

**„KULTURA MASOWA” I CO DALEJ...?**

Rozprawy Społeczne, nr 2 (VII), 2013

**Agata Pasek – Gawlikowska**

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Pasek-Gawlikowska A. (2013), *Kultura masowa i co dalej...?* Rozprawy Społeczne, 2 (VII), s. 57-66

**Streszczenie:** Zaprezentowany artykuł stanowi próbę syntetycznego przedstawienia problemu przeobrażenia kultury masowej od momentu jej zaistnienia do czasów nam współczesnych. Wynika z niego, że kultura należy do nieuchwytnych pojęć, jest subiektywną odpowiedzią i odzwierciedleniem nowych zachowań i upodobań oraz hierarchii wartości. Świadome uczestnictwo w kulturze dzisiaj polegałoby na instytucjonalnym przyswajaniu sobie „własnej kultury” i umiejętnym poddawaniu tego doświadczenia kontroli umysłu oraz na świadomym uczeniu się wzorców i norm spoza własnej kultury. Idealem byłoby swobodne poruszanie się po obszarach obu tych światów z zachowaniem własnej tożsamości.

Artykuł powstał w oparciu o dostępne na rynku prace naukowe, materiały prasowe i opublikowane wyniki badań.

**Słowa kluczowe:** kultura masowa, kultura popularna, młodzież, czas wolny, media

*Nie ma nic bardziej nieokreślonego  
niż słowo kultura”  
Johann Gottfried Herder*

**Wprowadzenie**

Kultura masowa nie jest zjawiskiem ostatniej doby. Choć uległa szczególnej intensyfikacji w ciągu lat powojennych, narastała stopniowo od dwóch co najmniej stuleci. Narodziła się jako produkt wtórny rewolucji przemysłowej wraz z industrializmem i urbanizacją. Kultura masowa była identyfikowana z kulturą wulgarną, kulturą najniższego poziomu (według Edwarda Shils'a istnieją trzy poziomy kultury: poziom kultury wyższej – wyrafinowanej, kultury pospolitej oraz kultury niskiej). Kultura masowa zrodziła się jako dominująca forma organizacji symbolicznej kultury na gruncie społeczeństw uprzemysłowionych i zurbanizowanych. Wówczas została przełamana izolacja społeczności lokalnych, a zaczęły dominować wielkie ośrodki miejskie. Uprzemysłowienie stanowiło warunek ilościowego wzrostu społeczeństwa na równi z nowoczesną postacią urbanizacji i było podstawowym warunkiem narodzin kultury masowej. Społeczeństwa, z których wyrasta kultura masowa, bywają często nazywane masowymi. Charakteryzują się specyficznymi właściwościami więzi społecznych, które z kolei stanowią funkcje ich ekonomicznego i technicznego rozwoju (Kłoskowska 1980, s.94-103).

Można wyróżnić kilka koniecznych warunków do rozpowszechnienia się kultury masowej. Jeśli chodzi o osiągnięcia techniczne sprzyjające rozwojowi pierwotnej masowej produkcji to warto podkreślić

wprowadzenie na początku XIX wieku prasy mechanicznej. Koniecznym warunkiem rozwoju owej „mass cultur” było także upowszechnienie oświaty, które postępowało łącznie z procesem względnej demokratyzacji społeczeństw. Standaryzacja treści kultury wymagała nie tylko realizacji pewnych technicznych warunków, lecz także ukształtowania się typu „masowego odbiorcy” – odbiorcy temu imputuje się także standaryzację gustów.

Postęp techniczny i społeczno ekonomiczny umożliwił redukcję czasu pracy, a tym samym zwiększył ilość „czasu wolnego”, który mógł być poświęcony kulturze. Po wtóre ważnym następstwem rozwoju przemysłu był wzrost zatrudnienia kobiet – fakt ten miał niezwykle donośne znaczenie dla zjawisk kultury – kobieta stała się aktywnym, posiadającym własne zarobki i wciągniętym w rytm pracy zawodowej członkiem społeczeństwa. Jej gusty i potrzeby zaś potężnym motorem na rynku towarów i usług. Zaczęła dominować typ rodziny jedno pokoleniowej (Żygulski 1966, s.45).

Wówczas to pojawiły się pierwsze definicje kultury masowej oddające jej specyfikę. I tak jedną z pierwszych jest definicja francuskiego socjologa Georgesa Friedmanna, który przez kulturę masową rozumie ogół kulturalnych dóbr konsumpcyjnych oddanych do dyspozycji publiczności, w najszerszym rozumieniu tego słowa, za pomocą masowego komunikowania w ramach cywilizacji technicznej. Dobra te zaspokajają określone – specyficzne - potrzeby człowieka. Chodzi tu o tak zwane potrzeby dowolne, to znaczy takie, które rodzą się po zaspokojeniu potrzeb elementarnych. Wchodzą tu w grę potrzeby estetyczne, poznawcze, a przede wszystkim potrzeby wypoczynku i rozrywki. Jak pisze Franciszek Adamski, „przyjęto się odnosić pojęcie kultury masowej do zjawisk jednoczesnego przekazywania idealnych lub analogicznych treści, płynących z nie-

**Adres do korespondencji:** Agata Pasek – Gawlikowska, Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II, Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin, e-mail: agatagawlikowska2@poczta.onet.pl

licznych źródeł do wielkich mas odbiorców oraz do jednolitych form zabawowej, rozrywkowej działalności licznych rzesz ludzi” (Adamski 1984, s.7-8).

„Masowość” kultury masowej ulegała stopniowaniu. W związku z procesem demokratyzacji kultury na przełomie XVIII i XIX wieku pojawiły się wątki, które szczególnie nadawały się do masowego rozpowszechniania i stały się charakterystyczne dla późniejszej, coraz to bardziej masowej, w sensie ilościowym kultury. Szybkim zmianom technicznym w początkach XIX wieku towarzyszyła rewolucja demograficzna – erupcja ludnościowa. W ślad za rozwojem komunikacji kolejowej postępowała koncentracja ludności w ośrodkach miejskich.

Kultura początków industrialistycznej urbanizacji w XIX wieku miała wszędzie cechy podobne. Wszędzie wielkie masy ludności zostały poddane rytmowi pracy mechanicznej, wyspecjalizowanej, standaryzowanej, którą nowe środki komunikacyjne takie jak prasa, radio a z czasem także telewizja rozprowadzały szybko po wielkich przestrzeniach. Kultura symboliczna zaczęła czerpać z ujednoczonych i masowych wzorów kultury bezpośredniej. Jednocześnie pewne psychologiczne skutki zmechanizowanego i zatomizowanego procesu pracy zaczęły już w tym okresie kształtować psychikę przyszłego odbiorcy kultury masowej (Kłoskowska 1980, s.105-111).

Wśród warunków powstawania kultury masowej, z socjologicznego punktu widzenia, na szczególną uwagę zasługują przeobrażenia więzi społecznych stwarzających ramę rozwoju kultury. Jak wiadomo istota zjawisk społecznych polega na interakcji, która może przebiegać w formie bezpośredniego kontaktu, może nosić charakter przelotnych i powierzchownych kontaktów osobistych, bądź też może być oddziaływaniem osób za pomocą złożonej organizacji instytucji społecznych i działających na odległość środków przekazywania symbolicznych treści. Ferdinand Tönnies jako jeden z pierwszych socjologów określił rolę i charakter środków masowego komunikowania jako specyficznych organów więzi wielkiego i zindywidualizowanego społeczeństwa, gdzie stosunki ludzkie oparte są na mechanizmie pieniądza. Charles Cooley natomiast pomimo tego, iż za podstawowy czynnik wszelkich stosunków społecznych uważał wzajemne komunikowanie się ludzi, to zdawał sobie sprawę, że owa komunikacja odbywa się za pomocą formalnej organizacji i oparta jest na działaniu masowych środków komunikowania, ustanawiających związki o charakterze pośrednim i rzeczowym. Przewidywał on, że wraz z rozwojem masowych środków informacji i komunikowania rozszerzać się będzie uniformizm, który jest tani i wygodny.

Kolejnymi teoretykami „społeczeństwa mas” byli John S. Mill i William Kornhauser, którzy uważali, że nie tylko elity wpływają na masy. Istnieje także zjawisko odwrotne – masy kształtują elity. Masowa społeczność wielkomięjska jest skupiskiem liczebnie wielkim i przestrzennie rozległym i już z tego

faktu wynikają jej socjologiczne charakterystyczne właściwości. Owa społeczność charakteryzuje się rozluźnieniem faktycznych społecznych związków. Mimo stłoczenia w przestrzeni fizycznej zachowują oni między sobą dystans społeczny, są względem siebie obojętni. Dlatego mówi się o społeczeństwie zatomizowanym i anonimowym. Charakter kontaktów społecznych jest rzeczowy a nie personalny. W społeczeństwie masowym środki masowego komunikowania odgrywają zasadniczą rolę w procesie porozumiewania, zespolenia i uniformizacji społeczeństwa. Bardzo istotnym czynnikiem pośredniczącym między jednostką a społeczeństwem staje się rodzina – stwarzająca warunki wspólnoty intelektualnej i moralnej. Wywiera ona duży wpływ na ustalenie zakresu i charakteru w partycypacji kulturalnej swych członków i jest ogniwem kształtowania się opinii i postaw (Kłoskowska 1980, s.119-140).

Koniecznym warunkiem wyodrębnienia się kultury masowej okazał się czas wolny, który w socjologicznym sensie nie jest jednak równoważony z przerwą w pracy lub wypoczynkiem. Stanowi on funkcję określonego systemu organizacji pracy i stosunków społecznych. W takim rozumieniu czas wolny zindustrializowanego społeczeństwa nie ma swego odpowiednika we wspólnocie pierwotnej, ani też w tradycyjnej wiejskiej społeczności lokalnej.

Począwszy od początku tworzenia masowego społeczeństwa zarysował się odrębny sposób spędzania wolnego czasu przez poszczególne klasy społeczeństw. Badaniami odnoszącymi się do sposobu spędzania czasu wolnego zajmował się Veblen w Stanach Zjednoczonych oraz Joffre Dumazedier prowadzący badania we Francji. Niewątpliwie więc przełom XVIII i XIX wieku był czasem zaistnienia kultury masowej. I historycznie i społecznie był to okres wielkich zmian, które swe odzwierciedlenie znalazły w kulturze (Kłoskowska 1980, s.141-150).

Teoretykiem kultury masowej XX wieku był Jean Baudrillard, nazywany papieżem postmodernizmu zdiagnozował on stan kultury w kategoriach simulacrum – kopi pozbawionej oryginału. Kultura dzisiejsza sugerował, to kultura symulacji. Nie ma w niej odniesień do twardych, niepodważalnych wartości, a w każdym razie prawda, jeśli istnieje nie zawiera się gdzieś poza obszarem iluzji, lecz w samej iluzji, która zastąpiła niegdyś ponoć „prawdziwą rzeczywistość”. Wszystkie te zapowiedzi „końca” i konstatacje braku ciągłości zaowocowały jednak nie ponurym, filozoficznym pesymizmem, czy jak chcieli oponenti postmodernizmu, nihilizmem, lecz bardziej otwarciem się ku refleksji, nad kiedys pogardzanymi przez intelektualistów, problemami kultury popularnej. W polu uwagi znalazła się telewizja, reklama, kino. Media, powiada Jean Baudrillard, „nie są odpowiedzialne one tylko rozpowszechniają nieodpowiedzialność, która stała się dzisiaj naszym sposobem solidarności społecznej”. Obywatele nie decydują świadomie, że będą oglądać telewizję. Robią to na skutek pewnego rodzaju przyciągania, upojenia. Jak mamy myśleć,

jeśli możemy wejść w obraz wideo i zrobić z nim co chcemy. Kultura masowa odkryła swoje szpetne, trywialne oblicze. W gąszczu rozmaitych ekspresji trudno znaleźć te najbardziej sensowne, bo wszystkie sprawiają wrażenie równie ważnych albo nieważnych. Jean Baudillard mówi, że świat zwariował. Tak wyraża się o człowieku ponowoczesnym: „jego status jest dziwny, jest jak partykuła, wolny elektron, cząstka elementarna. Jednostka takiego typu nie jest już przedmiotem jakiegoś przeznaczenia. Zamieniła je w pewien sposób na fatalne eksperymenty z sobą samą. Jest to przedostatnie stadium kultury jaką znamy. Chodzi tu o nieuchronny jego zdaniem koniec określonego, w sumie optymistycznego, a przez to naiwnego myślenia o świecie. Pozostaje sceptycyzm a nawet pesymizm wynikający z „zawirusowania” kultury przez rzeczywistość wirtualną, przez dominację iluzji zawłaszczającej wszystko, przez iluzję, która już stała się rzeczywistością. Kultura zachodnia, choć uchodzi za zblazowaną i ma za sobą wiele różnych kryzysów, nie powiedziała jeszcze ostatniego słowa. Co najwyżej – przedostatnie (Pęczak 2001, s.45-48).

