

95986

K w 12204

ANDRZEJ PACZKOWSKI

Czwarta władza

Prasa dawniej i dziś



ul. Koszykowa 26/28



BPW00007383

WIEDZA POWSZECHNA • WARSZAWA • 1973

07(094)+6513.3

Okładkę i kartę tytułową
projektował: Jerzy Kępkiewicz



Printed in Poland

~~6 1050~~
Państwowe Wydawnictwo „Wiedza Powszechna”
Warszawa 1973

Z.599932

Redaktor: Maria Mirecka
Redaktor techniczny: Zofia Latoszek
Korektor: Krystyna Wysocka

Wydanie I. Nakład 10 000 + 275 egz.
Ark. wyd. 11,4. Ark. druk. 16
Papier ilustr. III kl. 70 g, 80×100
Oddano do składania w październiku 1973 r.
Druk ukończono w grudniu 1973 r.
Zam. 348 — Cena zł 15,— M-07
Drukarnia Techniczna w Bytomiu

CZWARTA WŁADZA

Anglicy nazywając ongiś prasę „czwartą władzą” chcieli w ten sposób uzupełnić monteskiuszowską trójcę (władza ustawodawcza, władza wykonawcza i władza sądownicza). Nie ma między historykami pełnej zgody co do autorstwa tego pojęcia. Thomas Carlyle przypisywał je (w 1841 r.) Edmundowi Burke, który w jednym ze swych wystąpień parlamentarnych z lat osiemdziesiątych XVIII wieku miał zwrócić się do dziennikarzy zasiadających na ławach prasowych: wy jesteście czwartą władzą w królestwie. Mimo mozolnych poszukiwań, sformułowania tego jednak nie znaleziono w żadnym dziele Burkego. Czterdzieści lat później, w 1828 r. inny parlamentarzysta angielski, Thomas B. Macaulay, w eseju o konstytucjonalizmie użył — jako własnego — identycznego sformułowania: *a fourth estate in the realm*.

Nie jest to wszakże kontrowersja o zasadniczym znaczeniu, choć przemowę Burkego od publikacji Macaulaya dzieli nie tylko dziesiątki lat, ale także wydarzenia, które w sposób zasadniczy zmieniły oblicze Europy. Istotny, jak się wydaje, jest fakt, że w obu przypadkach rzecz działa się w Anglii i że zarówno Burke, jak i Macaulay przyznawali prasie rolę autonomiczną, uzupełniającą konstytucyjne organy władzy. W podtekście omawianego sformułowania tkwiło

przeświadczenie, iż prasa może wywierać — lub że już wywiera — realny wpływ na kształtowanie decyzji państwowych. Takie właśnie liberalistyczne ujęcie zakładało, iż prasa jest czynnikiem kontrolującym inne organy państwa przez fakt informowania publiczności o działaniach, które one podejmują, rozszerzanie w ten sposób wiedzy obywatela i umożliwianie mu stałego współuczestnictwa w życiu publicznym kraju. Dla wypełnienia tych funkcji czy, jak pisali zwolennicy XIX-wiecznego liberalizmu, dla zrealizowania swej „misji” lub „przeznaczenia” prasa musiałaby nie tylko mieć pełną swobodę wypowiedzi w każdej sprawie, lecz także — co ważniejsze — zachować rzeczywistą niezależność od jakichkolwiek formalnych czy nieformalnych ośrodków, grup lub instytucji mogących poprzez prasę realizować własne cele. Każdy obywatel musiałby mieć nie tylko prawo, ale i możliwość przekazania innym informacji, które posiada i opinii, które uważa za istotne.

Takie założenia — a można od razu dodać: nigdy i nigdzie nie urzeczywistnione — związane były z konkretną sytuacją polityczną, z konkretną epoką historyczną, ze specyficznym ukształtowaniem poglądów, charakterystycznym dla tej wielkiej formacji filozoficzno-politycznej, jaką był liberalizm. Gdy jednak w sto lat po Macaulayu prasoznawca francuski André Billy pisał, że „...czwarta władza wkrótce stanie się już tylko jedną z tych, które podporządkowane są innej, najpotężniejszej ze wszystkich: Pieniądzowi”¹, wyważał drzwi dawno otwarte. Nieliczni tylko mieli wówczas złudzenie co do niezawisłości prasy i niezależności sądów wyrażanych przez dziennikarzy. W 1895 r. na bankiecie wydanym przez New York Press Association jeden z najbardziej znanych publicystów amerykańskich mówił: „W Ameryce — być może poza miasteczkami — nie ma prasy niezależnej. Wy

to wiecie i ja wiem. Żaden z nas nie odważy się napisać tego, co uważa za uczciwe, a jeśli tak uczyni, wiecie, że nie będzie to wydrukowane... Zawodem dziennikarza w Nowym Jorku jest burzyć prawdę, kłamać, szkalować, czołgać się do stóp Mamony, sprzedawać swój naród i swój kraj, aby zarobić na chleb codzienny. Jesteśmy intelektualnymi prostytutkami".² Były to słowa gorzkie i brutalne zarazem. Trudno było jednak podać je w wątpliwość.

Nie chciałbym tu rozwijać problemów teoretycznych dotyczących społecznych funkcji prasy oraz jej związków z opinią publiczną (to ostatnie zresztą pojęcie wciąż jeszcze nie jest przekonywająco zdefiniowane), ponieważ jest to zadanie dla socjologa lub badacza dziejów myśli społecznej. Powyżej starałem się tylko pobieżnie wyjaśnić znaczenie samego tytułu książki oraz zasygnalizować fakt, że pogląd na rolę prasy uległ w ciągu zaledwie stu lat radykalnej przemianie.

Zamiarem moim jest przedstawienie—w krótkim oczywiście zarysie — historii prasy od jej początków po dzień dzisiejszy, zmian ilościowych i jakościowych, jakie zachodziły w ciągu niemal czterech wieków jej istnienia. Staram się jednocześnie pamiętać, że „nie wystarczy wiedzieć, jakie rzeczy są; trzeba jeszcze wiedzieć, jak stały się one tym, czym są”. Niezależnie bowiem od tego, czy wierzyć będziemy, że poprzez prasę wyraża się prawdziwy i niczym nie skrepowany głos opinii publicznej, czy też pozostajemy w przekonaniu, że gazeta jest tylko narzędziem w rękach sił — mniej lub bardziej zakamuflowanych — które w sposób dowolny (i dla siebie dogodny) manipulują społeczeństwem, zawsze przyznać musimy, że prasa jest dziś jednym z najistotniejszych składników życia społecznego, a dla setek milionów ludzi czymś równie nieodzownym jak chleb codzienny...

„Historia gazety jest złożona i trudna, gdyż nie da się oddzielić od ogólnej historii cywilizacji. Wszystkie wielkie nowości polityczne, intelektualne, gospodarcze, techniczne miały na nią swój wpływ”³ — tę konstatację znanego historyka francuskiego Georges Weilla chciałbym uczynić punktem wyjścia dalszych rozważań, choć świadom jestem faktu, że moje możliwości ogranicza ogrom materiału faktograficznego oraz trudności w jego uogólnieniu.

Najogólniej rzecz ujmując można wyróżnić cztery grupy zjawisk, których przemiany w istotny sposób określały formy i tempo przekształceń prasy od przełomu XVI i XVII wieku po dzień dzisiejszy:

1. Przemiany kulturowe — wyrażające się w stopniowym upowszechnianiu oświaty, w rozwoju i utrwalaniu się społecznych więzi ponadlokalnych, w powstawaniu i upowszechnianiu się narodowych literatur, w zwiększaniu się potrzeb kulturalnych coraz to nowych grup społecznych.

2. Przemiany polityczne — wyrażające się w stopniowym włączaniu się do życia politycznego narodu (lub państwa) tych warstw ludności, które w życiu tym dotąd nie uczestniczyły, w idących za tym przekształceniach struktury władzy, w rozwijaniu się masowych ruchów politycznych, powstawaniu nowoczesnych partii i organizacji społecznych, w zmienności zakresu swobód obywatelskich, w tym także wolności prasy i wypowiedzi.

3. Przemiany społeczne — wyrażające się w narodzinach i emancypacji nowych klas i warstw, w przekształceniach układu sił społecznych w danym kraju i na świecie. Ostatycznym ich rezultatem były — rewolucyjne lub stopniowe — zmiany ustrojowe i polityczne: od likwidacji struktur feudalnych po trwający proces burzenia struktur kapitalistycznych.

Chciałbym tu dodać, iż wymienione kompleksy zjawisk są między sobą powiązane, oddziałują na siebie wzajemnie — na zasadzie sprzężenia zwrotnego — i często trudno jest nie tylko wskazać te, które miały najistotniejsze znaczenie w przebiegu konkretnych wydarzeń, ale nawet oddzielić je wyraźnie od siebie. Należy się tu jedno jeszcze wyjaśnienie: słów „rozwój” czy „postęp” używam w znaczeniu nieliniowym; ewolucja w takim znaczeniu nie wyklucza nawrotów, cofania się ku minionym formom. Te zastrzeżenia nie odnoszą się jednak do kolejnego zespołu zjawisk.

4. Przemiany technologiczne — wyrażające się w rozwoju technik zbierania informacji, ich powielania i rozpowszechniania: od ręcznej prasy drukarskiej schyłku średniowiecza do międzykontynentalnej łączności za pomocą stacji satelitarnych dzisiaj. Choć oczywiście i tu postęp nie odbywa się ruchem jednostajnym, a przebiega skokowo, będąc wynikiem kumulacji wiedzy, zdobywania doświadczeń i rozszerzania się możliwości człowieka.

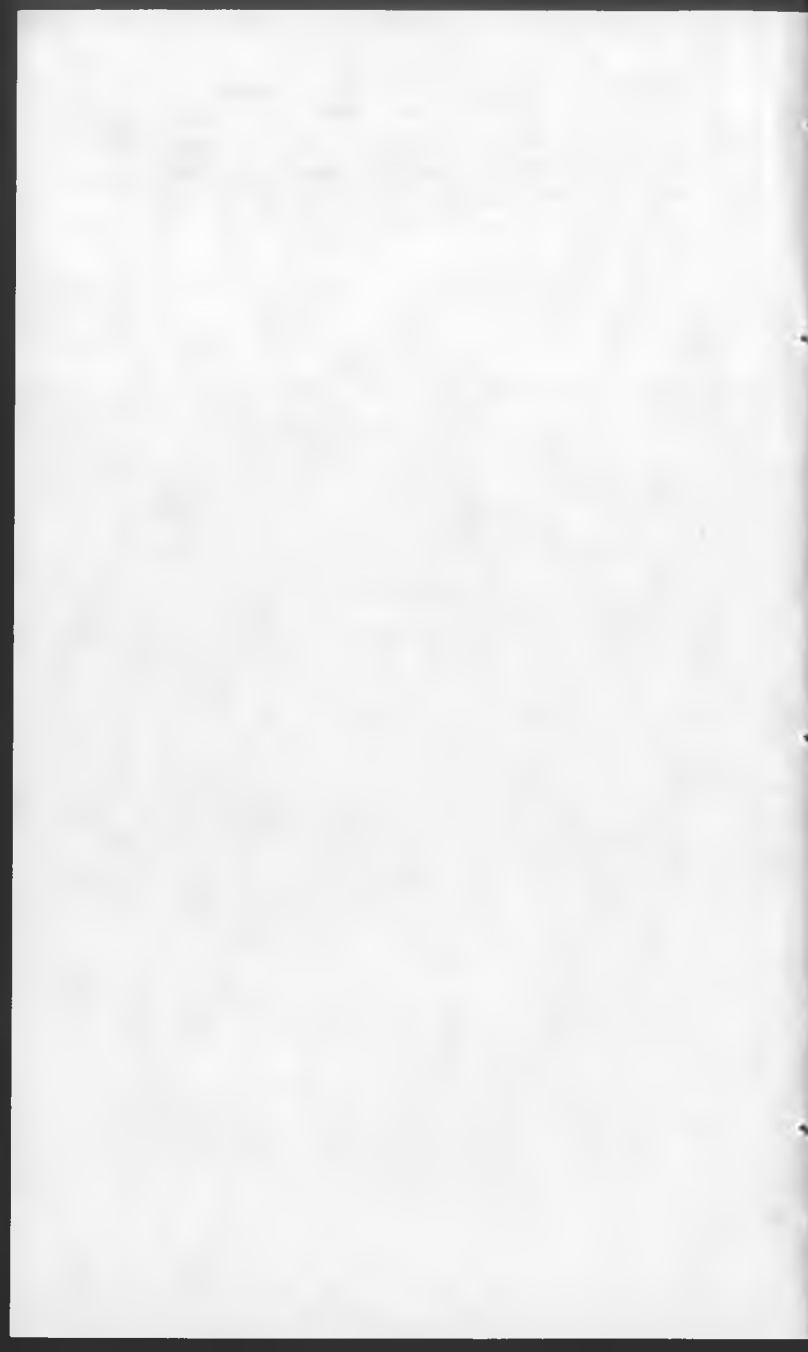
Tylko rozpatrywanie dziejów prasy w kontekście oddziaływania wszystkich wymienionych wyżej zjawisk, badanie jej jako jednego z elementów dorobku cywilizacyjnego ludzkości pozwoli na poznanie drogi, jaką przebyła ona od czterostronicowego „świstka”, o formacie niewiele większym niż format książeczek serii „Omega”, do wielkich płacht dzisiejszych dzienników, stereofonicznego aparatu radiowego, telewizji kolorowej i kasetowej; od „awizów”, gazetek ulotnych, pisanych i drukowanych w kilkunastu, kilkudziesięciu czy kilkuset egzemplarzach, do dzienników o wielomilionowych nakładach, radiostacji, nadających programy słuchane przez dziesiątki milionów odbiorców, i emisji telewizyjnych, gromadzących przed odbiornikami setki milionów ludzi.

Opisaniu tej drogi służyć ma przeprowadzany w pierwszej części pracy wykład chronologiczny, traktujący kolejno o poszczególnych etapach rozwoju prasy od przełomu wieków XVI i XVII po połowę naszego stulecia, kiedy to w pełni zarysowały się już tendencje charakterystyczne dla sytuacji współczesnej. Druga część pracy poświęcona jest opisowi stanu aktualnego (tj. ostatnich 10—15 lat). Siłą rzeczy należało przyjąć w niej odmienny układ — merytoryczny zamiast chronologicznego. Zasadniczy wyróżnik dokonanego podziału materiału stanowią tu istniejące dziś na świecie podziały ustrojowo-polityczne. W tej części opracowania — w ślad za propozycjami przeważającymi w literaturze przedmiotu — mianem prasy określam nie tylko dzienniki i czasopisma (prasa drukowana), ale także radio (prasa mówiona) i telewizję (prasa wizualna). Łączne ich przedstawienie, ukazujące zależności między nimi, wydaje się być nie tylko zasadne, ale jedyne możliwe, gdy pragniemy ogarnąć całość tego zjawiska, o którym socjologowie mówią jako o „środkach masowego przekazu” (*mass media, mass communication*).

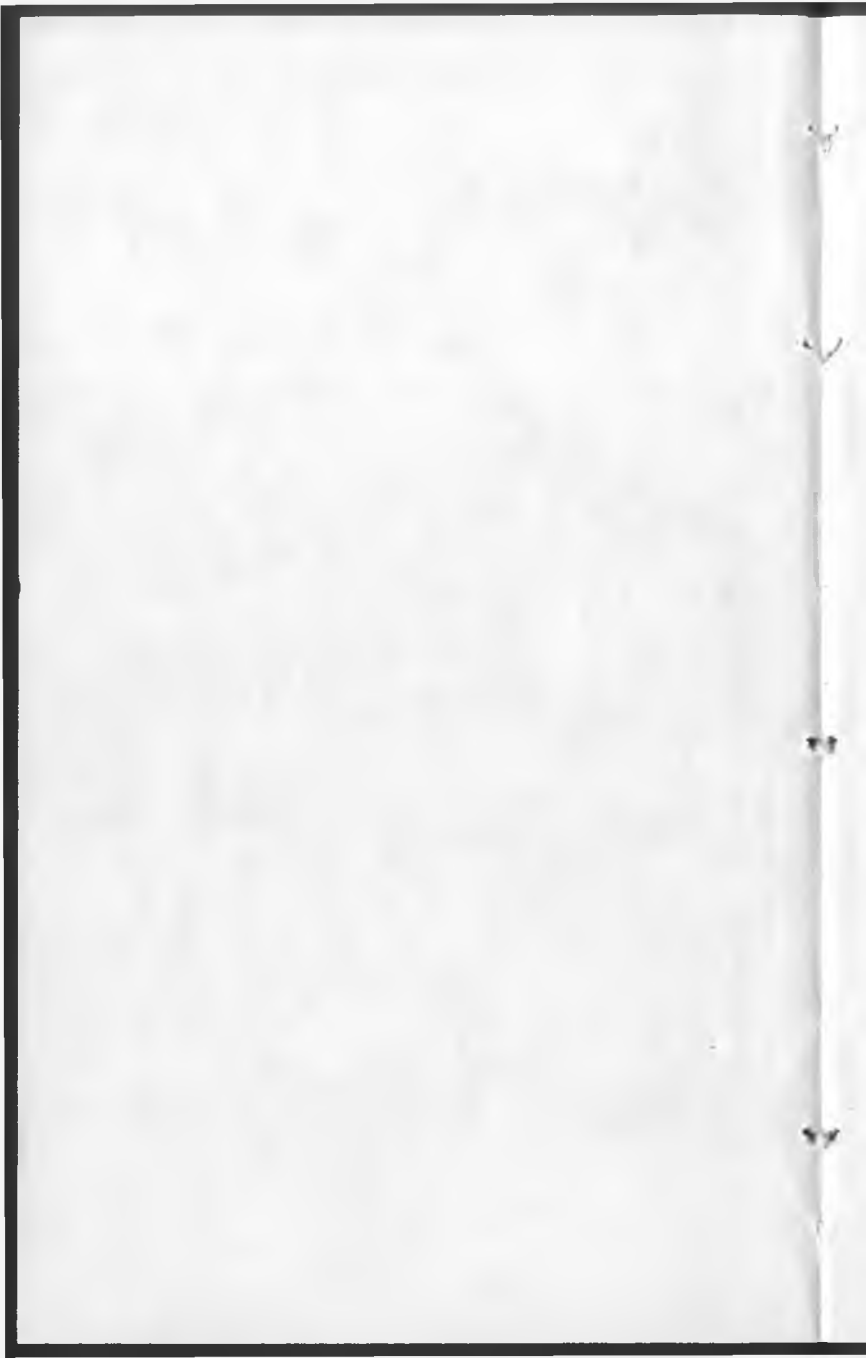
Literatura dotycząca historii prasy jest już bardzo obszerna, rzecz charakterystyczna jednak, że próby opracowania syntezy, prezentującej jej dzieje na całym świecie, nie są ponawiane bodaj od parudziesięciu lat, mimo powstawania coraz większej liczby publikacji monograficznych i tysięcy przyczynków. W niewielu także krajach istnieją nowoczesne (tj. współczesne) opracowania syntetyczne historii prasy narodowej: brak dotąd takiego i w Polsce.

Literatura omawiająca stan obecny prasy, radio i TV jest jeszcze obfitsza, przy czym więcej uwagi badacze poświęcają dwóm ostatnim, „młodszym” środkom przekazu. Szczególnie ważne są w tym zakresie liczne publikacje statystyczne, przygotowywane przez specjalistycz-

ne agendy UNESCO, oraz prace poruszające zagadnienia metod i skutków oddziaływania mass mediów. Nie ma sposobu — a także chyba i potrzeby — ogarnięcia całej literatury poświęconej prasie. Gorzej natomiast, iż pisząc niniejszą książkę mogłem korzystać z tych tylko pozycji, które dostępne są w bibliotekach krajowych.



PRASA DAWNIEJ



I

POCZĄTKI

„Już starożytni Rzymianie...” — wiele ksiązek mówiących o dziejach odkryć i wynalazków zaczyna się tym utartym zwrotem. Także i niektórzy historycy prasy od antycznego Rzymu właśnie zaczynają swój wykład. I bez wątpienia jest w tym sporo racji: w epoce, gdy rozpoczęła się wielka ekspansja Rzymu, w II wieku p.n.e., popularnym źródłem informacji stały się *Acta Diurna Orbis*, jakbyśmy je dziś nazwali „dzienniki urzędowe”, w których zamieszczano rozporządzenia władz, uchwały Senatu, sprawozdania z działalności urzędów etc. Wiadomości te uzupełniane były aktualnymi informacjami z życia Miasta i jego mieszkańców. Można się więc było dowiedzieć np., że „Wczoraj nad miastem szalała silna burza. Niedaleko od Veli piorun zapalił dąb” lub że „W sklepie winnym wybuchła awantura. Właściciel został poważnie ranny”. Tekst oficjalny, ryty na gipsowej desce i wystawiany na widok publiczny, był przepisywany przez prywatnych kopistów i rozsyłany ich mocodawcom. Wiele kopii docierało do ośrodków prowincjonalnych, do pałacyków i willi podmiejskich. Z czasem też zjawiły się *Acta Diurna* nie firmowane przez oficjalne władze, sporządzane i rozsyłane przez wyspecjalizowanych w zbieraniu wiadomości (i plotek) osobników. Sporządzano oczywiście i odpisy

z odpisów, pomijając jedne, dodając inne fakty. Wydaje się jednak, że ich kolportaż odbywał się wyłącznie w wąskim kręgu elity intelektualnej oraz wśród sfer związanych bezpośrednio z ośrodkami władzy, choć na temat ilości rozposzechnianych kopii nie odnaleziono, jak dotąd, żadnego wiarygodnego świadectwa. Nie była to oczywiście prasa w dzisiejszym rozumieniu tego słowa, lecz zobaczymy, że od takich samych form rozpoczęła się — po upływie półtora tysiąca lat — droga do milionowych dzienników wielkich aglomeracji miejskich XX wieku.

Rozpad Cesarstwa Rzymskiego zamknął ten epizod. W miejsce wielkiej scentralizowanej maszyny państwowej — rozciągającej swoją władzę na obszarach obejmujących setki tysięcy kilometrów kwadratowych, na ziemiach bogatych i gęsto zaludnionych, wraz z Wiecznym Miastem, które liczbą ludności równało się wielu dzisiejszym metropoliom, dworem, który był źródłem intryg, tronem, o który walczono mieczem i trucizną — powstały nowe, mniejsze i nieustabilizowane, organizmy państwowe, nastąpiła decentralizacja władzy, upadek miast i handlu, na długi czas warstwa ludzi oświeconych zredukowana została do przedstawicieli nielicznych grup dworskich i klasztornych. Wielka Europa śródziemnomorska rozpadła się na niewielkie, odizolowane od siebie terytoria, w których życie społeczne — zamknięte w wąskim kręgu spraw lokalnych — płynęło powolnym nurtem.

Zbliżyły do *Acta Diurna* charakter miały też „gazety” wydawane — od VI wieku — na dworze cesarzy Państwa Środka. Gazety te, ograniczające się do podawania wiadomości urzędowych, przygotowywane zrazu w jednym, potem w kilkudziesięciu egzemplarzach rozsyłanych do gubernatorów prowincji, a wreszcie — już w epoce nowożytnej — drukowane w znacznie

większych nakładach, przetrwały do upadku monarchii w 1911 r. Ukazywały się nieregularnie, kolportowane były tylko drogą urzędową. Niewiele więc miały wspólnego z tym modelem prasy, który ukształtował się w Europie nowożytnej. Sama zresztą prasa chińska w XIX wieku przejęła styl i formy europejskiej, które w okresie tym obowiązywały już na całym świecie.

Nie było zatem żadnych bezpośrednich związków między „gazetami” Rzymu i Chin a prasą europejską, która powstała zupełnie niezależnie, choć oczywiście niektóre ogólne warunki — występujące w Europie schyłku średniowiecza — były zbliżone do panujących w Rzymie czy Chinach (rozszerzenie kontaktów międzyludzkich i wymiany handlowej, powstawanie ośrodków miejskich, tworzenie się skupisk intelektualnych). Dlatego też wielu, a dziś właściwie większość badaczy, dzieje prasy rozpoczyna od narodzin gazet europejskich, od których wywodzi się czasopiśmiennictwo współczesne.

RELACJE I AWIZA

Próżno by szukać jakiejś jednej przyczyny, jednego bodźca czy jednego człowieka, od których zależało powstanie prasy. Zadecydowało o nim bardzo wiele czynników i nie było ono faktem jednorazowym, lecz wynikiem długotrwałego procesu, którego początków szukać można w średniowieczu, a którego zakończenie przypada mniej więcej na połowę XVII stulecia. Trudno wskazać ściśle granice czasowe tego procesu i zjawisk mu towarzyszących, przyjmując jedynie można, iż wyraźne ich nasilenie nastąpiło między połową XV a końcem XVI wieku. Wskazuje się tu na doniosłą rolę idei Renesansu i przemian w mentalności społecznej, które

wniósł ten prąd umysłowy, oraz na wpływ ery wielkich odkryć geograficznych, które niepomrotnie rozszerzały horyzonty intelektualne przeciętnego Europejczyka. Wydarzeniem wielkiej wagi były także Reformacja i gwałtowny wybuch konfliktów wyznaniowych i wyznaniowo-społecznych oraz wielkie wojny XVI wieku, a przede wszystkim wojny z Turcją — gdy cała Europa żyła pod wrażeniem muzułmańskiej nawały idącej od Bałkanów i Morza Śródziemnego — i Wojna Trzydziestoletnia (1618—1648), która ogarnęła niemal cały kontynent. Istotne znaczenie przypisać trzeba wzrostowi tendencji centralistycznych (od połowy XV wieku były one coraz silniejsze zwłaszcza na terenie wielkich monarchii: Anglii, Francji, Cesarstwa Rzymskiego Narodu Niemieckiego), rozkwitowi handlu i zwiększaniu się obrotów pieniężnych, rozwojowi dużych miast, internacjonalizacji wymiany towarowej, powstawaniu ośrodków targowych o zasięgu kontynentalnym.

W różnych warstwach społecznych coraz wyraźniej odczuwana była potrzeba otrzymywania pewnej sumy wiadomości bieżących, stale uaktualnianych, które mogłyby ułatwiać wykonywanie zawodu (kupcy, bankierzy, rzemieślnicy) lub służyć realizacji zamierzeń przedsięwziętych przez monarchów i ich aparat militarny oraz dyplomację. Głód informacji zaspokajany był różnymi metodami. Listy i raporty przekazywane władzy zwierzchniej przez regionalnych rządców, zawierające informacje o ważniejszych wydarzeniach i prezentujące „stan umysłów”, dostarczające wiadomości o państwach ościennych, stawały się coraz bardziej niezbędne. Większe jednak znaczenie w procesie powstawania prasy wydają się mieć relacje (listy) kupieckie przekazywane przez wędrownych agentów lub kierowników filii pryncypałom i wymieniane między zaprzyjaźnionymi kupcami i zrzeczeniami

handlowymi, donoszące o cenach i możliwościach zbytu, ponadto zaś o wydarzeniach politycznych czy klęskach żywiołowych, które zarówno na ceny, jak i na zbyty mogły niejednokrotnie wywierać decydujący wpływ. Istnienie zapotrzebowania na informacje prowadziło do zwiększenia się częstotliwości ich przekazywania, do zapewnienia regularności ich dopływu (co było ważne zwłaszcza dla kupców), a także do specjalizowania się niektórych osób w ich zbieraniu i opracowywaniu. Podobną rolę pełniła także korespondencja prywatna, w której informowano się wzajemnie nie tylko o sprawach osobistych, ale także o wydarzeniach politycznych, militarnych, przestępstwach, nawet zjawiskach meteorologicznych, o których nadawca słyszał lub których był świadkiem. Owe raporty, listy i relacje krążyły niejednokrotnie w odpisach, z których korzystały różne osoby zainteresowane. Gdy rzecz dotyczyła wydarzeń (lub jednego wydarzenia) o powszechnym znaczeniu, krąg ciekawych rozszerzał się niepomiaralnie.

W końcu XIV wieku Lourens Janszoon Coster z Haarlem (Niderlandy) zbudował pierwszą prasę, w której matrycą był klocek drewniany. W 1454 r. Johannes Gensfleisch, bardziej znany pod nazwiskiem Gutenberg, i Peter Schöffer zastosowali czcionkę ruchomą, co niezwykle przyspieszało przygotowanie matrycy: w Europie zaczęła się era słowa drukowanego. Na prasie Gutenberga można było odbić w ciągu godziny do 20 stron (*recto*), a stopniowe doskonalenie prasy oraz kolejne zmiany sposobów produkowania i układania czcionek doprowadziły do dziesięciokrotnego zwiększenia tej liczby w końcu wieku XVI. Rosnący popyt na informacje mógł być zaspokajany dzięki nowo wynalezionej maszynie.

Istniały też już wtedy pewne ustalone formy

opracowywania wiadomości (relacje, listy), działali specjaliści trudniący się ich zbieraniem. W tym samym okresie — w ostatnich dziesięcioleciach XV wieku — król Francji, Ludwik XI organizuje pocztę, jako instytucję stałą, zastępującą doraźnie wysyłanych kurierów. Od 1495 roku poczta królewska została zobowiązana do zabierania przesyłek prywatnych. W 1516 r. dwór Habsburski otworzył regularną linię kurieską na trasie Wiedeń—Bruksela. Wiele instytucji — uniwersytety, wielkie opactwa, biskupstwa, potężne gildie kupieckie, domy bankowe, dwory książęce — niektóre miejskie republiki dorzecza Renu i północnych Włoch, miasta hanzeatyckie miały także, i to już od dawna, własne, mniej lub bardziej regularne służby kurieskie.

W kilkanaście lat po wykonaniu przez Gutenberga pierwszego druku pojawiły się drukowane relacje. Najstarsza z zachowanych powstała w Bolonii w 1470 r. i zawiera opis turnieju rycerskiego, zorganizowanego na cześć tamtejszego księcia. Bodaj czy nie najsłynniejszym drukiem tego typu jest list Krzysztofa Kolumba, wydrukowany w Barcelonie w 1493 r., w którym słynny podróżnik oznajmia parze monarszej o dokonanym odkryciu. Przechowały się nazwiska osób, które w początkach następnego wieku stale — odpłatnie — zajmowały się zbieraniem, drukowaniem i kolportowaniem relacji i „nowin”: Christian Scheurl, Jeremi Kasser, Filip Melanchton. Niektóre wydarzenia, jak np. bitwy stanowiące część jednej kampanii, przynosiły całe serie publikacji w postaci ulotek. W augsburskim archiwum Fuggerów — najbogatszym w tego rodzaju zbiory — znajduje się ponad 17 tys. relacji i „nowin” z lat 1568—1605, o łącznej objętości około 35 tys. stron. W literaturze nazywa się je „Fuggerzeitung” („Gazeta Fuggera”).

Z tym samym domem związane są pierwociny ciągłych wydawnictw periodycznych. Pewien austriacki szlachcic, Michał von Aitzing (vel Eyzinger), ożeniony z jedną z Fuggerówien, zaczął w 1583 r. w Kolonii drukować rocznik opisujący wydarzenia europejskie (zwłaszcza z terytorium niemieckiego), które zaszły w ciągu całego roku. Po pięciu latach — wykorzystując fakt, że bardzo licznie uczęszczane targi frankfurckie, na których sprzedawał on swe dzieło, odbywały się dwa razy do roku — kompendium swoje zaczął drukować w dwóch częściach i sprzedawać jedną na targach wiosennych, drugą na jesiennych. Wydawnictwo to, zwane „Messrelationen” („Relacje Targowe”), przetrwało 10 lat.

Po kilku nieudanych próbach — podejmowanych w różnych krajach europejskich — założenia periodycznego wydawnictwa, które ukazywałoby się raz na miesiąc, w 1605 r. antwerpski sztycharz Abraham Verhoeven otrzymał od arcyksięcia Albrechta przywilej publikowania regularnych „relacji”; na jego podstawie mniej więcej co tydzień zaczęło wychodzić pismo „Nieuwe Tijdinghe”. W bibliotekach przechowywały się ponadto dwa inne, regularnie już wydawane tygodniki, oba założone w 1609 r.: sztrasburskie „Relation Aller Furnemen und Gedenckwürdigen Historien” i augsburskie (wedle innych ustaleń wydawane w Wolfenbüttel) „Aviso Relation oder Zeitung”. W ciągu dziesięciu następujących lat podobnego typu pisma, wszystkie tygodniowe, zaczęto wydawać w Amsterdamie, Bazylei, Wiedniu, Frankfurcie, Hamburgu, Berlinie i Gdańsku. W 1622 r. powstaje pierwszy regularny tygodnik w Anglii („A Current of General Newes”), w 1631 r. własny periodyk otrzymuje stolica Francji (najpierw „Nouvelles Ordinaires

de Divers Androits", po jego likwidacji zaś słynną „La Gazette” Theophrasta Renaudot). Do końca XVII wieku powstają pisma w Szwecji, Szkocji, Polsce, Hiszpanii, Włoszech, Danii. Prasa narodziła się, rozpowszechniła i utrwaliła.

Europa zachodnia (z Anglią), monarchia Habsburgów i północne Włochy pokryte były już w tym czasie siecią regularnie i skutecznie działających poczt królewskich, a w 1627 r. we Francji wprowadzono stałe i niskie opłaty pocztowe za przesyłki osób prywatnych. Drukarnie istniały już wtedy we wszystkich większych ośrodkach miejskich i uniwersyteckich, niektórzy monarchowie dysponowali nawet ruchomymi drukarenkami, które zabierali na wyprawy wojenne. Spora była też liczba papierni. Baza materialna produkcji prasowej stała się mocna w stosunkowo krótkim czasie.

Ówczesne pisma były z reguły drukami niewielkiego formatu, cztero- lub ośmiostronicowymi, odbijanymi w układzie jedno- lub dwuszpaltowym. Charakterystyczne, że nieomal bez wyjątku ukazywały się one w językach narodowych (łacina egzystowała wówczas jedynie jako język Kościoła i teologii, a także nauki). W odróżnieniu od ulotnych „relacji”, „nowin” czy „awizów”, które najczęściej opisywały jedno wydarzenie, czasopisma regularne podawały wiadomości z kilkunastu lub nawet kilkudziesięciu miejscowości. Nie stosowano osobnych tytułów dla poszczególnych informacji, a opatrywano je tylko datą i nazwą miejscowości, z których pochodziły (w jednej np. z gazetek londyńskich czytamy: *From Cadan in Bohemia, 4 mile from Raconits, the 12 November*). Po takiej wstępnej notce następował opis wydarzenia, pozbawiony jakichkolwiek komentarzy pochodzących od wydawcy. Były to więc gazetki czysto informacyjne (oczywiście sam już wybór informacji mógł być zabiegiem interpretacyjnym i wartościują-

cym); polemiki zaś polityczne czy religijne toczyły się wciąż jeszcze w pismach ulotnych, prowadzone były za pośrednictwem pamfletów oraz drukowanych i rozpowszechnianych (dziś powiedzielibyśmy „otwartych”) listów.

Zainteresowania wydawców — prawdopodobnie pod wpływem żądań czytelników — skupiały się przede wszystkim na sprawach międzynarodowych, konfliktach militarnych, sprawach związanych z dworami lub innymi ośrodkami władzy państwowej. Na 620 informacji zamieszczonych w 1631 r. na łamach paryskiej „La Gazette” aż 470 dotyczyło wydarzeń militarnych (głównie Wojny Trzydziestoletniej i wojen tureckich), dyplomatycznych i urzędowych królestwa, 20 — wydarzeń na dworze Ludwika XIII, 15 — nominacji pozadyplomatycznych (głównie kościelnych), 15 — wydarzeń kościelnych i religijnych, 20 — *faits divers* (wypadków losowych, horoskopów). Resztę stanowiły sprawy gospodarcze, kulturalne i sprawy życia społecznego. Każdy numer zawierał też komunikaty meteorologiczne. Podobne proporcje zachowywane były w większości gazet, które wychodziły w tym okresie.

Częstotliwość ukazywania się pism — początkowo raz na tydzień, a od drugiej połowy XVII wieku także dwa razy w tygodniu — uzależniona była od częstotliwości kursowania poczty: raz w tygodniu przychodziły świeże wieści ze świata, raz w tygodniu była możliwość przesłania pisma odbiorcom pozamiejscowym. „Świeże” wiadomości? W końcu XVI wieku przesyłka listowa z Antwerpii do Gdańska szła od 24 do 35 dni, a z Lizbony do Gdańska od 50 do 130 dni. Pierwszy numer „La Gazette”, wydany 30 maja 1631 r., przynosił informacje datowane m. in. 2 kwietnia (z Konstantynopola), 26 kwietnia (z Rzymu i Hiszpanii), 30 kwietnia (Górne Niemcy), 1 maja (ze Śląska), 2 maja (z Wenecji). Naj-

świeższa nowina pochodziła z Antwerpii i datowana była 24 maja. Gdy miały miejsce wypadki nadzwyczajne, wielkie bitwy lub wydarzenia o znaczeniu ogólnoeuropejskim, a wieści o nich przesyłane były nie zwykłą („ordynaryjną”) pocztą, a za pośrednictwem gońców specjalnych („ekstraordynaryjnych”), drukowano numery „nadzwyczajne”, najczęściej wtedy monotematyczne. Związek prasy z pocztą miał zresztą charakter — w niektórych krajach niemieckich na przykład — nie tylko formalno-usługowy. Część wydawców rekrutowała się spośród dzierżawców urzędów pocztowych, tak np. było w przypadku wydawcy pierwszego — dość długo ukazującego się — periodyku „Frankfurter Oberpostzeitung”, założonego w 1612 r.

Częściej jednak gazety wydawali właściciele drukarni lub osoby rekrutujące się z kręgów specjalistów zajmujących się zbieraniem i opracowywaniem na użytek dworów panujących informacji lokalnych oraz napływających z zagranicy. Wiek XVII bowiem, a także prawie cały wiek następny były w Europie erą prasy oficjalnej lub półoficjalnej, ale zawsze podlegającej bezpośredniej kontroli i cenzurze zwierzchników państwowych czy kościelnych.

KONTROLA NAD PRASĄ

Związek między działalnością publicystyczną a religijnymi i intelektualnymi ruchami opozycyjnymi był tak wyraźny, że od początków istnienia prasy aktywność wydawnicza i drukarska były nieustannym przedmiotem niepokoju panujących. Pierwszy znany edykt dotyczący osób „rozpowszechniających fałszywe nowiny” pochodzi z Anglii z 1275 r. Dotyczył on, rzecz jasna, nie drukarzy ani wydawców gazetek ulotnych — bo takich wówczas jeszcze nie było — ale kolporterów ustnych wieści, a może i auto-

rów listów prywatnych. Wraz z upowszechnieniem się druku problem ten stawał się coraz bardziej palący. Stąd w 1479 r. — a więc w dwadzieścia parę lat po ukazaniu się pierwszej książki drukowanej — papież Sykstus IV nadał prawa cenzorskie uniwersytetowi kolonjskiemu, z czasem zaś innym uczelniom niemieckim. W 1487 r. papież Innocenty VIII wydał bullę wprowadzającą prewencyjną cenzurę wszystkich druków; kontrola miała być sprawowana przez biskupów. W 1515 r. papież Leon X, znany skądinąd jako „hojny mecenas artystów”, wydał polecenie palenia na stosie książek wydanych bez zgody władz kościelnych. „Obyczaj” ten obowiązywał przez długie lata i powracał w dziejach wielokrotnie, także i w naszym, dwudziestym wieku. Ukoronowaniem akcji papieskiej było utworzenie w 1566 r. Congregatio Indicis i ogłoszenie przez Piusa V w 1572 r. bulli *Romani pontificis providentia*, która wprowadziła karę śmierci za rozpowszechnianie nieocenzurowanych druków.

Poczynaniom władzy duchownej towarzyszyły analogiczne decyzje władz świeckich. W 1524 r. w Niemczech wprowadzono obowiązek uzyskiwania aprobaty władców (przywilejów) na posiadanie drukarni; w 1534 r. król Francji Franciszek I polecił zlikwidować część drukarni pozostawiając tylko 12, poddanych ścisłej kontroli urzędowej; w Anglii powstała tzw. Izba Gwiazdzista, która za cel swój miała sprawowanie kontroli nad drukarniami i drukami wszelkiego rodzaju. W tej sytuacji, jeśli nawet pisma nie były bezpośrednio inspirowane przez władzę — jak to miało miejsce np. z „La Gazette”, która wydawana była pod osobistym nadzorem kardynała Richelieu — to pośredni wpływ ośrodków rządzących na publikowanie informacji zapewniony był dzięki systemowi cenzury i przywilejów, które nadawano wybranym i pewnym osobom.

Środki te, skuteczne jeżeli chodzi o pisma, które swobodnie mogły krążyć po kraju, zawodziły wobec nielegalnych inicjatyw osób i grup przeciwstawiających się władzy państwowej. I tak np. ściśle przestrzegany system monopolu królewskiego na gromadzenie informacji i powielanie ich był niezwykle uciążliwy dla drukarzy, wydawców i publicystów angielskich i doprowadził — w pierwszej połowie XVII wieku — do pojawienia się publikacji w języku angielskim na terenie Niderlandów; stamtąd dopiero — jako kontrabanda — docierały one na Wyspę. Większe wszakże znaczenie miały wydawnictwa nielegalne, publikowane w kraju. Kontrola drukarni spowodowała, że w przeważającej mierze były to ręcznie przepisywane ulotki, które krążyły w licznych odpisach i w odróżnieniu od „prasy oficjalnej” miały charakter przede wszystkim publicystyczny i polemiczny, w mniejszym zaś stopniu informacyjny. We Francji, niepokojonej w połowie XVII wieku ruchami opozycyjnymi (Fronde) i w Anglii, trawionej gorączką rewolucji, ten rodzaj publicystyki rozwinął się najbardziej. Istniały całe biura — oczywiście tajne — zajmujące się kopiowaniem tekstów wystąpień i przepisywaniem wiadomości. Nakład niektórych z publikowanych przez nie wydawnictw sięgał kilkudziesięciu egzemplarzy. W Paryżu np. popularne stały się „gieldy” plotkarsko-informacyjne, odgrywające rolę swego rodzaju „prasy mówionej”. Stali bywalcy takich „gield” — mieszczących się w Tuilleriach, na Pont Neuf, w ogrodach publicznych — chętnie płacili za szeptane informacje.

Jak wielkie było zapotrzebowanie na prasę i wydawnictwa omawiające bieżące wydarzenia, świadczyć może przykład Anglii z doby rewolucji i drugiej połowy XVII wieku. Do 1640 r. — tj. do czasu zwołania Długiego Parlamentu — druki angielskie podlegały cenzurze najostrzej-

szej w całej Europie. Jeszcze w drugiej połowie XVI wieku proklamacja królewska zakazywała publikowania jakichkolwiek informacji dotyczących spraw wewnętrznych, usiłowano (choć bezskutecznie) wymóc na Niderlandach zakaz wywozu druków do Anglii, monopol na druk skupiony został w rękach królewskich drukarzy, a relacje pisane (*newsletters*) mogły być sporządzane tylko przez osoby wykonujące podobne prace na użytek dworu. W 1632 r. Rada Królewska zawiesiła wydawanie wszelkich publikacji informacyjnych — nawet dotyczących tylko wydarzeń za granicą. W 1637 r. Izba Gwiazdista wprowadziła bardzo ostrą cenzurę prewencyjną. Dopiero w rok później dwaj wydawcy londyńscy, drukujący roczny przegląd informacyjny, otrzymali wyłączny przywilej drukowania wiadomości z zagranicy. Wszystkie te rozporządzenia, hamując rozwój prasy angielskiej na pierwszym etapie jej istnienia, nie mogły wszakże go przerwać: ukazywało się bardzo wiele pism ulotnych o stale zmieniających się tytułach, coraz to nowi wydawcy podejmowali się tego nielegalnego procederu, kwitła umykająca kontroli publicystyka rękopiśmienna. Wszystko to w oparciu o informacje czerpane z wydawnictw zagranicznych. W rok po zwołaniu Długiego Parlamentu, gdy wyraźne już były oznaki słabnięcia władzy monarszej, pojawiać się zaczęły liczne pisma i druki ulotne samodzielne, tj. przekazujące informacje własne i, co ważniejsze, informacje dotyczące spraw krajowych. Trudno nawet ocenić, jak wiele ich było — nazbyt często zmieniały tytuły, format, z reguły były anonimowe. Nie na wiele zdała się decyzja Izby o likwidacji tych wydawnictw, które i tak nie posiadały zezwolenia na druk. Ich liczba wykazywała tendencje do stałego, chwilami nawet lawinowego, wzrostu. W 1643 r. powstało pierwsze pismo o charakterze publicz-

stycznym, które nie ograniczało się, jak inne wydawnictwa, wyłącznie do podawania informacji, ale wiele miejsca przeznaczało na własne komentarze wydarzeń i wystąpienia polemiczne (był to „Mercurius Aulicus”, należący do rojalistów). Wystąpiły pierwsze oznaki specjalizowania się pism: jedne np. zajmowały się głównie podawaniem wiadomości militarnych, inne — wiadomości z Londynu, przez cztery lata wydawano nawet pismo, którego każdy numer był zapatrywany w drzeworyt. Po raz pierwszy też zaczęto nadawać tytuły poszczególnym informacjom. Mimo ograniczeń wprowadzonych przez parlament (w 1643 r.), to niezwykle ożywienie trwało dalej, a narzucony obowiązek rejestracji pism doprowadził do pewnej stabilizacji i utrwalenia się tytułów. W 1644 r. w obronie ciężko wywalczonych, i znów zagrożonych, swobód ukazał się słynny traktat Johna Milтона — *Areopagitica: a Speech of Mr. John Milton for the Liberty of Unlicenc'd Printing to the Parliament of England* — o wolności druku i swobodzie wypowiadania poglądów. „Zabić człowieka — pisał Milton — to znaczy zniszczyć rozumną istotę; ale zadusić dobrą książkę, to znaczy zniszczyć sam rozum.” Oblicza się, że w latach 1640—1650 ukazało się w Anglii co najmniej kilkaset druków periodycznych oraz ciągłych, nakłady niektórych sięgały 1000 egzemplarzy. „Ponieważ równoległe istniało kilkanaście pism — stwierdzają autorzy skryptu o prasie brytyjskiej — i ponieważ każdy egzemplarz miał kilku czytelników, przyjmuje się, że około połowa dorosłych mężczyzn mieszkających w Londynie i umiających czytać miała dostęp do prasy.”¹

Zwycięstwo republikanów w 1649 r. położyło kres tej swobodzie — Cromwell przywrócił system ostrej cenzury, wprowadzono licencjonowanie pism (*Licensing Act*) i w 1655 r. ograniczono ich liczbę do dwóch (!). Po restauracji

monarchii (1660) utrzymano w mocy te przepisy republikańskie, a ponadto parlament zdecydował przekazać sprawy prasy w gestię administracji królewskiej. Przewrót 1688 r. nie zmieniając litery zmienił ducha obowiązujących praw i prasa uzyskała większą swobodę wypowiedzi. Formalna wolność nadeszła w 1695 r., gdy wskutek nieprzedłużania *Licensing Act* wygasła jego moc prawna. Anglia stała się pierwszym i na długie lata jedynym krajem, gdzie prasa miała szerokie możliwości działania, w każdym razie jeśli chodzi o publikowanie informacji.

Gwałtowny rozwój prasy angielskiej w okresie, gdy miała ona znaczną swobodę wypowiedzi (1640—1649), świadczył o tym, że jednym z ważniejszych hamulców wzrostu liczby wydawanych pism (a także modernizacji prasy) były surowe przepisy ograniczające wolność druku, narzucane przez despotyczne rządy. Można sądzić, że gdyby nie one, także prasa kontynentalna — a w każdym razie prasa Francji, państw niemieckich czy Austrii — mogłaby rozwinąć się nieporównanie wcześniej, niż to się stało w rzeczywistości. Potwierdza taką opinię także przykład Niderlandów, gdzie znaczna autonomia pozostawiona władzom municypalnym i szeroki zakres swobód publicznych stały się czynnikiem sprzyjającym szybkiemu rozwojowi prasy. Wobec niewielkiego zasięgu flamandzkiej strefy językowej Holendrzy „wyspecjalizowali” się w wydawaniu prasy w języku francuskim (od połowy XVII wieku), tak jak uprzednio drukowano tu pisma w języku angielskim. Najbardziej znane z tych pism, „*Gazette de Leyde*”, ukazywało się niemal bez przerwy od 1678 do 1814 r. Obok gazet informacyjnych i politycznych wydawano tu także prasę literacką: wszystko w oparciu o redaktorów zbiegłych z Francji, ale z przeznaczeniem nie tylko dla krajów monarchii Bourbonów: francuska prasa druko-

wana w Holandii docierała na każdy niemal dwór królewski i czytana była w oświeconych kręgach europejskich.

