguïté du loisir et dynamique socio-culturelle*, „Cahiers Internationaux de Sociologie”, t. XXII, 1957). Należy jednak pamiętać, że badania Dumazediera odnoszą się do prowincji, nie do wielkiego miasta.

Można odnaleźć pewne wspólne założenia działalności tego typu instytucji, jaką stanowi Association des Foyers de Culture, oraz akcji oświatowej związków zawodowych. W obu wypadkach założenia te są dalekie od koncepcji masowego społeczeństwa, w którym rozrywki kulturalne stanowią osobistą sprawę gustów indywidualnego konsumenta społecznie obojętną w takim samym stopniu, jak spożycie wybranego przez niego gatunku papierosów. Są one znamienne dla społeczeństwa, które — zgodnie z określeniem A. Siegfrieda — wierzy w inteligencję i w możliwość powszechnego korzystania z jej dobrodziejstw.

W tym społeczeństwie rozpowszechnieniem ogólnej kultury elementarnej, obficie nasyconej treściami wielkiej kultury narodowej, zajmuje się szkoła uniwersalna, stawiająca uczniom stosunkowo wysokie wymagania intelektualne i oparta o z górami stuletnią tradycję obowiązku elementarnej nauki. Efektywność i trwałość wpływów szkoły była ostatnio we Francji przedmiotem częstych krytycznych ocen i opinii. Rezultaty socjologicznych badań dowodzą, że młodzież francuska, wychowana w kulcie wielkich postaci z dziejów kultury francuskiej, w swojej masie bardzo szybko zapomina o Wercyngetoryksie i Bayardzie pod wpływem lektury przygód infantylnego bohatera comicsów, Tintina, a Pasteura i panią Curie zastępują wkrótce w jej zainteresowaniach postaci heroiny prasy serca.

Pod wpływem szkoły kształtuje się jednak trwale poczucie hierarchii wartości kulturalnych, które sprawia, że czytelnicy comicsowych serii i popularnych magazynów patrzą z szacunkiem wolnym od ironii na czytelników „Les Temps Modernes”, a skępowani we własnych zdolnościach wyrazu zachowują podziw dla sztuki pięknego mówienia i pisania. Snobizm kulturalny — w pozytywnym znaczeniu tego pojęcia — charakteryzuje we Francji postawy szerokich kręgów. Społeczeństwo francuskie pielęgnuje także bogate tradycje racjonalizmu i laicyzmu.

Należy sobie uświadomić, że na takim właśnie gruncie wyrasta jako zjawisko masowe prasa serca, stanowiąca pożywkę dla irracjonalizmu, fatalizmu, eskapistycznych tendencji i pospolitych sentymentalnych gustów. Zarazem jednak trzeba pamiętać o przedstawionym powyżej procesie oddziaływania krytycznej opinii publicznej i oficjalnej kontroli, których połączone wpływy chronią prasę serca przed pornografią, powodują eliminowanie najbardziej nonsensownych motywów i skłaniają producentów do większej dbałości o formę.

Sformułowano już poprzednio tezę, według której treść kultury masowej każdego kraju stanowi wypadkową oddziaływania takich czynników, jak gusty czytelników, krytyczna opinia kręgów intelektualnych, tradycja kulturalna, funkcjonowanie instytucji oficjalnych powołanych do kontroli

lub organizacji życia kulturalnego, interes producentów sztuki masowej. Żaden z tych czynników nie reprezentuje kategorii ostatecznej instancji uwarunkowania zjawisk kulturalnych. Sądzę jednak, że przy obecnym stanie wiedzy o mechanizmach rozwoju kultury sięganie bardzo daleko w głąb uwarunkowań czy to psychologicznych, czy ekonomiczno-społecznych nie jest w każdym wypadku możliwe.