Teoretycy z mniejszym niż kiedyś przekonaniem mówią obecnie o dwóch różnych kulturach – wysokiej i niskiej. Wiadomo przecież, iż wysokie z niskim przenika się nieustannie i coraz częściej pisze się po prostu o kulturze XX wieku. Legitymiści, którzy chcieliby ustalić „twarde” hierarchie, oddzielające grubą kreską to, co elitarne od tego co pospolite, nie mają łatwego zadania w sporze z relatywistami, którzy od dawna kwestionują taki punkt widzenia. Mayvonne De Saint Pulgent, autorka książki „Rządzeni kulturą” napisała w podsumowaniu „kultura to przedmiot wymiany handlowej. Trzeba tylko wiedzieć na co się godzimy, a na co nie (Pietrasik 2000, s.73).

Postmodernizm cechuje świadome „mieszanie” kultury wyższej z kulturą masową, granie ich ulubionymi konwencjami i gatunkami czy cytowanie – na równych prawach - jednej i drugiej. Umberto Eco już dawno myślał „o złagodzeniu kontrastu między poezją a nie poezją, co pozwoli na dialog kultury wysokiej i niskiej”. Jego postmodernistyczne „Wahadło Foucaulta” to ciekawy przypadek zmagistrowania dzieła masowego i żywiącego jednocześnie wyższe ambicje.

Benjamin R. Barber, autor głośnej pracy „Dżihad kontra MacŚwiat” przekonuje, że to inni za nas decydują, zarówno na rynku ubrań jak i w całej kulturze. Uważa, że może doprowadzić to do powstania nowych totalitarnych społeczeństw – na co się chyba nie zanoszą, gdyż nie przyjmie się bez masowego przyzwolenia. Młodsza, lepiej wykształcona publiczność coraz częściej wybiera wartościową ofertę, nie zważając czy coś się nazywa kulturą wysoką czy niską. Sferę wolności poszerzają wciąż nowe technologie. Użytkownik Internetu ma wybór – może, wedle uznania, obcować w cyberprzestrzeni z rozebranymi panienkami albo kontemplować dzieła sztuki.

## Kształtowanie się kultury masowej w Polsce

Kultura jest procesem dynamicznym. Podlega ona prawidłowościom triady. Można u niej wyróżnić – jak pisze Adam Wierciński – trzy punkty węzłowe. Najpierw określona zbiorowość – kontynent, naród, warstwa społeczna tworzy swe dziedzictwo; powstają różnorodne wytwory materialne, symboliczne, socjalne. W drugim etapie wytwory te rozwijają się, osiągają szczyt organizacji i doskonałości, następuje ich utrwalanie i stabilizacja; tworzą zrównoważony system. W końcu – najczęściej po okresie długiego trwania – następuje ich dezorganizacja, erozja, upadek. W pewnych okolicznościach najwartościowsze elementy zanikającej kultury są włączone do kultury ludowej. Te przemiany zachodzące w określonej zbiorowości, zmiany progresywne lub regresywne nazywane są ewolucją kultury.

Kultura zmienia się na dwóch głównych poziomach. Pierwszy jest spontaniczny, przypadkowy, przebiegający powoli w długim czasie. Drugi poziom ewolucji kultury jest bardziej złożony. B.F Skinner nazywa go projektowaniem kultury. Polega on na powstawaniu obyczajów, które podlegają selekcji. Powstanie nowych obyczajów związane jest z zaspokojeniem potrzeb witalnych, społecznych i osobowych. Ludzie aby je zaspokoić podejmują celowe działania w tym kierunku (Kozielecki 1997, s.36-207).

Powstanie kultury masowej w początkowej fazie stanowiło w Polsce, podobnie jak w innych krajach, rezultat podwójnego procesu społecznikowskiego upowszechniania i spontanicznego, komercyjnego rozrostu kultury. Przejście pierwszego progu umasowienia przypadło na okres międzywojenny charakteryzujący się radykalną zmianą sytuacji politycznej i ekonomiczno społecznej. Drugi próg umasowienia w Polsce przypadł na okres powojenny. Oznaczał kulturalną rewolucję idącą za rewolucją polityczną. Rewolucja lat czterdziestych otworzyła drogę nowoczesnej kulturze masowej. Obecnie specyficzność kultury masowej w Polsce nie polega na braku podobnych elementów, żywo przypominających treści masowej kultury zachodniej (stanowiących czasami zapożyczenie), lecz na ich zakresie i miejscu w całym kompleksie tej kultury. Jej wyznacznikami są: stosunek mediów wobec odbiorców kultury – nie traktują czytelnika, widza czy słuchacza jako uczestnika anonimowej masy - oraz lepsza publiczność (Kłoskowska 1980, s.400-452).

Od zakończenia II wojny światowej społeczeństwo polskie weszło w fazę szczególnie głębokich przekształceń swej struktury ekonomiczno – społecznej. Do 1939 roku większość (około 60%) ludności mieszkała na wsi i wstąpiła na drogę szybkiego uprzemysłowienia i urbanizacji. Ze wsi odpłynęły miliony pracowników do zajęć pozarolniczych i część z nich osiadła na stałe w miastach. Ziemie zachodnie i północne Polski stały się terenami procesów kulturalnych, które nie tylko zmieniły oblicze tych czasów, lecz i mapę kultury polskiej. Na

ziemiach tych dokonała się w niezwykle krótkim historycznie czasie integracja nowego społeczeństwa stworzonego w drodze masowych migracji ludności rodzimej i mas napływowych. Dokonała się unifikacja na płaszczyźnie języka, obyczajów, poglądów i wyobrażeń.

Równoległe z rozwojem przemysłu i urbanizacji systematycznie rozbudowywała się sieć środków masowego przekazu. Wskaźnikami szybkiego rozwoju kultury masowej stało się określenie ilości tytułów prasowych wydawanych w milionowych ilościach egzemplarzy, ilość godzin nadawanych przez radio czy telewizję, powstanie nowych sal kinowych, ilość odbiorników telewizyjnych, a także rozbudowa szkół i likwidacja analfabetyzmu. Wskaźniki te szczególnie na Śląsku, Ziemiach Północnych i Zachodnich już w latach 60-tych XX wieku nie różniły się znacznie od tych na Zachodzie Europy (Żygulski 1966, s.62-69).

Społeczeństwo polskie lat 70-tych przeżywało pierwszy na masową skalę kontakt z kulturą masową. Otwarcie przez ekipę Gierka granic na wpływy muzyki młodzieżowej i komercyjnej produkcji filmowej dawało poczucie związków kulturalnych z zachodem, łągodziło pewną sferę napięć obecnych w poprzednim dziesięcioleciu. Młodzi Polacy czerpali z zachodniej kultury masowej wzory obyczajowe, estetyczne, wyobrażenia o pożądanym poziomie życia (Friszke 1998, s.128).

Mimo całego dramatyizmu ówczesnej sytuacji, dyskusja nad stanem kultury polskiej była łatwiejsza. Głównym postulatem była bowiem demokratyzacja życia kulturalnego i swoboda wypowiedzi twórczej. Krzysztof Zanussi nazwał lata dziewięćdziesiąte „okresem jałowym” i zwrócił uwagę na „ogólne przygnębienie”, jakiego doświadczają Europejczycy zarzucani amerykańskimi towarami. Według Ryszarda Kapuścińskiego obserwujemy jak społeczeństwo masowe przekształca się w społeczeństwo planetarne - pozbawione własnej kultury, a nowe media tworzą świat jednoczesny, przychylny i dostępny dla wszystkich. W erze globalizacji jak dowodził pisarz Ryszard Kapuściński, widzimy wyraźne starcie dwóch postaw: europejskiej i amerykańskiej. Dla pierwszej z nich – romantycznej – kultura jest po prostu wyrazem ludzkiej bezinteresownej kreatywności, gdy dla drugiej – pragmatycznej – kultura, oświata i nauka to towar postrzegany w kategoriach zysku. I ta właśnie amerykańska opcja zdaje się dziś przeważać (Czubaj 2000, s.17).

Duża liczba odbiorców i standaryzacja treści stanowią podstawowe cechy charakteryzujące kulturę masową. Prasa, radio, telewizja, film, publikacje książkowe – zaliczane są do tradycyjnych obszarów kultury masowej. Pod koniec XX wieku w wyniku postępu technicznego związanego z wynikiem mediów, pojawiają się nowe dziedziny w obrębie tej kultury – na przykład nagrania kasetowe, CD, gry komputerowe (Pacholski, Słaboń 1999, s.43).

W granicach kultury masowej i masowych środkach przekazu zanika samo pojęcie „kulturalnej pu-

bliczności”. Potencjalnego bowiem odbiorcę filmu, programu telewizyjnego czy widowiska widzi się w każdym. Odbiorca, który w układzie tradycyjnym - sam szuka kultury - zachwyca się kulturą. Odbiorca, którego szuka kultura, więc odbiorca kultury masowej, musi otrzymywać to, co zyska w jego umyśle szansę rezonansu z czymś już znanym i powszechnie zrozumiałym (Toeplitz 1981, s.60-61).

Pojęcie „kultura masowa” ma dziś znaczenie przede wszystkim historyczne i można w niej wyodrębnić dwa pojęcia: kulturę masową, która jest typowa dla świata „drugiej fali”, oraz zróżnicowaną kulturę popularną, bardziej charakteryzującą współczesność. Ten podział ilustruje w pewnym sensie odmiennosc społeczeństw lat pięćdziesiątych od obecnych. Tę różnorodność najwyraźniej można zauważyć w sklepach muzycznych, gdzie liczba segmentów z płytami odzwierciedla wielość gatunków (muzyka klasyczna, rock, jazz, reggae, folk, dance). Jest to widoczne też podczas dryfowania po wielokanałowej telewizji, kiedy ogląda się kolejne propozycje repertuarowe, które kierowane są do rozmaitych odbiorców zainteresowanych różnymi tematami. Nie ma jednolitej odgórnie ustalonej propozycji adresowanej do standardowego odbiorcy. Dzisiejszy uczestnik bardziej wybiera niż odbiera przekazywane komunikaty. W takiej perspektywie kultura popularna jest źródłem emancypacji, istnieje bowiem wiele kultur prawomocnych oraz sposobów odczytania kultury popularnej. Popularny to tyle co przystępny, prosty, zrozumiały. Dzięki elektronicznym mediom staje się popularna twórczość tych autorów, których kojarzy się ze sztuką wysoką (Jakubowski 2006, s.21-22).

Kultura współczesna to kultura ekspresji. Maria Janion pisze na ten temat następująco: „bo to, co my chcemy ludziom wmawiać za pomocą kultury wysokiej, to świadomość istnienia. Często oni jednak pytają po co im to? Nie chcą świadomie przeżywać. „Ja nie chcę mieć świadomości istnienia, chcę sobie żyć w pozorach i odurzeniu telewizją”. Następuje tu przejście od kultury słowa do kultury obrazu, co zdaniem Janion, jest o tyle niebezpieczne, że szybkość obrazów, ich nieustanny przepływ staje się potoczną filozofią postrzegania życia, nie pozwala na namysł, na kontemplację. Janion pisze także o możliwości zaistnienia przejścia między kulturą wysoką, a człowiekiem masowym. Takie przejście, żeby zorientować publiczność i społeczeństwo, że kultura jest nową. Kultura masowa nie uczy mowy, bo nie jest w stanie tego zrobić. Musi działać za pomocą uproszczenia (Janion 1996, s.34-101).

Każda epoka kulturowa ma swoje własne oblicze kulturowe, własne cechy i odrębny styl. Masowość i przemiany niewątpliwie wywierają wpływ na osobowość człowieka. Dziś mówi się o zjawisku pluralizmu kulturowego. Ludzie żyją bardzo różnie, ale w obrębie każdej zbiorowości istnieje pewien właściwy dla jej członków sposób życia, obowiązujący wzorzec działania i myślenia. Różnorodność, heterogeniczność zewnętrzna, pomiędzy różnymi

zbiorowości i jednorodność czyli homogeniczność wewnętrzna - to dwie konstatacje, które łączy w sobie pojęcie współczesnej kultury (Szlendak 2004, s.15-16). Piotr Sztompka określa ją jako późną nowoczesność, która jest w istocie kontynuacją epoki nowoczesnej, jej aktualną falą tyle, że z przejawskawionymi, przerysowanymi cechami konstytutywnymi tej nowoczesności. Składają się na nią: nowa forma zaufania, nowe formy ryzyka, nieprzejrzystość i niepewność sytuacji społecznych wraz z globalizacją kultury i gospodarki (Sztompka 2004, s.563).