ZASIĘG I CHARAKTER PRASY

Na przełomie XVII i XVIII wieku niemal wszystkie kraje Europy miały już pisma periodyczne: w 1703 r. ukazała się pierwsza gazeta rosyjska, w 1710 — czeska; od 1729 r. zaczyna się też nieprzerwana historia prasy polskiej. Własnej prasy pozbawione były tylko kraje leżące w południowo-wschodniej (Bałkany) części kontynentu oraz niektóre narody wchodzące w skład obcych monarchii (Norwegia, Finlandia). W 1696 r. — a więc w rok po wygaśnięciu *Licensing Act* — w Londynie ukazywało się 6 pism; w końcu XVII wieku w Paryżu wychodziły trzy pisma, a jedyne wśród nich informacyjne („La Gazette”) przedrukowywane było w kilku miastach prowincjonalnych; własne pisma miały też wszystkie większe miasta niemieckie, niektóre miasta północnych Włoch i Niderlandów. Szacować można, że we wszystkich krajach Europy ukazywało się wówczas równocześnie kilkadziesiąt pism, wśród których zdecydowaną przewagę miały wydawnictwa informacyjne.

Istniała już także prasa specjalistyczna, naukowa i literacko-naukowa, zapoczątkowana w 1665 r. przez paryski „Journal des Savants” i wzbogacona w ciągu kilku następnych lat o angielskie „Philosophical Transactions” (1666), włoski „Giornale de Letterati” (1668) i niemieckie „Acta Eruditorum” (1682). Francja także dała początek tzw. prasie moralnej — „Mercure de Galant” (1672) — będącej prototypem dzisiejszych periodyków literackich i społeczno-kulturalnych, której rozkwit miał przypaść na wiek następny, a która odegrała wybitną rolę w prze-

mianach intelektualnych epoki Oświecenia. Od początków XVIII wieku zaczyna się również ciągnąć historia prasy amerykańskiej („The Boston News Letter”, 1704).

Mimo wyraźnego związku z wielkimi ruchami wyznaniowymi, intelektualnymi i politycznymi, mimo stopniowego doskonalenia samego cyklu produkcji wydawniczej, zmian w systemie komunikacji i łączności, prasa siedemnastowieczna była prasą elity, prasą salonów. Niezwykle wąski był krąg ludzi posiadających umiejętność czytania, odczuwających potrzebę stałego korzystania z informacji zawartych w pismach czy poznania publikowanych w nich opinii. Nierównomierny rozwój gospodarczy i kulturalny najbogatszych nawet krajów powodował, że i w nich także zainteresowanie światem zewnętrznym i życiem umysłowym obce było przeważającej części społeczeństwa. W rzadkich tylko wypadkach prasa docierała poza warstwy uprzywilejowane, wykształcone i zamożne. Decydowały o tym nie tylko wysokie ceny — związane z kosztami produkcji oraz z systemem monopoli prasowych — przekraczające możliwości nabywcze wielu potencjalnych czytelników. W skład oświeconej elity wchodziła arystokracja, wyższe koła urzędnicze, ludzie związani bezpośrednio z dworami panujących. W rezultacie nieliczne tylko periodyki („La Gazette”, niektóre angielskie z lat rewolucji) osiągały nakłady w granicach tysiąca egzemplarzy. Inne — nawet drukowane, nie mówiąc już o przepisywanych ręcznie — odbijano w kilkuset, a nawet w kilkudziesięciu egzemplarzach i kolportowano głównie drogą stałej prenumeraty.

Taki stan czytelnictwa prasy miał wpływ na treść publikacji, a pośrednio — jak sądzę — także na częstotliwość ich ukazywania się. Wiadomości militarne, dyplomatyczne i dworskie w zupełności zaspokajały zainteresowania nabywców

gazet o profilu informacyjnym, a sprawozdania dotyczące nowości książkowych, kronika dworska, recenzje teatralne i przeglądy mody spełniały wymagania, jakie stawiano miesięcznikom typu „Mercure Galant”. Powolne tempo przekazywania wiadomości z zagranicy oraz niewielka liczba omawianych wydarzeń krajowych sprawiały, iż potrzebom rynku czytelniczego mogły w pełni sprostać pisma wydawane nie więcej niż raz na tydzień lub nawet raz na miesiąc. Czasopisma literacko-naukowe i literackie pozostawały bardziej lub mniej obojętne wobec wydarzeń bieżących, aczkolwiek najczęściej związane były bezpośrednio z aktualnymi nurtami filozoficznymi. Charakterystyczne było oddzielenie informacji od opinii: pierwsze przekazywane były na łamach czasopism tygodniowych, drugie częściowo na łamach miesięczników, ale przede wszystkim w drukach ulotnych, broszurach politycznych i polemicznych, w pamfletach. Światem dla prasy był świat dworu monarszego i arystokratycznego salonu i z rzadka tylko interesowano się wydarzeniami, którymi żyło mieszczaństwo — nawet zamożniejsze — i masy wielkomięjskiego plebsu.

2

WIEK XVIII: Z SALONU NA MÓWNICĘ

Wiek XVIII. Wiek Oświecenia i Rewolucji Przemysłowej, Rewolucji Francuskiej i amerykańskiej Wojny o Niepodległość, wiek wielkich — i trwałych na stulecie — przemieszczeń w europejskim układzie sił, wiek wyznaczający początek ekspansji kolonialnej typu eksploatorskiego na kontynent azjatycki. Wydarzenia te i procesy przez nie zapoczątkowane oraz cały zespół czynników dodatkowych i pobocznych doprowadziły w rezultacie do głębokich przemian w obliczu ówczesnego europejskiego „świata”; otworzyły one dla całego tego kręgu cywilizacyjnego rzeczywiście nowożytną erę. Trudno wskazać jakiś jeden tylko moment, który stanowiłby cezurę oddzielającą początek fali przemian od tej ich fazy, w której powstał nowoczesny kapitalizm i społeczeństwa stanęły u progu współczesności. Nierównomierne tempo wzrostu, niejednoczesne, odbywające się — jak wskazują historycy — przez stulecie całe, włączanie się do tego procesu poszczególnych państw i narodów wytworzyło sytuację, w której w bezpośrednią ze sobą styczność wchodziły kraje wysoko rozwinięte i zacofane.

Cały wiek XVIII, a także początek wieku następnego nie przyniosły zasadniczych zmian ani w technice drukarskiej, ani w technologii produkcji papieru. Nie zmieniły się też metody

przesyłania wiadomości. W końcu XVIII wieku, podobnie jak dwieście lat wcześniej, ręczne prasy drukarskie odbijały około 250 stron (*recto*) na godzinę, teksty matryc składane były ręcznie. Papier produkowano wciąż metodą „czerpania”, a wydajność przeciętnej papierni nie przekraczała 30—40 kg dziennie. Poczty kursowały wprawdzie dość regularnie i o wiele częściej niż wtedy, gdy powstawała prasa — w niektórych państwach nawet 5—6 razy w tygodniu — ale w dalszym ciągu siłą pociągową był koń i mimo szeregu udoskonaleń, a nawet wynaleźnienia telegrafu optycznego przez Claude Chappe’a (1791), tempo pokonywania przestrzeni niewiele się zmieniło. Np. londyński „The Times” — dziennik o ogromnym znaczeniu w dziejach prasy — w swym pierwszym numerze z 1788 r. drukował wiadomości opóźnione: z Paryża i Rotterdamu o 7 dni, z Frankfurtu n/Menem o 18 dni, z Warszawy o 27 dni, z Konstantynopola o 52 dni. Wiadomość o zburzeniu Bastylji dotarła do Madrytu po 13 dniach. W niektórych wypadkach informacje biegly nieco szybciej, ale i tak rekordowe na owe czasy tempo, w jakim wieść o zwycięstwie pod Waterloo dotarła do Londynu — 4 dni! (dzięki użyciu gołębi pocztowych) — wydaje się nam tempem niezwykle powolnym. Wspomnieć można, że na wieść o zwycięstwie floty Nelsona pod Aboukirem (1798) londyńczycy czekali niemal dwa miesiące. Wielkie innowacje wprowadzono dopiero w latach 1815—1850, zapoczątkowując kolejny etap rozwoju prasy, wówczas już — prasy masowej.

Wiek XVIII przyniósł jednak tak doniosłe przeobrażenia, jeśli idzie o społeczną i polityczną rolę prasy, iż zabiegiem w pełni uzasadnionym będzie wyodrębnienie go tutaj i oddzielne omówienie.

Pierwszym krajem, w którym prasa zmieniła swe oblicze, była Anglia, co miało bezpośredni związek z zachodzącymi w tym kraju ogólnymi przemianami. Wystarczy wspomnieć, że w Anglii właśnie struktury społeczne uległy najszybszym przemianom już od połowy XVII wieku, że podążały za nimi przemiany polityczne (rola parlamentu) i że tam też została zapoczątkowana rewolucja przemysłowa.

Bezpośrednim następstwem wygaśnięcia *Licensing Act* było powstanie samoistnej prasy prowincjonalnej oraz poważne przekształcenia prasy londyńskiej (powstanie prasy codziennej i współwystępowanie informacji i opinii na łamach tych samych wydawnictw).

11 marca 1702 r. ukazał się w Londynie pierwszy numer „*The Daily Courant*”. Po dwóch nieudanych próbach podjętych jeszcze w latach sześćdziesiątych ubiegłego wieku — jednej w Londynie, drugiej w Lipsku — było to pierwsze pismo codzienne, które ugruntowało swój byt. Ze względu na zawartość dziennik ów, założony przez Buckleya, nie zasługuje na honorowy tytuł „ojca prasy codziennej”. Była to gazetka bardzo skromna, pozbawiona własnych, redakcyjnych materiałów, zajmująca się przedrukiem wiadomości z innych, najczęściej kontynentalnych pism, a w związku z tym podająca zazwyczaj informacje znacznie przedawnione. Na pierwszej stronie pierwszego numeru znalazły się np. następujące rubryki: *From the Haarlem Courant* (informacje z Neapolu, Rzymu, Wiednia, Frankfurtu, Liège i Paryża), *From the Amsterdam Courant* (informacja z Rzymu), *From the Paris Gazette* (informacje z Neapolu i Paryża) oraz *Advertisement* (ogłoszenia). Jednak fakt, iż „*The Daily Courant*” nie okazało się efemerydą,

ośmielił innych wydawców i od tego niepozornego pisemka zaczyna się historia prasy codziennej.

Większe wszakże znaczenie przypisuje się dwóm inicjatywom wydawniczym opartym na zupełnie odmiennych założeniach edytorskich. Kształtowanie się nowych struktur władzy politycznej (podział na wigów i torysów, będący u podstaw zachowanego do dziś systemu dwupartyjnego) i związana z nim walka obudziły w społeczeństwie potrzebę wymiany opinii i poglądów. Postępujące zaś w szybkim tempie przemiany społeczne, zanikanie różnic między arystokracją i szlachtą a mieszczaństwem, wejście mieszczan do kręgu kulturowego dostępnego uprzednio jedynie dla „dobrze urodzonych” spowodowały wydatne powiększenie się grupy osób korzystających z dóbr kulturalnych wyższego rzędu, a do takich — choćby z uwagi na cenę — należała także prasa. Pisma periodyczne, pełniąc nadal funkcje polityczne, stać się mogły — i stały się — narzędziem służącym upowszechnianiu nowych wzorów kulturowych.

W 1704 r. Daniel Defoe, inspirowany przez jednego z czołowych działaczy wigowskich, założył tygodnik „Revue”, w którym bieżące informacje zajmowały miejsce bardzo poślednie. Niemal całe czterostronicowe pismo Defoe wypełniał pisanymi prawie bez wyjątku przez niego samego artykułami politycznymi, dialogami, listami, sprawozdaniami z podróży (reportażami), błyskotliwymi esejami. Dawały one świetny i przekonujący obraz Anglii ówczesnej, poczesne miejsce wyznaczając sprawom prowincji. Wielki talent pisarski i spostrzegawczość ich autora złożyły się na zupełnie odmienny od dotychczas stosowanych styl dziennikarski: „jeśli ktoś zapyta mnie — pisał Defoe — jaki styl języka uważam za doskonały, odpowiem, że ten, w którym człowiek przemawiający do 500 ludzi róż-

nego pochodzenia i na różnym poziomie, wykluczając idiotów i wariatów, będzie zrozumiany".¹

W 1709 r. dwaj dziennikarze Richard Steele i Joseph Addison podjęli wydawanie pisma „The Tatler”, ukazującego się początkowo trzy razy w tygodniu, a od 1711 r. przekształconego w dziennik pod nazwą „Spectator”. Podobnie jak „Revue” Defoe, oba pisma w minimalnym tylko stopniu podawały bieżące informacje, oba też unikały składania deklaracji politycznych, jednoznacznie popierających którąś z partii. Skupili się wokół nich, zwłaszcza wokół popularniejszego „Spectatora”, ludzie reprezentujący różne kręgi społeczne: „bogaty baronet, prawnik, kupiec, emerytowany oficer... osoby rozważne i milczące, które umiały obserwować ludzi”.² Sukces Steela i Addisona był niespodziewany: „Spectator” zaczynał od razu od 3 tys. egzemplarzy — gdy przed jego założeniem nakład wszystkich pism londyńskich nie przekraczał 7,5 tys. egzemplarzy — a niektóre numery rozchodziły się w nakładach wielokrotnie większych. „Będzie moją ambicją — pisał Addison — jeżeli powiedzą o mnie, że wyprowadziłem filozofię z gabinetów uczonych i bibliotek, ze szkół i uczelni, aby umieścić ją w klubach i salonach, w domach i w herbaciarniach.”³ Można powiedzieć, że zamierzenie to zostało w znacznej mierze wykonane, a opinię tę ugruntowuje także — nie spotykany przedtem, a i później rzadki — fakt ogromnej popularności „Tatlera” i „Spectatora” poza granicami Anglii. Na wzór „Spectatora” wydawane były pisma w Niemczech (1713), we Francji (1772), we Włoszech (1761) i w Polsce („Monitor” z 1772 r.); tłumaczenia artykułów z obu pism ukazywały się w wydawnictwach książkowych lub seryjnych we Francji (kilka wydań między 1714 a 1768 r.), w Szwajcarii, w Niemczech, w Rosji (1728 r.).

W piętnaście lat po wygaśnięciu *Licensing Act* w samym tylko Londynie ukazywało się już 14 pism, a łączny jednorazowy nakład prasy londyńskiej ocenia się na 44 tys. egzemplarzy. Obok cieszących się uznaniem pism politycznych i polityczno-społecznych, wciąż stanowczo zbyt drogie w stosunku do możliwości finansowych drobnego mieszczanina, ukazywały się też — z reguły efemeryczne — małe pisemka informacyjne, zwykle jednokartkowe, często zadrukowane tylko na pierwszej kolumnie, tanie i dlatego znajdujące odbiorców przede wszystkim wśród niższych warstw społecznych. W 1712 r. jednak parlament wprowadził podatek prasowy (*Stempel Act*), podnoszony przez następnych sto lat jeszcze kilkakrotnie i nazwany przez jego przeciwników „podatkiem od wiedzy”. Podatek ten, którego polityczne znaczenie było nadto wyraźne, poważnie utrudnił rozwój prasy angielskiej — pisma gwałtownie zdrożały, wiele musiało ulec likwidacji wobec grożącego im bankructwa: w ciągu 20 lat liczba pism londyńskich zwiększyła się z 14 do zaledwie 19. Rozpoczęła się walka o zniesienie krępujących przepisów, a jej zasadniczym — obok anulowania *Stempel Act* — celem było uzyskanie zgody na — zakazane podczas restauracji monarchii — publikowanie informacji z posiedzeń parlamentu. W 1771 r. wreszcie prasa zdobyła prawo informowania o przebiegu prac legislatury, ale podatek prasowy ostatecznie zlikwidowano dopiero w blisko sto lat później, w zupełnie już zmienionych stosunkach społecznych.

Więzy hamujące swobodny rozwój prasy nie mogły wszakże ani spowodować jej regresu, ani też zmusić jej do pozostawania w stanie całkowitej stagnacji. W 1753 r. globalny (roczny) nakład gazet angielskich — obciążony *Stempel Act* — wynosił około 7,4 mln egzemplarzy, w 1760 r.

drukowano już 9,5 mln egzemplarzy, a w 1767 r. — 11,3 mln egzemplarzy. Po uzyskaniu prawa relacjonowania przebiegu posiedzeń Izby dziennikarze angielscy stoczyli kolejną walkę o przekazanie spraw prasowych w kompetencje sądów przysięgłych i zgodę na nie uzyskali wreszcie w 1792 r. (*Libel Act*). Wywalczenie podstawowych swobód politycznych oraz niepoohamowana dynamika rozwoju gospodarczego, szybka urbanizacja, trwająca ekspansja zamorska, pierwszoplanowa pozycja królestwa na świecie spowodowały, że prasa angielska — zarówno pod względem technicznym, jak i redakcyjnym — była wzorem dla innych państw.

Po nieudanych próbach siedemnastowiecznych, w połowie XVIII w. powstała prasa ogłoszeniowa („*The Daily Advertiser*”, założony w 1730 r.), która w ciągu kilkudziesięciu lat osiągnęła znaczne powodzenie, a płatne ogłoszenia stały się częścią składową niemal wszystkich dzienników i pism wydawanych dwa lub trzy razy w tygodniu. Po 1770 r. własne pisma miały już niektóre miasta prowincjonalne i choć żywot tych wydawnictw był znacznie trudniejszy niż stołecznych, to istniały też i takie, które egzystowały przez wiele lat. Nakłady sięgały już w tym czasie 3—4 tys. egzemplarzy. W 1787 r. w Anglii (bez Szkocji i Irlandii) ukazywało się 58 pism, a na początku XIX w. prawdopodobnie liczba ich sięgała 90—100 tytułów. W 1784 r. w samym tylko Londynie ukazywało się 9 dzienników porannych i 9 gazet wieczornych wydawanych dwa-trzy razy w tygodniu. W 1796 r. powstał „*Weekly Messenger*” — pierwsza „gazeta niedzielna” (zgodnie z postanowieniem *Sunday Observance Act* z 1677 r. niedziela była dniem „wolnym nie tylko od pracy, ale i od rozrywki”); ten typ pisma stał się z czasem bardzo popularny w krajach anglosaskich, a przez wielu historyków prasy uważany jest za zwiastuna dwudziestowiecznej

prasy masowej. W 1719 r. zaczęto drukować pierwszą powieść odcinkową (był to *Robinson Crusoe*); ta nowa odmiana gatunkowa prozy literackiej, zarzucona w Anglii, w sto lat później tryumfalnie powróciła na łamy gazet — tym razem francuskich — i stała się jednym z ważniejszych czynników szybkiego upowszechnienia prasy w XIX wieku. W okresie Rewolucji Francuskiej ukazują się pierwsze artykuły wstępne, od tej pory stanowiące istotną część każdego szanującego się dziennika.

Od Daniela Defoe, Steela i Addisona można mówić też o początkach procesu wyodrębniania się zawodu dziennikarskiego, o zerwaniu z anonimowością dziennika i ostatecznym przekształceniu się gazety z rejestratora wydarzeń w narzędzie kształtowania opinii i środek ich przekazywania. Już nie nazwiska wydawców, jak w XVII wieku, a nazwiska publicystów i dziennikarzy stają się wizytówką gazety, oni sami zaś zaliczani bywają w poczet twórców kultury. Zaznaczyć wszakże trzeba, że prasa i dziennikarze mieli wówczas wielu przeciwników i wrogów, którzy twierdzili, że gazeta „miesza w spokojnych głowach i przekształca w buntowników ludzi, którzy stworzeni są po to, aby być uczciwymi kupcami i pobożnymi duszpasterzami”.⁴ O postępującej stabilizacji świadczyć też może fakt, że kilka spośród dzienników londyńskich, które powstały w drugiej połowie XVIII wieku, przetrwało dziesiątki lat, a niektóre — np. „The Times” założony (pod innym tytułem) w 1785 r. i „Morning Post” założony w 1772 r. — przekroczyły 150 lat istnienia.

OD FILOZOFII DO POLITYKI: PRASA FRANCUSKA

Osiągnięcie swobody wypowiedzi, o którą w Anglii walczone na forum samej prasy, w parlamencie i w wystąpieniach publicznych, nastą-

piło we Francji inną drogą. Absolutystyczne i centralistyczne rządy domu Bourbonów nie pozostawiały prasie niemal żadnego marginesu wolności i gazety polityczne aż do końca istnienia *ancien regime'u* formalnie we Francji nie istniały. Utrzymywane były także — z gorliwą pomocą wydawców — monopole wydawnicze trzech czołowych pism: „La Gazette” (na informacje polityczne), „Mercure Galant” (na kronikę literacką i dworską), „Journal des Savants” (na wiadomości naukowe). W rezultacie „trzy oficjalne periodyki wiodły swój spokojny żywot pod ochroną monopolu, który czynił je równie bezbarwnymi dla czytelników, co zyskownymi dla właścicieli”.⁵ Uległa tylko zmianie dotychczasowa forma kontroli: spod nadzoru cenzury królewskiej wszystkie te pisma przeszły w bezpośrednie zarządzanie agend państwowych. W 1701 r. takiej „opiece” poddany został miesięcznik naukowy „Journal des Savants”, w 1724 roku — na przeciąg 40 lat — pismo literackie (zmieniając równocześnie nazwę na „Le Mercure de France”), a wreszcie w 1762 r. pierwszy periodyk francuski, który uzupełnił swą nazwę i jako wydawnictwo resortu spraw zagranicznych ukazywać się zaczął pod tytułem „La Gazette de France”.

Istniejące zakazy i reżim cenzorski obchodzone były i łamane w najróżniejszy sposób, czemu sprzyjały stopniowe osłabianie się władzy królewskiej, narastające tendencje opozycyjne i reformatorskie oraz rozbieżności istniejące także w łonie najwyższych władz administracyjnych. „Każdy minister — pisał w cytowanej już książce Georges Weill — miał swoje pomysły, swoje koterie; między tymi rywalizującymi potęgami znający się na rzeczy publicysta mógł lawirować, drukować odważne artykuły, jeśli były przychylne dla tej ważnej osobistości, która go popierała”.⁶ Nowo zakładane pisma — gdy uzys-

kały zezwolenie władzy — „okupywały się” właścicielom monopolistycznych przywilejów. Dobrze prosperowała prasa francuskojęzyczna wydawana na terytorium Holandii, a uzyskanie zgody ministra spraw zagranicznych na kolportaż tych pism w kraju było bez porównania łatwiejsze niż walka z monopolem prasowym. By więc nie wdawać się w tę ostatnią, stosowano rozmaite wybiegi, np. podawano fałszywe miejsce wydania, najczęściej któreś z miast niderlandzkich. Istniała wciąż, a nawet rozwijała się „prasa pisana”, krążąca nielegalnie lub półlegalnie (jeden z procesów politycznych w 1744 r. ujawnił istnienie prawdziwego przedsiębiorstwa, które zatrudniało 50 kopistów i rozsyłało informacje do 230 stałych odbiorców), oraz „prasa szeptana” czy „mówiona”, a znane z dawnych lat „giełdy” funkcjonowały bez większych zakłóceń.

W sytuacji, gdy prasa poddana była ścisłej cenzurze, terenem dyskusji i polemik politycznych stały się literatura i filozofia. Szczególnie dysputy filozoficzne miały znaczenie decydujące w kształtowaniu opinii publicznej, lecz częściej sięgano w nich do poetyki pamfletu czy rozprawy książkowej niż do form publicystyki dziennikarskiej. Broszury te i książki — tytułem przykładu wymienić można *Listy perskie* Monteskiusza i *Listy o Anglikach* Woltera — nakładami oraz zasięgiem oddziaływania wielokrotnie przerastały ówczesne wydawnictwa periodyczne.

Publicystyka polityczna — nie zawsze zresztą wyrażająca wprost opinie na tematy wewnątrz-krajowe — przenikała jednak systematycznie do wszystkich pism i zajmowała w nich coraz więcej miejsca. Proces ten świetnie pokazała Madeleine Varin d'Ainvelle⁷, opierając się na analizie artykułów publikowanych w „*Journal des Savants*” (tab. 1).

Zawartość „Journal des Savants” (1720—1781)

Tematyka	Rok 1720—1721	Rok 1750—1751	Rok 1780—1781
Teologia i religia	32 artykuły	140 artykułów	37 artykułów
Filozofia	6 artykułów	—	135 artykułów
Nauki ścisłe	7 artykułów	70 artykułów	
Polityka	—	15 artykułów	25 artykułów
R a z e m	45 artykułów	225 artykułów	197 artykułów

Nowy duch zapanował też w pismach literackich — ks. Desfontaines w założonym w 1730 r. „Le Nouvelliste du Parnasse où reflexion sur les ouvrages nouveau” porzuca dotychczasowy sposób omawiania nowości wydawniczych, polegający na relacjonowaniu zawartości przedstawianego dzieła. Już tytuł jego pisma zapowiadał nowy model działalności recenzenckiej, oparty na refleksji, formułowaniu własnych opinii, otwartym wypowiedaniu się „za” lub „przeciw”.

Mimo niewątpliwych postępów w rozpowszechnianiu prasy periodycznej — „La Gazette de France” osiąga w 1762 r. 12 tys. abonentów, „Le Mercure de France” (w 1763 r.) szczyli się 1600 prenumeratorem, w tym 40 zagranicznymi i 900 z prowincji — pozostaje ona wciąż prasą stołecznych i prowincjonalnych notabli. Sytuacja ta — będąca następstwem nie tylko wysokich cen czasopism oraz małego wciąż odsetka ludzi posiadających umiejętność czytania, ale także ograniczeń cenzorskich i faktu omijania przez wydawców palących zagadnień politycznych oraz spraw dnia codziennego — zmienia się nieznacznie dzięki powstawaniu coraz większej liczby kawiarni i lokali publicznych, gdzie za stosowną opłatą można było korzystać ze znacznej

ilości pism. Z trudem, i to dopiero po 1770 r., wykuwa się prasa prowincjonalna, mało zresztą miejsca przeznaczająca na informacje ogólne, nie mówiąc już o *reflexion sur les ouvrages nouveau* czy kwestiach politycznych.

Parcie odczuwanych coraz szerzej potrzeb w zakresie informacji, stopniowe powiększanie się kręgu ludzi — wywodzących się przede wszystkim ze sfery średniego i drobnego mieszczaństwa — posiadających umiejętność czytania, przykłady płynące zza Kanału La Manche powodują, że i Paryż uzyskuje wreszcie w 1777 roku — a więc przeszło 70 lat później niż Londyn — własny dziennik. „Journal de Paris” był pismem niemal wyłącznie informacyjnym, a obok informacji literackich, omówień spektakli teatralnych, czołowe miejsce zajmowały w nim sprawy bliskie mieszkańcom wielkiego miasta: kronika sądowa, kronika wypadków, notowania giełdowe, ogłoszenia o rzeczach zaginionych, komunikaty meteorologiczne. Polityka w „Journal de Paris” nie istniała.

Cały ten stan rzeczy: manewrowanie w granicach dozwolonych przez cenzurę, zażarte polemiki o idee filozoficzne, o książki, kryptonimowane pamflety i „listy z podróży”, politykowanie w zamkniętych salonach i gabinetach, wszystko to zmienia się nieomal z dnia na dzień, gdy na 5 maja 1789 r. wyznaczono termin otwarcia posiedzenia Stanów Generalnych, nie zwoływanych od 1614 r. Prawie rok przed zburzeniem Bastylji, w toku trwającej już kampanii poprzedzającej rozpoczęcie obrad parlamentu, Mirabeau przetłumaczył i opublikował słynną *Areopagitica* Milтона. „Pierwsze z praw musi być — pisał we wstępie do tego dzieła — poświęcone trwałej wolności prasy, wolności, która nie może być gwałcona, wolności, która musi być jak najszersza, wolności, bez której żadnej innej nie uda się zdobyć”.

Tracąca autorytet, rozchwiana i bezwolna administracja królewska nie była w stanie powstrzymać narastającej fali opozycji. Choć przepisy cenzorskie pozostały w mocy, coraz to nowe pisma zaczęły ukazywać się bez oficjalnego zezwolenia: oblicza się, że w latach 1789—1790 ukazywało się nie mniej niż 300 tytułów. W 1791 roku przybyło około 100 nowych. *Deklaracja Praw*, uchwalona 26.VIII.1789 r., w swym 11 artykule stwierdzała: „Wolne przekazywanie myśli i opinii jest jednym z podstawowych praw człowieka. Każdy obywatel może mówić, pisać, drukować swobodnie, z wyjątkiem sytuacji, w której popełnia nadużycie tej wolności, w wypadkach określonych przez prawo”. Swoboda, trwająca zaledwie kilka lat, powołała do życia wielką liczbę pism najróżniejszej proveniencji politycznej: od rojalistycznych do republikańskich, a nazwiska przywódców wszystkich obozów łączyły się nieodmiennie z tytułami pism, nazwy gazet stawały się synonimami kierunków ideologicznych. W warunkach faktycznej wolności słowa i niezwykle napiętej atmosfery politycznej prasa stała się jednym z najważniejszych instrumentów gry politycznej i najpotężniejszych narzędzi kształtowania opinii. Jej upolitycznienie było całkowite.

Zmiany w prasie francuskiej tych lat dotyczyły nie tylko gwałtownego wzrostu liczby wydawanych pism i wtargnięcia na ich łamy polemik politycznych. Równie ważne było szybkie podnoszenie się nakładów. Choć nakład przeciętny nie przekraczał granicy kilku tysięcy egzemplarzy, gazeta wyszła jednak „na ulicę” — nie tylko dostosowując swą treść do aktualnych wydarzeń i żądań czytelników, ale także w sensie bardziej dosłownym. Obok rozpowszechnionej przedtem sprzedaży za pośrednictwem prenumeraty rozkwitła sprzedaż uliczna, duże ilości egzemplarzy gazet kolportowano na prowincję,

gdzie także znajdowały one nabywców na ulicach i w miejscach publicznych. W tym właśnie okresie chłopcy-gazeciarze, prawdziwi paryscy *gavroches*, pojawili się na ulicach zachwalając „swoje” pisma. W zależności od biegu wydarzeń drukowano numery specjalne, wydania nadzwyczajne, niektóre gazety ukazywały się w różnych wydaniach po kilka razy dziennie.

Jedynakowi — „Journal de Paris” — przybyło w ciągu krótkiego czasu wielu codziennych konkurentów. Wśród dziesiątków pism kilka utrwaliło swoją pozycję i wpływało na opinię Francji przez wiele jeszcze lat po zakończeniu Rewolucji i po upadku Pierwszego Cesarstwa („Le Journal des Debats”, „Le Moniteur Universel”). Przeważały jednak zdecydowanie efemerydy, pisma — dzienniki czy tygodniki — wydawane przez parę tygodni lub miesięcy, wydawnictwa, których zdążyło się nieraz ukazać kilka zaledwie numerów. W miejsce likwidowanych powstawały inne, redakcje — skromne liczebnie — łączyły się i rozdzielały w rytm politycznych fluktuacji.

W odróżnieniu od ustabilizowanej prasy angielskiej i charakterystycznego dla niej łączenia w jednym piśmie informacji i publicystyki, prasa francuska okresu Rewolucji dzieliła się wyraźnie na informacyjną i polityczną, a w morzu efemerycznych pisemek wiele było takich, które redagował jeden tylko autor i które służyły wyłącznie eksponowaniu jego poglądów politycznych, unikając podawania wiadomości bieżących. Inne znów pisma, przede wszystkim dzienniki, nie parały się publicystyką i opinie swe ujawniały tylko przez odpowiedni dobór faktów.

Nie skrepowana administracyjnymi zakazami wolność wypowiedzi trwała jednak krótko; po dojściu do władzy jakobinów rozpoczęła się era dyktatury rewolucyjnej. Na pierwszy ogień poszła prasa rojalistyczna, a po niej organy tych grup politycznych, które godziły w linię Robes-

pierre'a. Przejściowe złagodzenie ostrej cenzury jakobińskiej i bezwzględnego terroru wobec opozycyjnej publicystyki przyszło wraz z Termidorem (sama tylko prawica reprezentowana była w Paryżu przez 70 pism). Dyrektoriat z kolei równie chętnie jak cenzurą posługiwał się ukrytymi metodami sprawowania kontroli nad prasą (subwencje) lub „ekonomicznymi” środkami walki z pismami przeciwników (np. wyznaczanie wysokich cen sprzedaży). Wszystkie swobody zakończyły się, gdy ster rządów objął Bonaparte: „Jeśli popuszczę cugli prasie — powiedział w 1799 r. — nie pozostaną u władzy nawet trzech miesięcy”.

Za słowami poszły czyny: w początku stycznia 1800 r. zlikwidowano w Paryżu 52 pisma polityczne pozostawiając tylko 13. W 1807 r. pisma prowincjonalne — a było ich dobrze ponad sto — mogły drukować tylko te artykuły, które ukazywały się w oficjalnym piśmie („Le Moniteur de l'Empire”). W 1809 r. pozostawiono tylko po jednej gazecie na departament, a w przemówieniu do Senatu cesarz Francuzów oświadczył: „Drukarnia jest arsenałem, do którego nie każdy powinien mieć wstęp. Uważam za bardzo słuszne, aby tylko ci ludzie, do których rząd ma zaufanie, mogli cośkolwiek wydawać drukiem”. W 1811 r. w Paryżu pozostawiono tylko 4 gazety, które znajdowały się całkowicie pod kontrolą państwa. Za to podczas „100 dni” prasa zyskała całkowitą wolność wypowiedzi, porównywalną tylko z tą, która istniała w pierwszych latach Rewolucji. Odtąd aż po 1881 r., gdy parlament III Republiki uchwalił prawo prasowe, dzieje polityczne prasy francuskiej to nieustanny kontradans: tygodnie lub miesiące swobody (1830 r., 1848 r., Komuna Paryska), okresy liberalizacji przepisów i przestrzegania demokratycznych ustaw (np. pierwszy okres po Restauracji Bourbonów, lata końcowe panowania Napoleona III)

i lata całe cenzury prewencyjnej, wysokich kaucej, podatku stemplowego, procesów prasowych oraz nieustannej walki o wolność słowa.

Próg w rozwoju prasy został jednak przekroczony i żadne represje — uniemożliwiające wypowiadanie pewnych opinii lub zabierające w ogóle głos niektórym kierunkom politycznym czy klasom społecznym — nie mogły powstrzymać dalszych przemian, tak jak ani Restauracja, ani najbardziej konserwatywne poczynania sfer rządzących nie mogły przywrócić całokształtu stosunków społecznych i gospodarczych *ancien regime'u*. Każde rozluźnienie rygorów cenzorskich powodowało natychmiastową reakcję w postaci lawiny nowo zakładanych pism, a gazety informacyjne i organy prasowe związane z głównymi ugrupowaniami burżuazyjnymi i konserwatywnymi ustabilizowały się. Prasa — dzięki rewolucji — na stałe włączyła się w krwiobieg polityki. Nawet po drastycznym zredukowaniu przez Napoleona liczby pism politycznych, w 1800 r. 7 dzienników paryskich miało łączny nakład przekraczający 20 tys. egzemplarzy, tzn. mniej więcej dziesięciokrotnie większy niż przedrewolucyjny „Journal de Paris”. Ograniczenia te natomiast sprawiły, że nastąpiło połączenie prasy ograniczającej się do podawania wiadomości (prasa informacyjna) z prasą formułującą poglądy ideologiczne (prasa opinii).

AMERYKAŃSKA SPECYFIKA

Dzieje prasy amerykańskiej XVIII wieku stanowią jakby połączenie obu wyżej omówionych dróg — angielskiej: ewolucyjnej i francuskiej: rewolucyjnej — które, każda inaczej, wiodły do przekształcenia się prasy w aktywny czynnik życia politycznego kraju. W 1690 r., 70 lat po przybyciu do Nowego Świata statku

„May Flower” i Pielgrzymów, Benjamin Harris, angielski emigrant polityczny, założył pierwsze na kontynencie amerykańskim pismo, miesięcznik „Publick Occurences, Both Forreign and Domestic”. Pisemko to wychodziło tylko przez rok i uległo likwidacji, gdy Harris — korzystając z nieco swobodniejszej atmosfery w kraju — powrócił do Anglii. Kilkanaście lat później, w 1704 r. John Campbell, poczmistrz Bostonu. największego z miast ówczesnej Ameryki (7 tys. mieszkańców), założył „The Boston News-Letter”, pierwsze pismo amerykańskie, od którego zaczyna się nieprzerwana historia prasy na tym kontynencie. Pisemko to, prezentujące się bardzo skromnie i ukazujące się w niewielkim nakładzie (około 300 egzemplarzy), było autoryzowane przez gubernatora i pełniło rolę gazety oficjalnej Kolonii. Trzeba jednak było jeszcze piętnastu lat, aby powstały pisma niezależne od władzy królewskiej — w Filadelfii, Newport i Bostonie.

Jednym z nowo powstałych pism był „The New England Courant”, założony w 1721 r. przez Jamesa Franklina. Stałym współpracownikiem pisma był brat fundatora, Benjamin Franklin, ten sam, który pierwszy „uderzył w strunę niepodległości”. Nie ziściła się więc przepowiednia gubernatora Wirginii, który w 1671 r. dziękował Bogu, że Amerykanie nie mają bezpłatnych szkół i drukarstwa. „Mam nadzieję — mówił — że nie będziemy ich mieć jeszcze sto lat. Albowiem oświata sprowadziła na świat nieposłuszeństwa, herezje i sekty, a drukarstwo jeszcze bardziej je rozpowszechniło, tak jak oszczerstwa przeciw rządowi.”⁸ W 1734 roku rozpoczęła się pierwsza batalia o wolność prasy, zakończona precedensowym i pomyślnym dla dziennikarzy wyrokiem sądu przysięgłych Nowego Jorku, który uniewinnił Petera Zengera, wydawcę tygodnika „Journal”, aresztowanego za krytykę

władz i obrażę gubernatora. Starcia tę oraz powoli narastające napięcie w stosunkach z Koroną przyczyniły się do sformowania pierwszego pokolenia dziennikarzy, w którym prym wiódł Benjamin Franklin, uważany za „ojca” amerykańskiego dziennikarstwa.

Prasa amerykańska miała szczególnie trudne warunki rozwoju: nieliczna ludność Kolonii rozproszona była w małych skupiskach miejskich i osadach-farmach, gospodarka kraju znajdowała się pod kontrolą metropolii, wiele gałęzi przemysłu służących poligrafii w ogóle nie istniało, a władze królewskie sztucznie hamowały ich powstawanie i w rezultacie papier, farby i czcionki trzeba było sprowadzać z Anglii. Mimo to już w latach 1740—1750 ukształtowały się zręby jednolitego rynku prasowego całej Kolonii i choć poszczególne wydawnictwa miały charakter lokalny, ożywiła się wymiana tekstów między redaktorami z odległych nawet miejscowości. W 1741 r. w Bostonie istniało już 5 pism, a w 1765 r. w sześciu koloniach wydawano co najmniej 14 gazet. W 1775 r. po rozpoczęciu pierwszych działań zbrojnych (wojna z Anglią o niezależność), ale jeszcze przed ukonstytuowaniem się władz Republiki, na terenie objętym buntem istniało ponad 30 czasopism, nie było jednak jeszcze ani jednego dziennika. Wielu komentatorów i świadków ówczesnych wydarzeń stwierdziło, że „bez gazet rewolucja w Ameryce nie zostałaby nigdy dokonana”. Gwoli prawdy trzeba stwierdzić, że nie mniejsze, jeśli nie większe, znaczenie miały broszury i pamflety polityczne z nieśmiertelnym *Common Sense* (1776) Thomasa Paine na czele, który rozkolportowano w nakładzie ponad 100 tys. egzemplarzy, gdy nakład największego ówczesnego periodyku, „The Boston Gazette”, nie przekraczał 2 tys. egzemplarzy.

Uchwalony 12 czerwca 1776 r. *Bill of Rights*

of Virginia State postanawiał, że „wolność przekazywania myśli i opinii jest prawem najcenniejszym każdego człowieka; każdy obywatel może mówić, pisać, wydawać swobodnie, z wyjątkiem nadużycia tej swobody w przypadkach określonych prawem”. Słowa te, nieznacznie tylko zmienione, powtórzone zostały kilkanaście lat później w *Deklaracji Praw Człowieka i Obywatela* uchwalonej przez rewolucyjną Francję. Stały się też one podstawą do sformułowania odpowiednich postanowień Konstytucji Stanów Zjednoczonych i na zawsze już weszły do dekalogu nowoczesnej demokracji.

Wojna o niepodległość przyniosła nie tylko niesłychane rozbudzenie aktywności politycznej narodu i zwycięstwo idei demokratycznych. Boykot towarów angielskich i konieczność stworzenia własnego przemysłu przyczyniły się do szybkiej rozbudowy papierni i drukarni, pozwoliły zorganizować własną bazę wydawniczą, znacznie rozwinęły kontakty handlowe i gospodarcze między poszczególnymi stanami i ostatecznie doprowadziły do powstania rynku Stanów Zjednoczonych, szybko rozwijającego się dzięki nieustannemu napływowi emigrantów i nieograniczonym zasobom rodzimych bogactw.

W rok po zakończeniu wojny, w 1783 r., powstaje w Stanach pierwszy dziennik — „The Pennsylvania Evening Post” — a w 1800 r. istnieje już 16 dzienników i około 300 tygodników i innych czasopism. Wobec przeważających jednak — mimo narodzin metropolii miejskich — tendencji decentralizacyjnych i silnego zakorzenienia wśród ludności lokalnego patriotyzmu, a także „ducha pionierskiego”, wobec zasiedlania wciąż nowych obszarów prasa amerykańska końca XVIII i początków XIX wieku przybrała oblicze odmienne niż we Francji czy Anglii. Ogromną część wydawanych tu pism stanowiły organy lokalne, posiadające niewielki zasięg te-

rytorialny, a więc niezbyt wysokie nakłady: najwyższe z nich nie przekraczały 1,5—2 tys. egzemplarzy i pod tym względem ustępowały prasie paryskiej czy londyńskiej. Znacznie więcej wagi przykładano też w nich do spraw miejscowych, konkretnego miasta, osiedla czy hrabstwa, a wiadomości z zagranicy — czyli z Europy — docierające z tak wielkim opóźnieniem, pozostawały na marginesie zainteresowań. Zaciekle walki polityczne między federalistami a demokratami — przy wielkiej swobodzie wypowiedzi — nadawały też prasie amerykańskiej styl, który w Europie pojawiał się tylko w najgorętszych okresach. Brutalne ataki, operowanie argumentami *ad personam*, demagogia, grzebanie się w tajemnicach życia prywatnego były codziennym chlebem polemik, a działacze ówczesni zdawali sobie doskonale sprawę z nieprawości tych metod dziennikarskich. „Gazety amerykańskie — pisał jeden z publicystów w 1799 r. — są wydawnictwami na najniższym poziomie, najbardziej fałszerskie, najbardziej służalcze, najbardziej sprzedajne”.⁹ A jednak ich rola w starciach politycznych i powszechne poczucie wagi, jaką dla systemu republikańskiego miała swoboda wypowiedzi, nie pozwalały politykom na atakowanie zasad wolnej opinii. Thomas Jefferson, którego „codziennie obrzucano błotem”, pisał: „Gdybym miał zdecydować, czy powinniśmy mieć rząd bez gazet czy gazety bez rządu, nie zawahałbym się ani chwili i wybrał ten drugi ustrój”.

Traktując to powiedzenie tak, jak miało ono zapewne znaczyć w intencji autora — metaforycznie — stwierdzić możemy, że w Stanach Zjednoczonych prasa stała się istotnym czynnikiem kontroli społecznej i aktywności politycznej obywateli. Doszło do tego w dwóch etapach: pierwszy z nich stanowił okres usilnych dążeń do rozszerzenia marginesu swobód i tworzenia

zależków prasy opiniodawczej czy polemicznej (okres kolonialny), drugi — wieloletni zryw, który doprowadził do zdobycia i ugruntowania wolności (lata wojny o niepodległość, tworzenia własnej państwowości i oryginalnych struktur politycznych).

W OKOWACH CENZURY: PRASA NIEMIECKA

Jeśli nie liczyć Niderlandów, gdzie prasa cieszyła się znaczną swobodą, ale z uwagi na swoje bądź to zupełnie partykularne zainteresowania (pisma w rodzimym języku), bądź wyłącznie eksportowy charakter (prasa wydawana po francusku) nie odgrywała większej roli w życiu samego kraju, w żadnym państwie nie zaszły w XVIII w. poważniejsze zmiany w jej strukturze. Nie zmieniła się też jej rola wobec całości kształtu stosunków politycznych. A jeśli przemiany takie nastąpiły, z reguły miały one charakter incydentalny i były ograniczone w czasie. Natomiast druga połowa wieku — zwłaszcza ostatnie ćwierćwiecze — przyniosła szybki rozwój ilościowy i powstanie prasy w kilku jeszcze krajach Europy, kilkunastu Ameryki, Azji i Afryki.

Taką właśnie bardzo ograniczoną rolę polityczną odgrywała prasa w osiemnastowiecznych Niemczech, podzielonych na dziesiątki organizmów państwowych, wśród których dwa — Austria i stworzone w początku tego wieku królestwo pruskie — rywalizować zaczęły o wpływy. W małych państewkach niemieckich cenzura prasowa była bardzo rygorystyczna, a wielu władców w ogóle nie widziało potrzeby zakładania pism periodycznych. Na czele prasy niemieckiej, jeśli chodzi o zasięg odbioru, szybkość uzyskiwania informacji i ich rzetelność, znajdowało się hamburskie pismo „Staatund-Gelehrte

Zeitung des Hamburgischen Unpartheyischen Correspondenten”, założone w 1731 r. i wykonywane w swej działalności ściśle związki tego wielkiego portowego i handlowego miasta z Anglią. Fryderyk Wilhelm I zlikwidował natomiast wszystkie istniejące w Prusach pisma, zachowując dwa tylko periodyki berlińskie, które pozostawały pod ścisłą kontrolą władz i w rzeczywistości były pismami oficjalnymi. Zmiany w polityce wewnętrznej dokonane w 1728 r. umożliwiły powstanie szeregu wydawnictw; nie było wśród nich jednak gazet politycznych, a jedynie pisma o charakterze ogłoszeniowym i informacyjno-handlowym.

Wiele innowacji wniosły natomiast rządy Fryderyka II, który „jak wszyscy inteligentni despoty nie zadowolali się... podporządkowaniem sobie prasy, ale rozumiał, że można się nią posłużyć do usprawiedliwienia swoich czynów i do walki ze swoimi wrogami”.¹⁰ Prasa zyskała więc swobodę, ale tylko w zakresie wystąpień wspomagających politykę zagraniczną króla, który sam zresztą chwycił za pióro (seria *Listów naocznego świadka* o wojnie siedmioletniej), inspirował zakładanie — poza stolicą — antyhabsburskich wydawnictw (np. wrocławska „Schlesische Zeitung” z 1742 r.) oraz pism przeznaczonych dla odbiorców zagranicznych („Courrier du Bas-Rhin” i „Gazette de Cologne”). Jednocześnie jednak do dwóch pism berlińskich, które uzyskały przywileje wydawnicze od jego poprzednika, dorzucił zaledwie jedno. W 1776 r. owe trzy stołeczne pisma nie przekraczały 4,5—5 tys. egzemplarzy łącznego nakładu, a gazetki prowincjonalne kontentowały się nakładami rzędu kilkuset egzemplarzy. W 1788 r. — w obliczu narastających za Renem przemian — następca Fryderyka Wielkiego zreorganizował i wzmocnił nadzór prasowy, odbierając prasie resztki i tak skromnej niezależności.

Habsburgowie natomiast trwali w przekonaniu, że prasa może nie tyle nawet zagraża trwałości panującego porządku, ile po prostu jest mało ważna i zbyt słaba. Maria Teresa sprawowała jednak rządy „silnej ręki” i nie tylko nie przyznawała żadnych swobód, ale i nie dopuszczała do szybszego rozwoju ruchu wydawniczego. Nie spodziewany w tej dziedzinie liberalizm Józefa II przyniósł równie niespodziewane owoce: reforma z 1781 r., przewidująca m.in. swobodę wypowiedzi nie tylko w sprawach zagranicznych, ale także w krajowych, spowodowała, że w ciągu kilku lat ilość pism wzrosła z 6 do prawie 50; w 1782 r. powstał pierwszy dziennik austriacki, w 1786 r. istniały już dwa dzienniki. Tak szybki rozwój prasy zdaje się świadczyć o tym, iż czynniki polityczne — arbitralnie narzucana kontrola i ograniczenia, którym podlegali wydawcy — hamując powstawanie nowych pism, nie miały przecież wyłącznego wpływu na te przemiany społeczne (stopniowe upowszechnianie oświaty, postępująca emancypacja mieszczaństwa), które spowodowały wzrost zainteresowań informacjami ze świata. Można sądzić, że przynajmniej pewna część krajów należących do Monarchii Habsburgów, przede wszystkim sama Austria i Czechy, była już w sensie kulturowym „gotowa” do rozbudowania własnej prasy, a grupa potencjalnych odbiorców była w niej wystarczająco liczna. Zerwanie więzów kępujących ruch wydawniczy i paraliżujących swobodę wypowiedzi wywołało efekt podobny do tego, jaki następuje w kotle parowym pod ciśnieniem, w którym nagle pojawiło się pęknięcie. Era józefińska zakończyła się jednak równie nagle jak się rozpoczęła. W roku 1789 — roku Rewolucji Francuskiej — wprowadzono podatek stemplowy, który podważył byt większości pism, a w rok później została przywrócona bardzo surowa cenzura.