Zatrzymanie się na wskazanej płaszczyźnie analizy i tak już pozwala na dokonywanie porównań w skali różnych kultur. Wymienione czynniki nie noszą identycznego charakteru i nie odgrywają jednakowej roli we wszystkich społeczeństwach zindustrializowanych. W Stanach Zjednoczonych np. przerost roli elementów komercyjnych w połączeniu ze słabością niektórych innych czynników zdaje się sprawiać, że rozdział między wartościami kultury wyższej a przeciętnym poziomem większości dziedzin kultury masowej jest większy, aniżeli tego wymagają przeciętne gusty odbiorców. Francuska prasa serca stanowi obiekt uporczywej walki między różnymi pierwiastkami społecznych oddziaływań.

Jeśli publiczność amerykańska wydaje się mieć gorszą kulturę masową, niż na to zasługuje, publiczność francuska — właśnie taką w przybliżeniu, na jaką zasługuje (mowa tu zawsze o odłamach społeczeństwa stanowiących publiczność określonych działów kultury masowej), to publiczność polska obdarzona jest od pewnego czasu produkcją w zakresie kultury masowej obliczoną na nieco wysublimowany poziom gustów.

Nie ulega wątpliwości, że zjawisko identyczne z prasą serca jest obecnie zupełnie nieprawdopodobne na naszym gruncie. Polskiemu rynkowi wydawniczemu nie grozi pojawienie się publikacji periodycznych zaabsorbowanych wyłącznie tematyką romansowo-sentymentalną, oderwanych od rzeczywistości społecznej i aktualnej politycznej problematyki. Kwestia, czy pewna część naszej publiczności jest niewątpliwie i trwale immunizowana na wydawnictwa typu prasy serca, stanowi jednak zagadnienie innego rodzaju. Rozważając podobne perspektywy na gruncie społeczeństwa polskiego trzeba pamiętać, że pod względem uprzemysłowienia, stopnia rozpowszechnienia oświaty i sekularyzacji znajduje się ono wciąż w tyle poza społeczeństwem francuskim, którego wszystkie intelektualne atrybuty nie zdołały wyeliminować całkowicie rozwoju kultury masowej w kierunku reprezentowanym przez prasę serca.

W Polsce wychodzą aktualnie cztery popularne czasopisma dla kobiet: „Przyjaciółka”, „Kobieta i Życie”, „Zwierciadło”, „Filipinka”, o łącznym jednorazowym nakładzie około 2 800 000 egzemplarzy. Te czasopisma o różnym poziomie i charakterze odegrały istotną rolę w procesie rozpowszechniania kultury. Przy ich udziale, a szczególnie przy udziale „Przy-

jaciółki”, dokonał się wielki skok czytelnictwa popularnego w Polsce w porównaniu z okresem przedwojennym.

Nie umniejszając roli tych wydawnictw, trzeba jednak przypomnieć, że rozwój czytelnictwa w Polsce w minionym piętnastolecu dokonywał się pod dominującym wpływem społeczno-ekonomicznych przeobrażeń kraju, industrializacji i urbanizacji oraz demokratyzacji oświaty. W tym wypadku intensywny rozwój kultury masowej zarówno od strony produkcji, jak konsumpcji musi być interpretowany przy bezpośrednim odwołaniu się do głębszych pokładów życia społecznego, które w normalnych warunkach oddziałują w sposób bardziej pośredni. Zwracałam już na innym miejscu uwagę na niektóre czynniki wzrostu czytelnictwa w tej epoce³¹. W specyficznych polskich warunkach okresu powojennego korzystanie z kultury masowej, a w znacznej mierze z prasy popularnej, musiało wzrastać gwałtownie, bez względu na to, czy publikacje dostarczane do rąk odbiorców odpowiadały optymalnie ich aspiracjom i gustom, czy nie.

W obecnym okresie sytuacja ulega zmianie. Próg nasycenia prasą został osiągnięty. Nie ma radykalnego wzrostu nakładów i zawrotnego rozwoju czytelnictwa³², co nie oznacza, aby czytelnictwo osiągnęło granice zadawalające z punktu widzenia organizatorów polityki kulturalnej. Wpływy urbanizacji i skutki eliminacji analfabetyzmu nie będą już obecnie oddziaływały na przesuwaniu tych granic tak radykalnie jak w ubiegłych latach.