W mowie publicznej słychać nieustannie utyskiwania, iż wysoka odmiana kultury polskiej jest niemalże w zaniku, natomiast tryumfuje masówka w najpodlejszym wydaniu. W obiegu jest wiele fałszywych przekonań – ten bezwzględnie należy do ścisłej czołówki. Wciąż w użyciu jest przesadą głoszący, iż głębszych znaczeń szukać można jedynie w utworach jednoznacznie kwalifikowanych do kategorii wyższej. Dzisiaj, jak pisze Olga Tokarczuk, poważne wartości coraz częściej przemycą kultura masowa, a wysoka rozczarowuje. Coraz częściej odkrywamy, że myśli głębokie przemycają utwory popularne i odwrotnie – są dzieła z nazwy wysokie, a w środku puste. Dla tego owo rozróżnienie jest coraz mniej precyzyjne. Kultura z nazwy wysoka, jak twierdzi Zdzisław Pietrasik, to ciągle „podręczny liczman, na który można nabrać państwowego mecenasa”. Zwykły konsumant sztuki ma dzisiaj uczucie nadmiaru podobne do tego, jakie przeżywa klient wchodzący do zajmującego hektar powierzchni supermarketu. Kiedy na półce były dwie wartościowe książki, w kinach jeden film w tygodniu, a w telewizji jeden program było o wiele łatwiej. Teraz trzeba nieustannie wybierać, tymczasem brakuje „przewodników” po tym chaosie. W mediach elektronicznych, najbardziej wpływowych, królują recenzenci, którzy dzielą dzieła sztuki na dwie przeciwstawne kategorie: albo coś jest „fajne” albo „nudne”, co nie znaczy zupełnie nic. Ale tak naprawdę najwięcej zależy od specjalistów z dziedziny promocji i marketingu. Ich zadaniem jest zastępowanie wielkich dzieł wielkimi wydarzeniami.

Tak z grubsza wygląda nasz współczesny kulturalny pejzaż bez ram, nie wyraźnie rozmyty, ale niepozbawiony przecież jaśniejszych barw. Jest winą daltonistów, że widzą tylko szarości (Pietrasik 2000, s.73-74).

### **Kultura masowa „pod obstrzałem”**

Krytyka kultury masowej jest bardzo głośna i chyba o wiele mocniejsza niż jej obrona. Kulturowe masowej zarzuca się (począwszy od Friedricha Nietzschego, Oswalda Spenglera do Ortega y Gasset) między innymi: ujmowanie publiczności z perspektywy masowego okienka, a sztuki jako środka do przyciągania tłumu. Przy czym publiczność przyciąga zwykły obraz pospolitego ludzkiego życia, który każdy przeżywa, ale niewielu tylko

przeżywa świadomie. Sztuka jest traktowana jako środek do zdobywania zysku, przez co formułuje się gotowe recepty twórczości artystycznej i hołduje złym gustom publiczności. Krytyka F. Nietzschego i F. Tonniesa opierała się na potępieniu jej mechaniczności, komercyjności, masowości w sensie tworzenia i recepcji. Twierdzili oni, że stanowi kulturę rozrywki przeznaczoną dla świata dobrobytu.

Istnieją dwa główne kierunki krytyki kultury masowej, z których jeden bierze za przedmiot masowych odbiorców, drugi zaś manipulatorów i producentów kultury. Wszyscy specjaliści wywierający największy wpływ na kulturę XX wieku: uczeni, lekarze, nauczyciele to fachowcy pozbawieni prawdziwej wiedzy, wyrzekają się bowiem wszelkich bezinteresownych dociekań i szerszej humanistycznej kultury. Mają wyłącznie konsumpcyjny stosunek wobec wytworów masowej kultury.

Umasowieniu potępianemu jako niwelacja i degradacja wartości I. Mannheim przeciwstawia właściwą demokratyzację kultury polegającą na nieograniczonej dostępności i rozszerzeniu zakresu komunikowania. Powszechna dostępność elit intelektualnych i ich liczebny wzrost uważał on za potencjalną przyczynę obniżenia ich prestiżu (Kłowska 1980, s.224-270).

Erich Fromm w połowie lat pięćdziesiątych określił współczesny stosunek wobec kultury jako rezultat systemu „naciskania guzika” zmechanizowanej i automatycznej organizacji zaspokajania potrzeb, która wytwarza bierną postawę wobec świata, wulgarny materializm i konsumpcyjne traktowanie duchowych wartości.

McDonald krytykę kultury masowej nie ogranicza tylko do społeczeństwa. Wręcz przeciwnie za obecny „stan kultury” obwinia producentów i ludzi odpowiedzialnych niejako za kreowanie gustów odbiorców.

Współcześni krytycy amerykańscy stwierdzają, że dążenie do objęcia zasięgiem komunikowanych treści możliwie najliczniejszych rzesz heterogenicznej publiczności prowadzi nieuchronnie do obniżenia poziomu tych treści i szukania wspólnego, czyli najniższego mianownika. Nawet najbardziej powściągliwi amerykańscy krytycy kultury masowej jak Van den Haag, S.E Hymen, H.S Hughes, którzy nie twierdzą, że wspólny mianownik musi być koniecznym najniższym, widzą w mechanizmie nieuniknionej uniformizacji zagrożenie wartości kulturowych. Krytycy amerykańskiej kultury masowej często wysuwają jej oskarżenia o szerzenie bierności i konformizmu.

Obraz – dokument jako główne narzędzie komunikowania treści stanowi najdalej posunięte stadium dezindywidualizacji i uniwersalizacji formy masowej kultury. Intelektualni krytycy kultury masowej przypominają, że lubienie tego, co się otrzymuje nie jest równoznaczne z otrzymaniem tego, co się lubi. Producentom zaś zależy na maksymalizacji zysków i osiągnięciu najszerzego rynku w celach propagandowo – politycznych. Jednym z głównych wątków

krytycznych jest watek unifikacji wydobywający zagrożenia dla autonomii i kreatywności jednostki, zalew powielanych, produkowanych masowo, przedmiotów i tekstów wyposażonych w banalne i ograniczone w swym repertuarze treści. Waleń niepowtarzalności, indywidualności przypisywany był kulturze wysokiej. Kultura popularna była postrzegana jako narzędzie ujednolicania ludzkich gustów, standardów zachowania, a nawet potrzeb i pragnień. Miała to być kultura dla każdego. Ów „każdy” zaś to element bliżej nieokreślonego tłumu, który można ulepić tak, by dobrze pasował do bezkształtnej masy (Pawłowska 1999, s.21-22).

Współczesna kultura masowa popularyzuje wiedzę obfitszą i bardziej dojrzałą, jeśli nawet czyni to w sposób niedostateczny i powierzchowny. Propaguje zgodnie z określeniem Karla Mannheim'a – ograniczony racjonalizm funkcjonalny. W stosunku do wielkich struktur społecznych odgrywa rolę analogiczną do tej, która pełniła kultura ludowa w ramach wielu małych lokalnych społeczności; integruje wielkie struktury społeczne i mniejsze jednostki społeczne w ich obrębie. Obejmuje oprócz różnych postaci sztuki takich jak literatura, muzyka także elementy informacji i wiedzy (w Anglii i we Francji około 30% programu poświęcają środki masowego przekazu na materiał informacyjny). Na początku XX wieku Charles Cooley zwalczając tak zwaną teorię „martwego poziomu” – radykalna postać krytyki kultury masowej – przeciwstawił jej optymistyczną wiarę w humanitarne skutki działania środków komunikowania zbliżających ludzi i kontynenty oraz stwarzających nowe warunki indywidualizmu z wyboru. Nicolas de Condorcet i Charles Cooley widzieli w środkach masowego komunikowania narzędzie władzy opinii publicznej. Potępiani przez teoretyków kultury masowej motyw gwałtu nie stanowi wynalazku ani specyficzności kultury masowej. Recepcja tych popularnych treści nie nosi kryminalnego charakteru. Trzeba przyznać jednak, że w jakimś zakresie, w odniesieniu do pewnej kategorii szczególnie podatnej na wpływy publiczności oddziałuje dysfunkcyjnie z punktu widzenia aprobowanych zasad społecznego współżycia. Mydlane opery stają się dla rzesz odbiorców źródłem nauki moralnej, wiedzy o życiu i stosunkach międzyludzkich. Są substytutem bezpośrednich społecznych kontaktów.

Kultura masowa z założenia nie zastępuje wszystkich lokalnych kontaktów, ale je uzupełnia. Zaspokaja wiele istotnych potrzeb psychospołecznych między innymi: potrzeby i afirmacje rozrywki, nadaje rozrywkom bierny charakter. A. Kłoskowska podkreśla też hipertrofię funkcji rozrywkowej jej elementów: prasy, radia, telewizji. Działa na zasadzie sprzężenia zwrotnego, chociaż jak twierdzi Charles Mills, znacznie więcej opinii jednostka odbiera aniżeli wygłasza. Jednostka z trudem może przeciwstawić własne argumenty manipulatorom środków masowego komunikowania. Kultura masowa nazywana jest „małym ubogim humanizmem”,

wychodzi zwycięsko z konfrontacji z autentycznymi dziełami wielkiego humanizmu i współdziałania z nimi. Jest kulturą globalną społeczeństw.

Według Marcela Lefebvre'a kultura masowa jest odpowiedzią na realną potrzebę społeczną: potrzebę wyrwania się z kręgu alienacji życia codziennego i pracy. M. Lefebvre skłania się do usprawiedliwienia kultury masowej jako możliwości, lecz krytykuje ją jako ich realizację (Kłoskowska 1980, s.358-367).

Joffre Dumazedier reprezentuje socjologów francuskich, którzy koncentrują się na subiektywnym aspekcie kultury masowej. Dociera on do poziomu faktycznej recepcji. Stwierdza ambiwalencję gustów, która można przyrównać do Mannheimowskiego terminu „utruty dystansu”. Dochodzi on do wniosku, że funkcje masowej kultury wykraczają poza wąsko rozumiane źródła intelektualnego wzbogacenia i estetycznych doznań. Mają one istotne znaczenie dla socjalizacji, integracji, zaspokojenia psychicznych potrzeb członków społeczeństwa i małych grup społecznych. Kultura ta stanowi odpowiedź na istotne i uzasadnione potrzeby człowieka we współczesnym społeczeństwie. Spełnia w niektórych przypadkach zadanie pozytywnej formy krytyki życia codziennego, odbicia odwróconego, ale prawdziwego obrazu rzeczywistości.

Do przeciwników immanentnego zła kultury masowej należy George Seldes. Zgodnie z jego interpretacją zainteresowania i gusty wielkiej, różnicowanej publiczności noszą charakter ogólny i niesprecyzowany. Generalny typ jej oczekiwań w stosunku do środków masowego komunikowania może być zaspokajany w bardzo różnorodny sposób. Przy aktualnym systemie wytwarzania kultury przeważająca część potrzeb intelektualnych, estetycznych i emocjonalnych publiczności w ogóle nie zostaje zaspokojona. Część tych potrzeb producenci masowej kultury analizują w sposób dowolny zgodnie z własnymi interesami i kryteriami w skuteczności oddziaływania. G. Seldes uważa, że to producenci kultury w dużej mierze kształtują publiczność. Popiera on stanowisko Lewisa Mumforda, który twierdzi, że jedyny sposób odsunięcia ludzi od dobrej sztuki polega na jej niedostarczeniu.

Bernard Berelson, jeden z czołowych badaczy masowej kultury i procesów komunikowania, zaleca jako drogę ewolucji standaryzowanych treści (które kształtują typ zainteresowań i poziom gustów masowych odbiorców) zwiększenie skali różnorodnych kategorii odbiorców (Kłoskowska 1980, s.279).

Według Stefana Żółkiewskiego: „typ kultury jest determinowany przez charakter danej bazy, etap rozwoju stosunków klasowych, warunki materialne, stosunki ilościowe. Zdeterminowane bezpośrednio przez nie czynniki psychiczne życia danej publiczności kultur, warunki techniczne, materialne”. Typ kultury determinuje w konsekwencji wybór zachowań kulturowych. Typ kultury nie determinuje wyboru i kierunków wartości dostępnych w ramach określonego zachowania kulturowego.