Zrodzony z tych obostrzeń prowincjonalizm i miałość ideowa prasy niemieckiej, jej odwracanie od istotnych spraw bieżących, spowodowane niedostatkami informacji (często wynikającymi z wadliwego funkcjonowania systemu komunikacyjnego), narzucały negatywny do niej stosunek. Przypomnieć warto znaną wypowiedź Goethego: „Jeśli nie czytało się przez kilka miesięcy prasy i jeśli zbierze się ją razem, dopiero wtedy można się przekonać, ile czasu traci się nad tymi kartkami papieru”. Jakkolwiek ostra, była to opinia w poważnym stopniu sprawiedliwa, gdyż ówczesna prasa niemiecka niczego nie proponowała, a o bardzo niewielu rzeczach informowała. Podobnie jak we Francji *ancien regime'u*, miejsce idei politycznych i politycznych polemik zająć musiały — zastępczo — dyskusje i dociekania literackie czy literacko-naukowe. Po sukcesie naśladowców i tłumaczy londyńskiego „Spectatora”, w drugiej połowie wieku powstało w Niemczech kilka — ważnych dla życia ideowego narodu i nie ustępujących poziomem wydawnictwom francuskim — pism literackich i naukowych: „Allgemeine Deutsche Bibliothek” (1765), „Deutsche Merkur” (1773), „Deutsche Museum” (1775).

PRASA NA ŚWIECIE U PROGU XIX WIEKU

W niektórych krajach europejskich — np. w Polsce i w Hiszpanii — lata osiemnastego XVIII wieku przyniosły nasilenie wewnętrznej aktywności i rozwój nowych ideologii, odpowiadające z grubsza rzecz biorąc temu, co działo się we Francji ostatniej, przedrewolucyjnej dekady. Ożywienie to, związane z próbami wprowadzenia reform i przekształcenia feudalnych struktur politycznych, przyniosło w rezultacie rozwój rodzimej prasy (w Hiszpanii w 1788 r. ukazy-

wało się około 50 pism, w Polsce w 1792 r. istniało około 20 pism) i wzmożenie, zwłaszcza w Hiszpanii, importu prasy francuskiej oraz francuskojęzycznych wydawnictw niderlandzkich. Prądy oświeceniowe dotarły też do najdalszych zakątków kontynentu. W Rosji, gdzie aż do połowy wieku liczba jednocześnie ukazujących się pism nie przekraczała dwóch lub co najwyżej trzech, w 1786 r. istniało już 15 wydawnictw periodycznych, w tym trzy dzienniki. Powstały także pierwsze pisma w Norwegii (1763), Finlandii (1771 w języku szwedzkim, w 1776 w języku fińskim), na Węgrzech (1780 pierwsze pismo w języku rodzimym). W ciągu następnego dziesięciolecia powstały pisma serbskie (1791) i słoweńskie (1797). Ekspansja — zrazu tylko ideologiczna, później i militarna — Rewolucji Francuskiej wywarła niewątpliwie wpływ na szybki rozwój prasy szwajcarskiej, której w latach 1798—1803 przybyły 102 pisma, a przemiany zachodzące pod wpływem tej rewolucji w Anglii przyczyniły się do szybkiego rozwoju prasy irlandzkiej, która zwielokrotniła swój stan posiadania z 3 pism w 1782 r. do ponad 30 w 1795 r.

We wszystkich tych krajach rozwój lub powstanie prasy odbywały się w sposób zbliżony do tego, który obserwować można było w Austrii: zwycięstwo tendencji liberalistycznych otwierało natychmiast drogę szybkiemu wzrostowi liczby wydawanych pism; reakcją władców na krwawy przebieg wydarzeń we Francji było mnożenie zakazów i wzmacnianie cenzury, powodujące albo zupełne zahamowanie rozwoju ilościowego prasy (jak w Rosji), albo wręcz cofnięcie się jej do stanu z połowy wieku (jak w Hiszpanii i w Polsce okresu II i III rozbioru). Tylko w nielicznych wypadkach, gdy wspomnianym tendencjom liberalistycznym towarzyszyło rozprężenie w dotychczasowej administra-

cji, a proces ten przebiegał równoległe z ruchami politycznymi, zmierzającymi do wprowadzenia reform — tak właśnie było w Polsce, Hiszpanii i w odmiennym nieco kontekście także w Irlandii — prasa stawała się (obok broszur, ulotek, pamfletów) istotnym czynnikiem walki politycznej. Na ogół jednak znajdowała się ona pod ścisłą kontrolą rządów, miała bardzo ograniczone lub wręcz żadne możliwości wypowiedzenia się, a zarówno szybkość przekazywania informacji, jak i zakres tematyczny pism niewiele różniły się od tego, który charakteryzował np. prasę Prus.

W drugiej połowie wieku XVIII prasa rozpowszechniła się także na innych kontynentach, przede wszystkim w Ameryce Środkowej i Południowej. Przed 1750 r. powstały pisma w angielskiej kolonii na Jamajce (1718), w Meksyku (1729), Gwatemali (1729) i Peru (1744). W ciągu następnych pięćdziesięciu lat własne pisma założyły kolejno Kuba (1764), Kolumbia i Ekwador (1785), a na początku XIX wieku — Argentyna (1801), Urugwaj (1807), Brazylia i Wenezuela (1808), Chile (1810). W 1800 r. powstało pierwsze pismo afrykańskie — był to tygodnik wydawany w Kapsztadzie w dwóch językach: angielskim i afrykanerskim. W 1780 roku zaczęła się ukazywać pierwsza gazeta w Indiach (na razie w języku angielskim, dopiero w 38 lat później — po raz pierwszy w bengali). W 1811 r. powstało pierwsze pismo na Filipinach (w języku hiszpańskim). Pierwociny prasy pozaeuropejskiej — jeśli nie liczyć angielskich kolonii w Ameryce Północnej — były bardzo skromne. W ogromnej większości prasa tam wydawana była prasą oficjalną, pozostającą nie tylko pod kontrolą, ale najczęściej w gestii administracji kolonialnej. Ogromne, słabo zaludnione przestrzenie, brak dużych ośrodków miejskich powodowały — przy i tak

już wprowadzonej przez władze reglamentacji — skąpy napływ informacji oraz znaczne, często wielomiesięczne opóźnianie ich druku. Były to główne hamulce rozwoju tej prasy. W 1800 r. w całej Ameryce hiszpańskiej istniało tylko 25 drukarni, skupionych w kilku zaledwie ośrodkach. Niemniej fala idei Oświecenia dotarła i tu — za pośrednictwem hiszpańskim; pojawiać się zaczęły w drugiej połowie wieku pisma literackie, „moralne”, na poły publicystyczne, na poły informacyjne (najbardziej znane z nich to „Mercurio Peruano” z Limy). Nowe idee, które po części zmaterializowały się w wyniku wieloletnich wojen wyzwoleniczych i usamodzielnienia się dawnych kolonii hiszpańskich (na kontynencie) i portugalskiej Brazylii, krążyły w tym okresie — bezpośrednio poprzedzającym wybuch rewolucji antykolonialnej (1809—1810) — raczej za pośrednictwem książek, broszur i pamfletów importowanych z Europy i USA oraz korespondencji prywatnej niż nielicznych i kontrolowanych pisemek.

Prasa na przełomie XVIII i XIX w. miała już więc zasięg światowy, ale była to oczywiście prasa ogromnie zróżnicowana, zależnie od istniejącej w danym kraju sytuacji społecznej i układu sił politycznych, od stopnia rozpowszechnienia umiejętności czytania i pisania, od chłonności intelektualnej odbiorców, od stopnia zainteresowania mieszczaństwa wydarzeniami politycznymi i gospodarką towarową. Represje stosowane w latach Świętego Przymierza, reakcyjna w wielu krajach polityka wobec liberalnych i wolnościowych zrywów przełomu wieków spowodowały zahamowanie wzrostu liczby wydawanych czasopism oraz powstrzymały na pewien czas rysujące się przemiany tematyczne prasy. Zjawisko to można zaobserwować nawet w tych państwach, które — jak np. Anglia — weszły zdecydowanie na drogę gospodarki kapi-

talistycznej. Jakby po wielkim zrywie z końca XVIII wieku inicjatywa, inwencja, nieposkromiona dążność do zmian wyczerpały się i musiał przyjść okres wytchnienia przed następnym „wielkim skokiem”, który w ciągu kilkudziesięciu lat doprowadził do powstania prasy przeznaczonej dla szerokich mas publiczności.

Wiek XVIII przyniósł więc narodziny prasy politycznej — prasy, która stała się trybuną służącą wygłaszaniu opinii, pośrednikiem w propagowaniu idei i koncepcji politycznych, narzędziem walki, instrumentem w ręku polemistów. Pamiętać jednak trzeba, iż w tym okresie tylko w kilku krajach ten wzór prasy zdołał się zakorzenić na stałe. Co istotniejsze jednak, idee wyrażone w *Bill of Rights of Virginia State* i we francuskiej *Karcie Praw Człowieka i Obywatela* legły już wtedy u podstaw nowej koncepcji określającej miejsce prasy w społeczeństwie. I choć w zdecydowanej większości krajów — w tym i w samej Francji — na realizację ich przyszło czekać jeszcze dziesiątki lat, a i ponad wiek nawet, powracały one przez całe XIX stulecie wszędzie tam, gdzie czyniono wysiłki zmierzające do obalenia feudalnych i postfeudalnych struktur politycznych. W wieku XVIII nastąpiło także wykryształowanie się różnych typów prasy, zróżnicowanych pod względem zawartości. Powstał więc dziennik, zapoczątkowujący wejście na łamy prasy informacji o wydarzeniach rzeczywiście codziennych, bliskich czytelnikowi, informacji, które przeniosły się do gazet z plotek i gadek ulicznych, z ulotnych afiszy i kupieckich kantorów. Były to opisy wypadków, sensacje dnia, relacje z sal sądowych, nekrologi, reklamy i ogłoszenia, notowania giełdowe. Powstała też tzw. prasa moralna — wyprawdzająca filozofię i literaturę z salonów arystokratycznych i gabinetów myślicieli do kawiarni, pubów, living-roomów mieszczańskich

— pierwociny dzisiejszej prasy społeczno-kulturalnej, popularnonaukowej i magazynów. Powstały pierwsze pisma specjalistyczne — ogłoszeniowe, rolnicze i naukowe.

Klasa, która sięgnęła wówczas po władzę, sięgała również po gazetę, potrzebowała tych gazet coraz więcej, stawiała też nowe wymagania wobec ich zawartości informacyjnej. Klasą tą była burżuazja: dynamiczna, walcząca, liczniejsza, bardziej zróżnicowana niż szlachta. Taka też musiała stać się jej prasa.

Po Anglii, która kontynuowała zapoczątkowaną w połowie XVIII wieku rewolucję przemysłową, w ciągu następnego stulecia na tę samą drogę wkroczyły inne państwa europejskie oraz Stany Zjednoczone Ameryki. Wynalazki techniczne, gwałtowny wzrost produkcji, powstanie nowych możliwości transportowych i komunikacyjnych następowały równolegle z istotnymi przemianami społecznymi i politycznymi, dlatego mówi się często opisując tę epokę o rewolucji cywilizacyjnej. Odnosi się to rzecz jasna — podobnie jak i w okresach poprzednich — do niektórych tylko państw i regionów świata, gdyż i w tej epoce prawo nierównomiernego rozwoju dawało o sobie znać, może nawet tym wyraźniej, im szybszy był postęp w krajach przodujących.

W niespotykanym tempie wzrastała ludność: liczba mieszkańców Wielkiej Brytanii wynosiła w 1811 r. około 18 mln, a około 38 mln w roku 1891, w Stanach Zjednoczonych, do których nie ustawał napływ emigrantów, w latach 1830—1910 liczba mieszkańców zwiększyła się trzykrotnie (do 76 mln). Wzmogły się — również w tempie poprzednio nie znanym — tendencje urbanizacyjne (w Anglii w 1801 r. w miastach mieszkało około 40% ludności, a w 1891 r. już ponad 70%). Obok metropolii, stanowiących cen-

tra administracyjne krajów, powstawać zaczęły wielkie aglomeracje przemysłowe. Od połowy wieku w państwach Europy zachodniej i w Stanach Zjednoczonych obok szybkiego wzrostu liczebnego klasy robotniczej nastąpiła istotna podwyżka realnych dochodów ludności pracującej, szczególnie wyraźna w Anglii i Francji, w mniejszym stopniu w USA i w Niemczech. Sukcesywnie skracano czas pracy w przemyśle z 12—14 godzin w połowie wieku do 8—10 godzin w końcu stulecia. W przodujących pod względem rozwoju przemysłowego krajach dokonał się wielki postęp, jeśli idzie o poziom wykształcenia: we Francji w 1826 r. około 60% dorosłych nie umiało czytać i pisać, pięćdziesiąt lat później analfabeci stanowili już tylko 30% ogółu dojrzałej ludności; w Stanach Zjednoczonych analfabetyzm jako zjawisko masowe został wykorzeniony w ostatnich dziesięcioleciach XIX wieku (w 1880 r. analfabeci stanowili 17% mieszkańców, w 1910 r. już tylko 8%). Przyczyną tych zmian było dążenie do upowszechnienia wykształcenia podstawowego, które — stymulowane m.in. przez wzrastające wymagania dotyczące poziomu intelektualnego robotników — coraz częściej stawało się obowiązkowe (w Anglii od 1870 roku, w USA w latach 1870—1880, we Francji od 1882 r.).

Ściśle z tym powiązane było rozszerzanie się swobód obywatelskich, wyrażające się m. in. przyznawaniem prawa wyborczego (Anglia, Niemcy 1871, Francja 1875) coraz liczniejszym kategoriom ludności. Jeżeli nawet utrzymały się monarchie, to — co prawda tylko w Europie zachodniej — suwerenna władza panujących została ograniczona przepisami konstytucyjnymi. We wszystkich tych krajach prasa została formalnie uznana za wolną, a społeczeństwu zagwarantowano odpowiednimi przepisami swobodę wypowiedzania się.

Rzecz jasna — wiemy o tym dobrze z najbardziej nawet wstępnego wykładu historii powszechnej omawianej epoki — przemiany polityczne nie wynikły automatycznie z narastających przemian gospodarczych czy społecznych. Wszędzie zwiększenie zakresu swobód było osiąganę w ogniu walk, które przybierały wielokrotnie formę zbrojnych powstań i wojen domowych (m.in. Francja 1830, 1848, 1871; Niemcy 1848/1849, Austro-Węgry w tych samych latach, wojna secesyjna w Stanach Zjednoczonych w latach 1861—1865). Starcia zbrojne oraz strajki, wiece czy manifestacje, a także walki polityczne typu parlamentarnego angażowały już bardzo szerokie masy ludności bezpośrednio zainteresowane ich wynikiem. Wiek XIX był także wiekiem ruchów narodowyzwoleńczych (Polska, Grecja, Bałkany) i silnych dążeń do zjednoczenia rozczłonkowanych narodów (Niemcy, Włochy), wiekiem istotnych wydarzeń militarnych (wojna krymska, wojna austriacko-pruska, wojna francusko-pruska), wiekiem gwałtownej kolonizacji rozległych kontynentów azjatyckiego i afrykańskiego. Wszystkie te zjawiska budziły najżywsze zainteresowanie i — co ważniejsze — coraz liczniejsze warstwy społeczne czuły się ich współuczestnikami.

Przemiany społeczne, polityczne i kulturalne następowały w poszczególnych krajach w niejednakowym tempie. Zasadniczo jednak żadne z państw europejskich nie uniknęło ich, choć w niektórych dopiero w pierwszych dziesiątkach lat naszego wieku ostatecznie ukształtowały się zręby ustrojowych demokracji typu kapitalistycznego. Wszędzie jednak tam, gdzie — na trwałe lub tylko na czas krótki — przewagę uzyskiwały elementy tego nowego układu, notujemy niejako automatyczny wzrost ilościowy prasy, szybkie powiększanie się nakładów czasopism. Np. na początku 1848 r. jedna z największ-

szych gazet niemieckich — „Kölnische Zeitung” — drukowana była w około 9 tys. egzemplarzy, w kwietniu tegoż roku, gdy fala Wiosny Ludów objęła Niemcy, nakład dziennika skoczył do ponad 17 tys. egzemplarzy, by w 1851 r., po przywróceniu „pokoju społecznego”, spaść poniżej liczb osiągniętych w przededniu rewolucji. W całej monarchii Habsburgów w 1846 r. ukazywały się 173 pisma, zaś w ciągu rewolucyjnego roku 1848 w jednym tylko Wiedniu założono 227 nowych gazet. Podobne zjawiska obserwować można wszędzie, także i tam, gdzie prasa jednym lub serią związanych ze sobą aktów prawnych uzyskiwała swobodę wypowiedzi: we Francji w 1860 r. ukazywało się około 1600 pism, w dziesięć lat przybyło tam mniej więcej około setki nowych tytułów, w ciągu następnego dziesięciolecia (1870—1880), w czasie którego ostatecznie utrwalił się reżim republikański i uchwalona została demokratyczna konstytucja, ilość pism wzrosła do ponad 3,2 tys.

Nie byłoby jednak — jak się wydaje — właściwe stawianie na pierwszym planie płaszczyzny politycznej i politycznych wydarzeń jako jedynych stymulatorów rozwoju prasy, nawet jeżeli stwierdzimy, iż tylko w określonych warunkach prawno-politycznych prasa mogła rozwinąć swe możliwości i tylko wtedy mogły zostać „uruchomione” wszystkie mechanizmy ujawniające rzeczywiste zapotrzebowanie publiczności na prasę. U podłoża bowiem tej niezwyklej dynamiki rozwoju ilościowego zawsze leżały jakieś dokonane już przemiany społeczne i kulturowe, a zniesienie cenzury czy ograniczeń wydawniczych (podatki stemplowe, akcyza od papieru, podatki ogłoszeniowe) pozwalało tylko odpowiedzieć na istniejące potrzeby. Np. po zakończeniu w 1865 r. amerykańskiej wojny domowej na arenie politycznej tego kraju „nie działo się nic nadzwyczajnego”: żadnych większych wojen,

żadnych przewrotów ani rewolucji, żadnych nowych aktów prawodawczych, które by w zasadniczy sposób zmieniały warunki egzystencji prasy. A jednak gdy w 1860 r., w przededniu wojny secesyjnej, ukazywało się w Stanach około 4 tys. pism, a w 1870 r. liczba ich przekroczyła 5,8 tys., to w 1880 r. było już ponad 11 tys. wydawnictw periodycznych, zaś w 1890 r. ponad 17,5 tys. W Anglii seria ważnych zmian politycznych nastąpiła w latach sześćdziesiątych (m.in. w 1867 r. przyznano prawo głosu robotnikom przemysłowym, w 1872 r. wprowadzono tajne głosowanie w wyborach do parlamentu), a liczba pism wzrosła między 1867 a 1877 r. z około 2,1 tys. do zaledwie 2,5 tys., by podczas następnych trzech tylko lat — w których nie dokonywały się żadne istotniejsze reformy — osiągnąć około 4 tys. W Niemczech w 1859 r. ukazywało się około 2,5 tys. pism. W ciągu następnych 18 lat — w czasie których Prusy wygrały trzy wojny, doprowadziły do zjednoczenia ogromnej części narodu pod panowaniem Hohenzollernów i wprowadziły liberalną konstytucję — przybyło około 1,2 tys. pism, natomiast tylko w ciągu następnych trzech lat liczba ich zwiększyła się aż o około 1,8 tys. W Rosji, gdzie zacofanie gospodarcze, społeczne i kulturalne limitowało ilość wydawanych pism, a ostry reżim polityczny stwarzał permanentną możliwość nagłego rozwoju prasy w okresach jego załamania się, reformy przeprowadzone w latach sześćdziesiątych (uwolnienie chłopów) nie miały doraźnego nawet ani jednoczesnego z ich wprowadzeniem wpływu na stan prasy: w 1865 r. ukazywało się tu 328 pism, w 1870 r. — 337, ale już w 1877 r. liczba ich sięgała 500 tytułów, by w trzy lata później przekroczyć 550.

Zasadna wydaje się więc hipoteza, że w drugiej połowie XIX wieku nastąpiła kumulacja wielu — dotychczas występujących jakby w izo-

lacji — czynników społecznych i kulturowych (urbanizacja, uprzemysłowienie, ekspansja kolonialna, upowszechnienie oświaty, masowe procesy migracyjne etc.), które wyznaczały tempo i kierunki rozwoju prasy, regulowane zaś były czynnikami politycznymi.

Tempo rozwoju prasy w XIX wiek u zobrazowaliśmy na przykładzie kilku krajów, spróbujmy teraz zgromadzić porównywalne dane dla państw różniących się stopniem uprzemysłowienia, społecznym i politycznym układem sił (tab. 2), aby w dalszym ciągu rozdziału przejść do wskazania kierunków tego rozwoju.

Tablica 2

Liczba wydawanych pism (1830—1880)

Państwo	Lata*			
	ok. 1830	ok. 1850	ok. 1860	ok. 1880
USA	851	2521	4035	11 207
Belgia	34	202	244	591
Austro-Węgry	b. d.	176	344	1 803
Rosja	73	135	328	560
W. Brytania	300	550	1583	4 082
Brazylia	b. d.	80	b. d.	279

* By uprościć obliczenia, dla wszystkich państw przyjęto jako cezurę okrągłe dziesięciolecie, ponieważ nie zawsze zgromadzone dane dotyczyły tych samych lat (np. przy niektórych państwach brak jest danych za rok 1850 i tam pod datą 1850 umieszczone zostały liczby za lata 1846, 1848 lub 1851).

WYNAŁAZKI I UDOSKONALENIA

Przedtem trzeba jeszcze kilka słów poświęcić przedstawieniu tych wynalazków i udoskonaleń, które dały techniczne możliwości zaspokojenia rosnących potrzeb. Szybkość przekazywania informacji, czas i możliwości ich powielania oraz szybkość i możliwości ich dystrybucji są głównymi wyznacznikami postępu

w technologii produkcji prasowo-wydawniczej. Absurdem byłoby drukowanie kilkuset tysięcy egzemplarzy dziennika, gdyby na wiadomości z odległego o 100 km miasta trzeba było czekać osiem lub dziesięć godzin, na informacje zaś z drugiego końca nawet tak niewielkiego jak Europa kontynentu — miesiąc lub kilka tygodni. I gdyby na wydrukowanie tej liczby egzemplarzy gazety trzeba było kilkuset lub kilku tysięcy ręcznych pras, a ich kolportaż zabierałby więcej czasu niż zdobycie i dostarczenie wiadomości.

Technologiczne możliwości przekazywania i powielania wiadomości zwiększyły się znacznie w ciągu XIX wieku dzięki zastosowaniu w drukarstwie i łączności ogromnej liczby wynalazków i udoskonaleń. W latach trzydziestych trzy największe dzienniki londyńskie uruchomiły własną komunikację z koloniami brytyjskimi w Indiach: wiadomości przekazywane były kapitanowi statku wyruszającego z Bombaju, w Suezie kopertę przejmował goniec, który na dromaderze pędził do Aleksandrii, tam wręczał przesyłkę dowódcy statku płynącego do Marsylii, w porcie marsylskim odbierał ją specjalny goniec konny i przewoził do paryskiej ekspozytury, dalej przesyłka docierała przez specjalnego gońca, statkiem i znów przez gońca do centrali londyńskiej. Taka organizacja łączności pozwalała na wydrukowanie wiadomości o wydarzeniach sprzed 3—4 miesięcy. Rozbudowa linii pozwoliła w kilka lat później skrócić czas tej wędrówki do 1,5 miesiąca. Większej szybkości od żaglowców, wielbłądów i koni nie można było wymagać.

W 1830 r. uruchomiono pierwszą regularną linię kolejową (Manchester—Liverpool), w 1838 roku angielski parowiec „Great Western” pobił rekord szybkości na Atlantyku: ocean został przebyty w 15 dni. W 1840 r. łączna długość linii kolejowych na świecie wynosiła około 7,7 tys.

km, w 1850 r. około 38,6 tys. km, w 1870 r. około 211 tys. km. W 1844 r. po raz pierwszy — nie licząc nieudanych prób z lat trzydziestych — dokonano transmisji telegraficznej. W 1851 r. kabel podmorski połączył Anglię z Francją, w 1866 roku uruchomiono kabel transatlantycki. W 1860 roku łączna długość połączeń telegraficznych na świecie przekraczała już 126 tys. km. Czas zbierania informacji i przekazywania ich został na znacznym obszarze Europy i Stanów Zjednoczonych niezmiernie skrócony. Transport kolejowy umożliwił szybki kolportaż czasopism: w 1848 r. jeden z numerów londyńskiego „Daily News” zawierający pełny tekst przemówienia Roberta Peela w sprawie ceł zbożowych, ogłoszonego w ciągu mijającej właśnie nocy, trafił do sprzedaży ulicznej już o godz. 5 rano; o godz. 8 numer ten dostarczono czytelnikom w Bristolu i Liverpoolu, o godz. 11 mogli się z nim zapoznać mieszkańcy miast szkockich, następnego dnia rano treść przemówienia poznali mieszkańcy Paryża.

Równoległe następowały zmiany w technice poligraficznej i piapiernictwie. W 1803 r. uruchomiono pierwszy raz na skalę przemysłową produkcję papieru w belach (Anglia): wydajność przeciętnej papierni wzrosła około 10 razy, co przyczyniło się nie tylko do zwiększenia podaży, ale także do redukcji cen, które około 1840 r. były dwukrotnie niższe niż na początku stulecia. W połowie wieku daleko zaawansowane były już próby produkowania papieru z drzewa. Zastosowanie tego wynalazku w latach sześćdziesiątych spowodowało dalszą obniżkę cen papieru, a także zwiększyło możliwości surowcowe. W 1811 r. Frederick Koenig skonstruował pierwszą maszynę cylindryczną, która drukowała 300 stron *recto* na godzinę, a w 1814 r. zastosował do niej maszynę parową, która pozwalała na drukowanie 1100 stron *recto* na godzinę: „znaczenie tego faktu — pisali Charles A. i Mary R. Beard —

było donioślejsze niż upadek Napoleona w rok później”.¹ Maszyna udoskonalana w ciągu następnych 30 lat osiągnęła wydajność około 7—8 tys. stron *recto* na godzinę. W 1846 r. amerykański wynalazca i drukarz Robert Hoe skonstruował maszynę drukarską cylindryczną (rotacyjną), która mogła drukować 12—18 tys. stron *recto* na godzinę. W 1866 r. nowe udoskonalenia pozwoliły na druk z roli zamiast z arkusza i jednocześnie odbijanie tekstu na obu stronach (*recto-verso*). Dalsze zmiany konstrukcyjne doprowadziły w 1887 r. do zbudowania maszyny w pełni rotacyjnej, drukującej około 60 tys. arkuszy *recto-verso* na godzinę, a w tym samym roku nowa maszyna zainstalowana w nowojorskim dzienniku „The World” mogła drukować 48 tys. arkuszy ośmiostronicowych na godzinę. Innymi słowy, w ciągu przeszło 350 lat dzielących wynalazek Gutenberga od wynalazku Koeniga wydajność prasy drukarskiej zwiększyła się około 10-krotnie, od momentu zaś zainstalowania maszyny parowej przez „Times” do pulitrowskiego „Worldu” minęły 73 lata, a wydajność zwiększyła się 110 razy. Trwały także i przynosiły pozytywne rezultaty próby skonstruowania urządzeń do mechanicznego składu czcionek: 1860 r. pierwsza mechaniczna odlewarka, 1866 — pierwszy skład częściowo zmechanizowany, 1884 — pierwszy skład w pełni mechaniczny (linotyp Ottmara Mergenthalera). Wykwalifikowany i biegły składacz ręczny mógł osiągnąć wydajność sięgającą składu 2000 znaków na godzinę, pierwsze urządzenia mechaniczne pozwoliły na składanie 6000 znaków w ciągu godziny. W drugiej połowie XIX wieku na łamach gazet pojawiły się pierwsze fotografie (1865 r. w „Figaro”, od 1873 r. w „New York Daily Telegraph”), a skonstruowanie w końcu wieku (1895) maszyny rotacyjnej dla heliografiury umożli-

wiło powstanie i rozwój wielkonakładowej prasy ilustrowanej.

Przemiany gospodarcze, społeczne, kulturowe i polityczne — pozostające we wzajemnych związkach — powodowały wzrost zapotrzebowania na informacje w ogóle i na prasę, a wynalazki i udoskonalenia techniczne pozwalały zaspokoić to zapotrzebowanie. Wymagało to jednak gruntownych przekształceń, obejmujących całokształt działalności prasowej, a więc przekształceń zarówno w zakresie treści czasopism, uprawianych gatunków dziennikarskich i istniejących typów pism, a także stosunków własnościowych, źródeł informacji, kalkulacji wydawniczej. Proces przemian zapoczątkowany został w latach 1830—1840, mniej więcej równocześnie i — jak się wydaje — zupełnie niezależnie w USA, Francji i Anglii. We Francji nowy typ prasy znalazł w momencie wprowadzenia go najgłębsze teoretyczne uzasadnienie, w tym też kraju prasa nowego typu pierwsza sięgnęła po światowe rekordy poczytności. Od niej zaczniemy więc nasz opis.

FRANCJA: OD GIRARDINA DO MILLAUDA

W końcu trzeciego dziesiątka lat XIX wieku w Paryżu istniało 10—12 dzienników, których łączny nakład jednorazowy sięgał 60—70 tys. egzemplarzy. Największy wśród nich — „Le Constitutionnel”, jeden z organów opozycji — drukowany był w około 20 tys. egzemplarzy, drugi z kolei (także opozycyjny) „Journal des Debats” nie przekraczał 12—13 tys. egzemplarzy. Dwie ogólne cechy dotyczyły wszystkich dzienników: finanse opierały się na dochodach z prenumeraty, co przy dość wysokim podatku stemplowym czyniło pisma stosunkowo drogimi i wydatnie zmniejszało ilość nabywców, poszczególne redakcje były ściśle związane z istniejący-

mi ugrupowaniami i prądami politycznymi, uprawiały publicystykę oraz selekcjonowały zamieszczane informacje zgodnie z założeniami tych grup i kierunków. Zwężyło to krąg czytelników każdego pisma do zwolenników owej polityki.

Emil de Girardin, dwudziestoparoletni, dynamiczny dziennikarz i wydawca, w 1831 r. przedstawił publicznie projekt reformy prasy, w którym zmierzał do zreorganizowania dzienników na wzór dochodowych kapitalistycznych przedsiębiorstw. Stwierdził on, że przy utrzymaniu się dotychczasowego stanu rzeczy — niskich nakładów i wysokich cen — wydawnictwa muszą być deficytowe i korzystać z subwencji lub „zjadać” kapitał zakładowy. W ciągu kilku lat Girardin przygotowywał podjęcie realizacji swego pomysłu i 1 lipca 1836 r. ukazał się jego dziennik „La Presse”, oparty na nowych założeniach: aby dotrzeć do szerokiego ogółu gazeta powinna przede wszystkim informować, a nie komentować, znaleźć nabywców w różnych klasach i warstwach społecznych, wśród zwolenników różnych kierunków politycznych oraz obniżyć cenę w ten sposób, żeby stać się dostępną dla setek, a nie dziesiątków tysięcy odbiorców.

„La Presse” obniżyła cenę do połowy tej, jaką pobierały inne dzienniki paryskie, a Girardin dokonał wielu zmian w układzie materiałów, porządkując poszczególne działy i wyznaczając im stałe miejsce. Kalkulacja finansowa przewidywała też, że „abonent — jak pisano w pierwszym numerze „La Presse” — nie powinien płacić więcej, niż wynoszą koszty papieru, druku, opłaty stemplowej i poczty”, resztę (koszty redakcyjne i administracyjne) należało uzyskiwać z ogłoszeń, co miało pozwolić na zrównoważenie bilansu pisma i przynieść dochody.

Tego samego dnia ukazał się inny dziennik — „Le Siecle”, wydawany przez Armanda Dutacq

— oparty na identycznych założeniach ogólnych. Rozpoczęła się rywalizacja między obu wydawcami, tym ostrzejsza, że Girardin wbrew własnym słowom uprawiał politykę i to prorządową, co (jak wiadomo) zawsze stawia dziennikarza w trudniejszej sytuacji wobec publiczności niż działalność opozycyjna, która właśnie była domeną Dutacqa. W rezultacie nakład „Le Siecle” wzrastał znacznie szybciej niż nakład „La Presse”, a dziennikarze opozycyjni okazali się godnymi rywalami reformatora prasy, jeżeli chodzi o wprowadzenie na łamy pisma nowych pomysłów, które miały przyciągnąć czytelników. Jeden z takich pomysłów pozostał w prasie na stałe: był to regularny druk powieści odcinkowej, zarzucony i zapomniany po eksperymencie Daniela Dofoe z 1719 r. Już w kilka tygodni po założeniu wspomnianych dzienników, w jednym z numerów „Le Siecle”, na dole pierwszej strony, w miejscu dotąd tradycyjnie rezerwowanym dla recenzji literackich lub teatralnych, pojawiły się pierwsze nowele w odcinkach. W październiku „La Presse” przystąpiła do konkurencji ze *Starą panną* Balzaka. „Rozgorzała — piszą autorzy monografii prasy francuskiej — bezlitosna walka. W każdej redakcji starano się o jak najatrakcyjniejszy materiał literacki i zabiegano o jak najpopularniejszych autorów”.²

W ślad za Girardinem i Dutacciem musiały pójść inne dzienniki stołeczne i wszystkie, pod presją zmniejszającej się poczytności, obniżyły ceny, rozwinęły działy informacyjne, przystąpiły do drukowania powieści w odcinkach, co ratowało niektóre z nich od katastrofy (np. dawny potentat, „Le Constitutionel”, drukując w 1844 r. słynnego *Zyda wiecznego tułacza* Sue’go zwiększył w ciągu kilku dni swój nakład z 3 do 40 tys. egzemplarzy). W dziesięć lat po ukazaniu się nowatorskich dzienników jednorazowy nakład „Le Siecle” sięgał 35 tys. egzemplarzy, „La Pres-

se" i „Le Constitutionnel” 22—23 tys. Opłata stemplowa zbierana była we Francji: w 1828 r. od 28 mln egzemplarzy rocznie, w 1836 r. od 42 mln, a w 1846 r. od 80 mln egzemplarzy. Na początku siódmego dziesięciolecia, w przededniu uczynienia nowego kroku ku upowszechnieniu prasy, jednorazowy nakład prasy paryskiej przekraczał 200 tys. egz., a największego dziennika (był nim wciąż „Le Siecle”) — 50 tys. Oczywiście w okresie rewolucji 1848 r. na czas krótki nakłady niektórych pism znacznie przekraczały tę liczbę, zbliżając się do 100 tys. egz.

Choć deklarowano „apolityczność”, zwracano uwagę największą na rozbudowywanie działów informacyjnych, korzystano ze wszystkich nowinek technicznych mogących usprawnić pracę redakcji i drukarni. Mimo dotarcia do nowego, wielkiego kręgu czytelników rekrutujących się spośród warstw urzędniczych, bogatszego drobnomieszczactwa, wiejskiej i małomiasteczkowej inteligencji — model Girardina nie pozwalał na dalszy wzrost nakładów, gdyż nie odwoływał się do potrzeb i możliwości najszerzych warstw ludności, w pierwszym zaś rzędzie do proletariatu miejskiego, rzemieślników, subiektów etc. Bariera ta została przełamana w 1863 r. przez Polydora Millauda, który 1 lutego wydał pierwszy numer nowego dziennika: „Le Petit Journal”. Mały format, cena niższa do 5 centymów, kąśliwy felieton na pierwszej stronie, informacje, informacje... Latem gazeta wychodziła już w 40 tys. egzemplarzy, jesienią w 80 tys., zimą w 100 tys. Po dwóch latach nakład przekroczył 250 tys. egzemplarzy, po sześciu — 350 tys.

Na czym opierał się Millaud lansując nową formę dziennika, obrazuje doskonale przebieg wydarzeń latem 1869 r. 23 sierpnia redakcja poinformowała o wykryciu sensacyjnego morderstwa dokonanego na rodzinie Kincków. Tego dnia wydrukowano 357 tys. egzemplarzy „Le

Petit Journal". Po trzech dniach, w których 2/3 pisma poświęcone były tylko temu wydarzeniu, nakład sięgnął 400 tys. egzemplarzy. Odnajdywano coraz to nowe ofiary, a przy ósmej i — zapewne ku rozpaczy wydawców — ostatniej nakład gazety przekroczył 460 tys.! Nie co dzień zdarzają się takie sensacje, ale formuła *sangue à la une* („krew na pierwszej stronie”) staje się zasadą tego dziennikarstwa. Skandalizująca kronika życia towarzyskiego, permanentna obecność reporterów w sądach, antyszambrowanie w prokuraturach i na policji, kronika kryminalna, sensacyjna powieść w odcinkach (w „Le Petit Journal” ogromnym powodzeniem cieszyły się *Histoires de Rocambole*, drukowane przez wiele lat, nie kończące się przygody wyimaginowanego herosa) — wszystko to pozwala zawsze znaleźć sensację dnia i „sprzedać” ją po zastosowaniu odpowiednich chwytów dziennikarskich.

Najpierw były gazety typu „La Presse” i „Le Siecle”, które upowszechniły prasę w średnich warstwach społecznych i które postawiły sobie za cel wciągnięcie tych warstw w czynne życie publiczne i wzbudzenie wśród nich zainteresowania informacjami politycznymi. Równoległe powstała seria małych pism, najczęściej tygodników, które poświęcały swe łamy niemal wyłącznie sensacjom i skandalom (pierwszym z nich był tygodnik „L’Audiance”, założony w 1839 r.). Po nich dopiero przyszła kolej na gazety popularne Drugiej Generacji — jak je nazwał autor interesującej, choć nieco już dziś przestarzałej pracy *Le crime et la presse*³ — gazety przeznaczone dla masowego czytelnika, gazety, które redukowały informacje polityczne na rzecz „krwi”. Gazety, które zeszyły z górnych rejonów walk politycznych i rozgrywek parlamentarnych na ulicę, między tłum ludzi spieszących do codziennej, wielogodzinnej pracy, mających zbyt wiele własnych kłopotów, by tru-

dzić się śledzeniem powikłań w wielkim świecie, szukających rozrywki, ujścia dla swych emocji.

USA: OD DAYA DO PULITZERA

Nie ulega wątpliwości, że Millaud wzorował się na stylu gazet amerykańskich, choć wyprzedził je, kondensując niejako w „Le Petit Journal” te cechy i te chwytły, które dawno już zdobyły popularność w Nowym Świecie. Alexis de Tocqueville, w swej książce *De la democratie en Amerique*, opartej nie tylko na rozległej wiedzy, ale także i na własnych spostrzeżeniach z podróży odbytej po Stanach Zjednoczonych w latach 1831—1832, pisał, że podstawą dziennikarstwa amerykańskiego „jest atakowanie ordynarne, bez przygotowania i bez umiejętności, atakowanie z nienawiścią wobec tego, na którego się atak kieruje, odrzucanie wszelkich zasad po to tylko, aby złapać człowieka, tropić go w jego prywatnym życiu, obnażyć jego słabości i wady”.⁴ Prasa amerykańska, bogata już wtedy, bo sięgająca tysiąca tytułów, wśród których znajdowało się wiele dzienników i gazet informacyjnych wydawanych dwa—trzy razy w tygodniu, nie mogła pod względem nakładów równać się z dziennikami paryskimi i czołowymi pismami Londynu. Nakłady tych nawet gazet, które ukazywały się w dużych ośrodkach miejskich, nie przekraczały z reguły 1,5—2 tys. egzemplarzy, a 4 tys. były osiągnięciem rekordowym. Mimo rozpowszechnionego już zwyczaju zamieszczania płatnych ogłoszeń, przy tak niskich nakładach gazety były bardzo drogie, a ich kolportaż odbywał się głównie drogą prenumeraty, zazwyczaj rocznej, co wymagało od abonenta wpłacenia od razu dość poważnej sumy pieniędzy.

W takiej sytuacji 3 września 1833 r. — a więc na trzy lata przed Girardinem — Benjamin Day, doświadczony i znający na wylot prasę drukarz,

wydał pierwszy numer dziennika „The New York Sun”, które — jak głosi podtytuł — miało „świecić dla wszystkich” (*It Shines for All*). Założenia Daya podobne były do tych, które formułował jego paryski kolega: skończyć z politykowaniem, zwrócić się do szerokiego kręgu czytelników, dostarczać im informacji, nie zameczać komentarzami. Jeśli jednak Girardin głosząc apolityczność miał jednocześnie ambicje przekazywania informacji w gruncie rzeczy dotyczących wydarzeń politycznych, tyle że pozbawionych elementu wartościującego, o tyle Day zwracał się w tym kierunku, który reprezentowany był później przez dziennikarstwo typu „Le Petit Journal”: szczegółowe relacje o wypadkach, przestępstwach, dramatach rodzinnych, kroniki sądowe, szeroka eksploatacja problematyki określanej przez socjologów mianem *human interest*, zaspokajającej ludzką ciekawość bieżących wydarzeń. Cena dziennika została obniżona do dwóch centów, a więc do połowy wysokości cen poprzednio stosowanych. Po kilku miesiącach „The Sun” osiągnął 5 tys. egzemplarzy nakładu, w końcu roku 10 tys., w 1835 r. drukowano go już w 20 tys. egzemplarzy. Wraz ze wzrostem nakładu rosło też zainteresowanie ogłoszeniodawców, którzy dobrze rozumieli związek między liczbą ludzi, do których reklama dotarła, a skutecznością wydatków reklamowych.

Dwa lata po Dayu śladem jego poszedł James Gordon Bennet zakładając „The New York Morning Herald”: po sześciu tygodniach nakład osiągnął 7 tys. i nowe pismo szybko doścignęło w tym zakresie swój pierwowzór. Gordon Bennet okazał się jednak dziennikarzem i organizatorem większej miary niż Day, wykazał więcej inicjatywy i pomysłowości, a program przezeń ułożony miał nieco inny zasięg niż ten przygotowany dla „The Sun”, którego wydawca dążył tylko do zdobycia klienteli wśród warstw pozostających

stających na niskim poziomie intelektualnym. Gordon Bennet zamierzał zainteresować swoim piśmem wszystkich — na równi drobnego urzędnika i sklepikarza, jak też „wyższe sfery” nowojorskie. Pozostający na jego usługach liczni reporterzy zbierali wiadomości nie tylko na ulicach i w urzędach prokuratorskich, ale także na Wall Street, w teatrzykach, klubach, miejscach spotkań „wielkiego świata” i wielkomiejskiego półświatka. Znacznie też więcej uwagi poświęcił on informacjom politycznym, przełamując zazdrośnie strzeżony przez wydawców waszyngtońskich monopol na publikowanie wiadomości z Kongresu. W 1838 r. posiadał już całą siatkę stałych korespondentów w ważniejszych stolicach europejskich. Zorganizował zespół specjalnych szybkich jachtów, które wypływały na spotkanie przybywających z Europy okrętów i wracały z powrotem — z wiadomościami, z gazetami londyńskimi — nim jeszcze statki przybiły do nabrzeży. Jako jeden z pierwszych zainteresował się pracami wynalazczymi Morse’a; nowiny otrzymywane przez telegraf zajęły stałe — czołowe — miejsce w jego dzienniku. Wprowadził też nowe formy dziennikarskie, m.in. wywiad (1836), który szczególnie w prasie amerykańskiej zrobił zawrotną karierę.

W odróżnieniu od Daya, który eksponował swój pragmatyzm, Gordon Bennet głosił — stworzoną przez siebie — całą ideologię „nowego dziennikarstwa”, wyrażał otwarcie pogardę dla partii i polityki, które nazwał „swego rodzaju sidłami do łapania społeczeństwa”, oddawał się w „służbę wszystkim”, wszystkim też wmawiał swoje posłannictwo i swój geniusz („Szekspir był geniuszem dramatu, Walter Scott powieści, Milton i Byron poezji, a ja, uważam, jestem geniuszem prasy”⁵). Był przy tym rzeczywiście świetnym znawcą gustów i świetnym pisarzem, którego artykuły i felietony znajdowały chęt-

nych czytelników. Nie zaszkodziły mu — a raczej odwrotny do zamierzonego odniosły skutek — ataki ze strony niektórych dzienników przedstawiających Gordona Benneta i jego pismo jako potwarców. Rezultatem tej kampanii było bowiem wzmożone zainteresowanie dziennikiem: w 1848 r. „Herald” drukował ponad 30 tys. egzemplarzy. Bennet nie poprzestał jednak na stałym doskonaleniu metody zbierania faktów — posunął się aż do ich tworzenia, po to by je eksploatować w piśmie. Z jego to inicjatywy reporter i podróżnik Henry M. Stanley wyruszył do centrum Afryki na poszukiwanie angielskiego geografa Davida Livingstone’a od dwóch lat zaginionego w dżungli dorzecza Kongo. I ta metoda — można ją nazwać prowokowaniem faktów — znana zresztą politykom od setek, jeśli nie tysięcy lat, miała znaleźć dzielnych kontynuatorów wśród przedstawicieli amerykańskiej prasy sensacyjnej Drugiej Generacji.

Day i Bennet szybko znaleźli naśladowców i dzienniki dwu-, a nawet jednocentowe rodziły się jak grzyby po deszczu. Jeden z nich, założony w 1836 r. „The Boston Daily Times”, w swej „apolityczności” posunął się tak daleko, że partie polityczne drukowały w nim swoje wypowiedzi tylko jako płatne ogłoszenia. W ślad za Nowym Jorkiem i Bostonem — „miejscem urodzenia prasy amerykańskiej” — poszły inne miasta wschodniego wybrzeża kontynentu, efekty finansowe były tam — oczywiście dla wydawców — równie korzystne jak w nowojorskiej metropolii. Zasięg tych gazet był jednak, mimo niewątpliwych sukcesów, wciąż jeszcze stosunkowo niewielki: w 1842 r. 16 dzienników nowojorskich drukowało łącznie niespełna 100 tys. egzemplarzy, a obok prasy sensacyjnej poczesne miejsce zajmowały też — droższe nieco — pisma prezentujące otwarcie swe polityczne sympatie, strońące od sensacji i walczące nieustępliwie z kon-

kurencją gazet „apolitycznych”. Należały do nich m.in. „The New York Tribune” Horacego Greely (założony w 1841 r.), którego jednym z korespondentów europejskich był Karol Marks, czy założony w 1851 r. przez dawnego współpracownika Greely’ego, Henry H. Raymond, „The New York Daily Times”.

Prasa wszelkich typów i wszystkich odcieni politycznych wykorzystwała wzmożone zainteresowanie sprawami zewnętrznymi (wojna z Meksykiem w 1846 r.) i narastającym konfliktem w sprawie zniesienia niewolnictwa. W czasie kilkuletniej wojny secesyjnej nakłady dzienników wydatnie się podniosły, sięgając 60—70 tys. egzemplarzy, a liczba ich stale rosła wraz z napływem emigrantów i powolnym, ale ciągłym przesuwaniem się na zachód granicy stałego osiedlenia. W 1850 r. 254 dzienniki amerykańskie ukazywały się w łącznym nakładzie około 760 tys. egzemplarzy, w 1860 r. pism takich było 387 o łącznym nakładzie blisko 1,5 mln egzemplarzy, w 1870 r. 574 o nakładzie około 2,6 mln i wreszcie w 1880 r. — u progu narodzin Drugiej Generacji — istniało w Stanach 909 dzienników o nakładzie ponad 3,5 mln egzemplarzy.

Zwraca uwagę fakt, że przeciętne nakłady pism codziennych rosły stosunkowo wolno (1850 — około 2,9 tys. egzemplarzy, 1880 — około 3,9 tys. egzemplarzy). Spowodowane to było decentralizacją charakterystyczną dla życia społecznego i politycznego w USA (rola władz stanowych, wybieralność na lokalne nawet urzędy), a co za tym idzie i szybkim powiększaniem się liczby małych lokalnych wydawnictw, których nakłady nie przekraczały kilkuset lub tysiąca egzemplarzy. Pojawiły się też w tych latach przedsiębiorstwa prasowe, specjalizujące się w przygotowywaniu i rozsyłaniu do redakcji wydrukowanych już stron z informacjami ogólnokrajowymi i zagranicznymi, które lokalni

wydawcy uzupełniali na miejscu 1—2 kolumnami nowinek lokalnych oraz miejscowych ogłoszeń i opatrywali tytułem. Oblicza się, że w 1880 roku około 1,9 mln egzemplarzy dzienników i pism informacyjnych drukowały tego właśnie rodzaju wydawnictwa, obsługiwane już wtedy przez przeszło 20 firm. W odległych od siebie osiedlach czytelnicy otrzymywali — pod różnymi tytułami — te same właściwie gazety.