Zwiększenie proporcji czytających będzie natomiast w coraz to większym stopniu zależało od dostosowania publikacji do gustów i wymagań odbiorców. Kierunek ewolucji gustów szerokiej publiczności w Polsce może być w tej chwili tylko przedmiotem hipotez. Doświadczenia wielu krajów o rozwiniętej kulturze masowej wskazują, że zarówno w książkach jak publikacjach periodycznych fikcja literacka o akcji charakteryzującej się dużym napięciem dramatycznym i emocjonalnym stanowi rodzaj literacki przyciągający najszersze kręgi publiczności. Zjawisko to można interpretować odwołując się do socjologicznej teorii sztuki prof. St. Ossowskiego, który stwierdził, że poszukiwanie wrażeń w większej mierze aniżeli poszukiwanie przeżyć estetycznych przyciąga przeciętnych odbiorców sztuki dynamicznej³³. Jest to, oczywiście, stwierdzenie o charakterze ogólnym,

³¹ A. Kłoskowska, *Modele społeczne a kultura masowa*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XIII/2, 1959.

³² Stwierdzenie to dotyczy czasopism rozrywkowych, których nakłady ustabilizowały się w ciągu ostatnich lat. Czasopisma wyższego poziomu intelektualnego, a także liczne czasopisma specjalne doznały po r. 1957 znacznego spadku odbiorców; na to zjawisko złożyło się wiele przyczyn, m. in. wzrost cen czasopism.

³³ St. Ossowski, *U podstaw estetyki*, Warszawa 1958, s. 74 i nast.

które musi być zrelatywizowane do różnych typów publiczności i różnych warunków aktywizacji kulturalnej.

Nasza znajomość gustów i aspiracji aktualnej publiczności polskiej jest dotąd nikła. Przeprowadzona przeze mnie wstępna i fragmentaryczna analiza zainteresowań grupy kobiet ze środowiska robotniczego, zamężnych i w dużym procencie zatrudnionych zawodowo, zdaje się wskazywać, że ta kategoria publiczności trudnej do zdobycia na rzecz udziału w szerszym życiu kulturalnym traktuje popularne czasopismo w mniejszym stopniu jako źródło rozrywki i ogólnej informacji, a szuka w nim przede wszystkim rady i pomocy w odniesieniu do praktycznych problemów życiowych oraz informacji lokalnych.

Podobny wąsko-uitylitarny stosunek wobec czasopism będzie prawdopodobnie ulegał zmianie, a i obecnie nie jest charakterystyczny dla innych kategorii publiczności masowej. Znany fakt krążenia wśród niektórych kategorii czytelnicych odpisów sentymentalnych i awanturniczych romansów skłania do refleksji nad gustami czytelników, których ekspansywna polityka kulturalna nie może ignorować. Musi ona wziąć pod rozwagę trwale sympatie dla Mniszkówny, Marczyńskiego i bardzo popularnego w rejonie łódzkim A. Żańskiego — co nie znaczy, że powinna podobnym zamiłowanom całkowicie ulegać. Zarazem jednak nie należy zbyt srogo sugerować się pocieszającymi rezultatami prasowych badań ankietowych stwierdzającymi niesłabnącą popularność klasycznej literatury narodowej. Wyłącznie na tym typie literatury nie podobna opierać masowego czytelnictwa. Trudno postulować stworzenie żywego i uniwersalnego zainteresowania literaturą bez popularnej literatury współczesnej.

Tymczasem jednak z tego punktu widzenia dział fikcji literackiej zdaje się stanowić słabą stonę polskich czasopism masowych. W najpopularniejszym tygodniku „Przyjaciółka” obejmuje on $\frac{1}{8}$ treści. Nawet i te ramy tylko w minimalnym stopniu zapełnione bywają oryginalną współczesną produkcją literacką. W latach 1956—1958 redakcja sięgała często do przekładów z literatury zachodnioeuropejskiej i w tym okresie dział literacki tygodnika nie był bardzo odległy od analogicznych działów francuskich czasopism kobiecych, a nawet zbliżał się nieco do problematyki prasy serca³⁴.