Dlatego w ramach jednego typu kultury masowej możliwe są różne style, różne hierarchie wartości. Mówi się także o homogenizacji kultury masowej rozumianej jako rezultat włączenia do dziedziny tej kultury elementów wyższego poziomu kulturalnego i łączenia ich, mieszania lub zestawienia z elementami różnych poziomów. Wyróżnia się homogenizację upraszczającą polegającą na symplicyfikacji elementów kultury wyższego poziomu, immanentną – włączającą do dzieła kultury wyższego poziomu elementy przyciągające szerszą publiczność. Najbardziej powszechną wydaje się homogenizacja mechaniczna powstała przez zestawienie stanowiące rezultat pomieszania poziomów (Siciński 1998, s.252-253).

Homogenizacja kultury masowej do średniego poziomu odbiorców sprawia, że jej treści i informacje stają się dostępne dla wszystkich. Rodzi to zjawisko, które można by nazwać maltuzjanizmem kulturalnym; z jednej strony niewielka ilość twórców kultury, z drugiej rzesza jej biernych konsumentów. Bierne korzystanie z kultury nie może rozwijać potrzeb wyższego rzędu jednostki i społeczeństwa. Generalnie, biorąc pod uwagę dobra i usługi kultury, ważne z punktu widzenia wszechstronnego rozwoju osobowości, uczestnictwo kulturowe będzie relatywne w stosunku do przekazywanych środków (Łakomy 1997, s.9).

Kulturze wyższej przeciwstawia się na wyższym poziomie, wśród węższych społecznych kręgów, akademizm, a na poziomie masowej recepcji najszerszych warstw – kicz, stanowiący dla Clementa Greenberga synonim kultury masowej. Wytwory kultury przekazywane przez najpopularniejsze środki masowego komunikowania mogą reprezentować różny poziom kultury, nie tylko niższy. Na tym polega zjawisko homogenizacji. Ilościowa skala zapotrzebowania oraz przekonanie, że wielka ilość i różnorodność treści przyciąga najliczniejszych odbiorców, skłania organizatorów i producentów kultury masowej do jak najszerzego wykorzystania wszelkich dostępnych dzieł i wytworów mających szansę trafienia do publiczności. Takich inspiracji szuka się także w dorobku kultury wyższej i dzięki temu następuje stały, choć selektywny przepływ treści w obu poziomach. Selekcja zależy przede wszystkim od zdolności odbiorców oraz w dużej mierze, co jest warte podkreślenia, od polityki kulturalnej. Z homogenizacji kultury wynika fakt, że nie można przeciwstawić kultury masowej kulturze wyższej jako odrębnego pod względem charakteru gatunku kulturalnego. Przyjmując instytucjonalne kryterium określania poziomów kultury, masową kulturę traktowaną en bloc można przeciwstawić kulturze specjalnych lub wąskich zainteresowań, a nie kulturze wyższej. Nawet w warunkach skrajnej komercjalizacji i wyraźnej dominacji ilościowej wulgarnych i trywialnych treści masowej kultury nie ma absolutnego przedziału pomiędzy systemem masowego komunikowania a kulturą wyższego poziomu. Problem stanowi natomiast kontekst i pro-

porcje w jakich elementy kultury wyższej występują w masowych środkach komunikowania (Kłoskowska 1980, s.280-286).

Kultura masowa rozpatrywana z socjologicznego punktu widzenia to nie tylko suma różnorodnych masowo powielonych treści, lecz także pewna społeczna rama ich oddziaływania. Rama ta jest inna w przypadku tradycyjnych form kultury wyższej otoczonych prestiżem, którego źródła wypływały z wysokiej pozycji społecznej jej odbiorców, inna w warunkach demokratyzacji kultury. Inna jest ona w odniesieniu do kosztownej książki nabytej do księgozbioru, inna w stosunku do książki kupionej na stacji razem z gazetą i często razem z nią wyrzucanej. Podobna różnica zachodzi pomiędzy wysłuchaniem koncertu w filharmonii, a muzyką radiową służącą za akompaniament zajęć domowych lub obejrzeniem spektaklu w teatrze a audycją telewizyjną oglądaną w telewizji (Kłoskowska 1980, s.352-357).

Tradycyjnym przedmiotem zainteresowania socjologii kultury jest badanie „uczestnictwa w kulturze”. Poszukuje się zależności między zróżnicowaniem społecznym a odmiennym typem aktywności kulturowej (Pacholski, Słaboń 1997, s.43).

Zjawiska kultury według Stefana Nowaka można postrzegać w dwojaki sposób. Kultura jako pewna agregatowa lub strukturalna cecha zbiorowości ludzkich polegająca na określonych sposobach myślenia i zachowania się ludzi uwikłanych w różnorodne wzajemne relacje, a także w relacje z różnymi elementami środowiska materialnego. Na pierwszym planie są tu zachowania i poglądy ludzi oraz złożone w swych strukturach zbiorowości, które ci ludzie tworzą na mocy relacji ich łączących i w których te poglądy i zachowania kształtują się i funkcjonują. Drugi ze sposobów pojmowania kultury przedstawia ją jako pewien system wzorów o określonej treści, nie zaś ludzkie „podłoże redukcyjne”, fakt istnienia i działania owych wzorów w danym społeczeństwie. Kultura tak pojęta jest systemem znaków i sformułowanych przy ich zastosowaniu „znaczących przekazów”, na których treści koncentruje się nasza uwaga, a których „znaczenie” regulowane jest względnie jednoznacznie przez pewne konwencje społeczne. Znaki takie jak wypowiedzi, zachowania odgrywają doniosłą rolę w badaniu kultury pojętej jako cecha zbiorowości. Są one źródłem informacji o stanach psychicznych, motywach ich działań, o ich obrazie społecznego świata, ich postawach i wartościach.

Badanie kultury nie jest rzeczą łatwą. Nie odnosi się tylko do danych ilościowych badanej grupy społecznej. Jak pisze Stefan Nowak: „badanie kultury to badanie treści i pozat treściowych własności zarówno pojedynczych przekazów, jak i ich złożonych układów, jak wreszcie i całościowo pojętego systemu takich układów charakteryzujących zbiorowość, której kulturę badamy” (Nowak 1985, s.119-121).

W rozważaniach na temat uwarunkowań masowej kultury dominowało przez długi czas przekona-

nie, że określające ją ilościowe kryterium oraz techniczne warunki jej powstania determinują w sposób absolutny jej obraz. Trzeba też uwzględnić szereg takich elementów warunkujących jak: społeczno – ekonomiczna struktura, wywierająca wpływ na organizację kultury masowej, wyznaczone jej funkcje ideologiczno – polityczne, dominujący typ filozofii życiowej, tradycje kulturalne danego kraju i stan instytucji kulturalnych, pozycja społeczna intelektualistów i aspiracje kulturalne określające poziom kategorii publiczności środków masowego komunikowania (Kłoskowska 1980, s.270-398).

Według Antoniny Kłoskowskiej w zakres kultury masowej wchodzi wszystko, co jest przedmiotem szerokiego przekazywania i udostępniania wielkim liczebnie masom pośredniej publiczności. Pomimo przyjęcia zasady wspólnego mianownika kultura masowa jest eklektyczna pod względem przedmiotów i poziomów. Jak stwierdza Stanisław Ossowski kultura masowa odwołuje się do autentycznych, trwałych i faktycznie uniwersalnych zainteresowań i postaw, pod tym względem nie różni się od wielkich kreacji artystycznych. Owa kultura składa się w dużej mierze nie z dzieł stanowiących wytwór autentycznej artystycznej i naukowej twórczości, ale z rzemieślniczej produkcji realizującej przyjęte formuły. Określona jest tu i treść i forma, która nastawiona jest z reguły na niższy poziom wykształcenia i wyrobienia umysłowego odbiorców (Kłoskowska 1980, s.271-320).

Ważne jest aby mówić o zróżnicowaniu kultury wtedy, gdy zachodzi zróżnicowanie indywidualne zainteresowań, typu osobowości, uzdolnień i psychicznych potrzeb, a nie przynależności do elity społecznej lub wykluczenia z jej obrębu.

### ...i co dalej?

W toczących się dyskusjach nad zjawiskami zachodzącymi w kulturze współczesnej często dominuje atmosfera niepokoju. Zwraca się uwagę na banalizację tych treści kulturowych, które były dotychczas otaczane szczególnym szacunkiem, niektóre fenomeny kultury współczesnej (między innymi reklama) są oskarżane o deprecjację symboli kulturowych. Ów niepokój jest przenoszony na naszą codzienność, w której prawie nic nie jest „jak dawniej”. Prowadzi to czasami do dość uproszczonego obrazu rzeczywistości, w którym z jednej strony jest widoczny świat tradycyjnych wartości, utożsamiany z kulturą „przeszłości”, z drugiej zaś – świat komercyjnej, hedonistycznej kultury masowej reprezentującej teraźniejszość. Okazuje się jednak, że rzeczywistość jest bardziej złożona. Ciągle trafne są refleksje Ruth Benedict, że nasza cywilizacja ma do czynienia z wzorami kulturowymi, które giną na naszych oczach, i z nowymi, które dopiero ukazują się na naszym horyzoncie (Jakubowski 2006, s.7).

Niektórzy spośród zwolenników populistycznych interpretacji kultury masowej skłonni są nawet przyznać, że potencjalnie stanowi ona na-

rzędzie zniewolenia. Jednocześnie podkreślają, że narzędzie to koniec końców okazuje się nieskuteczne. Odbiorcy owej kultury nie są bowiem bynajmniej skazani na bierność, lecz mogą w „wywrotowy” sposób zinterpretować, wykorzystywać do własnych celów czy parodiować przekazywane im treści i tym sposobem doświadczać przyjemności kontroli i autonomii. Pomagać ma im w tym niejednorodność samej kultury masowej – fakt, iż obok treści dominujących pojawiają się w niej również treści dysydenckie, konkurencyjne interpretacje ogólnie panujących wzorów. Zwolennikiem takiego podejścia jest John Fiske, który twierdzi, że odbiorcy owej kultury nie są bezbronni, gdyż mogą przekształcać znaczenie otrzymanych przekazów, tak by dostarczone im semiotyczne zasoby poczęły służyć ich własnym potrzebom i interesom tym samym stają się oni twórcami tego co Fiske nazywa mianem kultury popularnej (Rymarczyk 2007, s.171-185).

John Fiske tworzy rozróżnienie pomiędzy kulturą masową, czyli produktami wprowadzonymi na rynek przez uprzemysłowione społeczeństwo a kulturą popularną, która przejawia się w sposobach wykorzystywania, nadużywania i niszczenia owych produktów przez człowieka nadającego im własne znaczenia i komunikaty. Fiske przedstawia oryginalne ujęcie znaczenia, jakie dla kultury ma brytyjski badacz kultury popularnej – to on sam jest jej twórcą. Jej znaczenie i przyjemność, którą z niej czerpiemy, stanowią odbicie naszych gustów i zainteresowań. Autor obala mit bezmyślnego masowego odbiorcy, w zamian przedstawiając teorię, iż kultura popularna rozwija się w tak wielu kierunkach właśnie dlatego, że ów odbiorca odznacza się o wiele większą świadomością, niż się powszechnie sądzi (Fiske 2010, s.17).

Ludzie tworzą kulturę popularną na styku dwóch płaszczyzn: tej powstałej wokół produktów przemysłów kultury oraz tej wynikającej z codzienności. To społeczeństwo odpowiada za jej narodziny: kultura popularna tworzy się w środku, oddolnie; nie da się narzucić odgórnie. Kultura popularna jest sztuką wykorzystania tego co daje nam system. Nie oznacza to jednak, że proces konsumpcji zmienia ludzi w jednorodną masę daną na łaskę wielkich baronów przemysłu. W społeczeństwach kapitalistycznych nie istnieje tzw. autentyczna kultura ludowa, która byłaby wyznacznikiem „nieautentyczności kultury masowej” tak więc rozpaczanie, z powodu utraty owej autentyczności jest mało przydatne i wyraża jedynie romantyczną nostalgię. Wobec tekstów produkowanych przez kulturę masową: ich popularna interpretacja nie jest jedyną możliwą.