Przełom porównywalny z tym, który został zapoczątkowany we Francji przez Millauda i jego „Le Petit Journal”, nastąpił w prasie amerykańskiej w 1883 r. W roku tym Joseph Pulitzer, „niespokojny duch, rzutki i oryginalny redaktor”, właściciel „Post Dispatch” (St. Louis), przybył do Nowego Jorku i zakupił nieźle prosperujący, ale niczym specjalnym nie wyróżniający się dziennik „The World”. „W rękach Pulitzerza — piszą Charles A. i Mary R. Beard — „World” miał program społeczny, który trafiał do przekonania niższym klasom średnim i robotnikom, a więc ludziom nie korzystającym z wysoko opodatkowanych dochodów, a program ten był dziwnie prosty i jasny jak na kraj górnołotnych banałów”.⁶ Atak na „arystokrację pieniądza” w obronie „arystokracji pracy” był głównym punktem tego programu. Były to lata gwałtownie narastających konfliktów społecznych w ośrodkach przemysłowych wschodniej części USA i zarazem lata, w których nastąpił szybki wzrost produkcji i zapoczątkowana została rewolucja oświatowa (w r. 1870 — 57% dzieci wykonywało obowiązek szkolny, w 1900 — 72%; w 1880 — istniało w USA 800 szkół średnich, w 1900 — szkół takich było około 6 tys.). Sprzyjało to poczynaniom Pulitzerza, który zamierzał stworzyć dziennik o wielkich nakładach, czytany przez nieustannie powiększające się — coraz lepiej wykształcone rzesze drobnomieszczańskie i robotnicze.

Jednak nie sam program zdecydował o oszalałym — nawet jak na amerykańskie stosunki tych lat — sukcesie jego inicjatywy: „The World” przed zmianą właściciela drukował 15 tys. egzemplarzy nakładu, Pulitzer od razu wypuścił nakład w wysokości 22 tys. egzemplarzy, po trzech miesiącach przekroczył 30 tys., po roku 60 tys., po dwóch latach 100 tys. (doganiając najpopularniejszy dotąd „The Sun”). W 1886 roku osiągnął 250 tys. egzemplarzy. Bez względu, w stylu Benneta prowadzone kampanie prasowe, skierowane przeciw korupcji władz miejskich, przeciw wielkim fortunom zdobytym drogą przestępstw i machinacji podatkowych, przeciw handlowi żywym towarem, nadawały dziennikowi charakter reformatora społecznego. Ale o sukcesie, jak się wydaje, zdecydowały przede wszystkim formy, w jakich kampanie te prowadzono i ton, jaki nadano całemu piśmie.

Każda z akcji toczona była na łamach dziennika w poetyce sensacji, wielkie tytuły od razu narzucały ten styl (np. *The Wall Street Terror* lub *All for a Woman's Love*), a zbierane materiały podporządkowane były mu bez reszty: „nie oszczędzano nikogo i nie było nic świętego, nic z czego nie można by było zrobić sensacji”.⁷ Karykatury i rysunki humorystyczne ożywiały dziennik; bogaty serwis wiadomości wyszukiwanych przez legion reporterów — dociekliwych, wścibskich, bezczelnych i dobrze piszących — uzupełniany był wypowiedziami królewsko opłacanych ekspertów. „Nie drukuj nigdy tego, czego twoja służąca nie może zrozumieć” — oto dewiza ustalająca zakres tematyczny i styl dziennika. Pojawia się wówczas po raz pierwszy (początek lat dziewięćdziesiątych) także komiks, historyjka obrazkowa, która miała zrobić szybko i wspaniałą karierę. Jej promotorem był rysownik Richard F. Outcault, pracujący dla wydawnictw Pulitzerza, a od przydomku bohatera jed-

nej z pierwszych historyjek — *The Yellow Kid* — cała prasa sensacyjna, nadużywająca komiksów, nazwana została „żółta”. *Hot News* („gorące nowiny”), krew lejąca się od pierwszej do ostatniej kolumny, skandal polityczny, społeczny lub towarzyski, pierwsza fala masowego erotyzmu (kampania przeciw handlowi żywym towarem prowadzona była w tej konwencji), błyskawiczna reakcja na każde wydarzenie, gra na uczuciach czytelnika, prezentowanie każdego ważniejszego problemu w skrajnie uproszczonej formie, powieść w odcinkach i komiks — oto repertuar chwytów „The Worldu” (a także założonych przez Pulitzera dziennika popołudniowego „The Evening World” i gazety niedzielnej „The Sunday World”), który zapewnił mu zdobycie pierwszego miejsca w prasie amerykańskiej i otworzył w Stanach Zjednoczonych drogę dla prasy popularnej Drugiej Generacji.

ANGLIA: OD „TIMESA” DO „DAILY MAIL”

Może się to wydać dziwne, ale Anglia, która przez cały wiek XVIII — a także znaczną część następnego stulecia — przodowała w rozwoju prasy, jako ostatnie z trzech „mocarstw” prasowych wstąpiła na drogę rozwoju wydawnictw nowego typu, popularnych i przeznaczonych dla masowego czytelnika. Od zakończenia wojen napoleońskich na forum parlamentu toczyła się zacięta walka o zniesienie opłat stemplowych (*Stempel Act* z 1712 r.), krępujących dzienniki informacyjne i polityczne, która po połowicznych sukcesach (obniżenie opłaty w 1836 r.) dopiero w 1855 r. doprowadziła do likwidacji „podatku od wiedzy”. Rezultaty tego kroku były natychmiastowe: jeszcze w tym samym roku trzy dzienniki obniżyły swą cenę do 1 pensa, tzn. kosztowały trzy—cztery razy taniej niż

pozostałe gazety. Nie wpłynęło to jednak od razu na wzrost nakładów poszczególnych pism, a tylko przyspieszyło proces powstawania nowych dzienników, zwłaszcza w ośrodkach prowincjonalnych i w rejonach o silnym poczuciu odrębności narodowej (Szkocja, Walia, Irlandia).

Napięta walka polityczna — zarówno między klasami upośledzonymi i uprzywilejowanymi, której wyrazem było powstanie ruchu czartystowskiego (posiadał on kilkanaście własnych pism ostro zwalczanych przez władze), jak i wewnątrz klas dominujących (wigowie *contra* torysi) — oraz silna ekspansja gospodarcza i wciąż nowe zdobycze kolonialne nie pozwalały jednak, nawet w okresie poprzedzającym zniesienie podatku stemplowego i wydatne rozszerzenie praw obywatelskich, na stagnację prasy i utrzymanie jej elitarnego charakteru. W 1810 r. wydawcy angielscy płacili podatek stemplowy od około 25 mln egzemplarzy gazet rocznie, w 1836 r. od około 36 mln, a w dwa lata później — po pierwszej obniżce podatku — skarb państwa zainkasował wpływy za około 53 mln wydrukowanych egzemplarzy. W 1864 r., a więc wtedy, gdy korzystano już z dobrodziejstw ustawy znoszącej opodatkowanie, jednorazowy nakład dzienników londyńskich wynosił około 250 tys. egzemplarzy i tyleż samo drukowały dzienniki prowincjonalne, co oznacza, że nakład globalny (roczny) sięgał 150 mln egzemplarzy. Nie świadczyło to jeszcze bynajmniej o dotarciu do masowego odbiorcy. Gazety angielskie w dalszym ciągu były na co dzień dostępne jedynie warstwom uprzywilejowanym politycznie i finansowo. W połowie XIX wieku jeden czytelnik przypadał na 80 dorosłych mieszkańców Królestwa i dopiero dwa ostatnie dziesiątki lat tego wieku miały przynieść w tej dziedzinie zasadnicze zmiany.

Niemal cały wiek XIX w Anglii można z punktu widzenia historii prasy — a także w pewnym

sensie historii politycznej tego kraju — nazwać wiekiem „Timesa”. Dziennik ten, którego pierwszy numer ukazał się w 1788 r. (przekształcony z założonego trzy lata wcześniej „The Daily Universal Register”), nie tylko pozostawał poza wszelką konkurencją ze strony innych pism brytyjskich, ale umocniwszy w początkach XIX stulecia swoją pozycję stał się prawdziwą instytucją w życiu politycznym państwa. Jeżeli uprawnione było używanie terminu „czwarta władza”, to — niemal wszyscy badacze są pod tym względem zgodni — sprawował ją właśnie „The Times”. Pozostając cały czas w rękach jednej rodziny (od założyciela Johna Waltera, przez jego spadkobierców: Johna Waltera II (1803—1847) i Johna Waltera III (1847—1894) — potrafiącej rozsądnie gospodarować przedsiębiorstwem, a jednocześnie czynnie popierać wielkie innowacje techniczne (właśnie dla „Timesa” Koenig zbudował swą maszynę) — kierowany bezpośrednio przez wybitnych dziennikarzy i organizatorów (Barnes w latach 1817—1841 i Delane w latach 1841—1877), stał się „Times” niekoronowanym królem prasy angielskiej. Jeszcze w latach dwudziestych nie odbiegał znacznie zasięgiem ilościowym od wielu innych dzienników. Jednak w dwadzieścia—trzydzieści lat później drukował więcej niż wszystkie inne dzienniki londyńskie razem wzięte: w 1829 r. „Times” osiągnął 10 tys. egzemplarzy, a drugi co do wielkości nakładu „Morning Herald” — 8 tys., w 1854 r., w czasie wojny krymskiej, nakład pisma Walterów przekroczył 55 tys. egzemplarzy, gdy pismo znajdujące się na drugiej pozycji drukowało około 7 tys. Dopiero pierwsze jednopensówki zmieniły nieco te proporcje.

Przewaga „Timesa” nie zasadzała się na jego odrębności natury politycznej czy ideologicznej. Pod tym względem nie wyróżniał on się niczym spośród innych burżuazyjnych dzienników. To,

co przyniosło i ugruntowało jego sukces, to szybkie stosowanie nowinek technicznych oraz uparte dążenie do usprawnienia i przyspieszenia obiegu informacji, a także — co było zawsze bardzo ważne — do ich uściślenia. Posiadał „Times” własną sieć stałych korespondentów znających dobrze teren, po którym się poruszali; zaczęło się w 1807 r. od wysłannika do Altony koło Hamburga, a w kilkanaście lat później liczba ważniejszych stolic europejskich i kolonii obsługiwanych przez korespondentów wynosiła 8—10. W czasie wojny krymskiej „The Times” wysłał pierwszego w dziejach prasy specjalnego korespondenta wojennego (W.H. Russel), który — solidnie przygotowany do swojej pracy — walnie przyczynił się do podniesienia w tym okresie nakładu pisma o dalszych 15—20 tys. egzemplarzy. Doskonale, jak na ówczesne możliwości i potrzeby, zorganizowana sieć informacyjna czyniła z dziennika niezastąpione źródło wiadomości dla tych wszystkich, którzy interesowali się życiem publicznym, niezależnie od ich politycznych przekonań. Jeden z historyków zauważył, że w ciągu blisko siedemdziesięciu lat XIX wieku w Anglii rządziło 18 premierów i zmieniło się 30 gabinetów — w tym samym czasie „Timesem” kierowało zaledwie czterech redaktorów naczelnych! Przy tym dziennik ten był jednym z wytrwalszych obrońców utrzymania dotychczasowego modelu prasy informacyjnej, zdecydowanie występował przeciwko obniżaniu cen gazet i nie zamierzał zrezygnować ze swej pozycji dziennika wyższych sfer.

Pierwszą jaskółką „nowej prasy” był londyński dziennik „The Daily Telegraph”, który w czerwcu 1855 r., tuż po zniesieniu podatku stemplowego, obniżył cenę do 1 pensa i usiłował wypracować sobie formułę charakteryzującą prasę popularną, stawiając m. in. na radykalizm polityczny i znaczne powiększenie serwisu infor-

macji sensacyjnych. Wkrótce pojawiło się jeszcze kilka innych dzienników, równie tanich i także operujących sensacją. W ciągu kilku lat „Times” — zachowując w pełni swoje znaczenie polityczne — stracił czołowe miejsce pod względem osiąganych nakładów: „Telegraph” dotarł do 120—130 tys. egzemplarzy (1861 r.), a dwa — trzy inne dzienniki także zbliżały się do tego pułapu. Wiele lat musiało jeszcze jednak upłynąć, wiele rzeczy musiało jeszcze zmienić się w Anglii (m. in. odegrały tu rolę reformy oświatowe z *Education Act* z 1870 r. na czele), aby mogła narodzić się i utrwalić swój byt Druga Generacja. Jej początkiem były: zmiana formuły wydawniczej popularnej już w sferach politycznych i towarzyskich stolicy „Pall Mall Gazette” (1883 r.), założenie przez George Newnesa tygodnika „Tits-Bits” (także 1883 r.) oraz ukazanie się pierwszej gazety porannej za pół pensa (1892 r.).

Właściwy jednak przełom nastąpił dopiero w 1896 r., gdy Alfred Harmsworth założył półpensówkę „Daily Mail”. Zasady wydawnicze, na których oparł się późniejszy Lord Northcliffe, były bardzo podobne do tych, które przyświecały paryskiemu „Le Petit Journal”. Każdy numer musiał mieć swoją „wielką wiadomość”, najczęściej była to jakaś sensacja typu kryminalnego. Nieliczne artykuły wyróżniały się zawartością i przypominały raczej krótkie felietony niż sięgające głębi problemu komentarze. Kronika dnia zawierała wielkie bogactwo szczegółów, a kolumna, na której znajdowała swoje stałe miejsce powieść odcinkowa, przystosowana była do oddzielenia od reszty numeru w celu przechowywania. Cena sprzedaży była skalkulowana poniżej kosztów własnych — i to znacznie — a zysk miały przynieść wydawnictwu działy ogłoszeniowe. Zmianie uległ też język dziennikarskich wypowiedzi: obszerne tytuły stanowiły

streszczenia zamieszczonych pod nimi informacji, a wszystkie wiadomości musiały być podawane w konwencji sensacyjnej. Styl ten charakteryzuje dosadnie następujące, popularne wówczas, porównanie: podczas gdy dawne gazety pisały o bitwie pod Trafalgar tak, jakby relacjonowały wypadek uliczny, to „Daily Mail” pisze o wypadku ulicznym tak, jakby to była bitwa pod Trafalgar. Sukces był natychmiastowy — w ciągu kilku miesięcy nakład osiągnął ponad 200 tys. egzemplarzy, a w 1899 r. przekroczył 600 tys.

PRASA NA ŚWIECIE

Podobny kierunek rozwoju — ku pismom popularnym, masowym, ku przewadze gazet posługujących się sensacją i chwytem „krew na pierwszej stronie” — daje się obserwować także w innych krajach europejskich i wszędzie tam, gdzie w ciągu drugiej połowy XIX wieku prasa zyskiwała społeczno-kulturowe i polityczne możliwości rozszerzenia swojej bazy czytelniczej. Nie wszędzie jednak szybkie zwiększenie się liczby wydawanych pism i towarzyszący mu wzrost nakładów globalnych prowadziły do powstawania dzienników wysokonakładowych, osiągających takie sukcesy jak paryski „Le Petit Journal”, londyński „Daily Mail” czy nowojorski „World”. Na przeszkodzie stały najróżniejsze czynniki. Czasem w krajach o stosunkowo szybko rozwijającym się przemyśle i wysokim stopniu zurbanizowania (np. Holandia) brakowało wystarczająco wielkich aglomeracji miejskich, które byłyby w stanie wchłonąć pismo o kilkuset tysięcznym nakładzie. Niekiedy w ludnych, uprzemysłowionych i posiadających duże skupiska miejskie państwach (np. Cesarstwo Niemieckie) przeważały tradycje partyku-

larne i silne tendencje do zachowania autonomii poszczególnych regionów. Jeszcze inne państwa, i tych była większość, bądź to rozwijały się w tempie znacznie wolniejszym niż przodujące kraje kapitalistyczne i pozostawały daleko w tyle za nimi, jeśli chodzi o zakres zmian społecznych, bądź też rozwój ich był bardzo nierównomierny: pewne rejony czy pojedyncze ośrodki miejskie ewoluowały szybko, gdy większość kraju pozostawała jeszcze w epoce gospodarki przedkapitalistycznej, utrzymując słaby lub żaden kontakt z rynkiem przemysłowym i nowoczesnymi formami życia kulturalnego (np. Rosja, Austro-Węgry). Znaczna część krajów europejskich znajdowała się jeszcze w fazie przedindustrialnej i choć zapożyczała wiele form kulturowych idei i postaw z państw przodujących, nie była w stanie ani zakorzenić ich na trwałe, ani tym bardziej zyskać dla nich szerszej akceptacji społecznej.

I tak, w Niemczech pierwsze dzienniki o charakterze popularnym, mimo iż powstały już w ostatnim dwudziestoleciu XIX wieku („Lokal Anzeiger” Augusta Scherla w 1885 r. i „Berliner Morgenpost” Leopolda Ullsteina w 1898 r.), dopiero w przededniu I wojny światowej osiągnęły nakłady rzędu 200—400 tys. egzemplarzy, gdy w Paryżu, Londynie czy Nowym Jorku rekordowe nakłady przekraczały w owym czasie milion egzemplarzy. Jednocześnie jednak liczba pism niemieckich rosła w tempie iście amerykańskim i w 1880 r. prasa Niemiec mając przeszło 5,5 tys. tytułów znajdowała się na drugim miejscu na świecie (po USA), a w samych tylko Prusach liczba egzemplarzy rozsyłanych przez pocztę wzrosła z niespełna 30 mln egzemplarzy w 1850 r. do ponad 150 mln egzemplarzy w 1875 r. W końcu wieku nakład jednorazowy ponad 3 tys. niemieckich dzienników i gazet tygodniowych wynosił przeszło 12 mln egzempla-

rzy, czyli niewiele odbiegał od nakładów osiągniętych w Stanach Zjednoczonych, a w przeliczeniu na jednego mieszkańca Niemcy nawet przewyższały USA. Nakład ten jednak podzielony był między ogromną liczbę pism, które ukazywały się w niewielkich ośrodkach miejskich; w rzeczywistości około 3/4 prasy niemieckiej nie osiągało nakładów większych niż 2—3 tys. egzemplarzy.

W cesarstwie Romanowych oprócz wielkich centrów prasowych moskiewskiego (w 1881 r. jednorazowy nakład dzienników tamtejszych sięgał prawdopodobnie 200 tys. egzemplarzy), petersburskiego i warszawskiego reszta kraju była właściwie pustynią wydawniczą i w 1891 r. na blisko 1300 miast tylko 112 wydawało swoje gazety. Negatywną rolę odgrywały tu — nie znane już praktycznie w Europie końca XIX wieku — niezwykle obostrzenia polityczne, ścisła reglamentacja całej prasy przez władze administracyjne. Brak jakichkolwiek swobód demokratycznych spowodował rozpowszechnienie się szczególnego zjawiska, na które zwracał uwagę Georges Weill pisząc, że „w kraju, który nie miał ani parlamentu, ani publicznych zebrań, ani swobodnych dyskusji, stała się prasa dla Rosjan jedynym środkiem śledzenia spraw bieżących”, a umiejętność posługiwania się przez dziennikarzy „językiem Ezopa” i umiejętność „czytania między wierszami” rozwinęły się tu w sposób gdzie indziej nie znany. W aglomeracji moskiewskiej jeszcze przed krótkotrwałym okresem wolności w 1905 r. najpopularniejsze dzienniki (np. „Russkoje Słowo”) przekraczały 100 tys. egzemplarzy nakładu. Prawdziwie masowy zasięg uzyskały dopiero w czasie I wojny światowej, gdy wspomniana popołudniówka osiągnęła ponad 700 tys. egzemplarzy nakładu, a cała prasa moskiewska zbliżała się do 1,5 miliona.

W ciągu XIX wieku wszystkie kraje europejskie — łącznie z dotychczasowymi outside-rami: Łotwą (1822), Rumunią (1828), Bułgarią (1845) i Litwą (1883) — zdobyły już własną prasę. W 1835 r. powstało pismo w ostatnim z „bezaspraszonych” państw Ameryki Łacińskiej, Nikaragui, i na dobre też rozpoczął się zdobywczy pochód prasy w Afryce i Azji. Powstały pierwsze pisma w Turcji (1830 r.) i Iranie (1851), Indie, które pierwszą gazetę w języku narodowym (bengali) zaczęły wydawać w 1818 r., pół wieku później legitymowały się już ponad 130 tytułami. W 1889 r. założono pierwsze pismo w Birmie. Od 1864 r. zaczyna się historia nowoczesnej prasy japońskiej, która — dzięki przełamaniu się feudalnych struktur (w wyniku tzw. rewolucji Meiji) i szeroko rozwiniętemu systemowi oświaty ludowej — w ciągu kilkunastu lat zwiększyła swój stan posiadania do ponad 250 pism. W Chinach, po latach ukazywania się gazet w języku angielskim, przeznaczonych dla kupieckich kolonii europejskich, w 1858 r. pojawia się pierwsze pismo w rodzimym języku (tłumaczone z angielskiego), a w 1870 r. pierwsze oryginalne i nowoczesne pismo chińskie. W roku 1828 zyskuje własny organ prasowy Egipt, w 1844 — Algieria, w 1866 — Tunis. Rozwija się prasa w języku angielskim i afrykańskim w Afryce Południowej (1852 r. — 11 pism, 1880 r. — 72 pisma). Szybko rozrastała się prasa australijska (1845 r. — 30 pism, 1880 r. — około 450 pism). W żadnym jednak z tych krajów nie powstały jeszcze w owym czasie odpowiednie warunki dla narodzin prasy tzw. Druhej Generacji: nakłady, nawet tam gdzie istniał pokaźny rynek potencjalnych odbiorców prasy, były skromne, środki techniczne jeszcze nie przystosowane do szybkiego przekazywania wiadomości, w publicystyce znajdowały dalekie tylko odbicie prądy i idee rozpowszechniane

w krajach przodujących (które w dodatku nader często piastowały polityczną, kolonizatorską zwierzchność), jeśli nie poziomem, to wyglądem i formami podawania treści pisma te przypominały raczej europejskie dzienniki z początku wieku niż współczesną im prasę wielkomięską.

Te uwagi o szacie zewnętrznej i poziomie dziennikarskim czy informacyjnym gazet XIX-wiecznych są uprawnione także w stosunku do znacznej części, a może nawet większość gazet wydawanych w krajach najbardziej rozwiniętych. W istocie bowiem dwa typy pism, które „nadawały ton” prasie światowej — tj. wielk nakładowe gazety sensacyjne oraz poważne organy polityczne w rodzaju „The Timesa” — stanowiły zawsze margines, jeśli idzie o liczbę reprezentujących je tytułów, i we wszystkich zestawieniach bibliograficznych giną one w morzu gazetek obracających się w kręgu spraw „przetrawionych” już przez „wielkich konkurentów”, zapóźnionych w przekazywaniu informacji, redagowanych równie często przy pomocy piór, jak i nożyc, którymi wycinano całe szpalty z wydawnictw bogatszych i lepiej poinformowanych. Szybkie zwiększenie się liczby tytułów w drugiej połowie XIX wieku spowodowało ogromne zróżnicowanie prasy, które — jak się z czasem okazało — miało stać się jej cechą trwałą.

NOWE FORMUŁY

Wiek XIX przyniósł prasie znacznie więcej zmian i nowości niż tylko te, na które wskazaliśmy dotychczas, przedstawiając genezę dzienników masowych i wskazując proces powstawania nowych ośrodków wydawniczych.

Przyspieszenia tempa gromadzenia, przekazywania i powielania informacji, które legło u podstaw rozwoju prasy codziennej i gazet tygodnio-

wych (tj. wydawanych dwa, trzy lub cztery razy w tygodniu), powodowało jednocześnie coraz wyraźniejsze oddzielenie się wiadomości bieżących od opinii i komentarzy natury bardziej ogólnej, które nie wymagały natychmiastowego prezentowania ich czytelnikom. Te ostatnie, znajdując coraz mniej miejsca w dziennikach, które wypełniały przede wszystkim doniesienia aktualne, zaczęły coraz częściej przenosić się na łamy periodyków ukazujących się raz na tydzień czy dwa—trzy razy w miesiącu. Te właśnie pisma — pomijając wydawnictwa naukowe i fachowe, które od początku istnienia zajmowały zupełnie odrębną pozycję, a które też mnożyły się w owym okresie bardzo szybko — stanowiły bazę produkcji prasowo-wydawniczej i one pierwsze zyskały czytelnika rzeczywiście masowego, dystansując największe nawet dzienniki sensacyjne. W Stanach Zjednoczonych, które osiągały najszybsze tempo przyrostu periodyków, liczba tygodników podniosła się z około 400 w 1820 r. do blisko 4 tys. w latach bezpośrednio po zakończeniu wojny secesyjnej i aż do około 12 tys. w 1900 r. W 1880 r., gdy jednorazowy nakład dzienników w USA nie osiągnął jeszcze 4 mln egzemplarzy, tygodniki wydawane już były w nakładzie sięgającym 14 mln egzemplarzy, a miesięczniki blisko 5 mln. W sposób analogiczny proporcje te kształtowały się także i w innych krajach (np. w Anglii w 1864 r. nakład dzienników nieznacznie przekraczał 0,5 mln egzemplarzy, a tygodników sięgał 6,2 mln egzemplarzy).

Tygodniki i anglosaskie „gazety niedzielne” były w istocie pierwszymi pismami, które trafiły do szerokiej publiczności. Działał tu ten sam mechanizm, który przyczynił się do sukcesu prasy sensacyjnej. Mniej więcej w latach 1830—1840 zaczął się rysować wyraźny podział tygodników na takie, które za przedmiot swych

zainteresowań obrały zagadnienia polityczne i społeczne, oraz takie, które przyjęły formułę wydawniczą bardzo podobną do tej, na której w latach późniejszych opierali swą działalność Pulitzer, Millaud czy Harmsworth. Pierwsze skupiły koło siebie grona publicystów i specjalistów w różnych dziedzinach życia publicznego (m.in. znawców spraw gospodarczych, kwestii międzynarodowych, prawników) i stały się — wobec wzrastającego znaczenia niekomentowanej informacji w prasie codziennej — wyraziicielami opinii grup politycznych, kręgów ideologicznych i określonych warstw społecznych. Dewizą drugich były stosunkowo niska cena, apelowanie do uczuć raczej niż do intelektu, *human interest*, sensacja. Równocześnie pojawiły się pierwsze pisma ilustrowane — zapoczątkowane przez londyński „Penny Magazine” (1830) — a mariaż obu tych gatunków stworzył nową jakość: popularny magazyn ilustrowany, który obok uproszczonych wiadomości z całego tygodnia przynosił reporterskie sprawozdania z sal sądowych, relacje dotyczące wypadków i popełnianych przestępstw, kilka jednocześnie powieści lub nowel odcinkowych, kronikę skandali towarzyskich, rubrykę sportową (w owym czasie poświęconą głównie zawodom hippicznym i meczom bokserskim). Ilustracje były nie tylko uzupełnieniem treści pisanej, ale także stanowiły odrębny, a jednocześnie najprostszy w odbiorze przegląd nowin. Skupiały one uwagę przede wszystkim na wydarzeniach rozgrywających się w kręgu rodzin panujących, wśród elity władzy, arystokracji krwi lub pieniędzy. Założony w 1843 r. londyński „The News of the World” po dziesięciu latach miał nakład ponad 100-tysięczny, a wraz z dwoma kolejnymi co do wielkości tygodnikami („Lloyd’s Weekly News” i „Reynold’s News”) wydawał więcej egzemplarzy niż wszystkie dzienniki stołeczne razem wzięte. Po-

dobnie było w USA, gdzie „Weekly Tribune” Greeley’ego wydawana była w 1860 r. w 200 tys. egzemplarzy, tj. w nakładzie niemal trzy razy większym niż nakład największego dziennika amerykańskiego. Choć cena jednego egzemplarza „Weekly Tribune” była wyższa niż ceny dzienników, to jednak w rachunku całego tygodnia różnica ta zmieniała się na korzyść magazynu. Połączenie tych dwóch czynników: niskiej ceny i odpowiednio spreparowanej treści stało się podstawą sukcesu tego gatunku prasowego, który po dziś dzień zachował niezwykle szeroki zasięg oddziaływania.

Wielka epoka magazynów miała jednak dopiero nadejść, gdy w technice poligraficznej nastąpiły przemiany pozwalające na szybki druk dużej ilości egzemplarzy pism ilustrowanych i gdy kolor mógł stać się w nich istotnym elementem. O zainteresowaniu czytającej publiczności ilustracją świadczyć może choćby ten fakt, że w ciągu kilku lat od momentu pojawienia się pierwszego pisma ilustrowanego z prawdziwego zdarzenia — „The Illustrated London News” (1842) — podobnego typu wydawnictwa powstały w Niemczech („Illustrierte Zeitung”) i Francji („L’Illustration”), a wnet zaczęły wychodzić także w Stanach Zjednoczonych. W tym samym okresie powstały też pisma satyryczne — paryski „Charivari” (1832) i londyński „Punch” (1841) przeszły do historii jako najwybitniejsi przedstawiciele tego gatunku — a w ślad za nimi także w prasie codziennej i tygodnikach działały satyryczne zaczęły zajmować coraz bardziej eksponowane miejsce.

Po sukcesach „The News of the World” i „The Weekly Tribune”, które przypadły na lata poprzedzające powstanie prasy masowej Drugiej Generacji, równoległe z jej narodzinami tematyka sensacyjno-obyczajowa wtargnęła na łamy tygodników i magazynów. Założony w 1881 r.

przez George Newnesa londyński „Tit-Bits”, który obok nowinek treściowych wprowadził też nie znane dotąd sposoby zdobywania czytelników (np. organizując częste konkursy dla abonentów pisma), w ciągu stosunkowo krótkiego czasu osiągnął blisko 900-tysięczny nakład. Założony w 1893 r. przez wędrownego sprzedawcę S.S. Mc Clure’a amerykański magazyn „Mc Clure’s Magazine”, przeznaczony głównie dla tych mieszkańców małych miasteczek i wsi, których zainteresowań nie zaspokajały lokalne tygodniki referujące miejscowe plotki, bardzo szybko wyparł tradycyjne tygodniki, które nie potrafiły znaleźć drogi do masowego odbiorcy: „Podobizny aktorek — jeszcze nieco ubranych — generałów, polityków, atletów, bokserów i mężów stanu (...) wprowadziły znudzonych mieszkańców prowincji w królestwo interesujących ludzi i wydarzeń”.⁸

Opisane tendencje były wyraźne nie tylko w krajach przodujących, jeśli idzie o rozwój prasy: w Niemczech np. pierwszym pismem, które przekroczyło 100 tys. egzemplarzy nakładu był tygodnik „Berliner Illustrierte Zeitung”, a rosyjska „Niwa” osiągnęła w 1900 r. 235 tys. egzemplarzy, nieznacznie tylko dystansując inny magazyn ilustrowany „Ogoniok” z jego 220 tys. egzemplarzy. Rzecz jasna nie zawsze magazyny nosiły ten sam charakter, co sensacyjne wydawnictwa londyńskie, wszędzie jednak zyskiwały znacznie szerszy krąg odbiorców niż dzienniki; dla ogromnej części rodzin stała lektura ograniczała się właśnie do magazynów.

Armand Carrel — dziennikarz republikańskiego „Le National” — który w 1836 r. zginął w pojedynku rewolwerowym z Emilem Girardin, nie był ani pierwszym, ani ostatnim, który wystąpił przeciwko promotorom i kontynuatorom nowego modelu prasy. Reakcja przeciwko wprowadzaniu na łamy dzienników sensacji i „krwi” zrodziła

się już w chwili powstawania pism, które na tych właśnie elementach budowały swoją popularność: w 1841 r. Horacy Greely zakładając „The New York Tribune”, jednocentowy dziennik konkurujący z wydawnictwami Benneta i Daya, przyjął założenie pomijania w nim wszelkich „niezdrowych i amoralnych” sensacji; w dziesięć lat później znalazł naśladowcę w Henry H. Raymondzie, który podobny program realizował w swoim „The New York Daily News”. Londyński „Morning Herald” już w 1833 roku zrezygnował z publikowania wiadomości sensacyjnych i skandalizujących. Mimo jednak sukcesów, jakie osiągnęły te pisma — zwłaszcza oba dzienniki nowojorskie — nie zagroziły one w niczym pozycjom swych adwersarzy, a choć wytrzymały jeszcze konkurencję gazet typu „The Sun”, to nie mogły już stanowić przeciwwagi dla prawdziwie brukowej prasy Drugiej Generacji. W rezultacie nastąpił — podobnie jak w przypadku tygodników — podział prasy codziennej na wydawnictwa „poważne”, informacyjne, i wydawnictwa operujące tylko lub w przeważającym stopniu sensacją.

PRASA ROBOTNICZA

W ciągu XIX wieku w układzie sił społecznych i politycznych niemal wszystkich krajów europejskich i Stanów Zjednoczonych pojawiła się — i rosła w tempie rekordowym — nowa klasa społeczna: proletariatus. Narodziły się też w jej łonie tendencje emancypacyjne, rozpoczął się i trwał, uwieńczony na koniec sukcesem, proces określony przez Marksa jako proces przechodzenia od „klasy w sobie” do „klasy dla siebie”, utworzone zostały przez tę klasę własne organizacje polityczne i społeczne, powstała

wreszcie prasa wyrażająca jej aspiracje i walcząca o zaspokojenie jej żądań.

„Le Tribune du Peuple” Francois Noel Babeufa z lat Rewolucji Francuskiej i „Political Register” Williama Cobbeta (od 1807 r.) — to pierwsze pisma, w których mówiąc o interesie i potrzebach ludu nie miano na myśli burżuazji i drobnomieszczaństwa, a rzesze wyrobników i powstającą klasę robotników przemysłowych. O popularności obu pism może świadczyć fakt, że kilka numerów „Political Register”, wydanych z pominięciem podatku stemplowego, a więc odpowiednio tańszych, rozeszło się w nakładzie 50 tys. egzemplarzy. Mimo represji ze strony władz, prasa podejmująca problemy żywotne dla angielskiej klasy robotniczej zyskała wielkie znaczenie szczególnie w okresie wystąpienia na widowni politycznej ruchu czartystowskiego, a takie pisma jak „The Poor Man’s Guardian” (1830—1835) Bronterre O’Briena czy „Northern Star” (1837—1852) Feargus E. O’Connora — demonstracyjnie nie płacące podatku stemplowego — miały kilkudziesięciotysięczne nakłady. W latach pięćdziesiątych pism radykalnych i socjalistycznych wychodziło w Anglii już po kilkanaście równocześnie, a niektóre z nich — jak publikujący także i wiadomości sensacyjne „Reynold’s Newspaper” — osiągnęły rekordowe nakłady (300 tys. egzemplarzy!). Prasa robotnicza i socjalistyczna w Anglii i Stanach Zjednoczonych zyskała mocne oparcie w rozwijających się związkach zawodowych. Jednak własnego pisma codziennego angielski ruch robotniczy doczekał się dopiero w latach trzydziestych naszego wieku.

Odmienny nieco charakter miała prasa ruchu socjalistycznego we Francji, gdzie organizacje robotnicze zawiązały się znacznie później niż po drugiej stronie Kanału, zaś pisma tego kierunku były przede wszystkim organami grup politycz-

nych odwołujących się do tradycji radykalnego republikanizmu, a przez długi czas związane były z różnymi odmianami socjalizmu utopijnego, reprezentując także niektóre postępowe ugrupowania drobnomieszczańskie. Najbardziej znane wśród nich były m.in. „Le Bon Sens” Louis Blanca, „Le Populaire” Etienne Cabeta, „La Reforme”. Kolejne wybuchy rewolucyjne (1830, 1848) i następujące po nich okresy represji i stosowania reglamentacji wobec prasy postępowej wyznaczały — w tym samym rytmie po sobie następujące — jej rozwój i cofanie się. O wielkich możliwościach oddziaływania prasy robotniczej świadczyć mogą fakty z dni Komuny Paryskiej, gdy niektóre pisma komunardów, np. „Le Cri du Peuple”, rozchodziły się w nakładach sięgających nawet 100 tys. egzemplarzy. Ostatnie dziesięciolecie XIX wieku, w którym nastąpiło utrwalenie demokratycznych zasad III Republiki i stopniowe jednoczenie się różnych grup i organizacji socjalistycznych, a także rozwój ruchu związkowego, spowodowały wzrost i stabilizację francuskiej prasy robotniczej, nigdy jednak — także po założeniu dziennika „L’Humanité” (1904 r.) — nie stała się ona rzeczywistą konkurencją dla codziennej prasy masowej i sensacyjno-rozrywkowych magazynów. Podobnie wyglądała sytuacja także w Niemczech, gdzie w końcu XIX wieku ruch robotniczy miał już nie tylko poważnie liczącą się na forum parlamentu partię (SPD), ale także silne związki zawodowe i dysponował stosunkowo dużą liczbą organów prasowych (w 1891 r. SPD miała 68 pism, w tym 27 dzienników, a związki zawodowe posiadały 54 własne pisma). Analogicznie kształtowały się stosunki w Austrii i innych krajach zachodnioeuropejskich.

W odróżnieniu od burżuazyjnej prasy informacyjnej, prasa związana z ruchem robotniczym nie miała charakteru komercyjnego, a zadania

ideowe i organizatorskie, które miała realizować, stawiały ją nie tylko w politycznej, ale także formalno-finansowej opozycji wobec dzienników brukowych i popularnych magazynów: informacja polityczna, problematyka społeczna i gospodarcza, sprawy partyjne czy związkowe wypełniały bez reszty jej łamy, na które bardzo rzadko trafiały „wielkie sensacje”. Prenumerata, organizowana kanałami partyjnymi i związkowymi, dotacje wpłacane przez organizacje robotnicze, składki członkowskie, subwencje posłów partyjnych były głównymi źródłami dochodów, a nawet największe pisma na równi korzystały z kolportażu ideowego prowadzonego przez członków partii, co i rozprowadzania nakładu przez pocztę lub wyspecjalizowane w tym przedsiębiorstwa.

W krajach, które pozbawione były swobód demokratycznych, prasa ruchu robotniczego była nielegalna, wydawana nader często za granicą przez środowiska emigracji politycznej i bezwzględnie zwalczana. Z trudem znajdowała ona drogę do odbiorców, dla których była przeznaczona. W takich warunkach — charakterystycznych dla ówczesnej Rosji i krajów bałkańskich — prasa ta pełniła jedynie funkcje ideowo-organizatorskie, nie informując prawie w ogóle o aktualnych wydarzeniach.

AGENCJE PRASOWE

Wśród przełomowych dla dziejów prasy zjawisk, które swój początek wzięły w wieku XIX, bez wątpienia jednym z najważniejszych było powstanie agencji prasowych: przedsiębiorstw, które specjalizowały się w zbieraniu informacji i przekazywaniu ich (odpłatnie) redakcjom dzienników i czasopism, a nie prowadziły — w założeniu — własnej działalności wydawni-

czej. Pisząc o początkach prasy nowożytnej wskazywaliśmy na istnienie wyspecjalizowanych „zbieraczy” wiadomości, którzy listownie lub osobiście przekazywali je swym protektorom lub stałym nabywcom. Jednak dopiero seria wynalazków technicznych z połowy wieku umożliwiła utworzenie przedsiębiorstw, które zastępowały redakcje w przygotowywaniu serwisów bieżących informacji. Tylko nieliczne, najbogatsze i największe pisma mogły pozwolić sobie na utrzymywanie sieci stałych korespondentów dostarczających im nowin z całego — coraz szybciej „powiększającego się” — świata: wspomniany już poprzednio system łączności Anglia—Indie kosztował właścicieli „The Timesa” około 10 tys. funtów rocznie, a przecież miejscowości i krajów, z których wiadomości mogły interesować czytelników, było coraz więcej. Dzienniki, jeśli nie chciały spaść do rangi dostarczycieli plotek z sąsiedniej ulicy, musiały każdego dnia choć część swych skromnych czterech lub sześciu stron zapełnić wiadomościami z daleka. Ceny, kursy papierów wartościowych, notowania giełdowe i wszelkie wydarzenia, które mogły mieć na nie wpływ, znajdowały się w centrum zainteresowań rzesz drobnych ciułaczy i rentierów — wiadomości ich dotyczące musiały być nie tylko dokładne, ale i szybkie. Obok specjalizacji wewnątrz zespołów redakcyjnych — gdzie jedni dziennikarze polowali na sensacje w korytarzach prokuratur, szukali lokalnych nowinek u merów i burmistrzów, inni jeszcze specjalizowali się w zbieraniu plotek za kulisami teatrzyków lub w kuluarach parlamentów — nastąpił w dziennikarstwie podział pracy bardziej generalnej natury. Podstawowy zasób informacji z zagranicy, najważniejsze wiadomości polityczne, gospodarcze i sensacyjne redakcje pism zaczęły otrzymywać w biuletynach relacjonujących dziesiątki czy setki wydarzeń, które

rozegrały się w ciągu mijającej doby w dziesiątkach i setkach miejscowości. Dostarczały ich agencje. Pracownicy dzienników zajmować się więc musieli już tylko ich komentowaniem, nadaniem formy odpowiadającej charakterowi pisma, rozbudowywaniem i uzupełnianiem wiadomości przez reportaże lub wywiad.

Charles August Havas, zbankrutowany kupiec i bankier, który jął się pracy zarobkowej tłumacząc na użytek kilku paryskich redakcji artykuły z czasopism zagranicznych i listy kupieckie, w 1832 r. założył biuro tłumaczeń, współpracując z większością stołecznych i niektórymi prowincjonalnymi redakcjami. W ciągu kilku lat rozwinął swoje przedsiębiorstwo i tworząc sieć własnych korespondentów na prowincji zaczął dostarczać obok tłumaczonego także materiał oryginalny. W 1840 r. zorganizował stałą i szybką łączność z Londynem posługując się gołębiaми pocztowymi, które prznosiły najistotniejsze wiadomości, przede wszystkim notowania giełdowe (czas przelotu wynosił około 6 godzin). Zawarł też serię umów z większymi dziennikami zagranicznymi o wymianie serwisów informacyjnych. Wynalezienie telegrafu i zastosowanie go przez Havasa (1845 r.) pozwoliło w istotny sposób zwiększyć nie tylko szybkość obiegu informacji, ale także objętość serwisu i zainteresowanie nim niemal wszystkich redakcji. W 1849 roku lekarz Bernard Wolff z pomocą swego kuzyna Wernera Simensa założył podobną agencję informacyjną w Berlinie, a w dwa lata później Julius Reuter (Israel Beer) uruchomił agencję w Londynie i z powodu silnego oporu ze strony gazet londyńskich najpierw zdobył sobie klientelę w prasie prowincjonalnej, dopiero po kilku latach skłonił do kapitulacji także prasę stołeczną (ostatni poddał się „The Times” w 1858 r.). Obaj fundatorzy nowych agencji — Wolff i Reuter — byli poprzednio współpracownikami Ha-

vasa i swoje przedsiębiorstwa zorganizowali w oparciu o wypracowane przez niego wzory.

Władze bardzo szybko zorientowały się w posiadanych przez agencje możliwościach politycznego oddziaływania na prasę. I wszystkie one — z wyjątkiem powstałej w 1848 r. nowojorskiej The Associated Press, będącej spółką założoną przez sześć dzienników — znalazły się pod kontrolą i opieką rządów. W 1859 r. „wielka trójka” Havas—Reuter—Wolff dokonała — zupełnie oficjalnie i z poparciem swych rządów — podziału świata na strefy wpływów i zmonopolizowała ogromną część rynku informacyjnego (główna agencja amerykańska dołączyła do tej umowy w 1872 r.), spychając na drugi plan nowo powstające agencje narodowe. Cena, którą płaciły redakcje nawet za komplet serwisów agencyjnych, była niezwykle niska w porównaniu z kosztami, które musiałyby ponosić, utrzymując własnych korespondentów i płacąc za użytkowanie linii telegraficznych lub kabli podmorskich. W ten sposób nawet wielkie i bogate dzienniki podstawową część kolumn informacyjnych zapępniać zaczęły wiadomościami kupionymi, jednakowymi dla całej praktycznie prasy danego kraju lub więcej nawet — dla całej „strefy wpływów” panujących agencji.

Z powstaniem i rozwojem agencji prasowych łączyło się też tworzenie się przedsiębiorstw ogłoszeniowych, które pośredniczyły między dziennikami a ogłoszeniodawcami, wyręczając — i wypierając — własną akwizycję ogłoszeniową poszczególnych wydawnictw. Na takiej właśnie działalności zrodziła się wielka fortuna Havasa, który przez dłuższy czas — mimo popytu, jakim cieszyły się jego usługi informacyjne — nie mógł wybrnąć z kłopotów finansowych związanych z rosnącymi kosztami utrzymania agencji.

Obserwowaliśmy, jak w ciągu drugiej połowy

ubiegłego stulecia postępowała komercjalizacja prasy codziennej, która stawała się stopniowo gałęzią przemysłu. Ten sam stan osiągnęły agencje prasowe i ogłoszeniowe. Dodać trzeba, że jeszcze jeden proces związany z produkcją prasowo-wydawniczą uległ podobnej tendencji: dystrybucja. Tak jak taniej kalkulowało się kupowanie serwisów informacyjnych agencji niż utrzymywanie własnej sieci korespondentów, tak też bardziej opłacalne — wraz ze wzrostem nakładów i rozszerzeniem się geograficznego zasięgu kolportażu — okazało się powierzenie rozprowadzania wydrukowanego nakładu wyspecjalizowanemu przedsiębiorstwu, które zajmowało się (za godziwą prowizję lub zryczałtowaną opłatę) zarówno sprzedażą dziennika w jego rodzimym mieście, jak i przesyłaniem go do innych ośrodków.

*

Wydaje się, że fakty, które zostały zrelacjonowane w tym rozdziale, wystarczająco jasno obrazują przekształcenie — rewolucyjne — jakiemu uległa prasa w ciągu kilku dziesięcioleci ubiegłego wieku. Dochodowe wprawdzie, ale niewielkie przedsiębiorstwa poligraficzne zmieniły się w ogromne niejednokrotnie fabryki prasowe zatrudniające setki, a nawet tysiące pracowników, obracające milionowymi sumami. Mnożyły się coraz to nowe typy pism, następowała specjalizacja tematyczna, wyodrębniły się pisma fachowe, naukowe, dziesiątki najróżniejszych organizacji i zrzeszeń społecznych, kulturalnych, religijnych oraz partii i grup politycznych utworzyły własne organy prasowe. I choć wciąż jeszcze mówiono o „powołaniu”, o wychowawczej i oświatowej roli prasy, to już poważna jej część — a pamiętać trzeba, że pod względem zasobności i zasięgu oddziaływania część podstawowa —

stała się przedsiębiorstwem obliczonym na zysk i funkcjonującym podobnie jak np. fabryka produkująca seryjne meble.

Nieprecyzyjne wciąż jeszcze szacunki każą sądzić, że w latach 1880—1890 na świecie ukazywało się równocześnie nie mniej niż 25—35 tys. dzienników i czasopism i że łączny jednorazowy nakład samych tylko dzienników sięgał już paru dziesiątków milionów egzemplarzy. Masa ta jednak skoncentrowana była w kilkunastu tylko krajach Europy i Ameryki, podczas gdy pozostała część ludności zdana była wciąż jeszcze na archaiczny sposób wymiany wiadomości i myśli: z ust do ust, drogami wiodącymi wzdłuż szlaków karawan i kupieckich ścieżek. Eksplozja prasowa przebiegała bowiem równolegle z przyspieszeniami postępu technicznego i społecznego, związana była bezpośrednio z przemianami ustrojowymi, z pochodem rewolucji przemysłowej i rozwojem parlamentarnej demokracji.

WIEK XX: SILENCE AU PAUVRE!

Pulitzer, Millaud i Harmsworth byli pierwsi, lecz za nimi poszli wnet inni i dopiero pojawienie się w ich krajach kilku lub kilkunastu wysokonakładowych dzienników sensacyjnych ostatecznie nadało ton całej prasie i ukształtowało formy, którymi rzeka informacji płynie po dziś dzień. Trzej pionierzy prasy masowej znaleźli godnych naśladowców, a ci z kolei pod wieloma względami prześcignęli twórców Drugiej Generacji. Zanim niemieccy *feldgrau*, francuscy *poilus*, bitni chłopcy z Highlandu i zuchy z Kentucky zmierzyli się o podział świata w krwawej wojnie 1914—1918, ich własny świat był już podbity przez „gazetki”.