³⁴ Zarówno w dziedzinie „wartości naczelných” jak pewnych danych dotyczących bohaterów istnieje duża zbieżność pomiędzy fikcją literacką „Przyjaciółki” tego okresu i prasy serca. Brak tu miejsca na wykazanie tej zbieżności, stwierdzając ją należy jednak przypomnieć, że podobieństwo odnosiło się tylko do jednego, nie najważniejszego działu pisma.

Obecnie redakcja powraca znów w szerszym zakresie do dawnej klasyki polskiej i obcej. Zachodzi jednak pytanie, jak długo jeszcze zainteresowania czytelników, korzystających w coraz większym stopniu z innych środków komunikacji masowej (radio, telewizja) i posiadających kompletniejsze wykształcenie elementarne, zaspakajają Orzeszkowa, Konopnicka oraz twórczość obcych klasyków sprzed pierwszej wojny światowej. Podobne problemy nasuwają się i innym redakcjom publikacji masowych. Wśród prób ich rozwiązania można zacytować przykłady druku w odcinkach dzienników nowel Faulknera i Hemingwaya oraz *Dziejów grzechu* Żeromskiego. Podobne odpowiedzi na dylemat: klasyka czy sensacja, pozostaną jednak połowicznym rozwiązaniem. Zapotrzebowanie na oryginalną twórczość, niekoniecznie osiągającą najwyższą miarę artystyczną, ale rozszerzającą zakres wrażeń i dostarczającą zastępczych środków ekspresji osobowości będzie wzrastało w przyszłości. W tej zaś sytuacji problem, jaki stanowi w kulturze francuskiej prasa serca, może wyłonić się w praktyce naszej polityki kulturalnej pod postacią dosyć podobną. W ostatnich latach polityka kulturalna zaakceptowała literaturę kryminalno-detektywną³⁵. Nie wiadomo, czy w przyszłości okaże się równie ustepliwa dla rodzaju literackiego przypominającego rodzaj uprawiany w prasie serca.

Pewne jest, że istnieje potrzeba rozwoju specyficznej produkcji literackiej na użytek masowych środków komunikacji, które nie mogą operować samą klasyką a nie powinny też ograniczyć się do tłumaczeń, zbyt obficie wykorzystywanych przez prasę popularną w okresie 1956—1958. Jeden z najbardziej udanych rodzimych tworców masowej kultury stanowi, jak dotąd, seryjna audycja rodzinna „Matysiakowie”. Po pierwszym okresie, w którym zdawał się obiecywać coś więcej, aniżeli typowe serie radiowe tego rodzaju, ustabilizowała się ona na przeciętnym poziomie i zyskała trwale miejsce w polskiej kulturze masowej. Analiza recepcji tej audycji na terenie Łodzi wykazała jej szeroki zasięg społeczny³⁶. Należy się spodziewać, że kierowany rozwój kultury masowej w Polsce faworyzować będzie podobny rodzaj produkcji w różnych dziedzinach sztuki popularnej, jakiegokolwiek opory odczuwaliby wobec niej twórcy z kręgów intelektualnych.

³⁵ Z moralnego punktu widzenia literatura ta mogłaby budzić więcej zastrzeżeń niż literatura sentymentalna gatunku francuskiej prasy serca. Reprezentuje ona natomiast na ogół wyższy poziom inteligencji autorów. Fakt, że literaturę kryminalno-detektywną czytują także intelektualiści, którzy gardzą romansem sentymentalnym, nie pozostał zapewne bez znaczenia dla polskiej polityki wydawniczej.

³⁶ A. Kłoskowska, *L'audience d'une émission populaire de la radio polonaise parmi les auditeurs de Łódź*, „Sondages. Revue Française de l'Opinion Publique”, 1959, N° 1.