Według Johna Fiske kultury popularnej nie można zrównać z kulturą ludową, jednak istnieją między nimi pewne podobieństwa. Choć występują w różnych kontekstach to obie są kulturą ludu. Kultura popularna nie jest kulturą masową. Termin kultura masowa stosują ci, którzy sądzą, że towary kulturowe, wytwarzane i rozpowszechniane przez odrębne gałęzie przemysłu można ludziom narzucić



w sposób, który wygładza różnice społeczne i skutkuje powstaniem ujednoczonej kultury przeznaczonej dla biernego wyobcowanego odbiorcy masowego. Gdyby taki proces rzeczywiście istniał, a nie istnieje, byłoby on antykulturowy i antypopularny. Kultura masowa nie istnieje, to z czym mamy do czynienia to tylko pesymistyczne, podszyte paniką teorie kultury masowej, które, w najlepszym wypadku rzucają nieco światła na przemysłowe i ideologiczne imperatywy obowiązujące w bloku władzy. Żadna z tych teorii natomiast w najmniejszym stopniu nie wyjaśnia zasad działania procesów kulturowych, które świadczą o tym, że ludzie radzą sobie z różnymi formami przymusu i albo je odrzucają, albo zmieniają w kulturę popularną (Fiske 2010, s.21-184).

Kultura popularna podobnie jak ludowa troszczy się o siebie sama, jest autentyczna i trwa ponieważ tworzą ją ludzie, których życie komentuje. Kultura wg Bogdana Suchodolskiego nie może się rozmiąć z życiowymi potrzebami jednostki i społeczeństwa. Droga człowieka do kultury prowadzi nie tyle przez kontakt z tradycyjnymi wartościami, zwłaszcza świata antycznego, ile przez jego udział w nowoczesnych formach życia i działania kulturowego a także społecznego i zawodowego. Przemiany cywilizacyjne jakie zaszły między XIX a XXI wiekiem zmieniły charakter przestrzeni kulturowej w jakiej żyje współczesny człowiek. W połowie XX wieku hierarchia kultur była czytelna i wyraźna, dziś jednak włączenie kultury wysokiej w obszar przemysłu powoduje zacieranie się granic tego procesu. Dziś zdaliśmy sobie sprawę z arbitralności i niekonieczności tej kultury, którą uznajemy za wysoką; z jej klasowej, czy jakkolwiek inaczej – społecznej lokalizacji: umiejscowienia i ograniczenia (Jakubowski 2006, s.53-58).

Chociaż teoria społeczeństwa masowego ma znikome poparcie wśród współczesnych badaczy i teoretyków masowego komunikowania, jej podstawowe założenie o destrukcyjnym wpływie mediów i bezbronnych wobec niego odbiorcach nie została w pełni odrzucona. Zagadnienie kultury masowej pozostaje kłopotliwe pojęciowo i ideologicznie, mimo prób stworzenia jej koncepcji pozornie wolnej od wartościowania. Jak dowiódł Pierre Bourdieu „różne koncepcje wartości kulturowych łączą się silnie ze społecznymi różnicami klasowymi (Baran 2007, s.77).

Dziś nie jest już jasne, co cennego może nam zaoferować społeczeństwo. Kultura przez wielkie K ustąpiła miejsca wielości kultur; wszelkie próby przypisywania czemuś lub komuś roli autorytetu albo nadawania mu specjalnego statusu spotykają się z drwiną. Tradycyjny podział na kulturę wysoką i niską nie ma sensu w świecie, w którym prawda jest czymś niepewnym (Furedi 2008, s.11).

Nowoczesna kultura masowa najczęściej przedstawia i proponuje sytuacje ludzkie, które nie mają żadnego związku z życiem odbiorców, a mimo to stają się dla nich sytuacjami modelowymi. Apoka-

liptycy to ludzie, dla których kultura to samotne kulturowanie swojego wewnętrznego ja. Dostosowani postrzegają ofertę mass mediów jako dobro kulturowe oddane do dyspozycji wszystkich. Żyjemy w czasach poszerzania sfery kulturalnej w której w końcu dokonuje się na szeroką skalę i to przy udziale najlepszych obieg sztuki i kultury popularnej. To czy taka kultura jest produkowana oddolnie czy odgórnie nie jest problemem (Eco 2010, s.43-54).

Kultura popularna, nie zważając na wiek zanurzonych w niej ludzi, współkształtuje świat naszego codziennego życia, komentuje nasze doświadczenia, dotyka prawie wszystkich aspektów rzeczywistości społecznej (Jakubowski 2006, s.9).

Pojęcie uczestnictwa inertnego zastępuje się dziś bardziej aktywnym uczestnictwem wydarzeń kulturalnych. Uczestnictwo jest zróżnicowane nie tylko co do częstotliwości, lecz też co do rodzaju. W uczestnictwie rozróżnia się przede wszystkim rozmaite stopnie selektywności. Zagadnieniem w tym wypadku jest nie tyle to, co ludzie wybierają, ile stopień w jakim kierują się własnymi wyborami ujawniając indywidualne zainteresowania i gusty oraz to w jakim stopniu umieją przezwyciężyć pokusy satysfakcji całkowicie przypadkowych lub oferowanych im przez gotowe menu kulturowe: program telewizyjny, pisma rozrywkowe, repertuar najbliższego kina. Ujęcie od strony uczestnictwa pozwala na budowanie typologii postaw i satysfakcji na kreślenie społecznych portretów kulturowych.

Ludzie uczestniczą w różnych proporcjach i formach kultury, korzystają w nierównej mierze z różnych przekazów. Jednakże nie dałoby się wydzielić wydarzeń z całości kultury, żadnych wyników, działań, które miałyby całkowicie specyficzną publiczność o określonym obliczu społecznym. Wszystkie segmenty społeczne uczestniczą przynajmniej jakimiś swoimi znikomymi odłamami we wszystkich formach kultury. Także żaden ów segment nie zamyka się w obrębie własnej kultury (Łakomy 1997, s.8-9).

Sposoby artykulacji kultury są wypadkową biologicznych możliwości i kulturowych przymusów. Cechy rzeczowe kultury formułują rodzaj filtru, który wytwarza jej infrastrukturę. Audiowizualność jako wzorzec kształtuje percepcję całościową w miejsce fragmentarycznej, sumującej – która polega na kompleksowym odbiorze sytuacji, na umiejętności dynamicznego ujmowania stosunków człowieka z innymi ludźmi, ze światem kultury. Z percepcją całościową powiązany jest relacyjny typ myślenia – w miejsce linearnego, przyczynowo skutkowego, który charakteryzuje się wieloaspektowym ujmowaniem zjawisk, operowaniem kategoriami części i całości. Model ów zakłada umiejętność odróżniania fikcji od przekazów odnoszących się do rzeczywistości. Opanowanie reguł tej komunikacji pośredniej pozwala na pokonanie iluzji uczestnictwa bezpośredniego, uczy odczytywania wpisanych w tekst założeń, rozszyfrowywania intencji czy selekcji komunikacyjnych ofert. Ułatwia przez

to nabywanie dystansu do proponowanych treści. Artykulacja świata w niewielkim tylko stopniu przekracza własne doświadczenie odbiorcy (są to na ogół stereotypowe zbitki). Stąd zdolność do zauważania głównie tego co już znane, przyjmowania tego co wiadome.

Funkcjonowanie w obrębie własnej kultury polega zazwyczaj na nieświadomym kierowaniu się wzorami. Wzorce te są nie tyle poznane co odczuwane, są kwestią nie tyle świadomego opisu co naiwnej praktyki - jak ujął to Edwar Sapir (Hopfinger 1997, s.50-66).

Zaprezentowany artykuł stanowi próbę syntetycznego przedstawienia problemu przeobrażania kultury masowej od momentu jej zaistnienia do czasów współczesnych. Wynika z niego, iż kultura należy do nieuchwytnych pojęć, jest subtelną odpowiedzią i odzwierciedleniem nowych zachowań, upodobań i hierarchii wartości. Świadome uczestnictwo w kulturze dzisiaj polegałoby zatem na intuicyjnym przyswajaniu sobie „własnej kultury” i umiejętnym poddawaniu tego doświadczenia kontroli umysłu, na świadomym uczeniu się wzorów i norm spoza własnej kultury, na rozumieniu odrębnych sposobów bycia i wartościowania. Na swobodnym poruszaniu się po obszarach obu tych światów, z zachowaniem swej tożsamości.

#### Literatura:

- Adamski F.(1984), *Kościół a kultura masowa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
- Baran S.J.(2007), *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Krakowskiego, Kraków
- Bogunia – Borowska M.(red.)(2009), *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
- Burszta W.(red.)(2008), *Kiczosfery współczesności*, Wydawnictwo Academica, Warszawa
- Czerwiński M.(red.)(1980), *Telewizja i społeczeństwo*, Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa
- Czubaj M.(2001), *Szaman z globalnej wioski*, „Polityka” Nr37
- Eco U.(2010), *Apokaliptycy i dostosowani*, Wydawnictwo WIAB, Warszawa
- Encyklopedia Socjologii, 1999, Oficyna Naukowa, Warszawa
- Fiske J.(2010), *Zrozumieć kulturę popularną*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
- Friszke A.(1998), *Przystosowanie i opór*, Więź, Warszawa
- Furedi F.(2008), *Gdzie się podzieli wszyscy intelektualisci*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa
- Hopfinger M.(1997), *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa
- Jakubowski W.(2006), *Edukacja w świecie kultury popularnej*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków
- Janion M.(1996), *Czy będziesz wiedział co przeżyłeś?*, Sic, Warszawa
- Kłoskowska A.(1980), *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
- Kossak J.(1966), *Dylematy kultury masowej*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa
- Kozielecki J.(1997), *Transgresja i kultura*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
- Łakomy H.(1997), *Zagadnienia kultury masowej*, Wydawnictwo Naukowe WSP, Kraków
- Majewski T.(red.)(2009), *Rekonfiguracje modernizmu – nowoczesność i kultura popularna*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
- Mcquail D.(2007), *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
- Nowak S.(1985), *Metodologia badań społecznych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
- Pacholski M., Słaboń A.(1997), *Słownik pojęć socjologicznych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków
- Pawłowska R.(1999), *Co cię czeka gimnazjalisto? w: Aspiracje dzieci i młodzieży na przełomie wieków*, Edukacja i Dialog Nr 9/10
- Pęczak M.(2001), *Szok - Show*, „Polityka” Nr8
- Pietrasik Z.(2000), *Olimp z laserami*, „Polityka” Nr13
- Rymarczyk P.(2007), *Kultura masowa a cielesne przyjemności*, „Kultura i Społeczeństwo”, T 3
- Scruton R.(2010), *Kultura jest ważna*, Zysk i Spółka, Poznań
- Siciński A.(red.)(1998), *Do i od socjalizmu*, Wydawnictwo IFIS PAN, Warszawa
- Szlendak T.(2004), *Supermarketyzacja*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
- Sztompka P.(2004), *Socjologia*, Znak, Kraków
- Toeplitz K.T.(1981), *Wszystko dla wszystkich*, Omega, Warszawa
- Żygulski K.(1966), *Drogi rozwoju kultury masowej*, Wydawnictwo Związkowe CRZZ, Warszawa

**"MASS CULTURE" AND WHAT'S NEXT?**

Social Dissertations, Issue 2 (VII), 2013

**Agata Pasek – Gawlikowska**

The John Paul II Catholic University of Lublin

Pasek-Gawlikowska A. (2013), *Mass culture and what's next ?* Social Dissertations, 1 (VII), p. 67-76

**Summary:** In this article the issue of the transformation of mass culture, from its beginning to the modern times, was synthetically presented. The conclusion is that culture is indefinable; it is subjective response as well as the reflection of new behaviours, preferences or hierarchies of values. Nowadays, the voluntary participation in culture would mean institutional acquisition and of „self-culture”, controlling it with one's mind and conscious learning of schemes or standards derived from other cultures. The ideal solution would be to freely use both those worlds, retaining self-identity at the same time.

The article was based on available dissertations, press sources and published research results.

**Key Words:** mass culture, popular culture, youth, spare time, media.

*„There's no vaguer word than culture”  
Johann Gottfried Herder*

**Introduction**

Mass culture has a relatively long history. That is true that it has progressed intensively through postwar years, but this phenomenon had been progressing gradually for at least past two hundred years. Mass culture, along with industrialisation and urban development, is the effect of industrial revolution. It was associated with vulgar culture, the culture of the lowest stage (according to Edward Shils there are three stages of culture: higher culture – distinguished, common culture, and low culture. Mass culture was created as a dominant form of symbolic culture in industrialised, urbanised societies. At the same time local societies stopped being isolated and the migration to cities began. Due to quantitative increase in society, compatible with modern form of urbanisation, there was a need for industrialization, which was the essential condition for the birth of mass culture. Societies that mass culture originates from are often called mass societies. They have specific features of social bonds that are responsible for economic and technological progress. (Kłosowska 1980, p.94-103)

There are a few conditions for mass culture to extend. As for technical achievements supporting mass production development it's worth to mention the introduction of mechanic press in the beginning of 19<sup>th</sup> century. Another condition necessary for mass culture to develop is the popularization of education progressing along with the process of relative democratization of societies. Setting standards of culture required not only fulfilling some technical condi-

tions, but also creating the type of „mass addressee”; such addressee is given a set of standard tastes.