W 1913 r. pięć największych dzienników paryskich drukowanych było w około 5 milionach egzemplarzy, w tym rekordzista — „Le Petit Parisien” (założony w 1876 r.), który pod kierownictwem Jean Dupuya zdetronizował wydawnictwo Millauda — sięgał 1,5 miliona, Harmsworthowskiemu „Daily Mail” przybył konkurent w postaci „Daily Express” (założony w 1900 r.) Arthura Pearsona, a sam Harmsworth — od 1905 r. wyróżniony szlacheckim tytułem Lorda Northcliffe — wylansował inny jeszcze dziennik masowy „Daily Mirror” (1903 r.). O piśmie tym mawiano wówczas, że różni się ono od poprzedniego dziennika Harmswortha tym, że

przeznaczone jest nie „dla tych, którzy nie lubią myśleć”, ale „dla tych, którzy nie lubią czytać”. W pierwszym dziesięcioleciu naszego wieku jeden egzemplarz dziennika przypadał już na 5—6 dorosłych Anglików. W Niemczech królowały w tym czasie koncerty Leopolda Ullsteina, Rudolfa Mosse i Augusta Scherla. Podobna sytuacja istniała w Stanach Zjednoczonych: w 1890 r. łączny jednorazowy nakład tamtejszych dzienników nieznacznie przekraczał 8 mln egzemplarzy, w 1900 r. pokonana została granica 15 mln, a w 1910 r. osiągnięto pułap 24 milionów. Jeden egzemplarz dziennika przypadał na 4—5 mieszkańców, licząc oseski oraz licznych imigrantów, którzy przybyli do Stanów nie umiejąc czytać nawet we własnym, ojczystym języku.

HEARST CONTRA PULITZER

Najwymowniejszych przykładów ilustrujących sposoby i tempo podboju nowych czytelników dostarcza prasa amerykańska, zajmująca od końca XIX w. miejsce, na którym królowały przez długie lata dzienniki brytyjskie — od „Spectatora” do „Timesa” — stawiane i brane za wzór w całym świecie.

W 1896 r. William Randolph Hearst, syn milionera z zachodniego wybrzeża, przybył do Nowego Jorku, by tam spróbować swych sił w zawodzie dziennikarza-wydawcy, który wybrał sobie już wcześniej korzystając z pokaźnej kiesy swego papy. Kupił tu niczym specjalnym nie wyróżniający się dziennik „The New York Morning Journal” i rozpoczął wielką wojnę z samym Pulitzerem. Pierwszym krokiem przyszłego króla prasy amerykańskiej było obniżenie ceny pisma do jednego centa, drugim przekupienie i „skaperowanie” czołówki dziennikarzy pulitzerowskich z Arturem Brisbanem i Outcaultem na

czele. Pozornie Hearst nie wniósł do dotychczasowych form nic nowego, ale „techniką wielkich czcionek, czerwonej farby, jaskrawych tytułów, niewybrednych rysunków i karykatur posługiwał się zręcznie i konsekwentnie”.¹ Czytelnikiem jego pism miał stać się — jak twierdził — „każdy mężczyzna z ulicy i każda kobieta w kuchni”.

Jeśli Gordon Bennet wysyłając swego reportera na poszukiwanie Livingstone'a tworzył fakty po to, aby je wykorzystać w piśmie, Hearst i Pulitzer — w zacieklej rywalizacji — znacznie go pod tym względem prześcignęli. Nie bez racji twierdzi się, że wojna amerykańsko-hiszańska nigdy by nie wybuchła, gdyby „Journal” i „World” nie wzięły sprawy w swoje ręce. Chodziło tu już nie tylko o przekonania polityczne wydawców i ich przychylność dla agresywnych dążeń wojskowych. Czytelnicy, których coraz szersze rzesze kupowały dzienniki, chcieli w nich znajdować sensację, wielkie tytuły zapowiadające niecodzienne wydarzenia. Cóż może stanowić tu materiał lepszy niż wojna, niż bitwy i potyczki? Gdy w 1897 r. specjaliści wysłannicy Hearsta do Hawany — a o Kubę rzecz cała się toczyła — depeszowali: „Wojny nie będzie. Chcemy wracać”, odpowiedź ich bossa była jednoznaczna: „Proszę zostać. Wy dostarczycie ilustracji. Ja zrobię wojnę”. Jesienią tego samego roku wysłannik Hearsta wykradł z więzienia piękną siostrzenicę prezydenta powstańczego rządu kubańskiego: *Miss Evangelina Cisneros rescued by the Journal* — donosił na pierwszej stronie wielki tytuł. Wojna była dla „mężczyzn z ulicy”, a dla „kobiet w kuchni” — nieszczęśliwa więźniarka stanu, powitana gigantycznym wiecem na nowojorskim Union Square i osobiście przyjęta przez Prezydenta Stanów. Co najmniej pół tysiąca dziennikarzy — pisarzy, reporterów, fotografów, rysowników — towarzy-

szyło krótkiej kampanii wojennej. W 1898 r. nakłady „Journal” i „World” przekroczyły po 1,5 miliona egzemplarzy.

„Zrobienie” wojny nie było przedsięwzięciem prostym, nie było też przedsięwzięciem tanim: „Journal” drukował nieraz do 40 wydań dziennie, a same reportaże kosztowały każdego dnia około 3 tys. dolarów. Wszystkie pisma tego typu pochłaniały wielkie koszty, a kupowało się je za bezcen: za centa, pół pensa, pięć centymów, feniga... Utrzymywanie takiej ceny, a więc także utrzymywanie tak licznej klienteli stałych czytelników umożliwiał system wydawniczy, wprowadzony swego czasu przez Girardina, a szczególnie silnie rozwinięty w prasie anglosaskiej.

PRAWO MAKSYMALNEGO ZYSKU

W 1827 r. największy, dwudziestotysięczny dziennik paryski „Le Constitutionnel” wszystkie swoje dochody czerpał z prenumeraty. Odpowiednio wysoka jej cena — mimo poważnego obciążenia w postaci opłaty stemplowej (równej 48% wydatków) — gwarantowała zyski. Gdyby jednak Hearst czy Dupuy chcieli stosować ten sam system, wątpliwe, czy więcej niż kilka tysięcy ludzi byłoby stać na kupno ich dziennika. Równo w sto lat po ujawnieniu danych o wpływach i wydatkach „Constitutionnela” londyński tygodnik „The Economist” w artykule poświęconym sytuacji finansowej prasy brytyjskiej obliczał, że w popularnym dzienniku, drukującym około 2 mln egzemplarzy, ze sprzedaży ulicznej i abonamentowej pochodzi nie więcej niż 34% dochodów. Pozostałą część dawały ogłoszenia i reklamy. Wedle obliczeń amerykańskich prasoznawców dochody z ogłoszeń stanowiły — w dużych dziennikach — około 64% w 1909 r. i 74% w 1927 r. całości wpływów. Jeden z naj-

lepszyc dzienników nowojorskich zwiększył powierzchnię przeznaczoną na reklamy z około 30% w 1875 r. do około 60% w 1925 r. W tym samym roku w ośmiu największych dziennikach angielskich powierzchnia przeznaczona na reklamę wynosiła od 32% do 53% ogólnej powierzchni pisma. Już w 1902 r. w dwudziestu największych dziennikach francuskich (paryskich i prowincjonalnych) przeciętnie na reklamę przeznaczano około 27%—29% powierzchni. O dynamice wzrostu wydatków na reklamę niech świadczy następujące porównanie: w USA na cele reklamowe (we wszystkich formach) wydatkowano rocznie

w 1900 roku około 96 mln dol.

w 1919 roku około 528 mln dol.

w 1939 roku około 810 mln dol.

Prasa „konsumując” znaczną część tych wydatków oraz dysponując milionowymi sumami ze sprzedaży numerów stała się przemysłem i to niemałej rangi, a czołowe wydawnictwa miały obroty, których wysokość — na równi z wysokością przynoszonych zysków — pozwalała zaliczać je do grupy poważniejszych przedsiębiorstw produkcyjnych czy handlowych. Nic więc dziwnego, że produkcją prasowo-wydawniczą musiały rządzić te same prawa, które obowiązywały w całej ówczesnej gospodarce kapitalistycznej: dążenie do maksymalnego zysku i koncentracja własności.

Zysk przynosiły ogłoszenia — ogłoszeniodawców przyciągał do pisma jego wysoki nakład — wysoki nakład był osiągalny wtedy, gdy gazeta trafiała w gusty szerokich kręgów publiczności. „Dzienniki — pisał w 1932 r. G.M. Fuller — poszły za duchem czasu, w kierunku masowej produkcji, konsolidacji, organizacji sprzedaży, niskich kosztów, wysokich zysków, mechanicznego postępu i umyślowego otępienia”.² Jeden z czołowych dzienników nowojorskich przezna-

czał w 1875 r. na wiadomości wszelkiego typu i kalibru około 55% powierzchni zadrukowanej, w 1900 r. tyle samo, a w 1925 r. już tylko niespełna 27% — różnicę pochłoneły reklamy. W tym samym dzienniku komentarze redakcyjne na aktualne tematy zajmowały 9,6% powierzchni w 1875 r., 7,1% w 1900 i 2,2% w 1925 r. Zmienił się także rodzaj przekazywanych czytelnikowi wiadomości: informacje sportowe np. zabierały w 1875 r. 1,7% powierzchni, w 1900 r. 5,1%, w 1925 r. 25,4%; udział miejsca przeznaczonego na informacje o zbrodniach wzrósł w ciągu tych pięćdziesięciu lat z 4,9% do 10,7%. Analiza pierwszych kolumn ośmiu najpoważniejszych dzienników amerykańskich, którą objęto numery z lat 1911—1915, wykazała, że na tej najważniejszej stronie gazety 22,5% powierzchni zajmowały wiadomości o przestępstwach, a 14,5% o nieszczęśliwych wypadkach. W 1902 r. największy ówczesny dziennik paryski, „Le Petit Parisien”, na 3200 wierszy, które codziennie drukował — poza ogłoszeniami rzecz jasna — 670, czyli prawie 21%, przeznaczał na *faits divers criminelle*. Nie inaczej było w Londynie czy Berlinie, wszędzie tam, gdzie triumfowała prasa wielkonakładowa.

Jest rzeczą wciąż dyskutowaną, czy to prasa naginała się do niewybrednych gustów publiczności, czy też wydawcy sami, rozmyślnie „zatruli” publiczność. Prawda — być może — leży, jak to często bywa, pośrodku: ludzie chcieli czytać sensacyjne doniesienia o trupach, pragnęli wnikać w skandale i skandaliki z „wyższych sfer”, a wydawcy nie próbowali sprzeciwiać się ich zainteresowaniom. „Prasa — pisał autor już cytowanej tu rozprawki *La crime et la presse* — daje publiczności to, czego ta pragnie. Ale ani czytelnik, ani prasa nie są za to odpowiedzialni... To warunki życia, to obyczaje stworzyły taką sytuację”.³

Ciekawych informacji na temat preferencji czytelnicznych dostarcza ankieta przeprowadzona przez amerykański Instytut Gallupa w 1938 r. w 40 miastach USA liczących powyżej 50 tys. mieszkańców. Ankieta stwierdza, że 98% czytelników obojga płci czyta informacje sensacyjne, 87% mężczyzn i 89% kobiet ogląda strony ilustrowane, 60% mężczyzn i 66% kobiet interesuje się rysunkami humorystycznymi, artykuł wstępny jest lekturą 20% odbiorców, korespondencje z Waszyngtonu (a więc w zasadzie dotyczące polityki wewnętrznej i zagranicznej) czyta 14% mężczyzn i 9% kobiet, strony literackie 3% mężczyzn i 7% kobiet. Nie powinno więc wydawać się dziwne, że dzienniki, które więcej miejsca poświęcały zagadnieniom politycznym czy społecznym, nie zyskiwały tak wielu czytelników, jak ich polujący na sensację konkurenci, i w odróżnieniu od nich adresowane były nie „do wszystkich”, a do określonych kręgów i warstw społecznych, wzmacniając zarysowany już u progu narodzin prasy Drugiej Generacji podział na „prasę elity” i „prasę mas”.

Taka była — z punktu widzenia treści przekazywanych przez prasę, jej zawartości i wartości merytorycznej — pierwsza konsekwencja komercjalizacji, która prasę „z narzędzia propagandy i wymiany idei politycznych uczyniła środkiem sprzedaży wiadomości i reklamy handlowej”.⁴ Pociągało to za sobą określone, choć trudne do wymierzenia, skutki polityczne. Gdy Jefferson mówił w 1789 r., że woli gazety bez rządu niż rząd bez gazet, to w świetle jego liberalistycznej i demokratycznej doktryny prasa zajmowała wyraźnie określone i ważne miejsce w funkcjonowaniu mechanizmu państwowego. Miała nie tylko stanowić narzędzie kontroli władzy i forum walki idei, ale także informować każdego obywatela o biegu spraw państwowych i czynić go w ten sposób aktywnym

uczestnikiem życia publicznego. Tak się wszakże nie stało, a w każdym razie zamierzenia te nie zostały zrealizowane w takim stopniu, jaki zakładali liberałowie epoki Jeffersona.

PRAWO KONCENTRACJI

Poważniejsze znaczenie polityczne miał nieunikniony w warunkach komercjalizacji prasy proces jej koncentracji. Alfred Harmsworth przejmując w 1908 r. kontrolę nad „The Times” stał się właścicielem dwu dzienników wielkonakładowych i pisma „elity”, którego wpływ polityczny — acz nie tak wielki jak przed dwudziestu laty — był wciąż jeszcze bardzo poważny. Równolegle zaczęły powstawać inne koncerny skupiające po kilka lub nawet kilkanaście pism, a król prasy brytyjskiej nie był wcale na tym polu pionierem, gdyż jeszcze w końcu XIX wieku Edward Hulton rozpoczął skupywanie gazet — co prawda zrazu mniejszych, ale w znaczniejszej liczbie. Po Hultonie i Lordzie Northcliffe znaleźli się inni, a metody tworzenia koncernów polegały zarówno na zakładaniu nowych pism, jak — znacznie częściej — kupowaniu już istniejących dzienników. Wielokrotne zmiany własności, ciągle tworzenie się nowych i rozpadanie starych koncernów poprzedziły fakt zdominowania prasy angielskiej w połowie dwudziestolecia międzywojennego przez kilka wielkich grup prasowych, wśród których pięć największych kontrolowało około 45% dzienników i niezwykle popularnych w Anglii gazet niedzielnych. Należały do nich m.in. grupa Lorda Rothemere’a (brata Alfreda Harmswortha, który odziedziczył w 1922 r. jego koncern), wydająca trzy dzienniki o łącznym nakładzie 2,5—3 mln egzemplarzy i dwie gazety niedzielne osiągające razem ponad 3 mln egzem-

plarzy, oraz grupa braci Berry, która obok czterech gazet stołecznych kontrolowała także 27 pism prowincjonalnych oraz kilkadziesiąt czasopism fachowych i specjalistycznych. Z systemem tym pogodzić się musiała nawet Labour Party, która po miernym powodzeniu swego dziennika „Daily Herald” podpisała umowę (zachowując dla siebie 51% akcji) z grupą wydawniczą Juliusa S. Eliasa — Odham's Press — i jemu przekazała wydawanie partyjnego organu, który przekształcony w dziennik o charakterze sensacyjnym w ciągu czterech lat skończył z 250 tys. na 2 mln egzemplarzy nakładu.

Bodaj czy nie szybsze jeszcze tempo rozwinął proces koncentracji w prasie niemieckiej, aczkolwiek przybrał on tam nieco odmienne formy. W 1915 r. pięćdziesięcioletni wówczas Alfred Hugenberg, dyrektor koncernu Kruppa, objął stanowisko dyrektora grupy pism zakupionej przez wielki kapitał Zagłębia Ruhry od Augusta Scherla. W oparciu o niewyczerpalne fortuny baronów węgla i stali firma Hugenberga w ciągu dziesięciu lat objęła bezpośrednią kontrolę nie tylko 14 dzienników i czasopism grupy Scherla, ale także agencję Telegraphen Union, która obsługiwała — produkując dla nich biuletyny wszelkiego typu, a także gotowe matryce — około 1600 lokalnych dzienników i gazetek informacyjnych, koncern Vera, skupiający kilkadziesiąt małych dzienników prowincjonalnych, wielkie biuro ogłoszeniowe Ala, a wreszcie w 1927 r. Hugenberg zajął stanowisko prezesa rady nadzorczej Universum Film AG (UFA), jednego z największych przedsiębiorstw filmowych na świecie. Oblicza się, że koncern Hugenberga kontrolował — bezpośrednio lub przez agencje mu podległe — ponad połowę wszystkich dzienników i gazet informacyjnych w Niemczech. Drugi pod względem wielkości koncern Ullstein-Verlag, którego pierwociny

sięgały 1877 r. (Leopold Ullstein założył wówczas pierwszy swój dziennik „Deutsche Union”), w końcu lat dwudziestych był właścicielem co najmniej 16 dzienników i tygodników z największymi gazetami niemieckimi — „Berliner Illustrierte Zeitung” (blisko 2 mln egzemplarzy), „Die Grüne Poste” (ponad 1 mln egzemplarzy), „Berliner Morgenpost” (około 600 tys. egzemplarzy) — na czele. Obok kilku mniejszych koncernów kontrolujących prasę regionalną powstał także koncern prasy komunistycznej, którego zorganizowanie KPD powierzyła świetnemu organizatorowi Willi Munzenbergowi. „Czerwony Koncern” wydawał obok jednego z najpoczytniejszych w Berlinie dzienników „Welt am Abend” także szereg tygodników, a wśród nich „Arbeiter Illustrierte Zeitung” o nakładzie ponad 400 tys. egzemplarzy. SPD ze swej strony utworzyła Konzentration AG, które w 1928 r. wydawało 188 dzienników i gazet informacyjnych w łącznym nakładzie około 1.5 mln egzemplarzy.

„Lekko licząc — pisał w 1923 r. prof. Georg Bernhard na łamach liberalnej „Vossische Zeitung” (należącej notabene do koncernu Ullsteina) — 90% prasy niemieckiej znajduje się w rękach wielkich przemysłowców i zależnych od nich towarzystw akcyjnych... wiadomości czytane w tych gazetach pochodzą w większej części z biur korepondencyjnych, należących do tych samych przemysłowców i zależnych od nich towarzystw...”⁵

W Stanach Zjednoczonych w 1900 r. istniało ok. 2200 dzienników, ale tylko 8 koncernów (*chains*) wydawało pisma, których nakład stanowił 10% ogólnego nakładu prasy codziennej. To był dopiero początek. W 1923 r. 34 koncerny drukowały 31% nakładów dzienników i 42% nakładów gazet niedzielnych, w 1935 r. dla 63 koncernów odpowiednie wielkości wynosiły 41%

i 52%. W tej sporej liczbie *chains* większość stanowiły niewielkie grupy prasowe z prowincji i małych ośrodków miejskich, wśród których tylko dziewięć wydawało więcej niż pięć pism. Ale były tu też prawdziwe mocarstwa prasowe, a zdecydowany prym wiódł koncern Hearsta, który w 1923 r. wydawał 22 dzienniki, o nakładzie stanowiącym 10,8% nakładu ogólnoa amerykańskiego, i kilka gazet niedzielnych, których nakład stanowił 19,1% nakładu wszystkich gazet tego typu. W 1935 r. koncern ten kontrolował 13,6% nakładu dzienników i 24,2% nakładu gazet niedzielnych w kilkunastu stanach. Drugi pod względem wielkości koncern — McCormick-Patterson — dysponował w 1935 r. dziennikami drukującymi 6,4% ogólnego nakładu prasy codziennej i gazetami niedzielными, których udział w nakładzie wszystkich gazet tego typu wynosił 12,3%.

Nieuniknionym następstwem pogłębiającego się procesu koncentracji prasy była — szczególnie jaskrawo widoczna w USA — tendencja do zanikania pism konkurencyjnych. Amerykańscy prasoznawcy skrupulatnie ustalili liczbę miast, w których ukazywały się dzienniki konkurujące ze sobą. Okazało się, że ilość ich zmniejszała się w okresie międzywojennym w tempie zastraszającym i stało się to w kraju, w którym najpierw głoszono, że „prasa jest podstawą demokracji politycznej”. Otóż w 1880 r. 61,4% miejscowości, w których ukazywała się prasa codzienna, miało pisma konkurujące ze sobą. W latach następnych procent ten wynosił:

w 1900 r. —	61,1%
w 1910 r. —	57,1%
w 1920 r. —	42,6%
w 1930 r. —	20,6%
w 1940 r. —	12,7%

Podobny, choć nie tak gwałtowny proces zachodził także w prasie francuskiej: w 1882 r. konkurencyjne dzienniki ukazywały się w 58 miastach, w 1892 r. w 70, w 1900 r. w 74, w 1914 r. w 73 miastach, w 1922 r. w 60, w 1930 r. w 59, w 1938 r. w 53 miastach. „Tyrania monopolu — pisał w 1924 r. James Bryce — jest być może jeszcze bardziej zgubna w sprawach opinii publicznej niż w sprawach handlu”.⁶ Tuż po drugiej wojnie światowej francuski publicysta Robert de Saint-Jean strawestował osławiony slogan hitlerowski, snując totalitarną wizję nieodległej — wedle niego — przyszłości: *Un pays, un peuple, un journal* („Jeden kraj, jeden lud, jedna gazeta”). Choć nigdzie jeszcze do takiej sytuacji nie doszło i najprawdopodobniej w krajach z normalnie funkcjonującym systemem demokracji parlamentarnej nigdy nie dojdzie (o prasie w państwach totalitarnych piszemy w niniejszym rozdziale osobno), to już w okresie międzywojennym stawało się coraz jaśniejsze, że wciąż mniejsza grupa ludzi zdobywa środki, przy pomocy których przekazuje informacje coraz liczniejszemu rzeszom swych współobywateli.

Koncentracja i związana z nią uniformizacja prasy pogłębiały się także dzięki zacieśniającym się związkom między wydawcami a agencjami prasowymi i przedsiębiorstwami kolportażowymi. Już w początkach naszego wieku największa agencja prasowa w USA — Associated Press — która w praktyce posiadała monopol informacyjny na obszarze całych Stanów, wprowadziła zasadę, że nowo założonemu w jakimś mieście dziennikowi dostarczać będzie swe biuletyny wtedy tylko, gdy wydawane już na tym terenie pisma wyrażą na to zgodę. Szczególnie pouczająca była plajta inicjatywy wydawniczej podjętej przez znanego producenta perfum i milionera paryskiego Coty (prawdziwe nazwisko

François Spoturno), który — nie zadowolając się wykupieniem kontrolnych pakietów akcji dzienników „Le Figaro” i „Le Gaulois” — postanowił założyć własne, wielkonakładowe pismo, nadając mu wyraźnie kokietujący tytuł: „L’Ami du Peuple” (1928 r.). Rzucając na rynek nowy dziennik z ceną znacznie niższą niż dotychczasowe (10 centymów zamiast 25), liczył na sukces zwłaszcza w kręgach robotniczych i drobnomieszczańskich. Szybko jednak spotkał się z ripostą decydującego na stołecznym rynku prasowym tzw. Konsorcjum, które skupiało pięć największych dzienników: związana z Konsorcjum agencja Havasa odmówiła Coty’emu ogłoszeń, największa firma kolportażowa Messagerie Hachette nie zgodziła się na rozprowadzanie jego dziennika. Coty próbował się bronić tworząc własną akwizycję ogłoszeniową i organizując osobny kolportaż, a także oddał do sądu sprawę przeciwko Hachette; proces wprawdzie wygrał, ale deficyt dziennika był już tak wielki, że Coty musiał sprzedać pismo. Nabywcą była agencja Havasa. Warto tu dodać, że Coty spotkał się z oporem Wielkiej Piątki i jej wspólników nie tyle ze względów politycznych (był poglądów skrajnie prawicowych), co handlowo-konkurencyjnych. Pierwszym posunięciem nowego właściciela „L’Ami du Peuple” było podniesienie ceny dziennika do normalnej stawki 25 centymów.

Wobec i tak już ostrej konkurencji istniejące wydawnictwa broniły się wszelkimi środkami przed intruzami, którzy usiłowali wtargnąć na „ich” teren działania. W Anglii od 1918 r. — uprzedzając wypadki można powiedzieć, że aż po dziś dzień — udało się założyć i utrzymać przez dłuższy czas jeden tylko dziennik o wielkim nakładzie: był nim wymieniany tu już labourzystowski „Daily Herald”. Nie inaczej było w Stanach Zjednoczonych i Niemczech. Niewiele odbiegała od wyżej opisanych sytuacja we

Francji: w okresie międzywojennym założono tu tylko dwa dzienniki, które osiągały nakłady rządu co najmniej 500 tys. egzemplarzy — „Paris-Soir”, który dzięki niepospolitym umiejętnościom organizacyjnym znanego przemysłowca Jean Prouvosta stał się w latach trzydziestych największym dziennikiem Francji i jednym z największych dzienników świata, oraz komunistyczny „Ce Soir”, który swoje apogeum osiągnął w okresie rządów Frontu Ludowego.

Problem polegał jednak nie tylko na sprzeciwie ze strony istniejących pism i prawdziwie mafijnych powiązaniach między koncernami wydawniczymi a agencjami i przedsiębiorstwami kolportażowymi. W Stanach Zjednoczonych obliczono, że założenie dużego dziennika w 1876 roku (np. „Chicago Daily News”) wymagało za-inwestowania kapitału w wysokości około 1 tys. dolarów; założony w 1882 r. „The York Morning Journal” musiał już dysponować kwotą około 25 tys. dolarów; w 1895 r., gdy pismo to kupował Hearst, płacił za nie 180 tys. dolarów, a przy sprzedaży w 1925 r. wymienianego już „Chicago Daily News” dawni właściciele otrzymali kwotę 13,5 mln dolarów! Żeby wejść na rynek angielski trzeba by — w latach trzydziestych — przeciwstawić odpowiednie zasoby funduszom grupy lorda Rothermere’a, w której posiadaniu znajdował się kapitał 10 mln funtów lub grupie braci Berrych, których koncern dysponował 20 milionami.

Miał rację Felicite de Lamennais, gdy 11 lipca 1848 r., na wiadomość o przyjęciu przez francuskie Zgromadzenie Narodowe ustawy o wprowadzeniu kaucji wydawniczych, pisał: „Dziś trzeba mieć złoto, wiele złota, aby korzystać z prawa do głoszenia poglądów: my nie jesteśmy wystarczająco bogaci. Milcz biedaku!” Miał wiele racji. W dwudziestym wieku słowa te nie straciły nic na aktualności — przeciwnie, teraz dopiero zy-

skąły walor niepodważalnej prawdy także i tam, gdzie za czasów Lamennais'go nie było jeszcze potrzeby ich przytaczać: w Stanach Zjednoczonych, we Francji, w Anglii, w Republice Weimarskiej jeden egzemplarz dziennika przypadał na dwie—trzy osoby, a każdy obywatel miał prawo wydawać własne pismo. Ale złoto stało ponad tym prawem.

Nie absolutyzując znaczenia zasobów finansowych, którymi trzeba było dysponować, aby uzyskać możliwość głoszenia swoich poglądów, wskażmy — na jednym tylko przykładzie — dysproporcje, które powoduje złoto. Otóż w Paryżu w 1910 r. istniało 60 dzienników o łącznym nakładzie jednorazowym około 4,9 mln egzemplarzy. 42 spośród nich miały nakład mniejszy niż 10 tys. egzemplarzy, a 25 nie przekraczało nawet 500 egzemplarzy. W 1939 r. w tymże mieście wychodziło 41 dzienników, a łączny ich nakład sięgał 6,5 mln egzemplarzy, w tym 15 dzienników drukowało mniej niż 10 tys. egzemplarzy, a tylko jeden nie przekraczał 500 egzemplarzy. Jeśli przyjąć, że każde z małych pism codziennych reprezentowało niezależną opinię swego wydawcy, który nie należał do świata wielkiego biznesu prasowego, to stwierdzić możemy, że liczba ich zmniejszyła się nie tylko w wartościach bezwzględnych (z 42 do 15), ale także w wartościach względnych — jeśli brać pod uwagę stosunek do całej prasy codziennej tej metropolii (z około 2/3 do niewiele ponad 1/3). W rzeczywistości więc wciąż jeszcze można było wyrażać swoją opinię — nawet posiadając stosunkowo mały kapitał — ale w ciągu tylko trzydziestu lat dzielących obie daty graniczne konkurencja wielkonakładowej prasy poważnie uszczupliła grono „małych niezależnych” i do minimum ograniczyła ich — i tak niewielki — zasięg oddziaływania.

Procesy koncentracji bowiem, obok wymie-

nionych już następstw w postaci zmniejszania się liczby miejscowości, w których ukazywały się pisma konkurencyjne i coraz wyższej bariery finansowej, którą trzeba było pokonać, aby dostać się między pisma o wielkim zasięgu, pociągały za sobą ogólny spadek liczby wydawanych pism informacyjnych (dzienników i gazet tygodniowych).

Tablica 3

Liczba dzienników wydawanych w USA i Francji w latach 1880—1940

USA		Francja	
Rok	Liczba dzienników	Rok	Liczba dzienników
1880	909	1882	374
1890	1662	1892	414
1900	2190	1901	402
1910	2433	1914	349
1920	2042	1922	294
1930	1942	1931	304
1940	1878	1938	236

Największa „śmiertelność” panowała rzecz jasna nie wśród wielkonakładowych dzienników — tu częstsze były fuzje i zmiany właścicieli — ale między prasowymi płótkami, a uboższe warstwy społeczeństwa mogły liczyć na posiadanie gazety reprezentującej ich poglądy tylko tam, gdzie zorganizowane były w masowych ruchach politycznych, zdolnych finansować własną prasę ze składek członkowskich i subwencji partyjnych. Tak było we Francji, zwłaszcza w latach trzydziestych, w Niemczech weimarskich, częściowo w Anglii („Daily Herald”) i kilku mniejszych krajach posiadających silne partie socjaldemokratyczne lub — rzadziej — komunistyczne (Czechosłowacja, Belgia, Austria, Wło-

chy do zwycięstwa Mussoliniego, Szwecja). Jednak i tam, nawet gdy pojedynczym dziennikom udało się osiągnąć nakłady mogące równać się nakładom czołówki prasowej danego kraju, prasa związana z różnymi odmianami ruchu robotniczego nie mogła mierzyć się zasięgiem oddziaływania z prasą reprezentującą interesy wielkiego przemysłu.

„PIGULKI”

Nie obeszło się — w okresie nas tu interesującym — bez kolejnych innowacji w sposobie podawania wiadomości: mówi się nawet o pojawieniu się dzienników Trzeciej Generacji, choć bez wątplenia przełom ten nie miał tak powszechnego zasięgu jak ten, który nastąpił w ostatnich dziesięcioleciach XIX wieku. Nową formułę najlepiej może prezentuje slogan francuskiego promotora nowego typu dziennika, Jean Prouvosta: „Wiedzieć — to dobrze, widzieć — to lepiej”. Idea taka przyświecała już Harmsworthowi, gdy zakładał w 1903 r. „Daily Mirror”, jednak środki techniczne, którymi wówczas dysponowano, nie pozwalały jeszcze na pełne jej rozwinięcie. Za datę narodzin owej prasy Trzeciej Generacji przyjmuje się 16 czerwca 1919 r., dzień ukazania się dziennika „The New York Daily News”. „Doświadczenie ilustrowanych magazynów, poklask zdobywany przez pracujących dla czasopism artystów, wpływ, jaki rysunki i fotografie miały na nakłady — wszystko to wskazywało na przewrót, którego przyjsście było tak samo pewne, jak zwycięstwo demokracji”. ⁷ *Tabloid* — taką nazwę otrzymał nowy gatunek dziennika, dzięki któremu — jak pisali Charles i Mary Beard — „nareszcie te miliony ludzi, które nie mogły współzawodniczyć nawet

ze stajennymi i służącymi w odczytywaniu olbrzymich nagłówek, mogły teraz zaliczyć się do czytelników prasy".⁸ W 1930 r. „Daily News” osiągnął 1,5 mln egzemplarzy nakładu i stał się największym dziennikiem amerykańskim, a wielu innych wydawców wydatnie zwiększyło w swych pismach ilość ilustracji, które zaczęły spełniać funkcje samoistnych informacji o wydarzeniach. *Tabloid* znaczy pigułka, i stąd wzięła się nazwa — powszechnie dziś używana w prasoznawstwie — dziennika, który komprymuje informacje, dawkuje je w ilości „potrzebnej” dla czytelnika, miesza w *massa tabulettae* i powoduje, że wystarczy jeden ruch przełyku, by trafiły do żołądka.

Na Starym Kontynencie, obok organizatorów niektórych gazet angielskich — a przede wszystkim „starego” już „Daily Mirror”, który samą nazwą („Zwierciadło Dnia”) wskazywał, że raczej oglądać, niż czytać go wypada — najbardziej znanym twórcą prasy Trzeciej Generacji był wspomniany już Jean Prouvost, który w 1930 r. kupił średniej wielkości dziennik „Paris-Soir” (60 tys. egzemplarzy nakładu) i w ciągu dwóch lat przygotował go do zupełnej zmiany stylu. Od 1932 r. „Paris-Soir” nosił podtytuł „wielki ilustrowany dziennik informacyjny”, a miało to uzasadnienie w samej zawartości pisma, w którym ilustracje zajmowały (w 1935 r.) około 58% powierzchni przeznaczonej na materiały redakcyjne (przed zmianą formuły stanowiły one niespełna 18%). W 1935 r. dziennik osiągnął nakład 1,5 mln egzemplarzy, w 1939 r. drukował już 1,8 miliona egzemplarzy, co stanowiło nieco ponad 1/4 jednorazowego nakładu codziennej prasy paryskiej i około 16% wszystkich dzienników francuskich.

Zastosowanie nowej formuły możliwe było nie tylko dzięki niemal powszechnej likwidacji analfabetyzmu, lecz także dzięki wprowadzeniu

wielu udoskonaleń w technice drukarskiej (najnowocześniejsze maszyny rotacyjne osiągały w latach trzydziestych wydajność 300 tys. ośmiostronicowych arkuszy na godzinę), dzięki zastosowaniu wynalazków pozwalających na szybkie przekazywanie ilustracji (fotodepesza), dzięki wreszcie ogromnemu wzrostowi tempa przekazywania wiadomości (łącność bezprzewodowa, teleksy). W przeciwieństwie jednak do gazet z okresu poprzedniej „rewolucji” prasowej (Druga Generacja), które zwiększały swój zasięg oddziaływania poprzez gwałtowny wzrost nakładów poszczególnych dzienników, obecnie pisma codzienne, jak choćby „Paris-Soir”, „Daily News” czy nawet londyńskie „Daily Herald” i „Daily Express”, nie różniły się pod względem nakładów prawie w ogóle od wielkich dzienników z przełomu wieków. Stałe rozszerzanie się zasięgu oddziaływania prasy codziennej wyrażało się natomiast w tym okresie przede wszystkim we wzroście jednorazowego nakładu wszystkich pism łącznie: dzienniki amerykańskie osiągnęły w 1930 r. łączny nakład jednorazowy (w dni powszednie) 39,5 mln egzemplarzy, a w roku 1940 — 41,5 mln egzemplarzy; dzienniki francuskie ukazywały się w 1939 r. w nakładzie około 11,2 mln egzemplarzy; dzienniki niemieckie w 1932 r. przekroczyły 20 mln egzemplarzy; w roku 1937 cała codzienna prasa angielska drukowała jednorazowo około 17,8 mln egzemplarzy.

W takim kierunku i w takim samym tempie przebiegał rozwój prasy we wszystkich tych krajach, w których oświata zdobyła najwyższy stopień upowszechnienia, a dynamiczna lub stabilna, ale nowoczesna gospodarka, zapewniała kontynuowanie lub utrwalanie dokonanych już zmian społecznych. W małej, niewiele ponad trzy miliony mieszkańców liczącej Danii w końcu lat dwudziestych łączny nakład jednorazowy

320 dzienników i gazet informacyjnych przekroczył 1,1 mln egzemplarzy. Podobnie kształtowały się te relacje w Belgii, Holandii, Szwecji. Związek między rozwojem prasy a dynamiką zmian społeczno-gospodarczych świetnie ilustruje przykład Japonii, w której pierwsze pismo założone zostało w 1864 r., pierwszy dziennik w 1872 r., a pół wieku później, w 1927 r., ukazywało się tam już 1240 dzienników i gazet informacyjnych o łącznym nakładzie ponad 7 mln egzemplarzy. Przeszczepiając na własny grunt wzory amerykańskie niektórzy wydawcy japońscy osiągnęli sukcesy nie mniejsze niż ich koledzy londyńscy czy paryscy: w latach trzydziestych trzy dzienniki przekroczyły 1 mln egzemplarzy nakładu („Osaka Mainichi”, „Osaka Asahi”, „Tokio Nichi”), kilka dalszych zbliżało się do granicy 500 tys. egzemplarzy, a w końcu lat trzydziestych „Asahi Shimbun” przekroczył 2 mln i stał w rzędzie największych dzienników świata.

WIELKIE MAGAZYNY

Prawdziwymi triumfatorami okresu międzywojennego były popularne tygodniki, magazyny ilustrowane, anglosaskie gazety niedzielne oraz niedzielne (specjalne) wydania wielkich dzienników amerykańskich. W 1930 r. w Anglii nakład gazet niedzielnych przekroczył 16 mln egzemplarzy, przy czym największa z nich — stara już, bo blisko wiek licząca — „The News of the World”, drukowała 3 mln 250 tys. egzemplarzy, a następny w kolejności „The People” zbliżał się do 3 mln. Pięć lat później cztery największe gazety niedzielne osiągały łączny nakład 10,1 mln egzemplarzy, a z wyjątkiem największego, będącego własnością lorda Riddella, wszystkie pisma tego typu należały do wielkich koncernów prasowych Rothermere’a, braci Ber-

rych, Odham's Press i Beaverbrooke'a. Na czele niedzielnej prasy amerykańskiej — pod względem wielkości nakładów — stały: „Reader's Digest” (3,5 mln), „Pictorial Review” i „Saturday Evening Post” (po około 3 mln). Niedzielne wydanie „Daily News” osiągało 2,8 mln egzemplarzy. Łączny nakład samych tylko gazet niedzielnych przekroczył w 1936 r. 30 mln egzemplarzy. Była to także epoka, w której jak grzyby po deszczu powstawały nowe magazyny tygodniowe. W 1923 r. Britton Hadden i Henry R. Luce założyli spółkę Time Inc., która wydawała tygodnik „Time”, a w 1936 r. wylansowała nowy tygodnik „Life”. „Time”, który startował od 12 tys. egzemplarzy nakładu, zastosował nową formułę dziennikarską, wedle której „należy zapoznawać czytelnika z faktami i zasadami, które odzwierciedlają poglądy dziennikarzy”. Ten programowy i nieskrywany „subiektywizm” pozwolił rozwinąć działalność reporterom i komentatorom śmiałym, wnikliwym, którzy — w odróżnieniu od większości informatorów z prasy codziennej — nie ślizgali się po powierzchni prezentowanych problemów i nie ograniczali do przedstawiania „suchych, obiektywnych” faktów. W 1929 r. „Time” drukował już 200 tys. egzemplarzy i choć nigdy nie doścignął „Reader's Digest”, stał się pismem niezwykle popularnym najpierw wśród inteligencji i grup menadżerskich różnego typu, a potem i wśród szerszej publiczności. Tygodnik „Newsweek” (1933) Thomasa G. Martyna, magazyn tygodniowy „Look” (1937) Gardnera Gowlesa, przekształcony z ilustrowanego dodatku stosunkowo niewielkiego dziennika lokalnego — oto dalsze pisma tego samego typu, które założone w okresie międzywojennym wystartowały od razu do wielkiej kariery. Wspominaliśmy już — pisząc o koncentracji prasy — ullsteinowskie tygodniki „Berliner Illustrierte Zeitung” czy „Die Grüne

Post", których nakłady wielokrotnie przewyższały nakłady największych dzienników niemieckich. Paryski „Match”, założony w 1926 r. jako ilustrowany tygodnik sportowy, po przejęciu go przez znanego już nam Jean Prouvosta i przekształceniu w magazyn ogólnoinformacyjny, latem 1939 r. osiągnął 1,1 mln egzemplarzy. Inne pismo należące do tegoż samego koncernu, kobiecy miesięcznik „Marie Claire”, sięgało miliona egzemplarzy. Specyficzny dla Francji był też szybki rozwój tygodników politycznych, szczególnie reprezentujących idee skrajnej prawicy, wśród których najpopularniejszy — „Gringoire” (założony w 1929 r.) — osiągał 800 tys. egzemplarzy nakładu.

W rozwoju prasy tygodniowej, zwłaszcza wielkich magazynów, szczególną rolę odegrały zmiany technologiczne, rozpowszechnienie i stałe doskonalenie dwu stosunkowo nowych technik drukarskich — rotograwiury i offsetu. Podstawę bytu tygodników i magazynów stanowiły ogłoszenia i reklamy, z których dochody umożliwiały sprzedaż tych pism — obszernych przecież i nierzadko zaopatrzonych w imponującą ilość ilustracji — po niezwykle niskich cenach. Koszt wydania jednego numeru nowojorskiego „Saturday Evening Post”, który liczył sobie do 250 stron objętości, wynosił — w 1931 r. — około 35 centów. Dochody z ogłoszeń pozwalały jednak sprzedawać ten numer za 5 centów, tzn. tylko dwa i pół raza drożej niż sprzedawano numer dziennika.

Pogoń za zyskiem, a znaczyło to przyciąganie do pism maksymalnie dużej liczby ogłoszeniodawców, wpływała także na zmiany wyglądu zewnętrznego i objętości gazet. Dotyczyły te zmiany na równi magazynów, gazet niedzielnych i wielkich dzienników (o czym pisaliśmy wyżej). Numer wspomnianego już „Saturday Evening Post”, wydany z datą 8 grudnia 1929 r., na

272 strony całkowitej objętości zawierał 168 stron ogłoszeń. I choć wielki kryzys gospodarczy lat 1929—1933 potężnie wstrząsnął finansowymi podstawami przedsiębiorstw prasowych (ten sam tygodnik np. w 1932 r. miał objętość jedynie 70—80 stron, w tym 25—30 stron ogłoszeń), nie dotknął jednakowo mocno wszystkich wydawnictw, a gdy minęły trudne lata, ogłoszenia napływały równie wartko jak dawniej.

BIG BUSINESS

Max Lerner, wybitny socjolog amerykański, pisał swego czasu, że gazeta „przede wszystkim sprzedaje nie informacje, nie reportaże i nie materiały rozrywkowe, lecz miejsce na ogłoszenia. Informacje i rozrywki są przemysłami pomocniczymi, których celem jest podtrzymanie sprzedaży ogłoszeń”.⁹ Zdanie sobie sprawy z tego faktu prowadzi nieuchronnie do postawienia pytania, które zadawało już sobie bardzo wielu badaczy i ekspertów związanych z różnymi instytucjami zajmującymi się działalnością prasy i funkcjonowaniem opinii publicznej: czy przedsiębiorstwa zamieszczające ogłoszenia mogą aktywnie wpływać na linię polityczną pisma, na zakres i tendencje informacji lub komentarzy przez pismo to publikowanych? Liczne przykłady z terenu różnych krajów (z najślynniejszą aferą panamską końca ubiegłego wieku czy bojkotem radykalnego dziennika nowojorskiego z lat czterdziestych — „Post Meridiem” — przez ogłoszeniodawców) dowodzą, że w poszczególnych przypadkach posiadacze kapitału mogą zobowiązać jedno lub kilka pism do prowadzenia kampanii propagandowych na ich korzyść, także wtedy, gdy chodzi o jawny rozbój i malwersacje na ogromną skalę, które pociągają za sobą ruinę

tysięcy drobnych akcjonariuszy (afery panamska). Mogą także — w solidarnym działaniu — zniszczyć lub utrudnić egzystencję pisma, które uważają za swego politycznego przeciwnika. Jeżeli ingerencje takie rzeczywiście zachodziły — a jak się wydaje były one stosunkowo częstsze w początkach naszego wieku i w okresie międzywojennym — rzadko tylko nosiły one charakter rzeczywiście totalny, bowiem, jak pisał słynny prasoznawca francuski Jacques Kayser, „interes ogłoszeniodawców, należących do świata wielkich przedsiębiorstw, staje się wspólny z interesem właścicieli gazet, należących również do big businessu”.¹⁰ Istotne znaczenie ma wszakże fakt, że znaczna część czytelników prasy wierzy — jak wskazują na to np. badania ankietowe przeprowadzone w USA w sierpniu 1939 r. — iż ogłoszeniodawcy mają wpływ na wybór zamieszczanych wiadomości i sposób ich podawania. Jeśli akceptuje się ustrój prywatnej własności, akceptuje się także i ten fakt, że prasa, przynajmniej „wielka” prasa, jest niczym innym jak jeszcze jednym prywatnym przedsiębiorstwem. A najogólniej pojęty interes właściciela — czy właścicieli — dziennika lub magazynu nie odbiega w zasadzie od interesu innych wielkich przedsiębiorców.

Zmiany zachodzące w prasie pociągnęły za sobą także dalsze przekształcenia zawodu dziennikarskiego. Pierwsze, co daje się zauważyć, to ostateczny — w odniesieniu do wielkonakładowych pism — rozdział między kierowaniem redakcją i pracą dziennikarzy zatrudnionych w firmie a zarządzaniem całością przedsiębiorstwa. Day, Girardin, Bennet — że ograniczymy się tylko do tych wiele mówiących nazwisk — byli na równi szefami swych gazet, co i parali się dziennikarką jako rzemiosłem. Hearst, Milaud czy Harmsworth byli już tylko wydawcami, a Coty lub Prouvost, Hugenberg lub Hugo Stin-

nes (ten ostatni w początkach lat dwudziestych dysponował co najmniej 140 gazetami niemieckimi) byli ludźmi biznesu, którzy z pismami przez siebie wydawanymi nie mieli stałego kontaktu. Poważną rolę w kierowaniu wszystkimi wielkimi dziennikami i magazynami zaczęli pełnić kierownicy administracyjni i szefowie działów ogłoszeniowych; od ich umiejętności i sprawności zależało równie wiele, jeśli idzie o los pisma — a może nawet więcej — co od umiejętności i dociekliwości reporterów i kierowników działów informacyjnych. Stosunki w wydawnictwach, które stały się firmami zatrudniającymi setki lub tysiące osób personelu, upodobniły się do tych, które panowały w wielkich firmach przemysłowych lub handlowych, gdzie dystans między bossem i właścicielem a brygadzystą i robotnikiem był nie do przebycia: był to dystans klasowy. Dziennikarstwo przestało być „zawodem wolnym”, a pracownik redakcji stał się pracownikiem najemnym, który równie mało miał do powiedzenia o celach firmy, w której pracował i o metodach, jakimi cele te miał osiągnąć, co robotnik fabryczny lub urzędnik. Rzecz jasna i tu droga społecznego awansu czy zawodowej kariery nie była zamknięta, ale nawet najwybitniejsi komentatorzy i najodważniejsi reporterzy — choć nieraz suto opłacani i przyciągający swym kunsztem wielu czytelników — niezwykle rzadko mogli zabierać głos w sprawach dotyczących wydawnictwa, a jeszcze rzadziej zdarzało się, żeby mogli pokonać przedział klasowy i stać się właścicielami (lub nawet liczącymi się akcjonariuszami) przedsiębiorstw prasowych.

W PAŃSTWACH TOTALITARNYCH

Pisząc o ustrojowych determinantach prasy dwudziestego wieku nie mówiliśmy dotąd nic

o politycznych i prawnych ograniczeniach, którym ta prasa podlegała. Wynikało to z tego prostego faktu, że we wszystkich omawianych dotąd przykładach, obrazujących zasadnicze kierunki rozwoju prasy w warunkach cywilizacji przemysłowej, obracaliśmy się w kręgu tych państw, w których zasady liberalizmu i prawa konstytucyjne były przestrzegane, a polityczne systemy wielo- (Francja, Republika Weimarska) lub dwupartyjne (Anglia, USA) działały bez poważniejszych zakłóceń. Nie sposób jednak, prezentując dzieje XX wieku, pominąć takie zjawiska, jak faszyzm w jego różnych odmianach czy istnienie państw o dyktatorskich lub na poły dyktatorskich, autorytarnych reżimach politycznych, w których sposób funkcjonowania prasy odbiegał znacznie od wzorów zaprezentowanych wcześniej. Michailo Stankovitch w opublikowanej w 1939 r. pracy wyróżnił cztery zasadnicze systemy prasowe: prasę „wolną”, „kontrolowaną”, „kierowaną” i „upaństwowioną”.¹¹ Z wyjątkiem tego ostatniego typu, reprezentowanego tylko przez prasę ZSRR, wszystkie inne charakterystyczne były dla państw kapitalistycznych. Bez wątpienia podział ten nazbyt jest ogólny, aby można było na jego podstawie sklasyfikować wszystkie narodowe systemy prasowe, a najistotniejszym jego niedostatkim jest pominięcie prasy w koloniach i krajach zależnych.