Technical and social-economical progress enabled the reduction of work time, increasing free time that could be used for culture. Another important effect of industrial development was increasing employment of women. This fact was significant for culture phenomena. A woman became active, earning, subjective to career member of society whose taste and needs truly influence products and services market. One-generation family type started to prevail (Zygulski 1966, p.45)

Then first definitions of mass culture, describing its uniqueness, appeared. Georges Friedmann's, french sociologist, definition is one of them. For him mass culture is the overall of consumer goods intended for the public, in the broadest possible meaning of this term, using mass messaging; a part of the technical civilization. These goods satisfy certain, specific, human needs, i.e. so called optional needs; those that appear when basic needs are satisfied. This considers aesthetic needs, cognitive needs, and most of all the need of recreation and entertainment. Quoting Adamski: „mass culture is being associated with phenomena of simultaneous conveyance of perfect or analogous content broadcasted from a few sources to great masses of receivers and homogeneous forms of entertaining activity of crowds of people” (Adamski, 1984, p.7-8)

„Mass destination” of mass culture was subdued to gradual development. Due to the turn of 18<sup>th</sup> century's democratisation of culture process some issues, especially suitable for mass popularisation, appeared. Then, they became peculiar for later, more and more mass in terms of quantity, culture. Quick technical changes in the beginning of 19<sup>th</sup> century were connected with demographic revolution; population explosion. Simultaneously with the development of railway communication, the concentration of population in cities increased was increasing.

**Address for correspondence:** Agata Pasek – Gawlikowska, The John Paul II Catholic University of Lublin, Al. Raclawickie 14, 20-950 Lublin

The culture from the beginning of industrial revolution in 19<sup>th</sup> century had similar features in every place. Everywhere great human masses were subjected to the rhythm of mechanical, specialised, standard set work that new ways of communication, such as press, radio or further even television, broadly and quickly distributed. Symbolic culture began to acquire uniformed and mass patterns of direct culture. At the same time the psyche of a to-be addressee started to be shaped by the psychological effects of mechanized and atomized work process (Kloskowska 1980, p. 105-111). The transformation of social bonds that enabled culture development shall be given a special attention as in sociological terms that is one of the most important conditions for mass culture formation.

As we know, what is the most essential in social phenomena is interaction that may take up a form of direct contact or occasional and superficial contact. It may also be based on the influence that people in complex social institution's organization have as well as on telemethods of transmitting symbolic content. Ferdinand Tonnies was the first sociologist to define roles and the character of mass communication tools as a specific part of bonds of great and individualised society in which human relations are based on money. On the other hand, Charles Cooley thought interpersonal human communication to be an elementary factor of social relations. However, he was aware of the fact that this communication, run by a formal organization, is based on the activity of mass communication tools that constitute indirect and material relations. He anticipated that, due to development of mass information and communication tools, inexpensive and convenient uniformism would get popularity.

Another theoreticians of „mass societies”, i.e. J.S. Mill and William Kornhauser, stated that elites don't influence masses exclusively. There is also analogous phenomenon; masses create elites as well. A mass urban society is quantitatively big and spatially dispersed. That is the reason why its specific sociological features appear. Loosening of real social relationships is characteristic for this society. Despite being physically condensed in area they keep social distance between each other; they are indifferent for each other. This is why this society is described as atomised and anonymous. Social relations are material, not personal. In the mass society mass communication tools are essential for the process of society's communication, unification and uniformisation. That is family that becomes the medium between an individual and the society; it creates conditions for intellectual and moral tie. Family has a great impact on setting range and the character of participation in culture of its members; it creates opinions and attitudes (Kloskowska 1980, p.119-140).

The necessary condition for mass culture to occur turned out to be spare time that, in sociological terms, is not work break or rest. It plays a role

of work organising system and social relations. In that sense, free time does not have its equivalent in a original community nor in a traditional rural local society. With the beginning of mass society, a separate way of spending free time by each social class was visible. Veblen in USA and Joffre Dumazedier in France, both dealt with research considering ways of spending free time. Thus, undoubtedly, the turn of 18<sup>th</sup> century was the time of the appearance of mass culture. That was the time of great changes, both historic and social, have their reflection in culture (Kloskowska 1980, p.141-150). Jean Baudrillard, called the pope of postmodernism, was a theoretician of 20<sup>th</sup> century mass culture. He diagnosed the condition of culture in simulacrum categories; a copy without its original version. He suggested that modern culture is the culture of simulation. There is no reference to strong irrefutable values. Truth, if exists, in all circumstances is not to be found beyond illusion, but in illusion itself; in illusion that is said to have substituted „true reality”. All these „the end” auguries and lack of continuity statements did not cause a sullen philosophical pessimism nor, as the opponents of postmodernism wanted, nihilism. It resulted in openness for a cogitation upon problems of popular culture once disregarded by intellectuals. Television, advertisements and cinema became the issue of concern. According to Jean Baudrillard: „Media are not responsible; they only distribute irresponsibility that nowadays became our method to socially solidarize.” Citizens do not consciously decide to watch tv. They do that as a result of some kind of attraction, satisfaction. How are we supposed to think if we can adapt to video motion and do whatever we want. Mass culture has revealed its ugly and trite self. It is not easy to find the most meaningful amongst various expressions because all seem to be equally important or unimportant. Jean Baudrillard stated that the world has gone insane. He describes a postmodern man as following: „his status is weird; he is like a particle, a free electron, an elementary particle. Such a type of particle is no longer subjected to some kind of destiny. This type of particle has changed destiny, to some degree, into unfortunate experiments with itself. This the penultimate stage of the culture that we know.” He means inevitable, for him, the end of some specific, all in all optimistic but naive at the same time, world perception. All that is left is scepticism or even scepticism which is the result of the virtual reality virus that takes toll on culture. Such a state affair is the effect of the domination of illusion that appropriates everything; the effect of illusion that became reality. Despite the fact that western culture is thought to be blase and had many crises in its history, it is still of high importance. However, it is possible that this culture will fade away soon (Peczak 2001, p.45-48).

Theoreticians, not with as much confidence as they used to, speak about two different cultures: high and low. It is a well known fact that high culture and low culture continually coexist and are

described together as a 20th century culture. Orthodox theorists try to set irrefutable hierarchies by separating elitist from common. However, it is not easy to defend such efforts from relativists that question the possibility of this solution. According to Maryvonne De Saint Pulgent's words in the summary of her book „Ruled by Culture”: „Culture is the object of trade exchange. We just have to know what do we let and what we do not let” (Pietrasik 2000, p.73).

One of the characteristic features of postmodernism is „blending” high culture with mass culture, using their favourite conventions and genres or quoting, using the same conditions, former or latter. It was Umberto Eco who wanted to „to lessen the difference between poetry and not-poetry what would enable a dialog between high and low culture. His postmodernist „Foucault's Pendulum” is an interesting example of combining mass composition with having high ambitions.

Benjamin R. Barber, the author of the famous book „Jihad vs. McWorld”, persuades us that these are not we but others that decide on clothing market and in culture in general. He states that such a state of affairs may lead to the rise of new totalitarian societies. It does not seem to be true as such a change would require masses' permission. The young, well-educated audience more often choose valuable offer; no matter whether it is high or low culture. The freedom sphere is being extended by new technologies. An internet user has a choice. He can decide whether to watch pornography or to contemplate upon artworks.

### **The process of mass culture formation.**

Culture is a dynamic process. It is subjected to triada rules. According to Adam Wiercinski it is possible to distinguish three stages. First, a given community, be it a continent, a nation, a social class, creates its heritage. That is when various material, symbolic and social artefacts emerge. In the second stage those artefacts develop, reach its organisational and perfection maximum. They become a well-balanced system due to their stabilization and consolidation. In the end, usually after a long period of existence, those artefacts disorganize, corrode and collapse. In some circumstances, the most valuable elements of a dying culture are incorporated into folk culture. These progressive or regressive changes that consider a given community are called the evolution of evolution.

Culture is being changed on two main levels. The first is spontaneous, accidental, processing slowly, in a long period of time. The second is more complex. B.F. Skinner calls it culture designing. On this level emerge traditions that are subordinated to selection. The emergence of these new traditions is connected with satisfying vital, social and personal conditions. In order to satisfy them people on purpose take some certain actions (Kozielecki 1997, p.36-207).

The beginning of mass culture in the first stage in Poland was similar to that in other countries. It was the result of dual process; the result of the popularisation of social work as well as spontaneous, commercial extension of culture. It was the inter-war period when culture took a first step to become mass. That was the time of extreme change of political and social-economical situation. The second step in Poland took place during the postwar period. It meant the culture revolution following the political revolution. The 40s revolution made way to modern mass culture. At present, the specificity of mass culture in Poland is not about the lack of similar elements resembling the content of western mass culture (sometimes taking form of a borrowing) but on their range and position in this culture's structure. Its characteristic features are media's attitude towards a culture addressee, that do not treat a reader, a spectator or a listener as a anonymous mass, and better audience (Kloskowska 1980, p.400-452). Since the end of the second world war, the polish society entered the phase of deep transformation of its social-economical structure. Until 1939 most people (around 60%) lived in villages and their urban and industrial development started. Millions of workers migrated from villages to cities finding non-agricultural jobs. Western and northern Poland became the place of cultural processes that changed not only those times, but also the map of polish culture. In this area, during historically really short time, the integration of new society consisting of migrating native people and other migrating masses took place. The language, traditions, opinions and expectations fields were unified.

Simultaneously with urban and industrial development the net of mass communication tools systematically extended. The number of press magazines distributed in millions of copies, the number of hours of radio or tv broadcast, opening new cinemas, the number of tv satellites, also the development of schools and the elimination of illiteracy – all these factors played roles of culture development indicators. In Silesia as well as in northern and western parts of Poland, since the beginning of 60s, these indicators not-so-visibly different comparing to those in western Europe. (Zygulski 1966, p.62-69).

The polish society of 70s for the first time was experiencing mass culture for such a great degree. Gierek's opening of borders for the influence of youth music and commercial film production resulted in the feeling of cultural bonds with the West; it placated the tension present in the previous decade. Young Poles began to copy behavioural and aesthetic schemes as well as dreams about good living conditions from western mass culture (Friszke 1998, p.128).

Despite the dramatic situation of that time, the discussion about the condition of polish culture was easier for the main demand was the democratisation of culture and the freedom of artistic expression. Krzysztof Zanussi described the 90s “the unproductive period” and brought attention to “overall

sadness" that Europeans scattered with American products experienced. In Ryszard Kapuscinski's opinion we observed how mass society transformed into global society, i.e. lacking its own culture; how new media create the world simultaneous, available and well-disposed towards everyone. He claimed that in the era of globalisation we witness the strong clash of European and American attitudes. The former is romantic; it is simply the effect of disinterested human creativity. The latter is pragmatic; for this attitude culture, education and science are perceived in categories of possible gain. Nowadays, this is the American attitude that seem to prevail (Czubaj 2000, p.17).

The elementary features of mass culture are great number of addressees and setting content standards. Press, radio, tv, cinema, books – all these are perceived as traditional mass culture areas. As the result of the technical progress in the end of 20<sup>th</sup> century connected with media results, new fields of this culture emerged. For example tape recording, CDs, video games (Pacholski, Slabon 1999, p.43).

The term "culture audience" fades in the frames of mass culture and mass communication tools for everyone is a potential addressee of a movie, a tv programme or a show. The addressee that in traditional order seeks culture is amazed once he finds it. The addressee that is being wanted by culture is the mass culture addressee. He has no other choice but to receive that what in his mind has a chance to react for something already known and commonly understood (Toeplitz 1981, p.60-61).

Nowadays, "mass culture" has first of all historical meaning. We can separate it into two terms: mass culture that is specific for the "second wave" world, and the diverse popular culture characteristic for the present. This distinction in some sense shows differences between modern the society of 50s and the modern society. This diversity is to be seen in music shops where the number of CD stalls signifies the number of genres (classic music, rock, jazz reggae, folk, dance). It is to be seen when switching tv channels, watching another tv programmes addressed to diverse a addressee interseted in diverse topics. A modern participant rather chooses than receives transmitting content. In that sense, the popular culture is the source of emancipation for there are plenty of valid cultures and ways of interpreting popular culture. Popular is equal to intelligible, not complex, easily understood. Beacuse of electronic media the works of high culture artists get popularity (Jakubowski 2006, p.21-22).

Modern culture is the culture of expression. Maria Janion: "beacuse what we want to persuade people with high culture is the awareness of existence. However often they ask why do they need that? They do not want to consciously experience. 'I don't want to have this awareness of existence. I want to live surrounded by pretence, dazed by tv'.". There emerges the transition between word culture and motion culture what, in Janion's opinion, is dangerous. The

speed of motions and their constant flow becomes the common philosophy of life perception; it does not allow contemplation. She also writes about the possibility of the emergence of transition between mass culture and a mass human. Such a transition would inform audience and society that the culture is new. Mass culture does not teach speech as it is not able to do that. It has to use a simplification (Janion 1996, p.34-101).

Every culture age has its own cultural character, its own features and unique style. Changes undoubtedly have impact on people's characters. Nowadays, it is loud about the phenomenon of cultural pluralism. People live in different ways, but in every community there is some certain, common for its members, way of living; a obligatory scheme of acting and thinking. Diversity, external heterogeneity between different communities and uniformity, i.e. internal homogeneity – these are two ascertainments that modern culture consists of (Szlendak 2004, p.15-16). Piotr Sztompka describes it as the late present; that is in fact the continuation of modern age. It is its present wave but with exaggerated and overdrawn features. Modern culture consists of a new form of trust, new forms of risk, unintelligibility, uncertainty of social situations along with the globalisation of culture and economy (Sztompka 2004, p.563).

In public speech complaints that high culture option almost extincted and that mass production in its most primitive type rules are heard. There are many fake beliefs of which this mentioned is one of the most popular ones. The belief that deeper meanings are to be found only in works categorised as high culture is still valid. According to Olga Tokarczuk, nowadays true values are transmitted by mass culture and high culture disappoints. More often we discover that popular works contain deep thoughts and in opposite there are works with deep title but empty inside. That is why this distinction is less and less accurate. As Zdzislaw Pietrasik states, the culture called as high is still "a fake pocket token used to deceive a headpatron". An average art consumer has a feeling of excess similar to that of a client that comes into one-hectare-big supermarket. It was easier when on a bookshelf where only two valuable books, one film a week in a cinema and only one programme on tv. All the time we are made to choose, but there is lack of "guides" that would lead us through all this chaos. In most influential electronic media people who rule are critics that divide works into two mutually exclusive categories. Namely, something can be "cool" or "boring" but it does not mean anything. But people who have the real influence are marketing specialist. It is up to them to substitute great works with great events.

That is the present look of our cultural landscape without frames, not clearly blurred, but also not devoid of brighter colours. The colour - blind are to blame for seeing only the grey (Piertasik 2000, p. 73 – 74).

### Mass culture "under attack"

The critics of mass culture is very high and probably much more stronger than its defence. The mass culture is accused of seeing the community as a mass window, and an art as a source to attract the crowd (by Friedrich Nietzsche, Oswald Spengler and Ortega y Gusset). But the community attracts only the ordinary dull picture of human's life, which is experienced by all of us, but consciously only by few. The art is treated as a way to gain profit, what leads to prepared prescriptions for artistic creativity, and adheres to bad tastes of the audience. The F. Nietzsche's and F. Tonne's critique was based on condemning the mechanical, the commercialism and the mass in creation and reception. They believed that the mass culture is an entertainment culture designated for the affluent world.

There are two main trends in mass critics. The first takes into account mass consumers, the second manipulators and culture makers. All the experts, who have the greatest impact on the culture of the 20th century, like scientists, doctors and teachers, are deprived of the real knowledge, because they renounce any disinterested inquiry and the broader humanistic culture.

The massification is condemned for levelling and degradation of values, but I. Mannheim contrasts this definition by showing the right culture democratization which has unlimited availability and extension of the communication range. He believes that mass availability of intellectual elite and its abundant growth was the potential cause of lowering their prestige (Kłoskowska 1980, p. 224 - 270).

In the mid - fifties Erich Fromm defined the present attitude towards culture as the result of the "pressing bottom" system. It was the mechanic and automatic organization meeting the needs, which created the passive attitude towards world, obscene materialism and consumer treating of spiritual values.

McDonald does not leave the mass culture critics only to society. He states that producers and the taste/style creators are mostly responsible for the present condition of the culture.

Today's American critics say that trying to coverage communicated contents to possibly most numerous heterogeneous public, leads to lower the level of this content and search for the common lowest denominator. Even the most reticent American critics like Van Den Haag, S.E. Hymen and H. S. Hughes, who do not claim that the common denominator must be the lowest, still see a threat to culture values in mechanism of inevitable uniformity. The critics of American mass culture often accuse it of propagation of passiveness and conformism.

The "picture - document" as a main tool of communication content is the most developed stadium of non - individualisation and universalisation of mass culture form. Intellectual critics of mass culture remind that "like what we get is not the same

as get what we like". The producers want to get the maximum profit and achieve the widest possible market for propaganda and political reasons.

One of the main critical topics is the unification, which is the threat for the autonomy and creativity of individuals. Instead it is a massive production of things and literature with its trivial and limited in its repertory contents. The high culture was identified with the non - repetitive value.

The popular culture was seen as a tool to unify humans' tastes, standards of behaviour, even needs and dreams. It was suppose to be a culture for everybody, where "every" meant someone from a crowd, which may be formed just to fit to a formless mass (Pawłowska 1999, p. 21 - 22).

These days the mass culture is popularising more mature and abundant knowledge, even if it is done in a sufficient and superficial way. It is propagated in accordance with Karl Mannheim definition of limited functional rationalism. Relatively to huge social structures, the mass culture plays the role analogical to the folk culture in many local communities. It integrates huge social structures with the small social units in the area. It contains not only such elements of art like literature or music, but also elements of news and knowledge (In England and France about 30 % of the TV programme is focused on news)

In the beginning of the 20<sup>th</sup> century Charles Cooley was trying to fight with the "dead level" theory - the radical form of criticism of mass culture. He contrasted optimistic faith in humanitarian effects of the mass media to create a situation when the people and the continents may get closer and create new conditions of individualism of choice. Nicolas de Condorcet and Charles Cooley saw the power tool of public opinion in mass media. Condemned by theorists of mass culture the rape motive is nor a discovery neither a specification of this particular culture. The reception of this popular content does not have criminal nature. It is worth admitting however, that in some range, in accordance with a category particularly susceptible to the influence of the public, this motive has a negative impact judging by the principles of social coexistence point of view. Soap operas are for the most of people the source of moral education, the knowledge of life and human relationships. These are substitutes of the direct social contacts.

The mass culture does not substitute all local contacts, but it completes them. It meets crucial psychosocial need for entertainment. It gives the pastimes a passive nature. A. Kłoskowska also stresses the hypertrophy of the entertainment functions of its components: the press, radio, and television. It works like a feedback, but according to Charles Mills, the individual receives opinions more often than gives them. The individual cannot state his own opinion against manipulators of mass media, without having difficulties. The mass culture is also called "the little poor humanism", it emerges victo-

rious from the confrontation and cooperation with authentic works of the great humanism. It is the global culture of communities.

According to Marcel Lefebvre the mass culture is the answer to real social need: the need to run away from the circle of alienation at work and from ordinary life. M. Lefebvre tends to justify mass culture as a possibility, but he criticises it as a way of realizing it. (Kłoskowska 1980, p. 358 – 367).

Joffre Dumazedier represents French sociologists, who are concentrated on subjective elements of mass culture. He discovers the level of factual reception. He finds ambivalence of the tastes, which may be compared to Mannheim's term of "losing the distance". He concludes that functions of mass culture go far beyond narrowly understood sources of intellectual enrichment and aesthetic experiences. They have crucial meaning for socialization, integration and meeting psychological needs of the members of the community and small social groups. This culture is the answer for essential and justified human needs in modern society. In some cases it is used as a critics of everyday life, inverted reflection, but at the same time the real picture of reality.

George Seldes is in the group of opponents against immanent evil of mass culture. According to his interpretation, interests and tastes/styles of various audience, have general and unspecified nature. General type of culture's expectations with respect to the mass media, may be appeased in many various ways. In this system of creating culture, most of the intellectual, aesthetical and emotional needs of the audience remains unsatisfied. The producers, in accordance with their interests and criteria to achieve success, analyze some part of these needs in their own way. G. Seldes believes that the culture producers create the audience. He supports Lewis's Mumford point of view, who claims that the only way to offset the people of good art is the failure of delivery it.

Bernard Berelson, the one of leading researchers of mass culture and the mass media, recommends, as a way of evolution of standardized content, (which creates the interest and the level of taste in mass audience) increasing the scale of variety of consumer categories (Kłoskowska 1980, p. 279).

According to Stefan Żółkiewski: "The type of the culture is determined by the nature of the base, the stage of development of class relations, material conditions, quantitative ratios. Furthermore, psychological factors and technical and material conditions of the public/audience culture are determined directly by mentioned above". In consequence the type of the culture determines the choice of culture behaviours. The type of the culture, however, does not determine the choice and directions of values available under a specific cultural behaviour. Therefore, within a one type of a mass culture, many styles and hierarchies of values are possible. The homogenization of mass culture is also mentioned as a result of including to this particular culture ele-

ments of culture on the higher level to connect, mix and compare the elements from different culture levels. There is a simplifying homogenization which streamlines the elements of the higher culture. There is one called immanent homogenization – it includes elements which attract wider range of audience to the piece of art of a higher culture. The most common seems to be mechanic homogenization established by parallel which was the result of mixed levels (Siciński 1998, p. 252 – 253).

The homogenization of the mass culture to the middle class audience makes its content and information available to everyone. This creates a phenomenon that could be called cultural Malthusianism; on one hand a small amount of culture animators, on the other hand - multitude of its passive consumers. Passive use of culture cannot develop higher-order needs of individuals and society. In general, taking into account culture's goods and services, which are important for the comprehensive development of the personality means that the cultural participation is related to the transfer funds (Łakomy 1997, p.9).

Among the narrower social circles, the higher culture is compared with academism. But on the level of mass reception among widest layers the kitsch is the synonym of mass culture for Clement Greenberg. The cultural products provided by the most popular mass media may represent various levels of the culture, not only the lowest one. This is the phenomenon of homogenization. Quantitative scale of demand and belief that huge amount and variety of the content attracts the largest audience, makes the organisers and the producers of mass culture to use all the pieces of art and works in a wide range with hope to meet the audience expectations. Such inspiration is also wanted in higher culture, and thus a steady but selective flow of content is possible at both levels. The selection is dependent on the ability of the audience, but in a wide range, what is worth mentioning, from the cultural policy. From the culture homogenization arises a fact, that it is not possible to counter mass culture with the higher culture as a separate cultural type. Judging by institutional criterion of the culture levels, the mass culture treated en bloc may be counter with culture of special and narrow interests, but not with the higher culture. Furthermore, even with extreme commercialism and domination of vulgar and trivial contents in the mass culture, there is no absolute division between the mass media system and the higher level culture. The problem is the context and the proportions of which the higher culture elements occur in mass media (Kłoskowska 1980, p. 280 – 286).

The mass culture seen from the sociological point of view is not only the sum of variety mass-duplicate contents, but also a social frame of its effect. This particular frame is different with traditional forms of higher culture surrounded with prestige, the source of which was conditioned by the social



status of its audience, and different with democratization of the culture. It is also different when related to the book which we bought to our library (book collection), different when the book was bought on the petrol station together with a magazine, and threw out with it. Similar difference occurs when listening to the concert in the Philharmonic and to the radio when cleaning up the house or seeing a play in the theatre and watching TV at home (Kłoskowska 1980, p. 352 – 357).

The traditional subject of the culture's sociology is a survey of "participation in culture". The search is conducted to find a relation between the social diversity and different types of cultural activities (Pacholski, Słaboń 1997, p. 43).

The culture by Stefan Nowak may be seen in two ways. Firstly, as a kind of aggregate or structural feature of the community which is described as the certain modes of thought and behaviour of the people involved in a variety of interactions, as well as interfacing various elements of the material environment. Secondly, there are behaviours and beliefs of people and complex communities in their structures, which are created by these people through the relation between them, and in which these beliefs and behaviours are shaped and may function. Finally, different way of seeing the culture is that it is a system of designs with concrete content, not a human "reductive substrate", but a fact of existence and working these designs in a society. Culture which is seen in this way is a system of signs and "meaningful messages" formed by them, and their "meaning" is regulated relatively clear by certain social conventions. Things like speeches and behaviours play magnificent role in research in every culture understood as the feature of the community. They are the source of information about psychological state of mind, motives of people's actions, their picture of the social world, their attitudes and values.