Gdyby spróbować podporządkować wyodrębnionym tak kategoriom konkretne stosunki istniejące w poszczególnych państwach, rychło by się okazało, że w chwili gdy Stankovitch przeprowadzał swoją klasyfikację „prasa wolna” istniała w kilkunastu zaledwie krajach: Francji, Anglii, państwach Beneluxu, Skandynawii (poza Finlandią), w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. Pomijając niezmiernie zróżnicowane (i skomplikowane) zasady rządzące systemami prasowymi „kontrolowanymi” (cenzura prewen-

cyjna, konfiskaty lub zawieszenia jako ciągle stosowane sankcje prawne, istnienie równoległe pism będących własnością prywatną i pism znajdujących się pod bezpośrednią kontrolą rządu lub jego agend, rola prasy związanej z partią rządzącą etc.) poświęćmy nieco miejsca prasie „kierowanej”, istniejącej w państwach faszystowskich.

We Włoszech w ciągu czterech lat od zdobycia władzy przez Mussoliniego (1922) nowy reżim doprowadził do całkowitej likwidacji niezależnej prasy. W 1928 r. na spotkaniu z dziennikarzami Duce stwierdził, że „prasa jest składnikiem reżimu i siłą w jego służbie ... w ustroju jednolitym [*unitare*] prasa nie może być obca tej jedności”. A kilka lat później dodał: „Prasa i propaganda są to dwa nierozdzielne pojęcia. W reżimie faszystowskim funkcją prasy może być tylko propaganda uprawiana wedle etyki faszystowskiej, wedle gustu, ducha i charakteru współczesnych Włochów. W tym sensie i dla tych celów prasa Rewolucji staje się jednym z najważniejszych instrumentów akcji mussolinistów”.¹² Przepisy o przestępstwach prasowych nie zostały — w przygotowanych w roku 1930 nowych kodeksach — potraktowane jako odrębna kategoria przestępstw, ale podwyższono kary za nie jako za przestępstwa „dokonane publicznie”. Zorganizowany w 1928 r. Krajowy Związek Dziennikarzy opierał się na zasadach korporacyjnych, a jednym z warunków przyjęcia do związku — należenie do niego obowiązywało wszystkich dziennikarzy — było m.in. uzyskanie dobrej opinii o przekonaniach politycznych kandydata od prefekta prowincji oraz wykazanie się „pewnym wykształceniem ogólnym”. Nim doszło do uchwalenia tych zasad i przepisów, na polu działania pozostały tylko te pisma, które odpowiednio wcześniej zmieniły swoją linię polityczną (trust prasy faszystowskiej powstał już w 1923 r.,

gdy istniał jeszcze system „prasy kontrolowanej”). Trzeba powiedzieć, że poszło tą drogą wiele czołowych organów, m. in. największy dziennik włoski „Corriere della Sera” (Mediolan), „La Stampa” (Turyn) oraz licząca ponad 160 lat „Gazzetta di Venezia”. Ministerstwo Prasy i Propagandy nadzorowało całość produkcji prasowo-wydawniczej, a specjalne agendy rządowe przekazywały dyrektywy (zakazy i nakazy) wszystkim pismom, które pozostawały w rękach prywatnych. To samo w odniesieniu do prasy uznawanej za oficjalną, partyjną czyniła specjalna komórka centralnej egzekutywy. Unifikując poglądy wyrażane na łamach pism i sterując zamieszczanymi w nich informacjami, pozbawiając pisma codzienne i popularne tygodniki nalotu sensacyjności (w imię etyki faszystowskiej i w trosce o „zdrowie moralne narodu”) reżim Mussoliniego nie spowodował jednak zmiany cechy zasadniczej prasy włoskiej: największe dzienniki ukazywały się w dalszym ciągu poza stolicą, w przemysłowych ośrodkach północy (Mediolan, Turyn), natomiast środkowe i południowe Włochy posiadały prasę nieliczną i niskonakładową. Gazety włoskie, wśród których pierwsze skrzyłce grały „Giornale d’Italia” i „Popolo d’Italia”, posłusznie wykonywały polecenia ekipy rządzącej, a wielkie kampanie propagandowe rozpoczynały się i kończyły w całej prasie jednocześnie.

W Niemczech po dojściu do władzy Adolfa Hitlera ten sam stan osiągnięto znacznie szybciej, bo omijając etap „prasy kontrolowanej”, i przy użyciu bardziej brutalnych środków, aczkolwiek i bojówkom Mussoliniego nie można zarzucać powściągliwości w walce z politycznymi przeciwnikami. Rozwiązanie partii opozycyjnych, w pierwszym zaś rządzie komunistycznej i socjaldemokratycznej, oznaczało automatyczną likwidację ich prasy oraz przejęcie przez władze ich lokali i urzędzeń. Równie szybko

przystąpiono do „aryzacji” wydawnictw prywatnych, którą rozpoczęto od dwóch potęg prasowych: koncernów Ullsteina i Mosségo. Według niektórych obliczeń, w ciągu 1933 r. uległo likwidacji — przymusowej lub tzw. dobrowolnej — ponad 1500 gazet, w tym ogromną większość stanowiły dzienniki i gazety informacyjne wydawane 2—5 razy w tygodniu; zamknięto nawet najstarszą z niemieckich gazet, „Vossische Zeitung”, która w 1934 r. miała obchodzić 230 rocznicę założenia. W porównaniu z rokiem 1932 nakład prasy partyjnej NSDAP podniósł się czterokrotnie (z około 780 tys. do około 3,2 mln egzemplarzy). Swoiście organizowany proces koncentracji prasy postępował właściwie bez przerwy przez cały czas istnienia III Rzeszy — w 1944 r. ukazywało się tu już tylko 1019 dzienników. Po kilku latach zmniejszania się nakładów (w 1932 r. jednorazowy nakład prasy codziennej i informacyjnej wynosił około 26 mln egzemplarzy, w 1934 r. około 20 mln, a w 1937 r. około 16,9 mln egzemplarzy), w okresie bezpośrednich przygotowań do wojny i akcji aneksyjnych w Austrii i Czechach zaczęły one stopniowo rosnąć, by apogeum osiągnąć w przededniu katastrofy, w 1944 r., kiedy to przekroczyły 26 mln egzemplarzy. Oczywiście najszybciej zwiększały się nakłady prasy partyjnej i gazet wydawanych przez organizacje hitlerowskie: w 1937 r. dzienniki należące do NSDAP stanowiły wprawdzie tylko około 10% ogólnej liczby dzienników niemieckich, za to nakład ich wynosił około 54% nakładu prasy codziennej III Rzeszy; w 1944 r. procent ten wzrósł do około 80.

Nowe prawo prasowe i powołanie Izby Prasowej Rzeszy (październik 1933 r.) oraz cały system administrowania prasą, na czele którego stanął jako minister propagandy Józef Goebbels, doprowadziły nie tylko do wyeliminowania z redakcji wszystkich gazet — nawet tych, które

pozostały w rękach prywatnych — osób „niepożądaných” z racji ich przekonań lub przynależności rasowej, lecz także do uczynienia z całej prasy instrumentu propagandowego reżimu. Jednym z ważniejszych zabiegów zmierzających do tej uniformizacji było upaństwowienie agencji prasowej Wolffa i przekształcenie jej w Deutsche Nachrichten Büro (DNB), które przesyłało do wszystkich redakcji nie tylko biuletyny informacyjne, ale także szczegółowe instrukcje dotyczące sposobu komentowania (i nawet podawania) wiadomości. Podobnie jak we Włoszech, zasadniczej zmianie niemieckiego systemu prasowego nie towarzyszyły poważniejsze zmiany jego cech strukturalnych. Tak jak i przedtem nie było w Niemczech dzienników wielkonakładowych, z tym że teraz największe nakłady osiągnął kierowany przez Alfreda Rosenberga centralny organ partyjny „Völkischer Beobachter” (około 500 tys. egzemplarzy), a wśród tygodników wciąż ten sam — ale nie taki sam — „Berliner Illustrierte Zeitung” (ponad 1 milion egzemplarzy). Prasa lokalna, pomniejsze dzienniki i gazetki informacyjne — niektóre z nich podporządkowując się w pełni wymogom reżimu zachowały, w porównaniu z większymi dziennikami, pewien margines swobody, zwłaszcza w omawianiu spraw lokalnych — stanowiły wciąż przeważający odsetek prasy i dopiero lata wojny przyniosły wielu z nich zagładę. Istniały, rzecz jasna, pewne różnice między niektórymi dziennikami: „Der Stürmer” na przykład „specjalizował się” w atakach antysemitycznych, „Der Schwarze Korps” zaś w antykatolickich. Były to jednak w rzeczywistości tylko niuanse.

Podobnie prezentowały się systemy prasowe Portugalii po objęciu władzy przez Salazara, Hiszpanii (na tych terenach, które znalazły się we władaniu gen. Franco), Brazylii po drugim

zamachu stanu Getulio Vargasa (1937). Zarówno prasa partii monopolistycznej i organizacji z nią związanych, jak i prasa pozostająca w rękach prywatnych poddane zostały bezwzględnej kontroli i wspólnemu kierownictwu, które realizowało cele „ruchu”. Historycy prasy, porównujący sytuację prasy „kierowanej” z sytuacją prasy w absolutystycznych, reakcyjnych monarchiach XVIII i XIX wieku, zwracają uwagę, że nawet wtedy, gdy ostra cenzura i systemy kaucji oraz bezwzględne represje wobec pism ograniczały swobodę wypowiedzi do minimum, wydawcy i dziennikarze (przynajmniej niektórzy) nie byli bezpośrednio zależni od panujących i walczyli — co prawda z różnym skutkiem — o zwiększenie zakresu swobód, tworząc w tych warunkach quasi-opozycję. W totalitarnych reżimach naszego stulecia prasa była nie tylko zależna od władców, ale stanowiła integralny składnik aparatu ucisku, glajchsztaltowania i konformizacji społeczeństwa. Augsburska zasada *cuius regio, eius religio* znalazła w nich swą pełną — tyle że nowoczesną — realizację. Jeśli zaś mówi się o upadku prasy w tych reżimach, trzeba mieć na uwadze tylko jej merytoryczną zawartość i wartości informacyjne, bowiem gdy rozpatrywać dane liczbowe, obserwuje się co najwyżej zahamowanie rozwoju, rzadziej znacznie — regres. We wszystkich tych reżimach wielkie znaczenie przywiązywano do prasy jako instrumentu propagandowego i niejednokrotnie czyniono wiele wysiłków zmierzających do upowszechnienia jej czytelnictwa (subwencjonowanie pism z kas państwowych, darmowy kolportaż niektórych z nich etc.).

RADIOFONIA

Moment prezentacji systemu prasowego III Rzeszy jest doskonałą okazją do poruszenia

— pominiętego dotąd — problemu narodzin i rozwoju radiofonii, bowiem zarówno ówczesni obserwatorzy życia politycznego, jak i dzisiejsi historycy są zgodni, że „ten rodzaj propagandy odgrywał szczególną rolę” w „państwie stanu wyjątkowego”, a niektórzy nawet uważają radio za jeden z ważniejszych czynników, które ułatwiły Hitlerowi zdobycie popularności; propaganda nazistowska posługiwała się tym środkiem przekazu z prawdziwym mistrzostwem.

Od początku XX wieku aż do połowy lat dwudziestych radiofonia znajdowała się na etapie „raczkowania”. Od opatentowania wynalazku radia przez Marconiego (1896) łączność bezprzewodowa pozostawała przez długi czas wyłącznie na usługach wojska i floty handlowej. Pierwsza audycja — koncert muzyczny na cześć Elżbiety belgijskiej — została nadana w marcu 1914 r., a 13 stycznia 1915 r. z sali Metropolitan Opera w Nowym Jorku transmitowano koncert z udziałem Enrico Caruso. Szczególności znaczenia nabrała radiofonia w okresie pierwszej wojny światowej, która przyczyniła się wydatnie do rozbudowy przemysłu elektrotechnicznego. Jednak dopiero na progu lat dwudziestych rozpoczęły się pierwsze próby upowszechnienia radia i zorganizowania regularnych emisji: w 1920 r. angielska Marconi Company nadała pierwszy eksperymentalny program, a w tym samym roku pittsburska rozgłośnia przekazała nielicznym jeszcze odbiorcom wyniki wyborów prezydenckich w USA. W kilka lat po uruchomieniu rozgłośni przeznaczonej do użytku publicznego w Stanach Zjednoczonych (1920) powstały takie rozgłoszenia we Francji (1921), Anglii, Danii, ZSRR, Argentynie (1922), Niemczech, Australii, Belgii, Finlandii, Norwegii, Szwajcarii, Czechosłowacji (1923), Austrii, Hiszpanii, Włoszech, Holandii, Szwecji (1924), na Węgrzech, Łotwie, w Polsce i Japonii (1925). Początkowo odbiorniki

były głównie dziełem domorosłych majsterkowiczów, i dopiero gdy właściciele przemysłu elektrotechnicznego, dotychczas pracujący dla potrzeb wojska i komunikacji morskiej, zorientowali się w nieprzebranych możliwościach powstającego rynku, mogło rzeczywiście nastąpić upowszechnienie radiofonii. W 1926 r. liczba zainstalowanych odbiorników wynosiła na świecie już około 50 mln, a w 1934 r. ponad 180 mln. W 1938 r. w samych Stanach Zjednoczonych szacowano liczbę odbiorców na około 28 milionów, na drugim miejscu stały Niemcy z 11 milionami odbiorników, a dalej Anglia, w której liczba odbiorników sięgała 9 mln. W większości państw radiofonia została zetatyzowana, w niektórych władze udzielały monopolistycznych koncesji pozostającym pod ich kontrolą spółkom prywatnym. Tylko w nielicznych krajach (USA) ukształtował się typ radiofonii prywatnej. Stacje nadawcze stały się tam bardzo szybko przedsiębiorstwami dochodowymi, które zyski czerpały z programów reklamowych: tak jak informacja czy artykuł miały przeciągnąć klienta do działu ogłoszeniowego gazety, tak audycje muzyczne lub rozrywkowe stały się tylko „opakowaniem”, w którym sprzedawano właściwy towar — reklamę.

Mimo początkowych obaw, żywionych przez środowiska dziennikarskie i wydawnicze, że radio stanie się „grabarzem” prasy codziennej, stosunkowo szybko okazało się, że mimo występowania szeregu zjawisk konkurencyjnych, oba te środki przekazu będą mogły istnieć obok siebie, dla każdego z nich starczy odbiorców i pieniędzy na rynku ogłoszeniowym. Osiągnięto *modus vivendi*, a najlepszym dowodem, iż oparty był on na zdrowych przesłankach, stał się fakt równoległego rozwoju ilościowego zarówno prasy, jak i radia. Radiofonia pozostawała zresztą w pewnym stopniu na usługach prasy. Od po-

czątku lat dwudziestych nie tylko agencje informacyjne, ale i większe redakcje zaczęły organizować własną sieć nasłuchową, a w osobnych porozumieniach między narodowymi związkami wydawców i rozgłośniami uzgodniono godziny i zakresy nadawania audycji — przede wszystkim informacyjnych — które mogły rywalizować z prasą codzienną.

Odmienny system organizacyjny radiofonii amerykańskiej i europejskiej doprowadził już w okresie międzywojennym do ukształtowania się zasadniczej między nimi różnicy. Specyfikę jej może najlepiej przedstawić relacja Stefana Lauzanne'a, znanego dziennikarza paryskiego, z podróży morskiej do USA wiosną 1921 r. Przez pierwsze trzy dni — wspomina Lauzanne — słuchano na pokładzie rozgłośni europejskich i wszyscy pasjonowali się wiadomościami o przedłużającym się strajku kolejarzy brytyjskich oraz informacjami o przebiegu plebiscytu na Górnym Śląsku. Czwartego dnia statek znalazł się w strefie „ciszy radiowej”, a piątego aparaty odebrały sygnał stacji amerykańskiej: pierwszą usłyszaną wiadomością była sensacja podana przez rozgłośnię w Baltimore — pan Zion Kramer, który utracił głos z wrażenia, gdy jego syna zmobilizowano na front w 1917 r., odzyskał niespodziewanie mowę. A zaraz potem wiadomość z Waszyngtonu o skazaniu na karę chłosty czterech Murzynów, którzy dokonali kradzieży. Setki rozgłośni, tak jak tysiące niskonakładowych dzienników, żyły sprawami lokalnymi, a *human interest* bardzo szybko trafił z łamów wielkiej prasy na fale eteru.

Radio jako środek przekazywania informacji i komentarzy miało wyraźną przewagę nad prasą: reagowało szybciej i szybciej dostarczało wiadomości, eliminowało kłopoty dystrybucyjne, które utrudniały dziennikom dotarcie do wielu miejscowości odległych od centrów wy-

dawnicznych. Stało się też środkiem bardziej osobistym niż prasa, dostępnym — w miarę rozbudowywania programu — przez znaczną część doby, wreszcie tańszym — nawet tam, gdzie obowiązywały opłaty za użytkowanie odbiornika. Jeśli w przypadku prasy zwracaliśmy uwagę na procesy koncentracji, które prowadziły do uzyskania przewagi przez wielkie koncerny i bogate wydawnictwa, to jednak pamiętać trzeba, że istnieć mogły — i istniały — także pisma niskonakładowe, uboższe, ale reprezentujące własne opinie, czytowane przez nieporównanie mniejszą liczbę osób, ale przecież, mogące się ukazywać wszędzie tam, gdzie reżimy totalitarne nie doprowadziły do pełnej uniformizacji poglądów. Z radiem sprawa przedstawiała się odmiennie — mała nawet rozgłośnia wymagała zainwestowania w nią tak znacznych kapitałów, że koncentracja nastąpiła w radiofonii bardzo szybko. Nawet w USA, gdzie radiofonia nie była poddana kontroli państwa, w ciągu kilkunastu lat utworzyło się kilka wielkich „koncernów” radiofonicznych, którym podporządkować się musiały wszelkie drobne, początkowo niezależne stacje nadawcze. Koncentracja w prasie polegała więc na przewadze niektórych koncernów czy wydawnictw w całości produkcji prasowej, w radiofonii natomiast na wyłączności kilku wielkich przedsiębiorstw, które konkurowały tylko między sobą. Slogan *Silence au pauvre!* w radiofonii zyskał po raz pierwszy swoje pełne potwierdzenie.

Powiększanie mocy nadajników i szybki wzrost liczby odbiorników uczyniły z radiofonii nie tylko świetny instrument propagandy wewnętrznej, ale otworzyły też możliwość niekontrolowanej penetracji propagandowej poza granicami własnego kraju. W Europie możliwość ta była wykorzystywana coraz powszechniej przez nadawanie audycji przeznaczonych dla słucha-

czy zagranicznych. W niektórych przypadkach — Niemcy, Włochy — emigracyjne ośrodki opozycyjne próbowały także używać radia w celu przeciwstawienia się reżimowej propagandzie. Ten sposób wykorzystania radiofonii rozwinięty został w okresie II wojny światowej, a wojna propagandowa, w której po jednej stronie stała alianci, po drugiej III Rzesza, toczona była nakładem ogromnych środków. Wiele wspomnień, relacji i dokumentów podkreśla znaczenie, jakie dla narodów podbitych przez faszyzm miały słowa otuchy i rzetelnej informacji płynące z Wolnego Świata.

PRASA W ZSRR

Jesienią 1917 r., po zbrojnym przejęciu władzy komuniści rosyjscy przystąpili do budowy pierwszego na świecie państwa socjalistycznego. Nowym zasadom ustrojowym i zupełnie odmiennemu układowi sił politycznych odpowiadać musiał system prasowy zasadniczo różniący się od tych wszystkich, które — niezależnie od spotykanych ich wariantów — występowały w ustroju opartym o prywatną własność środków produkcji.

W pierwszej chwili po opanowaniu kluczowego ośrodka państwa, Piotrogradu, i szybkim rozprzestrzenieniu się fali rewolucji, nowe władze przyznały pełną swobodę wypowiedzi prasowych i anulowały rozporządzenia poprzedniego rządu, który czując się zagrożony usiłował narzucić prasie ograniczenia prawne. Jednak szybki wzrost sił kontrrewolucyjnych i rozpoczynająca się krwawa wojna domowa zmusiły rząd do zrewidowania tego postanowienia. Po burzliwej dyskusji, większością głosów (34 : 24) podjęto decyzję o nacjonalizacji prywatnych wydawnictw prasowych i drukarni oraz przeka-

zaniu ich zasobów tym partiom, które poparły przewrót. Po rozwiązaniu Konstytuanty w styczniu 1918 r. prasa reprezentująca ugrupowania burżuazyjne przestała istnieć. Wzrastające napięcie wewnętrzne, powstawanie coraz to nowych frontów wojny rewolucyjnej i przejście do opozycji tych stronnictw, które początkowo brały udział w koalicji lub opowiadały się za ograniczonym poparciem rewolucji, doprowadziły do stopniowej likwidacji tych partii i ich niezależnej prasy.

Znacjonalizowane drukarnie i wydawnictwa znalazły się w ręku organów państwowych oraz organizacji społecznych i zawodowych, które poparły zwycięską partię polityczną. Rygor „komunizmu wojennego” narzucony przez warunki toczącej się wojny domowej został w całej rozciągłości zastosowany także w działalności prasowo-wydawniczej. Niesłychane wyniszczenie, przemysłu, odcięcie od wielu źródeł surowcowych spowodowały, że — mimo gwałtownego zwiększania się potrzeb czytelniczych, zrozumiałego przy tak silnym zaangażowaniu politycznym szerokich mas — prasa młodej Republiki Rad przeżywała ogromny kryzys. Instytucja centralna powołana do kierowania ruchem wydawniczym, „Centropieczat”, z najwyższym wysiłkiem gospodarowała nielicznymi drukarniami i minimalnymi zapasami papieru: w 1918 roku jednorazowy nakład prasy centralnej wynosił około 2,7 mln egzemplarzy, by w 1921 r. spaść do około 1,5 mln egzemplarzy. Zastąpiono wolny rynek systemem przydziałowym, aby udostępnić prasę wszystkim, także i tym, którzy pozbawieni byli jakichkolwiek przychodów pieniężnych. W latach 1919—1921 gazety kolportowane były więc za darmo, a podstawą dystrybucji stało się czytelnictwo zbiorowe (na zebraniach, mityngach). W roku 1921 np. w samej tylko Moskwie rozklejano na ulicach około

10 tys. egzemplarzy centralnych dzienników („Prawda”, „Izwestia”, „Biednata”, „Trud”, „Gudok”). Reforma NEP-u (początek 1922 r.) zmieniła ten stan, a odbudowa przemysłu, wprowadzenie gospodarki planowej i położenie przez władze nacisku na rozwój czytelnictwa przyniosły bardzo szybko imponujące rezultaty: w 1923 r. jednorazowy nakład dzienników i gazet informacyjnych wynosił około 3 mln egzemplarzy, a w 1928 r. już około 9 mln. Pierwsza pięciolatka przyczyniła się nie tylko do gwałtownego rozwoju produkcji, w tym także produkcji prasowo-wydawniczej. Sprężyste prowadzona akcja likwidacji analfabetyzmu i poważna pomoc, jakiej udzieliło państwo nierentownym wydawnictwom, spowodowały, że w 1933 r. jednorazowy nakład dzienników i gazet informacyjnych wzrósł do około 36 mln egzemplarzy (!) — tzn. czterokrotnie — a liczba pism tego typu wzrosła blisko 6 razy. W latach tych powstała też, nie znana gdzie indziej, prasa fabryczna, kołchozowa i sowchozowa.

W 1940 r. łączny nakład jednorazowy ponad 8 tys. dzienników i gazet informacyjnych wynosił 38 mln egzemplarzy, a nakład globalny (roczny) ponad 2,5 tys. periodyków sięgał 250 mln egzemplarzy. W 1939 r. wśród 10 dzienników osiągających najwyższe na świecie nakłady znajdowały się dwa dzienniki radzieckie: „Prawda” i „Izwestia”.

Na przełomie lat dwudziestych i trzydziestych prasa radziecka dzieliła się na centralną, „provincjonalną” i lokalną (wedle „poziomego”, geograficznego kryterium podziału) oraz partyjną, związkową, prasę instytucji państwowych, organizacji i stowarzyszeń, np. młodzieżowych, literackich etc. (wedle „pionowego”, organizacyjnego kryterium podziału). Gazety centralne, wydawane w stolicy ZSRR, nawet w okresach najtrudniejszych dla młodej republiki kolporto-

wane były do ośrodków pozastołecznych. W latach trzydziestych rozpowszechnił się — dzięki szerokiemu zastosowaniu nowych, udoskonalonych środków łączności — system przedrukowywania w pismach prowincjonalnych tekstów z prasy centralnej przekazywanych za pośrednictwem telegrafu lub z matrycy dostarczanej drogą lotniczą. Dotyczyło to oczywiście tylko kluczowych dzienników moskiewskich. Odpowiedniki „Prawdy”, centralnego organu partii, i „Izwestii”, oficjalnego organu rządu, powstały we wszystkich republikach związkowych i wszystkich większych ośrodkach miejskich (np. w Leningradzie).

Aczkolwiek od czasu wprowadzenia NEP-u wydawnictwa zostały objęte rachunkiem gospodarczym, prasa radziecka nie weszła na drogę komercjalizacji i w przypadkach uzasadnionych ze względów politycznych lub społecznych nie tylko pojedyncze pisma (w ramach konkretnego wydawnictwa), ale nawet wydawnictwa całe były subwencjonowane w celu pokrycia deficytów, które występowały często zwłaszcza tam, gdzie przy niskich stosunkowo nakładach decydowano się na utrzymanie cen umożliwiających nabycie pisma gorzej uposażonym odbiorcom. Dzięki wysokim nakładom, od samego początku wprowadzenia nowego systemu gospodarki wydawniczej prasa centralna przynosiła dochody.

Wiodące pisma centralne zostały utworzone w latach dwudziestych i większość z nich ukazuje się po dziś dzień. Poza „Prawdą” i „Izwestiami”, które powstały przed Rewolucją Październikową — pierwsza jeszcze w 1912 r., drugie w 1917 r. — do pism odgrywających największą rolę na radzieckim rynku czytelnictwa lat trzydziestych i czterdziestych należały m.in. organ związków zawodowych „Trud” (1921), pismo dla wsi „Kriestianskaja Gazieta” (1923), wojskowa „Krasnaja Zwiezda” (1923), magazyn

ilustrowany „Ogoniok” (1923), popularny tygodnik satyryczny „Krokodil” (1922), organ związku pisarzy „Litieraturnaja Gazieta” (1929). W 1936 r. 45 centralnych pism miało łączny nakład 9,7 mln egzemplarzy, drukując tym samym około 1/4 całego nakładu prasy radzieckiej. Proces koncentracji był więc także i w ZSRR dosyć wyraźny, choć przebiegał on przybierając zupełnie inne formy niż w prasie państw kapitalistycznych i nie był wynikiem komercjalizacji produkcji prasowo-wydawniczej.

Istotnym zmianom uległy także pozycja i status dziennikarzy, którzy uznani zostali za aktywnych współpracowników tzw. frontu ideologicznego i z racji pełnionych przez siebie obowiązków zawodowych traktowani byli tak jak działacze polityczni, ze wszystkimi wynikającymi stąd konsekwencjami. W latach trzydziestych rozwinął się ruch korespondentów terenowych, tzw. „rabsielkorów”, tj. korespondentów robotniczych i chłopskich, którzy nadsyłałi swe omówienia i relacje nie tylko do pism lokalnych czy republikańskich, ale także do gazet ogólnoradzieckich. Była to kilkumilionowa rzesza czynnych współpracowników prasy, rekrutująca się z reguły spośród ludzi aktywnych i przewodzących w swoich środowiskach zawodowych. Wielu z nich zasiliło kadre profesjonalnych dziennikarzy zatrudnionych bezpośrednio w redakcjach.

Władze radzieckie wielkie znaczenie przywiązywały do rozwoju radiofonii jako środka przekazu szczególnie ważnego w kraju wielkim i na wielu obszarach pozbawionym dogodnej sieci połączeń drogowych. Pierwsza stacja nadawcza została uruchomiona w 1922 r. w Moskwie; w 1928 r. istniały już 23 stacje emisyjne, w 1932 r. — 57, a w 1940 r. — około 90. Bardzo szybko wzrastała także liczba odbiorników ra-

diowych, przy czym przez bardzo długi czas decydującą rolę odgrywały lokalne — fabryczne, kołchozowe czy osiedlowe — centrale obsługujące pojedyncze głośniki (radiofonia przewodowa). W 1933 r. zarejestrowanych było 1,5 mln odbiorników wszystkich typów, w 1935 r. około 2,3 mln, a w 1940 r. około 7 mln.

*

Druga wojna światowa, powodując czasową likwidację lub poważne ograniczenie prasy w wielu państwach europejskich, nie zatrzymała jej rozwoju ani zasadniczo nie zmieniła istniejących tendencji tego rozwoju. W krajach okupowanych przez III Rzeszę prasa codzienna i informacyjna albo została całkowicie zlikwidowana i zredukowana do pism wydawanych przez władze okupacyjne (np. Polska, tereny okupowane ZSRR, Jugosławia), albo wydawana przez ugrupowania kolaboracyjne poddana była ścisłej kontroli tych władz (np. Francja). W krajach tych nastąpił znaczny rozwój prasy nielegalnej, która stała się jednym z ważniejszych oręży ruchu oporu i środkiem podtrzymywania morale całego społeczeństwa. We wszystkich państwach podbitych przez III Rzeszę prasa ta, mimo bezwzględnych i krwawych represji, jakim podlegali jej pracownicy, mimo bardzo trudnych warunków działania, odegrała doniosłą rolę. Zasięg jej oddziaływania był dużo większy niż osiągnęte nakłady, a liczba podejmowanych inicjatyw wydawniczych była świadectwem tyleż bohaterskiej postawy wydawców, ich umiejętności organizatorskich, co i istnienia wielkiego zapotrzebowania społecznego w tej dziedzinie. Szacuje się, że w latach 1939—1944 w krajach okupowanych ukazywało się około 10 tys. pism nielegalnych (w tym w Polsce i we Francji po znacznie ponad 1 tysiąc), a znaj-

dowały się wśród nich regularnie wydawane dzienniki osiągające nawet kilkanaście tysięcy egzemplarzy nakładu.

Ogromne zniszczenia wojenne, nastawienie przez kilka lat całej niemal gospodarki europejskiej na cele militarne, bardzo znaczne zmniejszenie się kadry dziennikarskiej spowodowały, że w latach 1944 i 1945 stan rozpowszechnienia prasy w niektórych krajach — m.in. w ZSRR, państwach środkowo- i wschodnioeuropejskich, a także w samych Niemczech — był naprawdę katastrofalny. Stosunkowo szybko jednak, szczególnie wobec przemian politycznych, które były następstwem wojny, prasa została odbudowana pod względem ilościowym, a na terenie państw demokracji ludowej nastąpiły stopniowe zmiany systemu prasowego w kierunku modelu radzieckiego.

Tablica 4

Dzienniki i radio na świecie w 1950 r.

Część świata	Przybliżona liczba mieszkańców	Procent-analfabetów	Jednorazowy nakład dzienników	Liczba odbiorników radiowych
Afryka	198 mln	83	1 954 000	1 315 000
Ameryka Płn.	215 „	20	58 556 000	96 554 000
Ameryka Płd.	107 „	50	7 220 000	6 443 000
Azja	1 260 „	67	24 146 000	11 723 000
Europa (z ZSRR)	585 „	16	127 465 000	63 351 000
Oceania	12 „	13	4 433 000	2 463 000
R a z e m	2 377 „	51	223 774 000	181 849 000

W 1950 r., gdy w zdecydowanej większości krajów proces odbudowy gospodarczej został zakończony, stan prasy codziennej i radiofonii przedstawiał się tak, jak to ukazuje tablica 4.

Zestawienie to uwidacznia fakt, że w istocie nie było „świata prasy i radia”, ale „światy” —

rozdzielone przepaścią cywilizacyjną (jeżeli za jeden z mierników rozwoju cywilizacyjnego uznamy stopień upowszechnienia środków przekazu). Rozbieżność liczb dających się odczytać z tabeli okazuje się znaczna: podczas gdy w Afryce przypadało 10 egzemplarzy dzienników na 1000 mieszkańców, w Oceanii ta sama wielkość wynosiła 369. Jeśli idzie o radioodbiorniki, na Czarnym Kontynencie przypadało ich 6 na 1000 mieszkańców, a w Ameryce Północnej 449. Gdyby brać pod uwagę skalę nie kontynentalną a narodową lub państwową, rozpiętości te byłyby z pewnością jeszcze większe. Pamiętać więc należy, że wszystko to, co mówiliśmy uprzednio o tempie i kierunkach rozwoju prasy i radia dotyczyło — niezależnie od ustroju społecznego — tylko części naszego globu, tej, która szła drogą rozwoju przemysłowego. Powtórzyć tu wypada raz jeszcze stwierdzenia poprzednich części książki: rozwój prasy związany był nierozdzielnie z poziomem rozwoju gospodarczego i zmianami w stosunkach społecznych, które tamten za sobą pociągnął. Przyspieszenie tempa wzrostu gospodarki było warunkiem narodzin prasy nowoczesnej i decydowało o jej upowszechnieniu. Tak jak w wiekach poprzednich, czynniki polityczne mogły być tylko jednym ze stymulatorów tych zmian, mogły przyspieszyć lub zahamować rozwój prasy, ale w określonym tylko stopniu.

Z pozycji, którą przedstawia tabela, startowały owe „światy” do nowej ery w rozwoju środków przekazu — ery, w której do „starej” prasy i „młodej” radiofonii dołączył się trzeci partner: telewizja. Stanęliśmy u progu powstania systemów informacyjno-propagandowych o zasięgu globalnym, obejmujących całą kulę ziemską.

PRASA DZIŚ



„W początkach XX wieku potęga przemysłowa rozszerzyła swoją władzę na całą kulę ziemską. Dobiaża końca kolonizacja Afryki, opañowanie Azji... Pięćdziesiąt lat później w wielkim cieie naszej planety powstaje cudowny system nerwowy: z telegrafów, maszyn drukarskich, błon filmowych, taśm magnetofonowych, anten radia i telewizji wylatują roje słów i obrazów; wszystko to, co jeździ na kołach, pływa, lata w powietrzu, przewozi dzienniki i tygodniki; nie ma takiej cząsteczki w powietrzu, która by nie kierowała ku ludziom przesłania, które dzięki takiemu czy innemu urządzeniu, za jednym ruchem ręki, staje się natychmiast słyszalne i widzialne”.¹ Tak rozpoczął swój esej *Duch czasu* słynny socjolog francuski Edgar Morin, jeden z najlepszych znawców nowoczesnej kultury, którą z racji form, jakie przybiera, i treści, które niesie, a także ze względu na zasięg jej oddziaływania zwiemy kulturą masową (*mass culture, culture de masse*). Niewiele ponad dziesięć lat dzieli nas od pierwszego wydania książki Morina i okres ten potwierdził jego konstatacje. Są one może nawet jeszcze „prawdziwsze”: komórki „cudownego systemu nerwowego” rozrastają się nieustannie i obejmują swym wpływem coraz to nowe grupy społeczne, kraje i narody.

Jaśniej jednak niż kiedykolwiek przedtem zdajemy sobie sprawę z nierównomiernego stanu rozwoju tkanki informacyjnej, z istnienia wielorakich przeszkód — ekonomicznych, społecznych, politycznych, a także technicznych — powodujących utrzymanie się tej nierównomierności, sprzyjających zahamowaniom czy stagnacjom. Dziś, gdy stajemy wobec perspektywy zorganizowania sieci przekazu obejmujących cały glob, coraz wyraźniej widzimy, że „tak samo” nie musi znaczyć „to samo”; gdy jedne kraje i pewne warstwy społeczne lub grupy zawodowe skarżą się na „informacyjny potop”, który miał ułatwiać — utrudnia życie, miał rozjaśniać — gmatwa, inne kraje i inne grupy żyją na informacyjnej pustyni, na której wciąż najważniejszymi — jeżeli nie jedynymi — sposobami przekazywania wiadomości są te, które zostały wytworzone przed setkami i tysiącami lat: ustne przekazywanie doświadczeń „z pokolenia na pokolenie”, sporadyczne otrzymywanie wiadomości od podróżnych, wędrownych kupców.

1

NOWY WIEK: PRZEWROT TECHNOLOGICZNY I JEGO ZASIĘG SPOŁECZNY

Już tylko w kalendarzach operujemy cezurami, które są wyznaczane przez bieg gwiazd i planet. W życiu społecznym granice chronologiczne są trudniejsze do oznaczenia i nie zawsze jednoznaczne. Niemniej każdy z nas stawia sobie pytania dotyczące zasięgu czasowego tego, co zwiemy teraźniejszością: kiedy się ona zaczęła, czym różni się od lat, które minęły i tych, od których oddzielona jest czymś więcej niż tylko samoświadomością wstępujących w życie pokoleń. Coraz częściej i coraz wyraźniej zaczynamy zdawać sobie sprawę, że przemiany, mające za świadków pokolenia, które świadomymi uczestnikami życia społecznego stały się po zakończeniu II wojny światowej, są już nie tylko zwiastunami, ale pierwszymi przejawami rzeczywiście nowej epoki. Epoki, której nazwać jeszcze nie potrafimy, która przydomku swego nie ma: ten zyska dopiero, gdy dobiegnie kresu; nad wymyśleniem go trudzić się będą już inni. Choć nie potrafimy jeszcze w pełni określić zasięgu dokonujących się zmian ani tym bardziej odgadnąć ich konsekwencji dla życia społecznego i dalszego biegu dziejów, spróbujemy jednak wskazać — oczywiście skrótowo i pobieżnie — te z nich, które wydają się mieć, jeśli nie bezpośrednio, to w każdym razie wyraźny wpływ na przedmiot zainteresowań.

Dokonując najbardziej nawet pobieżnego przeglądu roczników statystycznych łatwo zauważymy utrzymywanie się — a w niektórych rejonach geograficznych prawdziwe przyspieszenie — wysokiego tempa wzrostu zaludnienia: w 1930 r. żyło na Ziemi około 2 miliardów ludzi, w 1950 r. około 2,5 miliarda, w 1967 około 3,4 miliarda.

Prognozy na koniec obecnego dziesięciolecia szacują liczbę ludności globu na 4—4,5 miliarda osób. Między 1950 a 1968 r. przyrost ludności w największych krajach świata wyniósł: w Chinach — 170 mln, w Indiach — 150 mln, w ZSRR — 57 mln, w USA — 50 mln, w Indonezji — 37 mln, w Brazylii — 36 mln, w Pakistanie — 34 mln. Równolegle przebiega proces urbanizacji: coraz większy odsetek ludności gromadzi się w wielkich metropoliach i aglomeracjach przemysłowo-administracyjnych. W 1900 r. było na świecie 14 miast liczących nie mniej niż milion ludności, w tym 6 miast europejskich. W 1960 r. miast o tej liczbie mieszkańców było już 69, w tym 45 poza kontynentem europejskim. Znacznie szybciej rosła liczba miast średniej wielkości. Wolumin produkcji przemysłowej — w skali ogólnoswiatowej — znacznie wyprzedza tempo przyrostu ludności: w podstawowych gałęziach wytwórczości wzrost produkcji w latach 1938—1967 sięgał 400—500%. W jeszcze szybszym tempie rozwijała się wymiana międzynarodowa i zwiększały zasoby środków transportu. Do produkcji seryjnej weszły setki nowych wyrobów, powstały i rozpowszechniły się dziesiątki nowych gałęzi przemysłu. Od lat pięćdziesiątych coraz gwałtowniej przebiegają zmiany struktur społecznych w tych wszystkich krajach, które — niezależnie od panującego w nich systemu — wkraczają na drogę industrializacji: coraz większy jest w nich odsetek ludności związanej bezpośrednio z produkcją

przemysłową, wymianą i usługami, coraz mniej osób pracuje w rolnictwie.

W państwach uprzemysłowionych następuje stopniowe skracanie czasu pracy; płace realne — acz nie bez zahamowań, a nawet przejściowych regresów — rosną, co znajduje szczególnie odbicie we wzrastającym zapotrzebowaniu na dobra trwałe konsumpcji. Pozwala to na zwiększenie pojemności czasu wolnego od pracy, stwarza nowe wzorce jego wykorzystywania. W krajach, które znajdują się dopiero na drodze do industrializacji, panujące lub w inny sposób uprzywilejowane klasy i warstwy społeczne aspirują do dysponowania takimi samymi urządzeniami i instytucjami, jakie znajdują się w użytkowaniu narodów bogatych. Mimo że wciąż jeszcze znaczna część ludzkości nie zdołała osiągnąć tego stopnia rozwoju przemysłowego, który implikuje narodziny nowych form uczestnictwa w kulturze, to jednak bez trudu zaobserwować możemy dwa równoległe (co nie znaczy, że z równą szybkością) przebiegające procesy: 1) W krajach wysoko i średnio uprzemysłowionych przemiany w sposobach uczestnictwa w kulturze stają się quasi-totalne, mimo iż różnice jakościowe nieznacznie tylko się zmniejszają. 2) Zwiększa się liczba krajów, w których już nie tylko wąskie kręgi klas uprzywilejowanych, ale także coraz liczniejsze grupy społeczne wywodzące się z klas pośrednich i miejskiego proletariatu osiągają poziom kulturalny, dzięki któremu mogą korzystać z wzorów krajów i klas bogatszych, a w każdym razie wzory te stanowią dla nich układ odniesienia dla oznaczania ich własnych pragnień.

Pierwsza z opisywanych sytuacji stwarza bazę dla dalszego doskonalenia środków przekazu, przyczynia się też do powstawania i popularyzacji ich nowych, nie znanych przedtem form. Druga zaś powołuje do życia nieograniczone

„rynki” dla wszystkich tradycyjnych środków przekazu. Upowszechnianie nowych instrumentów przekazu w krajach uprzemysłowionych jest procesem, a nie wydarzeniem jednorazowym, w dodatku procesem mobilizującym przemysł (nazwijmy go umownie „informacyjnym”) do nieustającej modernizacji, której wynikiem jest przede wszystkim umożliwienie najszerszym warstwom ludności korzystania z prasy, radia i telewizji (np. przez obniżkę cen osiąganą dzięki zmniejszeniu się kosztów produkcji).

W poprzedniej części książki obserwowac mogliśmy etapy osiągania przez prasę niektórych krajów tego stopnia upowszechnienia, który nazwać by można właśnie quasi-totalnym, gdyż wszystkie grupy — z wyjątkiem pozostających na marginesie życia społecznego (włóczędzy, lumpenproletariat) lub znajdujących się w sytuacji wyjątkowej (szczególnie niekorzystne rejony osiedlenia) — uzyskują dostęp do dzienników lub w najgorszym razie tygodników czy innych gazet informacyjnych. Niestety, niedostatek badań szczegółowych nie pozwala na dokładne określenie wskaźnika, przy osiągnięciu którego można uznać, że zapotrzebowanie społeczne zostało zaspokojone („stan nasycenia”), ani do przeprowadzenia porównań w szerszej, międzynarodowej skali.

TELEWIZJA

Istota przemian, które zaszły w latach pięćdziesiątych i w których orbicie wciąż jeszcze się znajdujemy, polegała nie tylko na dalszym rozwoju ilościowym, a także na innowacjach technicznych tradycyjnych już środków przekazu — prasy i radia — ale także, a może nawet przede wszystkim, na zastosowaniu w skali masowej nowego urządzenia: telewizji. Pominiemy

tu wszelkie konsekwencje psychologiczne, polityczne i filozoficzne, jakie pociąga za sobą wynalezienie tego prawdziwie nowoczesnego środka przekazywania informacji. Weźmiemy natomiast pod uwagę jego znaczenie czysto funkcjonalne, jako urządzenia uzupełniającego możliwości informacyjne środków poprzednio stosowanych. Dzięki upowszechnieniu telewizji świat dzisiaj ma do dyspozycji już trzy — rozwinięte na przemysłową skalę — instrumenty komunikowania o bieżących wypadkach i aktualnie wygłaszanych opiniach. W istocie, mimo pozornej — a w pewnych okresach rozwoju nawet rzeczywistej — konkurencyjności, uzupełniają się one wzajemnie. Dlatego też powstaje — a w niektórych najbogatszych i najbardziej uprzemysłowionych krajach już powstał — stosunkowo koherentny system przekazywania i odbierania wiadomości, system, w którym każdy z trzech podstawowych jego elementów odgrywa specyficzną rolę, ale dopiero traktowane łącznie tworzą one zasadniczy szkielet tego fundamentu, który odegrał niebłahą rolę w tworzeniu współczesnej cywilizacji, a którym jest wymiana informacji.

Tablica obrazująca stan prasy i radia na świecie w roku 1950, która zakończyła poprzednią część książki, jest w istocie niepełna. Brak w niej rubryki: „odbiorniki telewizyjne”. Jest to pominięcie świadome, gdyż dopiero po 1950 r. zaczęła się prawdziwa era szklanego ekranu. Co prawda w tym czasie czynnych było na świecie już około 9 mln odbiorników, ale programy emitowane były zaledwie w czterech państwach (Stanach Zjednoczonych, Francji, Wielkiej Brytanii i Związku Radzieckim), przy czym tylko w USA zakończył się pierwszy etap upowszechnienia TV (blisko 5 mln odbiorników).

Historia telewizji jako wynalazku technicznego zaczęła się znacznie wcześniej, a decydujące

znaczenie miało skonstruowanie w roku 1927 przez pochodzącego z Rosji amerykańskiego inżyniera Władimira Zworykina ikonoskopu. W tym samym czasie odkrycia poczynione przez innych konstruktorów pozwoliły zorganizować pierwszą emisję, która odbyła się w 1928 r. za sprawą amerykańskiej firmy Bell. Ruchome obrazy zostały przekazane na odległość 45 km. W następnym roku podobne próby podjęto także w Wielkiej Brytanii i we Francji, a w 1931 r. w ZSRR. W 1933 r. nadajnik w Camden (stan New Jersey) emitował już program eksperymentalny o standardzie 240 linii, co zapewniało zupełnie wyraźny obraz. W 1935 r. rozpoczął pracę nadajnik paryski na Wieży Eiffła, w 1936 r. ruszył nadajnik londyński BBC oraz stacja emisyjna w Moskwie. W kwietniu 1940 r. Nowy Jork rozpoczął nadawanie pierwszego regularnego programu, a rok później uruchomiona została pierwsza stacja komercyjna należąca do koncernu radiowego NBC. Wojna dotarła jednak i do Stanów, które za przykładem państw europejskich zawiesiły prace nad telewizją, a siły fachowe i środki finansowe koncentrowały na zagadnieniach elektrotechnicznych mających bezpośrednie zastosowanie w toczących się zmaganiach. W 1946 r., po zakończeniu działań wojennych na wszystkich frontach, odżyła aktywność instytucji i firm zajmujących się telewizją dla potrzeb cywilnych; w roku następnym na terenie USA czynnych już było 6 nadajników, których programy odbierało około 30 tys. aparatów. W ciągu kilkunastu miesięcy dokonał się niesłychany skok: ilość nadajników sięgnęła 300, a handel zdołał ulokować na rynku około miliona odbiorników. W 1952 r. emisje rozpoczęły oba państwa niemieckie, Włochy, Holandia, w 1953 r. — Belgia, Kanada, Dania, Japonia i Czechosłowacja; w roku następnym zaczął pracę między innymi polski nadajnik na stołecznym hotelu

„Warszawa”. Do końca lat pięćdziesiątych liczba państw nadających własne programy przekracza 30; w 1963 r. liczba nadajników na świecie sięga 3400, a odbiorników — 142 milionów. Na orbicie okołozemskiej krążą już wówczas „Telstar I” i „Telstar II”, mamy za sobą (23 lipiec 1962) pierwszą transmisję telewizyjną Ameryka—Europa. Rozpoczyna się druga, decydująca faza rozwoju telewizji. Jej zasięg staje się globalny.