The culture research is not easy and is not only related to quantitative data of studied social group. Just as Stefan Nowak writes: "the research of the culture is the research of the content and the characteristics beyond the content, both individual messages and complex systems. Finally, system conceived as a whole with complexes describing reality, of which the culture is researched" (Nowak 1985, p. 119 – 121).

Considering the factors of the mass culture, there was a belief for a long time, that the quantitative criterion and technical conditions which specified its creation, determine its picture in an absolute way. Furthermore, more elements should be taken into account: social and economic structure which influences the organization of the mass culture, designated ideological and political functions, the dominating type of life philosophy, cultural traditions of the country, the condition of the cultural institutions, the social status of the intellectuals and cultural aspirations which define the level of category in public mass media (Kłoskowska 1980, p. 270 – 398).

According to Antonina Kłoskowska the scope of mass media includes all what is the subject of wide communication and sharing with numerically large masses of indirect public. In spite of the joint nominative rule, the mass culture is eclectic under its subjects and levels. As Stanisław Ossowski says the mass culture recalls to the authentic, permanent and universal interests and beliefs and in this regard does not differ from the great artistic creations. This particular culture is, in a large part, a craft fabrication realising already established formulas, rather than works in the creation of genuine artistic and scientific creativity. The content and the form is already defined, and is usually set on the lower level of education and intellectual sophistication of the audience (Kłoskowska 1980, p. 271 – 320).

The variety of cultures is worth mentioning when the variation of individual interest, type of personalities, or abilities and psychological needs occurs, but it is not when it comes to membership or exclusion to the social life.

### **...and what next?**

In discussions about the phenomenon of the modern culture, the anxiety often occurs. The attention is focused on simplifying these culture contents which were truly respected till now. Some of the events in this particular culture, like advertisements, are accused of the depreciation of the culture symbols. This anxiety is transferred into our reality where almost nothing is "like it was before". It sometimes leads to simplify the picture of reality where the world of traditional values is identified with the culture from the past, and the world of commercial, hedonistic mass culture represents the presence. But the reality turns out to be much more complicated. The reflections of Ruth Benedict are still very accurate, when she says that our civilisation is dealing with the culture patterns, which are dying in front of our eyes, when at the same time new patterns are coming up in the horizon (Jakubowski 2006, p. 7).

Some of the followers of the populist interpretation of the mass culture are willing to admit that potentially it is the tool of slavery. Simultaneously they state that in the end this tool becomes ineffective. The culture audience is far from being passive, the receivers (Audience) can in a "subversive" way interpret and use the culture to their own purposes, or even parody the contents and by this way experience the pleasure of autonomy and control. Heterogeneity of the mass culture may be helpful in this process, especially the fact that next to the dominant contents appear dissident and competitive ones with interpretations of general patterns.

John Fiske is the follower of this kind of behaviour. He states that the culture audience is not vulnerable, because they are able to recreate the meaning of received messages, so the semiotic resources which are delivered, will serve their interests and needs. Ipso facto, they become the creators of the

phenomenon which Fiske described as the pop culture (Rymarczyk 2007, p. 171 – 185).

John Fiske creates the difference between the mass culture, which is the product delivered on the market by industrialised society, and a pop culture which occurs in a ways of utilising, abusing and destroying these products by human, who is giving them his own meaning and messages. Fiske introduces the original definition of the popularisation of the culture. The pop culture is not imposing to human – the human is the creator. Its meaning and the pleasure that we derive from it are the reflections of our tastes and interests. The author turns down the myth of the thoughtless mass audience. Instead he presents the theory that the pop culture is developing in so many directions, because the audience is much more conscious than it is mostly believed. (Fiske 2010, p.17).

People create the pop culture in two directions: the first one was created by industry products of the culture, and the second aroused from everyday reality. This society is responsible for its birth: the pop culture is created from the inside, bottom – up, it cannot be ordered from the outside. The pop culture is an art which utilises what the system is offering. It does not mean that the consumption process is changing people in homogeneous mass at the mercy of the great industry barons. In capitalist communities there is no such term as authentic folk culture, which may be the indicator of inauthenticity of mass culture". Furthermore wringing at the loss of the authenticity is not really useful, it only expresses the romantic nostalgia. In view of the texts produced by mass culture: the popular interpretation is not the only possible one.

According to John Fiske the pop culture cannot be compared with the folk culture, but there are similarities between them. Although they appear in various contexts, both are the cultures for population. The pop culture is not the mass culture. The term mass culture is used by people who believe that the cultural products, which are produced and displayed by separate branches of the industry may be forced into the people in a way eliminating all the social differences, and in the end result in creating unified culture designated to alienate mass audience. If such process was possible, which is not, it would be non – cultural and unpopular. The mass culture does not exist. What we are dealing with is just pessimistic and anxious mass culture theories which shed some light on the industrial and ideological imperatives among the authorities. None of these theories, even in the slightest extent, does not explain the rules of culture processes, which are the proof that people deal with various forms of compulsion, which is denied or changed in pop culture by them (Fiske 2010, p. 21 – 184).

Both pop and folk culture can take care of themselves. The pop culture is authentic and it lasts because it is created by people and their own lives. According to Bogdan Suchodolski the culture cannot

be crossed over with needs of life of the individuals and the society. The human's way to the culture is not only defined by contact with traditional values, especially with the ancient world, but it is the human participation in new forms of life, cultural, social and work activities. The changes of civilization which took its place between 19<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> century altered the nature of culture's space of today's human lives. In the middle of 20<sup>th</sup> century the culture hierarchy was coherent and clear, but today's inclusion high culture in the industry causes disappearing of the limits of this process. Today people are aware of the arbitrariness and unnecessary of this culture, which we can see as a high culture by its class or in other words – social localization and limitation (Jakubowski 2006, p.53 – 58). Although the theory of mass community has a little support among researchers and theorists of mass media, its basic rule about destructive media influence and vulnerable audience, was not completely rejected. Mass culture phenomenon remains troublesome as a definition and ideology despite of probes to create the concept formally free from values. As Pierre Bourdieu proved: "various conceptions of culture values are strongly connected with social class differences" (Baran 2007, p.77).

It is not so clear today what valuable can be offered to us by the community. The culture defined by the capital "c" was replaced by the multicultural form. Any probes of assigning someone or something the role of the authority or giving a special status to it, met with a scoff. The traditional division into high and low class culture lost its sense in this world where the truth is something unstable (Furedi 2008, p. 11).

The modern mass culture usually describes situation of human with no relationship to the life of the audience, but yet they still become model situations. There are apocalyptic people for whom the culture is a secluded cultivating their inner self. Fitted than others, see the mass media offer as a cultural treasure given to the public. We live in times when the cultural space is extending in a wide range, with the participation of the greatest art circles and pop culture. The question if that culture is produced bottom up or down is not a problem (Eco 2010, p. 43 – 54).

The pop culture does not heed the age of its followers. It creates the world of everyday life, comments our experiences, touches almost every aspect of social reality (Jakubowski 2006, p.9).

The definition of the inert participation is today replaced by more active participant of cultural events. The participation is diversified not only by frequency but also by the nature. Different stages are distinguished in the selectivity. The issue in this case is not what people choose but the level which they follow when showing their individual interest and tastes. In what extend they may overcome temptation of accidental satisfactions or these offered by culture: TV programmes, entertainment magazines, the repertoire of the closest cinema.

The participation allows to build typical attitudes/ behaviours and to derive a satisfaction from drawing social and cultural portraits. People take part in many culture events, they benefit from the shows. However, it is not possible to separate the events, results or columns from the whole culture to create specific audience with the defined social face. All social segments participate in all of the culture forms at least partially. None of them is closed in its own culture area (Łakomy 1997, p. 8 – 9).

The ways of the culture articulation are the result of the culture possibilities and constrains. The factual features of the culture form a kind of a filter, which builds its infrastructure. The audiovisual becomes a pattern which creates overall perception instead of leaving it sketchy and summing. The overall perception sees the situation as a whole, it defines an ability to recognize the dynamism of human relationships with others and with the world of culture. In a place of the linear and cause and effect thinking, the overall perception is defined by the relative kind of thinking, which is described as a multifaceted events recognition and understanding the categories of parts and integrity. This model describes the ability to distinguish fiction from the facts, which are related to the reality. Mastering the rules of this indirect type of communication, allows to eliminate the illusion of direct participation. It guides how to read the assumptions in the text, decipher the intentions of the author, select media offers. It simplifies gaining a distance to the content. The articulation of the world in a small range exceeds its own experience with the audience (these are mostly stereotypes). Thus comes the ability to see and receive what is already known.

Functioning in our own culture depends on subconscious following the patterns. Judging by Edward Sapir these patterns are not really known, but simply experienced, they are not the conscious definition but only naïve practice (Hopfinger 1997, p. 50 – 66).

The article presented above, is an attempt to deal with a problem of mass culture evolution since the moment of its creation till now. It shows that the culture is not possible to define, but it is a subtle answer and reflection of new behaviours, preferences, and hierarchy of the values. Conscious participation in today's culture depends on intuitive understanding your own culture and ability to subject it to the mind control, to learn the norms and patterns which are beyond your culture, to understand the way of living and the values. Finally, to random existence between these two worlds, with saving your identity.

#### References:

1. Adamski F.(1984), *Kościół a kultura masowa*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
2. Baran S.J.(2007), *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Krakowskiego, Kraków
3. Bogunia – Borowska M.(red.)(2009), *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa
4. Burszta W.(red.)(2008), *Kiczosfery współczesności*, Wydawnictwo Academica, Warszawa
5. Czerwiński M.(red.)(1980), *Telewizja i społeczeństwo*, Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa
6. Czubaj M.( 2001), *Szaman z globalnej wioski*, "Polityka" Nr37
7. Eco U.(2010), *Apokaliptycy i dostosowani*, Wydawnictwo WIAB, Warszawa
8. Encyklopedia Socjologii, 1999, Oficyna Naukowa, Warszawa
9. Fiske J.(2010), *Zrozumieć kulturę popularną*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków
10. Friszke A.(1998), *Przystosowanie i opór*, Więź, Warszawa
11. Furedi F.(2008), *Gdzie się podzieli wszyscy intelektualści*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa
12. Hopfinger M.(1997), *Kultura audiowizualna u progu XXI wieku*, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa
13. Jakubowski W.(2006), *Edukacja w świecie kultury popularnej*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków
14. Janion M.(1996), *Czy będziesz wiedział co przeżyłeś?*, Sic, Warszawa
15. Kłoskowska A.(1980), *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
16. Kossak J.(1966), *Dylematy kultury masowej*, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa
17. Kozielski J.(1997), *Transgresja i kultura*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
18. Łakomy H.(1997), *Zagadnienia kultury masowej*, Wydawnictwo Naukowe WSP, Kraków
19. Majewski T.(red.)(2009), *Rekonfiguracje modernizmu – nowoczesność i kultura popularna*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
20. Mcquail D.(2007), *Teorie komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
21. Nowak S.(1985), *Metodologia badań społecznych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa
22. Pacholski M., Słaboń A.(1997), *Słownik pojęć socjologicznych*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków
23. Pawłowska R.(1999), *Co cię czeka gimnazjalisto? w: Aspiracje dzieci i młodzieży na przełomie wieków*, Edukacja i Dialog Nr 9/10
24. Pęczak M.(2001), *Szok - Show*, "Polityka" Nr8
25. Pietrasik Z.(2000), *Olimp z laserami*, "Polityka" Nr13
26. Rymarczyk P.(2007), *Kultura masowa a cielesne przyjemności*, „Kultura i Społeczeństwo”, T 3
27. Scruton R.(2010), *Kultura jest ważna*, Zysk i Spółka, Poznań

28. Siciński A.(red.)(1998), *Do i od socjalizmu*, Wydawnictwo IFIS PAN, Warszawa
29. Szlendak T.(2004), *Supermarketyzacja*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
30. Sztompka P.(2004), *Socjologia*, Znak, Kraków
31. Toepfliz K.T.(1981), *Wszystko dla wszystkich*, Omega, Warszawa
32. Żygulski K.(1966), *Drogi rozwoju kultury masowej*, Wydawnictwo Związkowe CRZZ, Warszawa