Powiększanie ekranu odbiornika, ulepszanie ostrości i wyrazistości obrazu, „spłaszczenie” lampy kineskopowej, która w początkach czyniła z aparatu niezgrabny i nieustawny mebel, miniaturyzacja części, zastosowanie tranzystorów (początek badań nad tranzystorami przypada na 1948 r.) — wszystko to były zabiegi na pozór tylko z dziedziny telewizyjnej kosmetyki. Głównymi barierami, które telewizja musiała jednak pokonać, były ceny samych odbiorników oraz trudności w przeprowadzaniu bezpośrednich transmisji na duże odległości. Stopniowe pokrywanie terytoriów państw uprzemysłowionych siecią stacji emisyjnych i przekaźnikowych, organizacja odpowiedniego zaplecza w przemyśle elektrotechnicznym, które umożliwiałoby podjęcie produkcji seryjnej, rozbudowa emitowanych programów sprzężone ze zwiększającymi się możliwościami nabywczymi szerokich warstw społecznych — zaczęły przynosić widoczne efekty dopiero w latach sześćdziesiątych, które w wielu krajach europejskich były prawdziwymi latami „telewizyjnej choroby” (przykładowo: we Francji liczba abonentów wzrosła w latach 1955—1965 z 260 tys. do 6,5 mln, w ZSRR w tym samym czasie z 800 tys. do 15,7 mln). Jedynie Stany Zjednoczone chorobę tę przeżyły w poprzednim dziesięcioleciu (1950 r. — 5 mln odbiorników, 1958 — 44 mln). Jednym z zasadniczych warunków rozwoju telewizji było

połączenie sieci przekaźnikowych poszczególnych krajów z sieciami państw sąsiednich, a za ich pośrednictwem z sieciami pozostałych państw danego kontynentu. Po pierwszych eksperymentalnych transmisjach przez Kanał La Manche (1951 r.), korzystając z doświadczeń Europejskiej Unii Radiowej, utworzono w 1954 r. — jako jej wydzieloną część — Eurowizję, do której obok 17 państw Europy zachodniej należą także, jako członkowie uczestniczący, Japonia, Kanada, Stany Zjednoczone, Brazylia oraz europejskie kraje socjalistyczne, które z kolei połączone są w węższym stowarzyszeniu (Interwizja).

Z badań nad górnymi warstwami atmosfery oraz z programu badań i lotów kosmicznych wywodzą się pierwsze próby wykorzystania sztucznych satelitów Ziemi dla celów transmisji telewizyjnych. Początek dał balon „Echo I”, umieszczony na orbicie okołoziemskiej 12 sierpnia 1960 r. Jego powierzchnia (metalizowana) mogła odbijać fale emitowane z nadajnika umieszczonego na Ziemi, które odbierane były przez stację znajdującą się w polu zasięgu fal odbitych.

Pierwszy jednak zasadniczy krok ku telekomunikacji satelitarnej uczyniony został w dwa lata później, gdy 10 lipca 1962 roku z przylądka Canaveral na Florydzie wystrzelony został satelita telekomunikacyjny „Telstar I”, posiadający własne źródło mocy (zasilane bateriami słonecznymi) pozwalające na wzmacnianie odebranych fal i retransmitowanie ich. „Telstar II” (1963 r.), „Relay I” (1962 r.), „Relay II” (1964 r.) oraz trzy kolejne telesatelity radzieckie z serii „Mołnija” (dwa umieszczone na orbicie w 1965 i trzeci w 1966 r.) należą do kategorii ruchomych satelitów aktywnych. Krążąc dookoła Ziemi odbierają, wzmacniają i przekazują fale radiowo-elektryczne w zasięgu zależnym od charakterystyki ich orbit i mocy urządzeń. I tak np. programy transmitowane przez „Telstar I” były odbierane

przez stacje w Andover (USA) i Pleumer-Bódou (Francja) dziewięć razy dziennie po około 30 minut w każdym seansie łączności, programy przekazywane przez „Mołniję I” były odbierane na całym terytorium ZSRR przez około 8 godzin bez przerwy. Przy pomocy „Telstara I” dokonano 23 lipca 1962 r. pierwszej próbnej transmisji programu telewizyjnego z Ameryki do Europy, a sieć później wystrzelonych satelitów umożliwiła całą serię transmisji wchodzących do bieżących programów emitowanych przez stacje naziemne. W listopadzie 1965 r. „Mołnija I” została użyta do przeprowadzenia eksperymentalnej transmisji w kolorach (Moskwa—Paryż).

W 1963 r. zapoczątkowana została działalność stacjonarnych (synchronicznych) telesatelitów aktywnych. Umieszczane na wysokich orbitach sięgających od 35,7 tys. do 36 tys. km, poruszające się z szybkością równą szybkości obrotu Ziemi dookoła własnej osi (ok. 10 500 km/godz), zawieszono są pozornie nieruchomo w jednym miejscu. Podczas gdy największe stacje emisyjne naziemne mogą pokryć wysyłanymi falami powierzchnię rzędu 10—20 tys. km², satelita stacjonarny ulokowany nad równikiem ma zasięg obejmujący ponad 2,5 mln km², trzy zaś takie satelity odpowiednio rozmieszczone pokrywają cały obszar Ziemi do mniej więcej 70° szerokości geograficznej (dla obu półkul). Pierwszą — nieudaną zresztą — próbę uruchomienia telesatelity stacjonarnego podjęły Stany Zjednoczone, wysyłając 14 lutego 1963 r. w przestrzeń okołoziemską satelitę komunikacyjnego „Syncom I”. W lipcu tegoż roku próbę ponowiono, tym razem z powodzeniem („Syncom II”). Jednak dopiero trzeci z „Syncomów” (wystrzelony 19 sierpnia 1964 r.) przeznaczony był do utrzymywania łączności telewizyjnej. W 1962 r. powstało w USA prywatne przedsiębiorstwo Comsat (Communication Satellite Corporation), z kapitałem zakła-

dowym 200 mln dolarów, którego celem jest założenie sieci satelitów komunikacyjnych, umożliwiających przekazywanie rozmów telefonicznych i audycji telewizyjnych między kontynentami. W dwa lata później powstało międzynarodowe towarzystwo Intelsat (USA dysponują 58% jego kapitału, Wielka Brytania 8%), które przejęło ogólne zwierzchnictwo nad Comsatem, a 6 kwietnia 1965 r. umieszczony został na orbicie pierwszy satelita komercyjny („Early Bird”), mogący przekazywać jednocześnie 240 rozmów telefonicznych lub połączeń teleksowych albo jeden program telewizyjny. Opłata za transmisję telewizyjną (10 tys. dolarów za godzinę) uznana została jednak przez zainteresowane instytucje i przedsiębiorstwa telewizyjne za wygórowaną i „Early Bird” służy tylko telekomunikacji handlowej, co nie przeszkodziło mu zresztą przynieść w pierwszym roku pełnej aktywności ponad 4 mln dolarów dochodu. Trzeci z kolei satelita tej samej serii — „Intelsat III” — który krąży dziś jeszcze, ma zdolność jednoczesnego przekazywania 1200 połączeń telefonicznych (albo teleksowych) lub 4 programów telewizyjnych (w kolorze). Czwarty, ulokowany na orbicie w końcu 1971 r., ma „pojemność” 9000 rozmów telefonicznych i 12 programów telewizji kolorowej.

Obie kategorie stosowanych do tej pory aktywnych satelitów telekomunikacyjnych — ruchomych i stacjonarnych — posiadają tę samą cechę: przekazywane (po wzmocnieniu) przez fale radiowo-elektryczne mogą być odbierane na Ziemi tylko przez specjalne stacje i dopiero za pośrednictwem naziemnej sieci transmisyjnej przekazywane do odbiorników domowych. Tak więc dla szerokiej publiczności dotychczasowa sieć satelitów komunikacyjnych oznacza zwiększenie liczby emisji o nadzwyczaj ważnych wydarzeniach, skrócenie czasu dzielącego wydarze-

nie od momentu ukazania go na ekranie, przekazywanie emisji na duże odległości. Z punktu widzenia psychologicznego daje to bardzo wiele: poczucie współuczestnictwa w odległych wydarzeniach, zmianę w odczuwaniu dystansów geograficznych, świadomość istnienia wielomilionowej rzeszy ludzkiej — w przypadku transmisji z Igrzysk Olimpijskich w Meksyku (1965 r.) obliczano, że niektóre emisje oglądało równocześnie kilkaset milionów ludzi — z którą się jednocześnie przeżywa to samo wydarzenie. Siłą rzeczy jednak dla posiadacza normalnego odbiornika telewizyjnego emisje takie są wyjątkami.

Planowane w nadchodzącym dziesięcioleciu umieszczenie na orbitach okołoziemskich satelitów wyposażonych w nadajniki odpowiedniej mocy i posiadających własne źródło energii (najprawdopodobniej wykorzystana zostanie w tym celu energia jądrowa), które mogłyby retransmitować audycje możliwe do odbierania bezpośrednio przez aparaty domowe, nastrocza tak wiele trudności technicznych i napotyka tak wiele przeszkód politycznych i społeczno-kulturowych, że perspektywa swobodnego wyboru programu satelitarnego wciąż jeszcze jest sprawą dość odległej przyszłości. Wymieńmy kilka tylko trudności, przed którymi stoi łączność tele-satelitarna: 1) różnorodność form i instalacji odbiorników, która obecnie niwelowana jest przez specjalne urządzenia transformacyjne (np. standard telewizyjny w Wielkiej Brytanii wynosi 405 linii, w USA — 525 linii, we Francji — 819 linii); 2) zróżnicowanie językowe, które i dziś nawet jest utrudnieniem w krajach wielonarodowościowych, takich jak np. Chiny, Indie czy ZSRR; 3) obrona suwerenności narodowej (państwowej), która mogłaby być naruszana przez emitowanie niekontrolowane audycji wrogich czy podburzających; 4) podział zakresu fal

wymagający zapewnienia należytej selektywności aparatów odbiorczych; 5) różnica czasów, którą odczuliśmy na własnej skórze, gdy przyszło nam w 1970 r. śledzić pierwsze kroki człowieka na Księżycu (powoduje ona, że bardziej opłacalna, a tak samo skuteczna, jest nie transmisja „na żywo”, ale odtwarzanie jej z taśm filmowych przesłanych np. samolotem).

Telewizja kolorowa, która w wielu krajach weszła już w fazę masowego upowszechnienia, choć pod względem technicznym stanowi jeszcze jedno świadectwo nieograniczonych możliwości intelektualnych człowieka, to jednak z punktu widzenia oddziaływania psychicznego czy konsekwencji społecznych nie wydaje się mieć ona większego znaczenia: stanowi jedno jeszcze drobne udoskonalenie i pewien dodatkowy komfort. Poza zasięgiem naszego zainteresowania pozostaje też oczywiście telewizja kasetowa, która może stać się uzupełnieniem (lub konkurentem) raczej filmu, teatru, książki czy niektórych tylko punktów programu telewizyjnego (spektakle teatralne, *variétés*, audycje literackie, popularnonaukowe czy oświatowe) niż prasy, radia i TV, jako dostarczycieli bieżącej informacji. Istotniejsze znaczenie wydają się mieć próby — niektóre znalazły już zastosowanie na skalę przemysłową — zmierzające w kierunku miniaturyzacji odbiorników telewizyjnych, co w połączeniu z zasilaniem bateryjnym uwolni widza od korzystania z programu tylko w domu, a nadto umożliwi odbieranie audycji także w rejonach trudno dostępnych i niezelektryfikowanych.

Jeśli jednak powrócimy od spraw czysto technicznych do spraw społecznych funkcjonowania środków przekazu, natrafimy ponownie na problem, który wskazaliśmy na wstępie tej części książki: zasadniczym progim, który musi zostać przekroczony, aby telewizja stała się środkiem informacji o zasięgu rzeczywiście powszechnym,

jest osiągnięcie przez blisko 2/3 ludzkości takiego poziomu rozwoju przemysłowego, społecznego, kulturowego etc., który dziś jest tylko udziałem mniejszości mieszkańców naszego globu.

Ponieważ praktyka społeczna uczyniła nas już podejrzliwymi wobec magii liczb globalnych, postarajmy się choć na chwilę odejść od wspólnych perspektyw technicznych, a przyjrzyjmy się jak te „osiągnięcia ludzkiej myśli” są podzielone między obywatelami Ziemi. Jak przedstawia się rozwój telewizji na świecie od momentu jej powstania i zastosowania na skalę masową ilustruje tablica 5.

Tablica 5

Telewizja na świecie 1950—1967

Rok	Liczba odbiorników	Odbiorników na 100 mieszk.	Przyrost
1950	9 517 900	0,4	—
1962	142 272 000	4,4	4,0
1967	198 000 000	5,9	1,5

W zestawieniu tym zwraca uwagę fakt, że wzrost bezwzględnej liczby odbiorników (około 20 razy w latach 1950—1967) przewyższa wzrost liczby odbiorników przypadających na 100 mieszkańców (około 15 razy). Kryje się za tym nierównomierny rozwój telewizji w poszczególnych krajach. W ciągu owych 17 lat średni roczny przyrost aparatów telewizyjnych na 100 mieszkańców wynosił około 0,32. Zachowując to tempo i przyjmując jako punkt wyjścia stan z roku 1967, by osiągnąć na całym świecie taki stopień nasycenia telewizorami, jaki istniał w tymże 1967 r. w Stanach Zjednoczonych (37,6 odbiornika na 100 mieszkańców), trzeba by było blisko 100 lat. Dotąd bowiem postęp w tej dziedzinie w skali światowej był realizowany niemal wy-

łącznie dzięki szybkiemu rozwojowi telewizji tylko w Ameryce Północnej, Europie i niektórych rejonach Azji (Japonia).

Tablica 6

Nasylenie odbiornikami TV w poszczególnych częściach świata (1950—1968)

	Odbiorników na 100 mieszk.		
	1950	1962	1968
Ameryka Północna	5,0	24,2 ^a	29,8
Ameryka Południowa	—	2,2	4,7
Europa bez ZSRR	1,5	9,3 ^b	17,8
ZSRR	0,0	4,0	11,3
Afryka	—	0,1	0,26
Azja	—	0,9 ^c	1,2
Oceania	—	10,0	17,3

^a Bez USA i Kanady — 2,5; ^b Europa z ZSRR — 7,0; ^c bez Japonii — 0,1.

W 1968 r. w ośmiu największych krajach świata stopień nasycenia odbiornikami telewizyjnymi przedstawiał się tak jak to ilustruje tablica 7.

Lata pięćdziesiąte przyniosły prawdziwe upo-

Tablica 7

Telewizja w ośmiu największych krajach świata 1968 r.

	Odbiorników na 100 mieszkańców
Indie	0,0 ^a
Chiny	0,014 ^b
Pakistan	0,03
Indonezja	0,06
Brazylia	2,4 ^c
ZSRR	11,3
Japonia	20,8
USA	39,2

^a Tylko audycje eksperymentalne; ^b w 1965 r.; ^c w 1962 r.

wszechnienie telewizji tylko w USA, Kanadzie i kilku krajach europejskich (Wielka Brytania, Szwecja, Dania); lata sześćdziesiąte rozszerzyły to zjawisko na Japonię, Australię i kilka dalszych krajów europejskich (NRD, NRF, Belgia, Czechosłowacja, Holandia, Francja; Norwegia); na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych telewizja stała się powszechna (lub znajduje się w przededniu zwycięskiej inwazji) we wszystkich niemal pozostałych krajach europejskich, ZSRR, niektórych państwach Ameryki Południowej, Afryki i Azji. Spośród ośmiu największych krajów świata upowszechnienie TV objęło jednak dopiero trzy (USA, Japonia, ZSRR) i to w nierównym stopniu. Z pewnym sceptycyzmem należy więc traktować takie slogany jak „era telewizji” czy „tryumfalny marsz szklanego ekranu”, używane w odniesieniu do czasów współczesnych. To jeszcze przyszłość.

RADIO

Także radio i prasa — rzec by można tradycyjne już środki masowej informacji — podlegały innowacjom, które niósł ze sobą postęp techniczny. I choć w tych akurat dziedzinach zmiany były trudniej zauważalne, nie znaczy to jednak, że mniej istotne. Wynalazki tu wprowadzone miały dwojakie znaczenie: podnosiły jakość nadawanych programów radiowych (lepszą słyszalność, większe urozmaicenie) i wypuszczanych na rynek czasopism (zwiększenie pojemności informacyjnej, wyższy poziom poligraficzny) oraz pozwalały zwiększyć zasięg ich oddziaływania, stwarzając możliwość obniżenia cen radia i ułatwiając kolportaż gazet.

Wydaje się, że w radiofonii naszej doby najważniejszym wynalazkiem technicznym był tranzystor, którego wprowadzenie pozwoliło

zminiaturyzować odbiornik i stworzyć aparat przenośny. W krajach bogatych aparat bateryjny stanowi uzupełnienie odbiornika lampowego (lub również bateryjnego, ale dużych rozmiarów) stojącego w mieszkaniu. W krajach rozwijających się, gdzie stopień elektryfikacji jest nader często bardzo jeszcze niski, odbiornik taki umożliwia słuchanie radia tam, gdzie nie dotarły dotąd przewody elektryczne.

Odbiornik radiowy jest nie tylko znacznie tańszy od telewizyjnego, jego obsługa i naprawa jest łatwiejsza i mniej kosztowna, ale także zasięg emisji nadajnika jest bez porównania większy niż nadajnika TV. Te właśnie czynniki spowodowały, iż aktualnie radiofonia — w trzech jej podstawowych formach odbioru: bateryjnym, sieciowym i przewodowym (głośniki) — jest najpowszechniejszym środkiem informacji masowej na świecie, a dynamika jej rozwoju (średni przyrost roczny w okresie 1950—1967 wynosi 0,6 odbiornika na 100 mieszkańców) jest prawie dwa razy większa niż telewizji, przy czym w pięcioleciu 1962—1968 nastąpiło pewne przyspieszenie (tablica 8).

Tablica 8

Odbiorniki radiowe na świecie 1950—1968

Rok	Liczba odbiorników	Odbiorników na 100 mieszkańców
1950	181 849 000	7,6
1956	257 000 000	10,0
1960	365 000 000	12,7
1962	436 000 000	12,8
1967	601 000 000	17,9
1968	674 000 000	19,4

Radio nie tylko upowszechnia się najszybciej (szybciej także od prasy drukowanej, o której dalej), ale także — co równie ważne — wszyst-

kie państwa na świecie emitują własny program radiowy, podczas gdy nadawanie programu telewizyjnego przekracza możliwości techniczne lub finansowe wielu jeszcze krajów i nie wszystkie także posiadają własną prasę codzienną: w 1962 roku na świecie czynnych było 13 340 nadajników radiowych, 3371 telewizyjnych i ukazywało się 7869 dzienników. Choć różnice są tu mniej drastyczne niż w przypadku telewizji, możliwość korzystania z radia jest także bardzo nierówno podzielona między mieszkańców kuli ziemskiej (tablica 9).

Tablica 9

Nasylenie odbiornikami radiowymi
w poszczególnych częściach świata (1950—1968)

	Odbiorników na 100 mieszkańców		
	1950	1962	1968
Ameryka Północna	44,7	72,8 ^a	109,0
Ameryka Południowa	6,0	10,5	15,7
Europa bez ZSRR	13,5	22,8 ^b	28,1
ZSRR	6,0	29,8	35,9
Afryka	0,6	2,2	4,5
Azja	0,9	2,2 ^c	3,9
Oceania	19,8	17,6	21,6

^a Bez Kanady i USA — 11,3; ^b z ZSRR — 25,0; ^c bez Japonii — 1,1

Trudno określić, jaki stan można uznać za stan pełnego nasycenia radioodbiornikami: w 1962 r. w USA przypadało 100 odbiorników na 100 mieszkańców, a pięć lat później wskaźnik ten wyniósł 133,4! Mimo znacznie wyższego stopnia radiofonizacji niż „uteleewizyjnienia” na świecie, w 1967 r. dysproporcja między średnią światową a średnią w USA była większa w przypadku radia (17,9 : 133,4) niż telewizji (5,9 : 37,6).

Wskaźniki powyższe, choć uwidaczniają nam

stan rzeczywisty na świecie, nie obejmują szeregu aspektów — rzecz można jakościowych — upowszechnienia radia. Oto np. w ZSRR, który dane na ten temat publikuje, jeszcze w 1960 r. liczba głośników była wyższa niż liczba odbiorników sieciowych i dopiero w 1964 r. sytuacja uległa zmianie. Głośnik — bez porównania tańszy od odbiornika sieciowego — skazuje słuchacza na odbiór programu wybranego przez centralę, do której jego odbiornik jest podłączony. Mniej istotne, co jednak nie znaczy, iż nieważne, jest zróżnicowanie programów radiowych znajdujących się w zasięgu odbiornika sieciowego: zasadniczo tylko w krajach uprzemysłowionych funkcjonuje równolegle po kilka programów, dostosowanych do poziomu i zainteresowań potencjalnego słuchacza (w Polsce np. radiostacja warszawska emituje trzy różne programy krajowe). Nie trzeba dodawać, że odbiorniki najtańsze, o najgorszych parametrach technicznych nie pozwalają na odbiór odległych stacji i ograniczają możliwość wyboru audycji, a często nawet nie zapewniają odpowiedniej jakości odbioru stacji najbliższej.

POLIGRAFIA

Poligrafia, w której od końca XIX wieku notowano raczej drugorzędne innowacje niż zasadnicze zmiany, w ciągu ostatnich kilkunastu lat zdaje się wkraczać w nowy etap rozwoju: rewolucja techniczna (przede wszystkim wynalazki z dziedziny elektroniki) dotarła także i do niej. Aktualnie stosuje się powszechnie trzy techniki drukarskie: typografia — najstarsza z nich, ma zastosowanie w druku dzienników wielkonakładowych, offset — do maszyn rotacyjnych przystosowany od 1933 r., pozwalający na druk wielokolorowy, używany jest w niektó-

rych wydawnictwach typu magazynowego lub mniejszych dziennikach, oraz heliograwiura (fotograwiura) — dzięki której najłatwiej osiągnąć można druk wielokolorowy, ale która jest techniką dość powolną i kosztowną, dlatego stosuje się ją przede wszystkim w dużych magazynach i wydawnictwach specjalnych (np. naukowych). Dla wielkonakładowej prasy codziennej niezastąpiona wydaje się być jak dotąd typografia. Przy jej użyciu można powielić około 50 tys. arkuszy 64-stronicowych na godzinę. Stosunkowo prosty mechanizm wprowadzania korekt i wymiany części tekstu przygotowanego do druku są dodatkowym atutem tej techniki, szczególnie dogodnej jeśli idzie o prasę codzienną, która znajduje się nieustannie pod naciskiem napływających świeżych wiadomości. Typografia pozwala drukować w ciągu dnia kilka wydań gazet z uwzględnieniem kolejno dostarczanych nowin.

Udoskonalenia i wynalazki nie odegrały tak wielkiej roli w samym procesie druku jak w procesie przygotowywania składu do powielania. Przypomnijmy, że skład maszynowy, wprowadzony w końcu ubiegłego wieku (linotyp — 1884, monotyp — 1897), po pewnych udoskonaleniach pozwala odlać 6—8 tys. znaków na godzinę, podczas gdy wprowadzone na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych fotoskład i skład przygotowywany przez maszyny elektronowe zwiększają tę ilość kilkakrotnie. Szczególnie wielkie znaczenie ma ta ostatnia technika. Tekst zapisywany jest na taśmę perforowaną lub magnetyczną, którą wprowadza się do maszyny elektronowej, wyposażonej w „pamięć” zawierającą wiele tysięcy kombinacji łamania i justunku tekstu, a także korekty literowej. W czasie nieporównywalnie krótszym, niż mógłby to osiągnąć najlepiej nawet wyszkolony maszynista, uzyskuje się skład całego numeru. Składanie

przy pomocy urządzeń elektronicznych posiada jeszcze inny — nie mniej ważny niż szybkość — walor: umożliwia wykonanie składu na odległość. Tekst zapisany na taśmie może być przekazany — drogą telegraficzną — i odtworzony na innej taśmie w odległej miejscowości. Podobne znaczenie ma technika przekazywania na odległość tzw. *facsimile*, fotograficznej „odbitki” złożonej już strony. Aktualnie czas transmitowania jednej kolumny nie przekracza 5—6 minut, czyli w ciągu niespełna dwóch godzin przekazać można kompletnie złożony tekst 20-stronicowego dziennika. Procedurę tę zastosowało po raz pierwszy w 1959 r. japońskie wydawnictwo „Asahi Shimbun”, a w 1962 r. podobny system został przyjęty przez „New York Herald Tribune”, która mogła dzięki niemu publikować jednocześnie identyczne wydania w Los Angeles i w Paryżu. Wykorzystanie satelity telekomunikacyjnego pozwoliło skrócić czas transmisji 16 razy w porównaniu z czasem transmisji dokonywanej przy użyciu kabla i radia. W początkach 1971 r. czynnych było na świecie już ponad 150 urządzeń do przekazywania *facsimile* (m.in. w Japonii, USA, ZSRR, Wielkiej Brytanii, Szwecji, NRD, NRF, Czechosłowacji, Francji).

Maszyny do elektronicznego składu i transmitowania *facsimile* są jednak, jak dotąd, bardzo kosztowne i mimo że komputery, stanowiące część całego urządzenia, mogą być wykorzystywane także w celach pozadrukarskich (np. do zarządzania wydawnictwem), nieliczne tylko, największe i najbogatsze wydawnictwa mogą sobie pozwolić na ich zakup. Sprzyja to wspomnianym w poprzedniej części książki procesom koncentracji wydawnictw i ich uniformizacji, a wizja — czyżby naprawdę tak porywająca jak sądzą niektórzy? — „jednego narodu, jednego kraju, jednej gazety” ma już pełne oparcie w zdobyczach technicznych. Nie potrzeba chyba

do dodawać, że rozwój telekomunikacji satelitarnej prowadzi do wydawania „dziennika światowego”. Pozostaje tylko mieć nadzieję, że nie będzie to jedyny dziennik.

Inne jeszcze perspektywy stwarza inicjatywa podjęta w 1947 r. przez amerykański dziennik prowincjonalny „Miami Herald”, a w dwadzieścia lat później przejęta i z rozmachem poprowadzona przez wspomniane już wydawnictwo tokijskie „Asahi Shimbun”. Miast chodzić do kiosku lub czekać na roznosiciela, który dostarczy dziennik do domu, wystarczy kupić i zainstalować specjalny odbiornik, z którego — oczywiście za pociśnięciem guzika — „wychodzi” kolumna za kolumną. Wydawcy z Miami uznali koszty przedsięwzięcia za nazbyt wielkie i po dwóch latach deficytowej działalności przerwali produkcję „gazety elektronicznej”. Japończycy zmienili nieco założenia techniczne, wykorzystując w tym celu wynalazki poczynione w elektronice w ciągu dwudziestu lat dzielących ich inicjatywę od amerykańskiej, a także opierając się na doświadczeniach własnego koncernu prasowego („Asahi Shimbun” jest największym dziennikiem na świecie: nakład jego przekracza 9 mln egzemplarzy; dla porównania: cała polska prasa codzienna drukowała w 1967 r. około 6 mln egzemplarzy). 21 września 1969 r. rozpoczęli transmisję doświadczalną i liczą, że skonstruowanie odbiornika, który przy produkcji seryjnej nie będzie przekraczał ceny białoczarnego telewizora, zdoła upowszechnić „domową gazetę elektroniczną”.

PRASA

Revenons à nos moutons — czyli od fascynujących wizji przemian technicznych do sytuacji prasy codziennej w świecie realnym, społecz-

nym, bowiem prawdziwym signum omawianych tu dwudziestu paru lat jest zahamowanie stopnia nasycenia rynku prasą codzienną. Ilustrują ten stan tablice 10 i 11.

Tablica 10

Prasa codzienna na świecie 1950—1967

Rok	Nakład jednorazowy	Egzemplarzy na 100 mieszkańców
1950	223 774 000	9,4
1956	255 000 000	10,2
1960	260 000 000	9,3
1962	314 300 000	10,0
1967	359 000 000	10,5

Tablica 11

Nasycenie rynku prasą codzienną w poszczególnych częściach świata (1950—1967)

	Egzemplarzy na 100 mieszkańców		
	1950	1962	1967
Ameryka Północna	27,1	24,6 ^a	23,8
Ameryka Południowa	6,0	7,4	6,5
Europa bez ZSRR	22,0	23,9	25,8
ZSRR	11,3	22,3	29,5
Afryka	0,8	1,2	1,1
Azja	3,0	3,8 ^b	4,2
Oceania	30,8	29,4	29,6

^a Bez USA i Kanady — 7,0; ^b bez Japonii — 1,6

Przypomnijmy, że w tym samym czasie stopień nasycenia rynku odbiornikami TV wzrósł z 0,4 do 5,9, a odbiornikami radiowymi z 7,6 do 17,9. Jeśli jeszcze w 1956 r. prasa codzienna znajdowała się na pierwszym miejscu wśród innych środków masowej informacji — co praw-

da radio osiągając wskaźnik nasycenia 10,0/100 było tuż za nią — to od 1960 r. radio zdobyło pozycję przodującą, a dystans między nim a dwoma pozostałymi instrumentami przekazu powiększył się. Przyczyny tej powszechnej w skali światowej stagnacji prasy codziennej mają charakter kompleksowy. Wywodzą się one z dwóch odrębnych, wzajemnie ze sobą nie powiązanych źródeł. Pierwszym z nich jest sytuacja prasy codziennej w krajach wysoko uprzemysłowionych, drugim możliwości jej rozwoju w krajach znajdujących się na drodze do industrializacji.

Zacznijmy od pierwszego z nich. Rozbicie globalnych wskaźników stanu nasycenia rynku radiem i telewizją na wskaźniki osiągnane w poszczególnych częściach świata (tabl. 6 i 9) pozwoliło nam stwierdzić, że najszybszy wzrost nastąpił w Ameryce Północnej, Europie i Oceanii, natomiast Azja swój, nieznaczny w istocie, awans zawdzięczać mogła ekspansji środków masowej informacji w Japonii. Mimo więc, że kraje przemysłowe zamieszkiwane są przez niepełną $\frac{1}{3}$ ludności świata, gwałtowne upowszechnienie się na ich terenie radia i telewizji wpłynęło w sposób istotny na wysokość wskaźnika ogólnoświatowego. Otóż najstarszy z dzisiejszych środków masowej informacji przeżywa kryzys — wyrażający się w stagnacji lub nawet regresie — właśnie w niektórych krajach przemysłowych, na czele ze Stanami Zjednoczonymi, w których stopień nasycenia prasą obniżył się z 34,2 w 1952 r. do 33,7 w 1967. Kryzys ten występuje nie wszędzie (np. Japonia, ZSRR, oba państwa niemieckie notują wzrost), a tam, gdzie notowany był na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych, wydaje się, że powoli mija. Nigdzie właściwie nie przybrał katastrofalnych rozmiarów. Jego przyczyny postaramy się wskazać w następujących rozdziałach, tu wystarczy nam

stwierdzenie faktu, iż wywarł on wpływ na światowy wskaźnik czytelnictwa dzienników.

W krajach Trzeciego Świata prasa codzienna rozwija się — najogólniej rzecz biorąc — w tempie znacznie odbiegającym od tempa rozwoju radia (poza pojedynczymi krajami Ameryki Południowej i Azji o telewizji na tym obszarze można nie mówić w ogóle). Wskaźnik nasycenia prasą codzienną i radiem wzrósł tam w latach 1950—1968 w stopniu wskazanym w tablicy 12.

Tablica 12

	Prasa (dzienniki) 1950—1967	Radio 1950—1968
Afryka	+0,3	+3,8
Azja	+1,2	+3,0
Ameryka Płd.	+0,5	+9,3
Świat	+1,6	+12,2

Mimo iż postęp jest widoczny, to jednak przeszkody, które się na jego drodze piętrzą, są ogromne, a wiele przyczyn oddziałuje specjalnie na niekorzyść prasy drukowanej, mniejszą — lub zgoła minimalną — rolę odgrywając w hamowaniu rozwoju radiofonii. Pierwsza z nich to analfabetyzm. W pierwszej połowie lat sześćdziesiątych odsetek ludności w wieku 15 i więcej lat nie umiejącej czytać ani pisać wynosił na świecie 39,3, w tym:

w Azji	55,4
w Afryce	81,5
w Ameryce Płd.	33,9.

Niektóre rządy, liczne instytucje i organizacje międzynarodowe wkładają wiele wysiłku w likwidację tego stanu rzeczy — postęp jest jednak

powolny: w ciągu dziesięciu mniej więcej lat odsetek analfabetów zmniejszył się wprawdzie z 44,3 do wspomnianych już 39,3, jednak liczba młodzieży i dorosłych, którzy nie opanowali sztuki czytania i pisania wzrosła z około 700 do 740 milionów. Podobnie trudny do rozwiązania — a dla czytelnictwa prasy istotny — problem stanowi stopień skolaryzacji i krótki czas nauki, który w wielu wypadkach powoduje analfabetyzm wtórny, nie sprzyja wykształceniu się nawyku posługiwania się prasą czy książką.

Wątką baza komunikacyjna (koleje, drogi) i łącznościowa (telefon, telegraf, urzędy pocztowe) są w krajach nieuprzemysłowionych kolejną barierą hamującą rozwój prasy codziennej: czas trwania przesyłki abonamentowej niweczy wysiłki wydawców mające na celu nadążanie za aktualnościami. Jedyne w wielkich miastach, ich bezpośrednim sąsiedztwie oraz wzdłuż niektórych szczególnie ważnych gospodarczo lub militarnie szlaków możliwa jest w miarę szybka dystrybucja dzienników.

Z nielicznymi i rzadkimi wyjątkami prasa rozpowszechniana jest na takich samych warunkach jak każdy przedmiot konsumpcji: aby stać się właścicielem numeru dziennika trzeba go kupić. W licznych badaniach socjologicznych przeprowadzonych w krajach nierozwiniętych gospodarczo stwierdzono, że występuje niezwykle silna korelacja między wysokością dochodu przypadającego na jednego mieszkańca a nakładem prasy codziennej. Jest to oczywiste i być może nie potrzeba było dla dostrzeżenia tego faktu przeprowadzać specjalnych poszukiwań. Tak jak nie trzeba też przypominać, jaka część ludności świata ma dochód narodowy mniejszy niż 300 dolarów na osobę rocznie (suma ta uznana została przez ONZ jeszcze w końcu lat pięćdziesiątych za barierę, poniżej której pojawia się chroniczne niedożywianie, klęski głodu, niemoż-

ność uczestnictwa w nowoczesnej cywilizacji). Tytułem przykładu należy wspomnieć, że wedle szacunkowych obliczeń z 1961 r. tylko niespełna 1% mieszkańców Indii osiągało dochód równy średniemu dochodowi mieszkańca Stanów Zjednoczonych.

Współczesne wydawnictwo prasowe jest dużym przedsiębiorstwem, a instalacja urzędzeń i koszty wytwarzania są stosunkowo wysokie. Tymczasem słabo rozwinięty przemysł krajów Trzeciego Świata z reguły nie produkuje maszyn drukarskich, czcionek, papieru — wszystko to musi być importowane, co dodatkowo podnosi koszt inwestycji. Z wyjątkiem niektórych dużych miast handel w tych krajach znajduje się w rękach drobnych kupców, a znaczną część produktów codziennego użytku wytwarzają drobni rzemieślnicy — ogłoszenia prasowe siłą rzeczy są nieliczne i tanie, nie ma więc czym uzupełniać dochodów pisma, a zatem i cena jego musi być relatywnie wysoka. Rynek kredytowy jest ubogi — i to także utrudnia inwestycje. Np. z badań przeprowadzonych w Indiach wynika, że lokalny dziennik dopiero po trzech latach ukazywania się zaczyna przynosić dochód.

Dodać by tu można jeszcze niezwykle zróżnicowanie narodowościowe i językowe, które występuje we wszystkich państwach Azji i Afryki (wolna od niego jest Ameryka Łacińska i dlatego chyba w niektórych jej krajach o niskim dochodzie narodowym w przeliczeniu na mieszkańca prasa dociera do szerszych kręgów odbiorców) i uniemożliwia stworzenie wystarczająco rozwiniętego systemu wydawnictw lokalnych jednego pisma (mutacji), który znacznie obniżyłby koszty własne wydawnictw.

Radio eliminuje tymczasem wiele z tych problemów: nie trzeba umieć czytać, ażeby móc go słuchać; nie wymaga ono rozbudowanego

i sprawnego systemu komunikacyjnego, znajdując się z reguły w rękach państwa uzyskuje bez porównania łatwiej kredyty i subwencje inwestycyjne. Stąd jego znacznie większe możliwości rozwoju także w krajach nieuprzemysłowionych, z jednym zastrzeżeniem — główną przeszkodę stanowi tu z kolei cena odbiornika (znaczny wydatek jednorazowy).

PRASA — RADIO — TV: „UKŁAD SIĘ”

Tak jak w latach trzydziestych, gdy w USA i Europie nastąpił szybki rozwój radiofonii, tak i w latach pięćdziesiątych, gdy rozpoczęła się „wielka eksplozja” telewizji, odezwały się liczne głosy wieszczące zagładę „starych” środków masowej informacji przez nowo wstępujące. Dziś, choć sytuacja nawet w wysoko uprzemysłowionych krajach jeszcze się ostatecznie nie wykrystalizowała, a technika trzyma w zanadrzu nowe wynalazki zarówno w dziedzinie łączności, jak i poligrafii, obserwatorzy skupiają raczej uwagę na współzależnościach między prasą, radiem i telewizją. Sondaże opinii publicznej i badania ankietowe dowodzą, że czytanie dziennika, słuchanie radia i oglądanie telewizji mają w ciągu dnia swoje — nie wykluczające się wzajemnie — „szczyty”, a każdy z tych środków przekazu króluje w jakiejś dziedzinie, w której trudno byłoby to osiągnąć pozostałym. Radio przekazuje nowiny najszybciej; dzięki migawce filmowej (lub bezpośredniej transmisji) w dzienniku telewizyjnym część tych nowin można zobaczyć „na własne oczy”; poranne czy popołudniowe wydanie dziennika przynosi komentarz, refleksję nad wydarzeniem.

Na podstawie dotychczas przeprowadzanych badań w tych krajach, które osiągnęły stosunkowo najwyższy stopień nasycenia środkami masowej informacji, można ułożyć następujący

— schematyczny oczywiście — wykres korzystania z nich: rano, przed wyjściem do pracy (lub jak w USA w drodze) — radio; w południe, podczas przerwy na lunch — także radio; po południu, już w domu — dziennik, zakupiony w kiosku lub dostarczony przez kolportera; wieczorem („szczyt” — w amerykańskiej nomenklaturze *Prime Time* — w godzinach 19—21.30) — telewizja i ewentualnie jeszcze raz radio (ostatnie wiadomości). W sposobie i częstotliwości korzystania z poszczególnych środków przekazu istnieją rzecz jasna znaczne różnice zarówno pomiędzy różnymi krajami, jak i między różnymi grupami zawodowymi i klasami społecznymi. Tytułem przykładu można tu wspomnieć, że jeżeli telewizor — niemal bez wyjątku — umieszczany jest w pokoju, to radio we Francji np. najczęściej lokowane jest w kuchni (miejsce pracy kobiety, która długo przebywa w domu; możliwość równoczesnego słuchania programu i wykonywania prac gospodarskich), a w USA ponad 1/4 odbiorników radiowych znajduje się w samochodach. Radiosłuchacze i telewidzowie wśród motywów skłaniających ich do regularnego śledzenia programów wymieniają najczęściej „rozrywkę” lub „wypoczynek”, czytelnicy dzienników zaś — chęć uzyskania informacji. W krajach kapitalistycznych — z wyjątkiem Stanów Zjednoczonych, gdzie radiofonia i telewizja stanowią własność prywatnych spółek — oba te środki przekazu są w mniejszym lub większym stopniu poddane kontroli państwa i politycznej uniformizacji, podczas gdy prasa znajduje się w rękach partii i grup politycznych: istnieje więc tu możliwość wyboru między pismami różniącymi się w opinii (ograniczona, rzecz jasna, o czym dalej), stanowiąca dodatkowy atut dzienników.

Począwszy od pewnego etapu rozwoju społeczno-kulturowego zakres zainteresowań i po-

trzeb człowieka niepomierne się rozrasta i nie dają się już one wprowadzić w jedno łożysko, choć oczywiście istnieją i istnieć będą zawsze postawy skrajne, wyrażające się np. absolutnym brakiem zainteresowania dla spraw polityki międzynarodowej czy — na drugim biegunie — dla rozrywki przekazywanej przez telewizję. I w tym punkcie właśnie — nie zapominając oczywiście o zakorzenionych nawykach — upatrywać należy tendencji do wykształcenia się pewnego rodzaju równowagi między trzema głównymi środkami masowej informacji, z których jeden nie byłby w stanie całkowicie zastąpić innych. Opis nie jest w stanie konkurować z transmisją (oczywiście, technicznie dobrą) widowiska baletowego; mało kto natomiast wytrzyma przed szklanym ekranem, na którym prezentuje swoje umiejętności orkiestra symfoniczna, chętnie słuchana w radiu; zainteresowanym notowaniami na giełdzie lub drobnymi ogłoszeniami czy nekrologami nic nie jest w stanie zastąpić dziennika. Przykłady to skrajne, ale, jak sądzę, oddające istotę rzeczy. Interesujące jest, że — jak sugerują badania przeprowadzone w latach sześćdziesiątych w USA i Europie zachodniej — istnieje wyraźna korelacja między przynależnością do określonej warstwy społecznej i posiadanym poziomem wykształcenia a sposobem wartościowania środków przekazu. Korelacja ta jest dodatnia dla prasy, tzn. im wyższy status społeczny i wyższy poziom wykształcenia, tym wyżej stawia się prasę jako ten środek, który daje lepsze (pełniejsze) informacje i najbardziej kształci. I odwrotnie — im niższy status społeczny i niższy poziom wykształcenia, tym większa skłonność do preferowania telewizji. Jeżeli prawidłowość ta znajdzie potwierdzenie i w innych krajach, sądzić można, że jej występowanie stanowić będzie jeszcze jeden czynnik stabilizujący „układ sił” między

różnymi środkami masowej informacji: ponieważ poziom wykształcenia w skali światowej stale się podnosi, więc prestiż prasy powinien umacniać się.

Trudno w tej chwili określić, kiedy i przy jakich proporcjach nasycenia poszczególnymi środkami przekazu następuje ów stan równowagi. Wchodzi tu w grę bardzo wiele czynników szczegółowych, specyficznych dla każdego kraju, a najlepszym przykładem może być prawdziwa hipertrofia radia w Stanach Zjednoczonych. Porównajmy sytuację z roku 1968 w kilku krajach bardzo różniących się między sobą, ale rozwiniętych gospodarczo (tabl. 13).

Tablica 13

Nasycenie rynku prasą codzienną, radiem i TV w 9 krajach uprzemysłowionych (1968 r.)

	Liczba odbiorników (egzemplarzy) na 100 mieszkańców		
	Prasa codzienna	Radio	Telewizja
USA*	33,7	133,4	39,2
Szwecja	51,8	37,0	29,6
Wielka Brytania	46,3	31,8 ^a	28,0
Japonia	49,2	25,5	20,8
Kanada	20,6	67,9	29,4
Australia	36,3 ^a	21,1	21,3
NRF	32,8	46,5	24,9
NRD	44,5	34,8	24,4
Czechosłowacja	28,3	27,6	19,9

* Dane za 1967 r.

Nie były jak dotąd przeprowadzane badania nad korelacjami między stopniem upowszechnienia środków masowej informacji a występowaniem pewnych zjawisk w życiu społecznym, politycznym i gospodarczym krajów gospodarczo rozwiniętych. Nie wiadomo więc, które

z nich — np. wysokość dochodu narodowego, przeciętny poziom wykształcenia, zagęszczenie ludności, stopień urbanizacji, poziom modernizacji produkcji, struktura społeczna, struktura wieku, cechy systemu politycznego — odgrywają mniejszą, a które większą rolę. Nie ulega wątpliwości, że decydujące są czynniki gospodarczo-społeczne i kulturowe, zaś polityczne najczęściej odgrywają rolę drugorzędną. Jest to oczywiste, gdyż choć środki masowej informacji mogą stanowić (i stanowią) instrumenty w rękach ośrodków władzy czy grup nacisku, są jednocześnie składnikami kultury w szerokim tego słowa znaczeniu. Ten właśnie kulturowy kontekst jest najlepiej dostrzegalny — zarówno w przekroju historycznym, jak też w poszczególnych przekrojach synchronicznych.

2

PRZEMYSŁOWE KRAJE KAPITALISTYCZNE

Jeżeli za stan pozytywny uznamy taki, w którym środki masowego przekazu docierają do najszerszych warstw społecznych i w praktyce każdy (oczywiście po przekroczeniu pewnej bariery wieku) członek danej społeczności ma łatwy do nich dostęp, to stan ten istnieje we wszystkich przemysłowo (gospodarczo) rozwiniętych krajach kapitalistycznych. Dostęp ten — jak wskazywaliśmy wcześniej — warunkują trzy wzajemnie powiązane ze sobą czynniki: cechy społeczno-kulturowe (alfabetyzacja, skolaryzacja, nasilenie procesów rynkowych w skali ogólnonarodowej), poziom dochodów uzyskiwanych przez obywateli oraz poziom rozwoju przemysłu, który pozwala na seryjną produkcję skomplikowanych urządzeń zabezpieczających sprawne i szybkie przekazywanie informacji oraz na wprowadzanie do nich innowacji i zmian. Kraje te — a zaliczyć do nich można USA, Kanadę, większość państw kapitalistycznej części Europy, Australię, Nową Zelandię, Japonię oraz niektóre niezależne enklawy w Azji (np. Hong-Kong, Singapur, Kuwejt) — przebyły w ciągu ostatnich 100 lat pełny cykl rozwojowy, doprowadzający je na próg tego, co zwie się dziś popularnie drugą rewolucją przemysłową. Odsetek analfabetów nie przekracza w nich z reguły 2—3%, dochód na głowę miesz-

kańca nie spada poniżej 1000—1200 dolarów w skali rocznej, struktura społeczna charakteryzuje się zdecydowaną przewagą ludności miejskiej nad wiejską. Mimo iż stan nasycenia środkami masowej informacji jest w tych krajach zróżnicowany — co uwidacznia tablica 13 — nie spada on zasadniczo poniżej 18—20 egzemplarzy dzienników, 20—25 radiodbiorników i 15—20 odbiorników telewizyjnych przypadających na 100 mieszkańców (stan z końca lat sześćdziesiątych).

KONCENTRACJA I WIELKI KAPITAŁ

Środki masowej informacji — najwyraźniej widać to w przypadku prasy — mają „podwójną naturę”: są zarazem produktem przemysłowym, poddanym ekonomicznym prawom obowiązującym na rynku, i wytworem — mówiąc nieco staroświecko — „duchowym”, intelektualnym, odpowiadającym na zapotrzebowanie społeczne, składnikiem kultury w szerokim tego słowa znaczeniu. W przemysłowych krajach kapitalistycznych, w których ekonomiczne prawa rynku działają w sposób stosunkowo najmniej ograniczony, ta dwoista natura jest też najlepiej widoczna. Nie oznacza to jednak, że dla wszystkich jest ona w pełni zrozumiała, ani też, że w innych krajach, w tym także w krajach prowadzących gospodarkę planową, dwoistość owa zupełnie nie występuje. Specyficzna jest sytuacja tych środków masowego przekazu, które w przemysłowych krajach kapitalistycznych stanowią własność państwa (radio i telewizja, choć też nie wszędzie). Można je tam traktować jak monopole, których egzystencja ekonomiczna ufundowana jest na podobnych zasadach jak egzystencja innych monopolii państwowych (np. tytoniowego, loteryjnego, zapałczane-

go), co nie znaczy jednak, że przestają one podlegać prawom rynku. Choć z reguły bada się i opisuje te „dwie twarze” prasy, radia i telewizji rozdzielnie, pamiętać trzeba, że są one trwale zrośnięte ze sobą i prawidła rządzące w jednej dziedzinie mają wpływ na formy i metody przyjmowane w drugiej.

Naturę przemysłową, rynkową środków masowego przekazu najłatwiej prześledzić na przykładzie prasy, gdyż ona właśnie najściślej jest związana ze specyfiką działania mechanizmu gospodarczego w systemie kapitalistycznym, nie została zmonopolizowana ani poddana zabiegom etatystycznym.

„Przez masę kapitałów, którą mobilizuje — pisał w swej popularnej pracy francuski historyk Pierre Albert — liczbę zatrudnionych, wielkość inwestycji w środkach trwałych i nietrwałych, konsumpcję surowców, prasa jest gałęzią przemysłu, która w wysokości obrotów globalnych lokuje się w krajach zachodnich między 15 a 25 miejscem wśród sektorów gospodarki narodowej”.¹ Jako produkt przemysłu wydawniczego ma prasa dwie cechy, które wyróżniają ją w sposób szczególny spośród innych wyrobów przeznaczonych do powszechnej konsumpcji: jest towarem, którego nie można magazynować, który musi być sprzedany natychmiast, gdyż inaczej traci swą wartość, a jej cena sprzedaży nie ma najczęściej związku z kosztami produkcji i jest od nich znacznie niższa. Paradoks sytuacji — nie do przyjęcia w innych gałęziach produkcji — polega na tym, że gazeta sprzedawana jest w istocie dwukrotnie: najpierw jako całość, gdy jej nakład „sprzedawany” jest ogłoszeniodawcom, potem — gdy poszczególne egzemplarze nabywają indywidualni czytelnicy.

Ta specyfika nie przeszkadza, a może nawet stymuluje proces koncentracji. Trudno dziś określić jego zasięg. Innowacje technologiczne,

jak już wskazywaliśmy, pozwalają suponować nawet koncentrację absolutną, kiedy to jeden wydawca jedną gazetę będzie sprzedawał wszystkim mieszkańcom globu (np. w mutacjach różniących się językiem i kroniką „lokalną”, tak jak to się dziś dzieje w dziesiątkach państw, oczywiście na znacznie mniejszą skalę). Jest to wszakże jak na razie tylko wizja i to wcale nie najbardziej optymistyczna. Proces koncentracji rozpoczął się w niektórych krajach już kilkadziesiąt lat temu, ale szczególne jego nasilenie przypadło na lata nam najbliższe. Nie zawsze jest on łatwo dostrzegalny, gdyż nie musi polegać na zmniejszeniu się liczby wydawanych tytułów (tak jak to się działo np. w USA, Francji, Danii, Wielkiej Brytanii czy NRF). Dokonuje się on bowiem także poprzez skupianie w jednym przedsiębiorstwie kilku uprzednio niezależnych gazet przy zachowaniu ich dawnej nazwy lub przez tworzenie różnotytułowych mutacji. W tym wypadku ilość dzienników może nawet się zwiększyć.

Doskonałym przykładem takiej „ukrytej” koncentracji, znanym dobrze dzięki badaniom W. Schultza, ogłoszonym w fachowym periodyku „Publizistik”², może być prasa NRF (dzienniki i gazety informacyjne ukazujące się dwa—cztery razy w tygodniu — tabl. 14).

Tablica 14

	Liczba tytułów	Liczba pism samodzielnych (bez mutacji)	Liczba zespołów redakcyjnych
1954	1500	607	225
1964	1495	570	183
1966	b.d.	502	175

Jedna tylko spółka redakcyjna (Redaktions Gemeinschaft Deutscher Heimatzeitungen) z Frankfurtu obsługiwała w 1964 r. 60 pism,

w tym 41 dzienników, których wydawcy — często niezależni finansowo — uzupełniali nadsyłany materiał kroniką lokalną. Oczywiście każde z tych pism miało inną nazwę i innego właściciela.

Jeszcze jednym, także trudno dostrzegalnym, przejawem koncentracji może być zwiększający się udział największych wydawnictw w całości produkcji prasowej kraju. I tak np. w tejże NRF w latach 1956—1964 20 największych dzienników powiększyło swój nakład o 32,5%, podczas gdy wzrost nakładu małych dzienników lokalnych nie przekroczył 9%. W rezultacie, w 1967 r. koncern Axela Springera — który powstał jeszcze w latach 1945—1948 — dysponował 40% nakładu codziennej prasy NRF i około 1/3 nakładu całej prasy Zachodnich Niemiec (łącznie z Berlinem Zachodnim). W Wielkiej Brytanii w 1969 r. trzy największe wydawnictwa codzienne wypuszczały na rynek 2/3 łącznego nakładu jednorazowego. W Japonii zaś, w której w 1966 r. drukowano 160 dzienników o łącznym nakładzie jednorazowym 45,4 miliona egzemplarzy, nakład trzech największych dzienników wynosił 24 mln egzemplarzy (około 53% nakładu łącznego).

Procesy koncentracji prasy, choć przynoszą zupełnie jednoznaczne efekty polityczne i społeczne, sterowane są jednak rzadziej decyzjami o charakterze politycznym niż mechanizmami ze sfery ekonomicznej, które nie zmieniły się od czasów opisywanych w poprzedniej części książki. Obserwuje się więc w dalszym ciągu systematyczny wzrost kosztów własnych wydawnictw (zwiększanie objętości czasopism, stosowanie coraz lepszych gatunków papieru, rozbudowywanie części informacyjnej, wzrost płac personelu redakcyjnego i robotników poligrafii), podnoszenie się kosztów inwestycyjnych (konieczność wprowadzania — choćby z uwagi na

konkurencję między wydawnictwami — wszystkich innowacji w technologii druku i składu drukarskiego, co np. w przypadku zastosowania maszyn cyfrowych wymaga posiadania znacznych kapitałów, a w odróżnieniu od innych gałęzi produkcji w wydawnictwach prasowych manipulacja cenami ma ograniczone zastosowanie), oddziaływanie rynku ogłoszeniowego na zwiększanie się obrotów dużych wydawnictw.

Oczywiście koncentracja prasy nie przebiega mechanicznie, nie odbywa się bez wstrząsów, dramatycznych nieraz starć między koncernami. Szereg wymownych tego przykładów z prasy angielskiej opisał Grzegorz Jaszuński w swej popularnej broszurze *Między wolnością a zyskiem*. Niekiedy zbulwersowana zostaje zachodzącymi w tej dziedzinie wydarzeniami opinia publiczna całego kraju. Tak było np. w wypadku przejęcia (z dniem 1 stycznia 1967 r.) szacownego i szanowanego dziennika londyńskiego „The Times” przez koncern Roy Thomsona, który godnie kontynuując tradycje brytyjskich magnatów prasowych zyskał tytuł szlachecki jako lord Thomson of the Fleet (Fleet Street — londyńska ulica, na której mieszczą się redakcje największych dzienników).

Perturbacje te i reakcje na nie w postaci zaniepokojenia czy wzburzenia opinii nie są jednak w stanie zahamować procesu koncentracji. W Paryżu w 1946 r. ukazywało się 28 dzienników, w 1966 r. — już tylko 13; mieszkańcy Nowego Jorku w 1962 r. mieli jeszcze do wyboru 7 dzienników (na 14-milionową aglomerację), w 1967 r. zostały już tylko 4 (reakcyjny *tabloid* „New York Daily News”, poważny „New York Times” i liberalny „New York Post” oraz gospodarczy, specjalistyczny „Wall Street Journal”). Podobnie przebiegały procesy koncentracji w mniejszych ośrodkach miejs-

kich: w USA w 1968 r. tylko w 45 miastach na ogólną liczbę około 1500 ukazywały się więcej niż dwa dzienniki nie należące do tego samego właściciela lub nie korzystające z tekstów dostarczanych przez ten sam koncern wydawniczy; we Francji największe dzienniki prowincjonalne zasięg swój zawdzięczają dysponowaniu wieloma wydaniami dla poszczególnych miast, miasteczek lub regionów. Ukazują się one pod tym samym lub pod różnymi tytułami. Np. wychodzący w Grenoble „La Dauphiné Libéré” ma 64 wydania, dziennik „Ouest-France” z Rennes 44 wydania, lyoński „Le Progres” 47 wydań. Niektóre z tych pism są dodatkowo połączone przynależnością do konsorcjów (np. „Le group Province nr 1” powstała jako konsorcjum „La Dauphiné”, „Le Progres” i „Le Meridional”).

Ubocznym skutkiem koncentracji w niektórych krajach jest przenikanie do wydawnictw prasowych kapitału bankowego lub kapitałów z niektórych gałęzi przemysłu. Tak wygląda np. sytuacja we Włoszech, gdzie dwa największe dzienniki należą do koncernów, których trzon stanowią przedsiębiorstwa nie związane z prasą: mediolańskie „Il Corriere della Sera” jest własnością rodziny Crespi (przemysł tekstylny), a turyńska „La Stampa” jest własnością — cóż w Turynie może być czyjaś inną własnością? — koncernu Fiata. Tak bezpośredni związek z przemysłem czy finansjerą nie jest oczywiście warunkiem koniecznym reprezentowania interesów wielkiego kapitału — największe koncerny wydawnicze, nie mające nawet personalnych związków z przemysłem czy bankami, są przedsiębiorstwami wystarczająco wielkimi, wystarczająco wysokie są ich obroty i dochody, by samodzielnie mogły one stanowić część świata *big business*. Co także z kolei nie oznacza, że wszystkie dzienniki należące do

koncernów prasowych muszą reprezentować identyczne opinie na temat toczących się wydarzeń politycznych. Zbędne wydaje się przypomnienie liczby i natężenia starć polemicznych między różnymi dziennikami kapitalistycznych krajów przemysłowych. Przykładów tych starć dostarcza nam niemal każdy dzień, że wspomnimy tylko o dyferencjacji stanowisk prasy amerykańskiej wobec problemu w Wietnamie czy prasy francuskiej wobec konfliktu izraelsko-arabskiego.

ODDZIAŁYWANIE I UNIFORMIZACJA

Wskazane tu, eksponowane także w poprzedniej części książki, procesy koncentracji, działające na korzyść wielkich dzienników i wielkich wydawców, eliminując lub ograniczając możliwość głoszenia niezależnych opinii (zmniejszanie się liczby pism konkurencyjnych, wypieranie prasy partyjnej i *sensu stricto* politycznej przez prasę ogólnoinformacyjną), czynią z prasy codziennej ważny czynnik nacisku politycznego. Przy tym poszczególne wydawnictwa mogą zachować w tej mierze pełną autonomię lub mogą być zależne (jak np. we Włoszech) od potężniejszych od nich partnerów z przemysłu i finansów. Aktualnie w żadnym z wysoko uprzemysłowionych krajów kapitalistycznych prasa partyjna — niezależnie od tego, czy jest ona związana z partiami prorządowymi czy opozycyjnymi, burżuazyjnymi czy komunistycznymi — nie stanowi w istocie godnego uwagi konkurenta dla wielkich korporacji prasowych, a jej udział w ogólnonarodowym „rynku” informacji jest stosunkowo niewielki. Dotyczy to nie tylko niewielkich liczebnie partii kadrowych, ale także potężnych partii masowych. We Włoszech, gdzie panuje system wielopartyjny, nie tylko

partia komunistyczna (największa tego typu w krajach kapitalistycznych), ale także wpływowa partia socjalistyczna i rządząca od ponad dwudziestu lat chrześcijańsko-demokratyczna posiadają dzienniki (mówimy tu o oficjalnych organach prasowych), których nakłady daleko odbiegają od największych w kraju. Jeszcze wyraźniej zjawisko to zarysowuje się w krajach, gdzie *de iure* lub *de facto* panuje system dwupartyjny (USA, Wielka Brytania, NRF). Nie oznacza to wszakże, że istnieją tam równe szanse dla wszystkich partii i kierunków politycznych, skoro żaden z nich nie dysponuje bezpośrednio dużymi dziennikami. Przeciwnie — wielkie korporacje prasowe są przedsiębiorstwami kapitalistycznymi nie tylko w sposobach funkcjonowania, ale także w treści i opiniach, które upowszechniają wśród czytelników. Mogą się różnić między sobą, popierając lub zwalczając te czy inne decyzje rządowe, te czy inne partie polityczne, tego czy innego kandydata na fotel prezydencki, taką bądź inną koalicję wyborczą. Reprezentują jednak wciąż ten sam system i wszystko, co jest mu przeciwne, nie znajdzie pozytywnego oświetlenia, a najczęściej także nie zostanie obiektywnie przedstawione na łamach wydawanych przez nie pism. O rezultatach koncentracji może świadczyć fakt, że w ciągu ostatnich 10 lat w żadnym dużym państwie kapitalistycznym nie pojawił się ani jeden nowy dziennik wielkonakładowy (nie licząc tych, które zmieniły tytuł w wyniku fuzji lub zmiany właściciela).

Polityczne oddziaływanie prasy — problem wciąż jeszcze niedostatecznie zbadany — nie jest jednak tak dalece bezpośrednie, jak się często sądzi. Stwierdzony w badaniach ankietowych stopień korelacji między kierunkiem politycznym reprezentowanym przez prasę a decyzjami politycznymi wyrażanymi np. w ak-

tach wyborczych nie upoważnia do wypowiadania sądu, jakoby dzienniki wywierały decydujący wpływ na kształtowanie opinii szerokich kręgów społecznych. W Stanach Zjednoczonych np. stale więcej dzienników (których nakłady stanowią przeważającą część łącznych nakładów wszystkich czasopism) popiera partię republikańską, a wybory prezydenckie nie zawsze przecież dają jej przewagę (stan ten nie zmieni się, nawet jeżeli wliczymy także radio i telewizję). We Francji, która jest krajem o innej strukturze politycznej i społecznej, innych tradycjach niż USA, partia komunistyczna, której dzienniki nie przekraczają 0,5 miliona egzemplarzy nakładu dociera do wyborczej „metry” z nie mniej niż dwoma—trzema (a ostatnio czterema) milionami głosów, podobnie jak partia włoska. Brytyjskiej Labour Party brak własnego wielkiego dziennika nie przeszkodził w odnoszeniu sukcesów w latach dwudziestych, jego posiadanie nie zapewniło przewagi w latach następnych, a utrata nie zagroziła poważnie zdobytych wpływom.

Wypieranie mniejszych pism — czy to przez postawienie ich w sytuacji zmuszającej do samolikwidacji, czy przez przyłączanie do większych organizmów wydawniczych — oraz wzrastający udział wielkich dzienników w całości produkcji prasowej, narzucające uniformizację treści przekazywanych publiczności, mają jeszcze jednego potężnego pomocnika: są nim agencje prasowe, które pierwsze wkroczyły na drogę monopolizacji i dotąd z niej nie zrezygnowały. Te same czynniki, które wskazywaliśmy jako działające na rzecz wielkich dzienników, działają także na rzecz wielkich agencji i na szkodę małych przedsiębiorstw agencyjnych (wzrost kosztów produkcji, zwiększone zapotrzebowania inwestycyjne). Nad całym rynkiem informacyjnym świata kapitalistycz-

nego i większości krajów nierozwiniętych gospodarczo panują niepodzielnie cztery wielkie agencje: Agence France Presse, Reuter, Associated Press i United Press International. Jeżeli wiadomości przez nie podawane docierają bezpośrednio do redakcji wszystkich dzienników w ich własnych krajach (Francja, Wielka Brytania, USA) i niektórych większych (bogatszych) dzienników obcokrajowych, to niemal cała reszta prasy otrzymuje w istocie te same wiadomości zagraniczne, płynące z AFP czy UPI, tyle że za pośrednictwem serwisów agencji narodowych. Bowiem środki niezbędne do zbierania informacji i ich przekazywania (własne linie telefoniczne i kable, radiostacje, satelity telekomunikacyjne) mogą zgromadzić w swych rękach tylko agencje największe i najbogatsze. Nie bez kozery agencje prasowe — teraz zwane już „informacyjnymi”, gdyż przygotowywane przez nie serwisy są podstawą informacji podawanych nie tylko w dziennikach, ale także w radio i telewizji — w krajach, w których aparat państwowy przejął kontrolę nad niektórymi środkami masowego przekazu, często znajdują się w bezpośredniej lub pośredniej dyspozycji tegoż aparatu (np. francuska AFP).

Niemal identyczna jak w prasie codziennej sytuacja panuje w prasie periodycznej, a przede wszystkim w tej jej części, która jest najważniejsza z uwagi na zasięg oddziaływania — gazetach niedzielnych, magazynach ilustrowanych, prasie kobiecej, młodzieżowej, periodykach radiowych i telewizyjnych. Wobec niezwykle wysokich kosztów inwestycji poligraficznych (konieczność stałego unowocześniania i podnoszenia standardu produkcji) i rosnących kosztów redakcyjnych na rynku czytelnictwa ostają się tylko największe wydawnictwa, a proces koncentracji przebiega niezwykle szybko i nieraz

skuteczniej niż w przypadku prasy informacyjnej. Nader często występuje współwłasność wydawnictw codziennych i periodycznych. Brytyjska grupa Roy Thomsona (International Publishing Corporation) dysponuje wszystkimi największymi pismami kobiecymi Wielkiej Brytanii, a łączny nakład czterech czołowych wśród nich przekracza 11,5 mln egzemplarzy; wśród 16 największych czasopism ukazujących się w NRF 5 (łączny nakład blisko 6,5 mln egzemplarzy) należy do koncernu Springera, a 5 innych (łączny nakład 4,4 mln egzemplarzy) do koncernu BJG (Bucerus-Jahr-Grüner); największy magazyn francuski „Paris Match” należy do rozległego „imperium” Prouvosta, który kontroluje także największe pismo telewizyjne, popularny dziennik („Le Figaro”), ma znaczne udziały w spółce Radio Luxemburg. Podobnych przykładów można przytoczyć wiele — dla każdego z krajów tu omawianych sytuacja taka jest typowa. Obok prasowych „oligopolii” — takich jak Prouvost, Thomson, Hearst czy Springer — których kapitały zaangażowane są w najróżniejszego typu wydawnictwa, a także w radio, telewizję, przemysł poligraficzny i papierniczy, istnieją wcale potężne i nie mniej zyskowe koncerny specjalistyczne, jak np. francuski koncern Filipacchi (wydaje 7 czasopism), który zajmuje specjalną pozycję wśród pism przeznaczonych dla „nastolatków”, lub także francuska grupa Cino Del Duca (kontroluje kilkanaście tytułów), która odgrywa czołową rolę wśród wydawnictw kobiecych i tzw. „prasy serca”. W Stanach Zjednoczonych największe wydawnictwo czasopiśmiennicze — „Time Incorporation” — jest właścicielem szeregu wysokonakładowych tygodników z „Life” (7,5 mln egz.) i „Time” (4,5 mln egz.) na czele, a od roku 1962 posiada również udziały w czasopismach wydawanych — na

wzór własnych — we Włoszech, Argentynie oraz Japonii.

RADIO I TV

Jeżeli uświadomimy sobie, jak daleko posunął się proces koncentracji w prasie codziennej i periodykach przeznaczonych dla szerokiej publiczności, jasne się stanie, że w pozostałych środkach masowego przekazu — radiu i telewizji — w których koszty inwestycji oraz nakłady związane z przygotowaniem programu są wyższe niż w prasie, koncentracja, a za nią i uniformizacja przekazywanych treści muszą iść jeszcze dalej. W Stanach Zjednoczonych, w których poza telewizją oświatową, stanowiącą współwłasność państwowo-prywatną lub społeczno-prywatną, nadajniki radia i telewizji znajdują się w rękach prywatnych spółek, istnieją cztery wielkie systemy radiowo-telewizyjne. Trzy z nich — National Broadcasting Company (NBC), American Broadcasting Company (ABC) i Columbia Broadcasting System (CBS) — dysponują siecią zapewniającą transmisję programów na terenie całych Stanów. Ponad 80 innych spółek dysponuje nadajnikami o zasięgu lokalnym lub regionalnym. Spośród 618 nadajników działających w USA w 1966 r. 527 należało do prywatnych stacji komercyjnych. Niektóre z tych ostatnich emitowały program własny lub korzystały równocześnie z nagrań przygotowanych przez wyspecjalizowane przedsiębiorstwa. Ogromna większość jednak — nie będąc w stanie sprostać wydatkom — afiliowała się do jednego z trzech wielkich systemów, które w ten właśnie sposób — posiadając łącznie tylko 15 stacji własnych — ogarniają swym zasięgiem cały kraj. NBC i CBS mają po około 200 stacji afiliowanych. W skali ogólnokrajowej istnieją

więc właściwie trzy centrale narzucające działaniom milionów właścicieli odbiorników swoje programy, przy czym programy te — nie pozabawione oczywiście pewnej specyfiki, posiadające własne „gwiazdy” i ulubionych komentatorów — dają możliwość zamienienia jednego westernu (np. *Bonanza* NBC) na drugi (*Gunsmoke* CBS), jednego *variétés* na inne, nie dając jednak możliwości zamienienia jednej koncepcji programowej na odmienną. Przełączając swój aparat z kanału na kanał widz zmienia twarze aktorów, pomysły scenariuszowe, dekoracje studiów — nie zmienia jednak treści, a także oglądanych reklam, którymi czasem nawet 10 do 12 razy przerywana jest projekcja pełnometrażowego filmu lub muzycznego spektaklu (popularne „opermy mydlane”, zwane tak, ponieważ jednym z najwytrwalszych ogłoszeniodawców są firmy kosmetyczne). Przeciętnie w programach amerykańskich reklamy pochłaniają około 20% czasu emisji. Te same koncerty w podobny sposób panują nad siecią nadajników radiowych, których programy docierają do każdego — dosłownie — mieszkańca Stanów.

W większości krajów kapitalistycznych telewizja i radio są poddane różnym formom monopolizacji. Monopol skupiają w swych rękach centralne instytucje państwowe (np. Francja, Finlandia, Włochy, Hiszpania), władze regionalne (np. NRF, Szwajcaria) bądź spółki prywatne z udziałem kapitału państwowego lub pod kontrolą państwa (np. Austria, Irlandia, Szwecja). W niektórych państwach — Wielkiej Brytanii, Kanadzie i Japonii — istnieją równoległe dwa sektory: prywatny (komercyjny, czerpiący dochody z ogłoszeń) i państwowy (czerpiący dochody z abonamentu, reklam i dotacji rządowych). Spośród państw europejskich jedynie Monaco i Luxemburg mają całkowicie prywatne stacje, których emisje przeznaczone są w istocie

dla odbiorców w krajach sąsiednich (przede wszystkim Francji, gdzie zwane są stacjami peryferyjnymi — *stations periferique*). Niemal wszędzie występuje ścisły związek między telewizją i radiem, które najczęściej formalnie i organizacyjnie podlegają temu samemu nadzrędnemu kierownictwu. Po początkowych oporach, które przełamywane były z wielkim trudem przez koncerty handlowe i przemysłowe, w większości tych państw dopuszczono do emisji ogłoszenia, choć tam gdzie nie ma nadajników prywatnych czas przeznaczony na reklamy ograniczany jest państwowymi zarządzeniami i nie przekracza 5—10% czasu trwania programu.

Być może w odniesieniu do radia i telewizji działa ta sama prawidłowość, którą obserwować można w długofalowo badanych procesach koncentracji przemysłowej: im młodsza branża produkcji, tym szybciej następuje w niej koncentracja, w tych zaś, które weszły „na rynek” w epoce nam bliższej, konkurencja od razu toczyła się między kilkoma wielkimi korporacjami, z pominięciem etapu policentrycznego. Dodatkowym elementem były tu dążenia etatystyczne, których początek — przełom lat dwudziestych i trzydziestych XX wieku — zbiegł się z pierwszą falą upowszechniania radiofonii. Prawdopodobnie stały się one jednym z bodźców, które skłoniły władze państwowe do objęcia nadzoru nad radiem, z czasem zaś do zachowania identycznych lub bardzo zbliżonych rozwiązań organizacyjnych i założeń prawnych w przypadku telewizji. Nie zmienia to w niczym faktu — tak jak nie zmienia go istniejący w kilku krajach (np. Dania, Holandia), prawnie zagwarantowany przywilej korzystania z radia i telewizji przez wszystkie partie polityczne — objęcia monopolem obu tych środków przekazu. Monopol ten w warunkach sprawowania „silnej

władzy” oznacza całkowite zamknięcie radia i telewizji dla przeciwników politycznych — nie tylko zresztą z ugrupowań skrajnych — bądź udostępnienie im tych środków w minimalnym zakresie. Uchodząca za bardzo liberalną i formalnie niezależną od rządu angielska BBC udostępnia swoje anteny w czasie kampanii wyborczej w bardzo specyficznych wymiarach: konserwatyści i labourzyści po 95 minut, liberałowie — 25 minut, zaś pozostałe partie mające swych reprezentantów w Izbie Gmin — ani minuty.

Wobec wysokości cen pobieranych przez telewizje komercyjne za program, który może być zakupiony przez dowolnego inserenta, jest rzeczą jasną, iż mniejsze i uboższe partie polityczne nigdy nie będą mogły z nich skorzystać. We Francji, gdzie opozycja lewicowa jest bardzo liczna, czy we Włoszech, gdzie komuniści zdobywają regularnie 20—25% głosów, ich udział w programach politycznych jest minimalny, ogranicza się tylko do okresów kampanii wyborczych. Dopiero ostatnio — zwłaszcza we Francji po wydarzeniach 1968 r. i ustąpieniu de Gaulle'a — sytuacja zaczyna ulegać powolnej zmianie.

Nie tylko monopol polityczny, ale także monopol kulturowy jest wynikiem posiadania przez nieliczne grupy przywileju dysponowania środkami masowego przekazu. Nie będziemy tu jednak zatrzymywać się nad tym zagadnieniem — stosunkowo często opisywanym i analizowanym także i w naszej publicystyce oraz literaturze fachowej — którego hasłem wywoławczym jest pojęcie kultury masowej, nazywanej przez cytowanego już Edgara Morin „kolonizacją dusz”.

KRYZYS DZIENNIKÓW

Obserwatorzy interesujący się współczesnymi środkami masowego przekazu od pewnego

już czasu sygnalizują — można dodać, iż z pewnym niepokojem — stagnację, a nawet występujący w niektórych krajach (np. Wielka Brytania) regres prasy codziennej, widoczny zwłaszcza na tle wyraźnie dynamicznego rozwoju telewizji. Sytuacja ta budzi zaniepokojenie wynikające zarówno z poczucia zagrożenia egzystencji szeregu przedsiębiorstw wydawniczych — co interesuje i właścicieli i pracowników — jak też, co z kolei eksponują politycy i wychowawcy, z troski o stan świadomości politycznej społeczeństwa, gdyż panuje powszechne przekonanie, że lektura dziennika sprzyja wyrabianiu indywidualnych sądów i krytycznego stosunku do rzeczywistości oraz bardziej angażuje intelektualnie niż wysłuchanie informacji lub komentarza radiowego czy telewizyjnego. To ostatnie jest tylko do pewnego stopnia słuszne, jako że wśród dzienników uważanych za „poważne, dobrze poinformowane, mające znaczenie międzynarodowe” zaledwie kilka znajduje się równocześnie na liście największych pod względem wysokości nakładu (w obrębie świata kapitalistycznego tylko dwa dzienniki zaliczane do „poważnych” lokują się wśród pism przekraczających 1 milion egzemplarzy nakładu). Największe pisma: angielskie, francuskie, amerykańskie, zachodnioniemieckie — są dziennikami typu bulwarowego i doprawdy niewiele przyczyniają się do pobudzania samodzielnych sądów czytelnika w kwestiach społecznych czy też politycznych.

Niemniej faktem jest, że prasa codzienna pozostaje w tyle pod względem rozwoju, choć — trzeba to wyraźnie podkreślić — wciąż jeszcze w większości krajów stopień nasycenia nią rynku przewyższa nie tylko telewizję, ale także i radio. Stan ten był przedmiotem badań podejmowanych niejednokrotnie przez agendy rządowe i placówki badawcze (m. in. tylko w latach

1967—1970 raport Gunthera w NRF, raport duński, badania senackie w USA, raport Lindona we Francji), nie podjęto jednak jeszcze poważniejszych studiów porównawczych, choć rysują się już pewne zjawiska o charakterze ogólnym, których trudno jest nie zauważyć. Wydzielić je można w dwie kategorie: ekonomiczno-technologiczną oraz społeczno-kulturową.

Pierwsza poznana jest stosunkowo lepiej, od niej więc zacznijmy. Przemysł wydawniczy i poligraficzny są — mimo wskazanych uprzednio innowacji — gałęziami o względnie przestarzałej technice produkcji. W przypadku pierwszego wynika to z faktu, iż dominuje w nim praca intelektualna, w której niewiele tylko czynności może być zastąpionych przez maszyny, a jeszcze mniej poddanych wytwórczości seryjnej. Przemysł poligraficzny zaś wciąż jeszcze, w skali globalnej, nie pokonał progę technologicznego, za którym praca ludzka staje się koordynatorem i kontrolerem pracy czysto maszynowej. W obu więc wypadkach koszty robocizny — na które składają się wynagrodzenia zarówno redaktora, jak i linotypisty — odgrywają poważną rolę w budżetach wydawnictw. Przy aktualnym silnym nacisku wywieranym przez związki zawodowe w kierunku podnoszenia płac zwiększa to systematycznie koszty produkcji, zmniejsza natomiast zyski przeznaczane na inwestycje i modernizację, a w niektórych przypadkach prowadzi do konieczności podniesienia ceny jednostkowej kolportowanych pism. We Francji np. w latach 1962—1968 przy wzroście cen artykułów konsumpcyjnych (wedle statystycznego „koszyka” 259 artykułów) o 22%, ceny dzienników wzrosły o 100%.

Mimo intensywnego rozwoju najróżniejszych form marketingu i wysokiego w niektórych krajach odsetka dochodu narodowego, który przeznaczony jest na reklamy i ogłoszenia (w USA

— 2,75%, w NRF, Wielkiej Brytanii, Finlandii i Kanadzie powyżej 2%), rynek inseratowy rozwija się wolniej, niż wzrasta potrzeba uzupełniania przez środki masowej informacji budżetów dochodami z działów ogłoszeniowych. Sumy przeznaczane przez firmy handlowe i przemysłowe na inseraty są w dodatku uzależnione od płynnej koniunktury gospodarczej i wykazują wahania, których rezultaty są nieraz trudne do odrobienia; nawet wtedy, gdy ponowna *hossa* powoduje napływ inseratów. Mimo więc, iż prasa także w krajach, które mają radio i telewizję całkowicie skomercjalizowane (np. USA), zajmuje wciąż pierwsze miejsce pod względem wysokości lokowanych w niej sum na ogłoszenia i reklamy, na rynku ogłoszeniowym panuje wyraźny „tłok”. W skali całego świata kapitalistycznego tym dla prasy dotkliwszy, że komercjalizacja powoli, ale stale wdziera się do zabezpieczonych przed nią do tej pory pozostałych środków przekazu. Z punktu widzenia interesów wydawnictw codziennych niepokojące są też przesunięcia ogłoszeń do wielkich magazynów ilustrowanych, masowych pism kobiecych i młodzieżowych, a także zjawisko coraz wyraźniejszego konstytuowania się silnego rynku ogłoszeniowego w dynamicznie rozwijającej się prasie specjalistycznej (fachowej, branżowej, a nawet naukowej), do której na razie nie docierają tylko ogłoszeniodawcy z handlu detalicznego. Jedynie jeśli idzie o działy ogłoszeń drobnych, prasa codzienna nie napotyka konkurencji.

Oba te czynniki — wzrost kosztów produkcji i ograniczone możliwości rynku ogłoszeniowego — działają równocześnie, stawiając prasę, szczególnie prasę codzienną, przed nieustanną groźbą deficytu. Koncentracja jest jedną z form jej likwidacji (zmniejsza koszty produkcji, zwiększa zyski przedsiębiorstw wydawniczych,

dając im szersze pole do manipulacji inwestycyjnej), innych trzeba zapewne szukać w pełnej modernizacji technicznej. Jednym słowem — w dalszej uniformizacji i standaryzacji finalnego produktu działalności wydawniczej.

Znacznie gorzej zbadane są czynniki natury społeczno-kulturowej, z istoty swej trudniej poddające się kwantyfikacji. Zwraca jednak uwagę fakt, że w wielu krajach stopień nasycenia rynku prasą codzienną jest niezwykle wysoki i mówić by nawet można o „przerostach”: jeśli w Szwecji, Wielkiej Brytanii czy Japonii na 100 mieszkańców przypada około 50 egzemplarzy dzienników, oznacza to, że każda rodzina czyta więcej niż jedną gazetę codzienną. W tych krajach, w których stopień nasycenia waha się w granicach 30—40 egzemplarzy na 100 mieszkańców, na rodzinę przypada jedna gazeta (w USA — 1,08 w 1966 r.). Przy silnej dyferencjacji tytułów stan taki byłby zupełnie naturalny: różnice stanowisk politycznych, odmiennie, uzupełniające się wzajemnie propozycje zawartości tematycznej mogą być wystarczającym bodźcem do czytania przez tę samą osobę dwóch różnych pism. Widzieliśmy wszakże, że kierunek rozwoju prasy codziennej jest odmienny — zmierza ona nie ku zróżnicowaniu, a ku ujednoczeniu. Możemy wyobrazić sobie taką np. sytuację: w małym mieście ukazuje się lokalny dziennik, nieduży, ale zawierający znaczną liczbę wiadomości regionalnych oraz stosunkowo skromny serwis informacji ogólnokrajowych. Często więc będzie on czytany (i kupowany) obok dużego dziennika informacyjnego z metropolii, który przynosi bogaty materiał dotyczący spraw wielkiego świata. Koncentracja — zamiast lokalne pismo w rubrykę lub kolumnę dziennika wielkonakładowego — nie musi oznaczać zwiększenia liczby czytelników: zamiast dwóch pism czyta się jedno,

którego nakład dzięki takiej operacji wcale się nie zwiększa. Wielki, tzn. wielkonakładowy, dziennik staje się swego rodzaju omnibusem dziennikarskim, a konkurencja wobec czasopism specjalistycznych (kobięcych, radiowych, filmowych, sportowych etc., etc.) i chęć zdobycia jak największej liczby ogłoszeń zmuszają go do tworzenia coraz to nowych działów i rubryk, co czyni zeń ciężki, nieporęczny przedmiot. W ten sposób dziennik zamienia się w środek informacji raczej „przewoźny” niż „przenośny”. Rekord w tej dziedzinie należy do „New York Timesa”, którego numer z 7 kwietnia 1963 r. liczył 702 kolumny i ważył niemal trzy kilogramy. Przyjmując też można, że w okresie, gdy prasa codzienna nie miała poważnych konkurentów w dziedzinie dostarczania informacji, użytkowanie jej rozciągało się na poszczególnych członków rodziny, których rytm czasu wolnego przeznaczonego na lekturę był odmienny i sprzyjał nabywaniu więcej niż jednej gazety lub więcej niż jednego egzemplarza tego samego pisma.

Bez wątpienia należy odrzucić kasandryczne przepowiednie tych, którzy wieszczą rychły koniec prasy codziennej i zastąpienie jej przez radio i telewizję oraz ilustrowane magazyny, choć jednocześnie rację mają ci, którzy twierdzą, że prasa codzienna przeżywa kryzys strukturalny, a nie przejściowe niepowodzenie. Jednak gruntowna zmiana istniejących koncepcji organizacyjnych prasy — mogąca przynieść jej renesans — mimo iż jeszcze nie całkiem skonkretyzowana, jest łatwiejsza do wyobrażenia niż zanik bądź redukcja do roli trzeciorzędnego środka masowej informacji.

Procesy koncentracji, prowadzące do pomniejszenia roli piszącego dziennikarza (a też komentatora radiowego czy telewizyjnego), zwiększające znaczenie dla pisma działów technicznych, organizacyjno-ekonomicznych i ogłoszeniowych,

spowodowały — istniejącą w stanie załączkowym już wcześniej — rozbieżność poglądów między dziennikarzami a władzami koncernów czy właścicielami wydawnictwa. Przez długie lata intelektualni współtwórcy prasy godzili się z tą sytuacją, a wtedy, gdy podejmowanie nowych inicjatyw wydawniczych było jeszcze jako tako realne, protest swój wyrażali nieraz porzuceniem jednego chlebobdawcy na rzecz innego lub zorganizowaniem własnego pisma. W połowie XX wieku to ostatnie wyjście stało się już w praktyce niemożliwe: konkurencja istniejących wydawnictw jest trudna do pokonania, a kapitały potrzebne do uruchomienia nowego dziennika sięgają dziś astronomicznych sum (wspominany już „król” prasy brytyjskiej Roy Thomson nabył w 1969 r. 12 lokalnych dzienników w jednym z północnych stanów USA za 72 miliony dolarów). Zmiana wydawcy nie zmienia zasadniczo charakteru sprawy — miejsce dziennikarza pozostaje to samo, tyle że przechodzi on w inne, jeśli idzie o skład osobowy, otoczenie. Świadomość polityczna i poczucie rangi zawodu, które nigdy nie były obce dziennikarzom, w ciągu lat powojennych — między innymi na gruncie istotnych przemian zachodzących w Europie — znacznie wzrosły i doprowadziły wiele środowisk dziennikarskich do sprzeciwu wobec traktowania ich — jak mówi Bernard Vuyenne, jeden z wybitniejszych znawców prasy — „w ten sam sposób, jak maszyny do pisania, które można sprzedać razem z całym przedsiębiorstwem”. Charakterystyczne jest jednak, że dążenia do zdobycia wpływu na zarządzanie wydawnictwem (a jednocześnie do współudziału w jego zyskach) zyskały szersze znaczenie tylko w tych krajach, w których konflikty polityczne osiągają stan dużego napięcia, a prasa codzienna nie weszła jeszcze w stadium pełnej koncentracji — przede wszystkim we

Francji, gdzie „stowarzyszenia redaktorów” partycypują w zarządzaniu kilku dużych dzienników (m. in. „Le Monde” i „Le Figaro”), a także popularnych tygodników („L’Express”). W niektórych przypadkach — tak było w „Le Figaro” — dziennikarze zmianę statutu wydawnictwa osiągnęli po gwałtownym strajku. Od 1968 r. także w państwowym ORTF (radio i telewizja francuska) trwa permanentny spór między dziennikarzami a zarządem instytucji dotyczący udziału personelu w kierowaniu przedsiębiorstwem. Mimo że liczni teoretycy prasy i dziennikarze przywiązują dużą wagę do precedensów francuskich, przeważa jednak opinia, że ruch ten nie ma poważniejszych szans w warunkach daleko posuniętej koncentracji oraz powiązań między wydawnictwami a radiem i telewizją. Nie mówiąc już o sytuacjach, gdy pismo — czy ich zespół — znajduje się w rękach spółki lub grupy finansowej zaangażowanej na wielu innych polach. Niektórzy z najbardziej radykalnie nastawionych dziennikarzy głoszą hasło „gazeta własnością czytelników”, jasne jest jednak, że poza sporadycznymi wypadkami urzeczywistnienie go wymaga zasadniczych zmian ustrojowych i wypracowania zupełnie nowych form uczestnictwa mas w życiu politycznym.

Gdyby pokusić się o skrótowe przedstawienie tendencji, które wydają się odgrywać decydującą rolę w rozwoju środków masowego przekazu w przemysłowych krajach kapitalistycznych, należałoby zwrócić uwagę na następujące zjawiska:

1. Dążenie do wyrównania stopnia nasycenia rynku wszystkimi trzema środkami przekazu (z pewnymi odchyleniami, które wynikają ze specyfiki poszczególnych krajów: np. w państwach o dużym obszarze — przewaga radia, jak w USA i Kanadzie, w państwach gęsto zalud-

nionych — przewaga prasy codziennej, jak w Japonii, Danii, Wielkiej Brytanii), co aktualnie wyraża się w wolniejszym tempie rozwoju prasy codziennej, a najszybszym telewizji, najmłodszej z trójcy.

2. Ostro rysujący się proces koncentracji, wyraźny szczególnie tam, gdzie stopień nasycenia jest już stosunkowo wysoki, a liczna populacja daje podstawę do tworzenia wielkich wydawnictw (USA, Japonia, Wielka Brytania, NRF, ostatnio Francja). W przypadku gdy radio lub telewizja nie są zmonopolizowane przez państwo — istnienie odpowiednio bogatego i rozległego rynku inserentów.

3. Wynalazki i innowacje techniczne zastosowane na skalę masową lub znajdujące się u progu przejścia do produkcji seryjnej najprawdopodobniej w ciągu najbliższego dziesięciolecia zmienią sposób korzystania z niektórych przynajmniej środków przekazu (odbiór programu TV wprost z nadajnika satelitarnego? gazeta elektroniczna?), a być może także przyczynią się do zwiększenia stopnia nasycenia rynku tymi środkami.

4. Koncentracja — modernizacja — „rewolucja techniczna” wzajemnie ze sobą powiązane sprzyjają oswabdzaniu się ośrodków dysponujących instrumentami masowego przekazu od kontroli społecznej. Proces tego uwalniania zahamowany być może tylko przez istotne zmiany w strukturze politycznej lub długotrwały nacisk społeczny o wielkiej sile.

Jednym zastrzeżeniem należy opatrzyć cały ten rozdział — mówiąc o kapitalistycznych krajach przemysłowych posługiwaliśmy się tu danymi i konstatacjami ogólnymi, zbiorczymi dla danego państwa czy grupy państw. Nie oznacza to wszakże, że „średnie statystyczne”, które były podawane, stanowią odpowiedniki społecznej rzeczywistości. Ta jest znacznie bardziej

złożona, a jej pierwszym znamieniem jest zróżnicowanie zarówno stopnia nasycenia, jak i sposobów korzystania ze środków masowej informacji przez poszczególne klasy i grupy społeczne. Pominęliśmy to zagadnienie nie tylko dlatego, że rozbudowałyby nadmiernie powyższy rozdział, ale także z powodu braku wystarczająco reprezentatywnych danych.

KRAJE SOCJALISTYCZNE

W poprzednim rozdziale wyodrębniliśmy grupę państw przyjmując dwa kryteria wyboru — ustrój społeczno-gospodarczy i stopień rozwoju przemysłowego. Otrzymaliśmy w ten sposób, mimo różnic wynikających ze specyfiki narodowej, zespół niemal jednorodny pod względem podstawowych wyznaczników stopnia upowszechnienia i zasad funkcjonowania środków masowego przekazu. W pojęciu „kraje socjalistyczne” zamyka się działanie jednego tylko czynnika: ustroju społeczno-gospodarczego. Stopień rozwoju przemysłowego jest bowiem w tej grupie krajów znacznie zróżnicowany, a dystans rozciąga się od gospodarki epoki przedprzemysłowej (azjatyckie kraje socjalistyczne), poprzez etap wejścia w epokę industrializacji (większość europejskich krajów socjalistycznych), aż do przynależności do rodziny krajów przemysłowych (NRD, Czechosłowacja). Stąd też przy bardzo zbliżonym modelu funkcjonowania środków masowego przekazu, ich prawnego statusu i form, które w swym działaniu przyjmują, istnieją jednak między tymi krajami zasadnicze różnice pod względem stopnia nasycenia rynku prasą, radiem i telewizją oraz powszechności korzystania z nich. Zakres tej dyferencjacji przedstawia tablica 15.

Nasylenie środkami masowego przekazu w krajach socjalistycznych (na 100 mieszkańców) w 1968 r.

Kraje azjatyckie	Dzienniki	Radio	Telewizja
Chiny	2,0 ^a	1,0 ^a	0,014 ^b
Korea Pn.	b.d.	7,2 ^a	b.d.
Wietnam Pn.	7,0	b.d.	b.d.
Mongolia	b.d.	b.d.	b.d.
Kraje europejskie			
Albania	5,3	7,4	0,05
Jugosławia	8,3	15,7	6,4
Rumunia	15,8	15,4	5,7
Bułgaria	19,5	26,8	7,7
Polska	19,9	17,4	10,5
Węgry	20,5	24,5	13,6
ZSRR	30,5	36,0	9,6 ^c
Czechosławacja	28,3	27,6	19,9
NRD	44,5	34,8	24,4

^a Dane za 1962 r.; ^b dane za 1965 r.; ^c dane za 1967 r.

DYSPROPORCJE

Fragmentaryczność danych dla socjalistycznych krajów Azji nie pozwala na przeprowadzenie analizy tempa rozwoju w nich środków masowego przekazu. Można wszakże domyślać się, że przemiany, które tam następują, nie weszły jeszcze w fazę osiągniętą przez większość państw Europy środkowowschodniej. Być może w Koreańskiej Republice Ludowo-Demokratycznej i w Demokratycznej Republice Wietnamu stan nasycenia zbliżony jest do tego, który występuje w Albanii. W Chinach najprawdopodobniej upowszechnienie prasy i radia jest znacznie słabsze, choć — być może — mają one

stan nasycenia najwyższy spośród najludniejszych krajów nieuprzemysłowionych Azji (Indie, Indonezja, Pakistan). Z trwałości wielkich struktur socjalnych i związanych z nimi cech kulturowych, które nie poddają się zmianom tak szybkim i tak radykalnym jak struktury polityczne, sądzić można, że w azjatyckich krajach socjalistycznych — a także w Albanii — z niskim stopniem nasycenia środkami masowego przekazu łączą się problemy podobne do tych, jakie występują w krajach nierozwiniętych, które nie wstąpiły na drogę przeobrażeń socjalistycznych. Wymienić by tu można m. in. dysproporcje między wielkimi aglomeracjami miejskimi i centrami administracyjno-przemysłowymi a rejonami wiejskimi oraz powszechne korzystanie z kolektywnych form odbioru treści przekazywanych przez prasę (lektura zbiorowa na formalnych lub nieformalnych zebraniach) i radio (głośniki w miejscach użyteczności publicznej, lokalach organizacji społecznych lub politycznych, w centralnym punkcie osady). Biorąc pod uwagę istnienie w tych krajach silnych i poddanych jednolitemu, centralnemu kierownictwu organizacji politycznych i społecznych, dysponujących rozbudowanym aparatem propagandowym, można sądzić, że zebrania, masówki czy wiece — organizowane mniej lub bardziej regularnie — są także istotnym ogniwem w kolportowaniu, oczywiście odpowiednio skomprimowanych, informacji o ważnych wydarzeniach politycznych, gospodarczych i społecznych. Słuchacz-uczestnik zebrania otrzymuje w ten sposób zupełnie specyficzny zasób informacji, nie ma możliwości ani samodzielnego ich wyboru, ani nawet orientacji w rodzaju i charakterze tych, które zostały pominięte przez referenta, lektora czy dyspozytora głośnika. Wiedza w ten sposób osiągnięta pozwala mu jednak wyjść poza krąg kulturowy wyzna-

czany przez tradycyjne wzorce i ograniczony do ściśle określonego, lokalnego zasięgu. Nie tylko radiofonia, ale także i prasa są tam scentralizowane, co pozwala na lepsze i bardziej skuteczne wykorzystanie niewielkich wciąż możliwości produkcyjnych w dziedzinie poligrafii. We wszystkich tych krajach celem nadrzędnym wszelkiej działalności publicznej, zarówno na szczeblu centralnym, jak i na wyższych szczeblach hierarchii organizacyjnej, stało się polityczne uświadczenie czy, jak się to często mówi — „wytrobienie” szerokich warstw. W działaniu tym prasa i radio odgrywają coraz większą rolę, wypierając stopniowo tradycyjne środki informacji i perswazji (zebranie, wiec). Niemniej jednak przemożne jest jeszcze działanie czynników hamujących rozwój środków masowego przekazu. Wysoki odsetek analfabetów, niski dochód na głowę mieszkańca, słabo i nierównomiernie rozwinięty przemysł, niski poziom rozbudowy infrastruktury komunikacyjnej, zróżnicowanie językowe (Chiny, Wietnam) i związane z nimi cechy mentalności społecznej oraz wzorce i postawy kulturowe, które zdecydowanie przeważają w społeczeństwie jako całości, powodują, że trudno jest przykładać europejsko-atlantyckie miarki do zjawisk, z którymi tam mamy do czynienia.

Inaczej przedstawia się sytuacja w europejskich krajach socjalistycznych i ZSRR, choć np. Albania, a także niektóre republiki Jugosławii (Macedonia, rejon autonomiczny Kosowo-Metohija) nie odbiegają zapewne znacznie stopniem nasycenia środkami masowego przekazu i formami korzystania z nich od socjalistycznych części Korei czy Wietnamu. W NRD i Czechosłowacji za to stopień nasycenia środkami przekazu wszelkich typów odpowiada temu, który osiągają najbardziej rozwinięte kraje Europy kapitalistycznej. Niewiele od nich od-

biegają Węgry, a pod względem upowszechnienia prasy codziennej i radia na poziomie krajów najbardziej rozwiniętych plasuje się także ZSRR. Znamienne jest, że w latach 1962—1968 prasa najszybciej rozwijała się w krajach pozostających na średnich szczeblach uprzemysłowienia (np. Polska), radio w krajach stosunkowo najbardziej zacofanych (Albania, Jugosławia jako całość), zaś telewizja w krajach najbardziej uprzemysłowionych (NRD, Czechosłowacja, Węgry). Przy tempie rozwoju radia i telewizji podobnym do tego, jakie osiągają kraje Europy zachodniej, w socjalistycznych krajach europejskich szybszy jest rozwój prasy codziennej. Pamiętać jednak trzeba, że w takich krajach jak Polska, Rumunia czy Bułgaria dopiero w latach pięćdziesiątych dokonany został pierwszy poważny krok w kierunku wejścia do grupy państw przemysłowych, a był to jednocześnie np. dla narodów bałkańskich krok ogromny, likwidujący wielowiekowe zapóźnienia. Poza wspomnianymi już narodami bałkańskimi — albańskim i macedońskim — we wszystkich innych krajach socjalistycznych Europy korzystanie ze środków masowego przekazu ma charakter „familijny” — cała rodzina czyta ten sam egzemplarz pisma i słucha tego samego odbiornika. Istniejące wciąż dysproporcje między mieszkańcami miast i wsi nie osiągają rozpiętości charakterystycznych dla krajów azjatyckich, a raczej zbliżają się do tych poziomów zróżnicowania, które występują także w najbardziej uprzemysłowionych krajach europejskich.

FORMY WŁASNOŚCI I STRUKTURA

Czy to porównując między sobą różne kraje socjalistyczne, czy sięgając do porównań między nimi a krajami, które zachowały ustrój

oparty na prywatnej własności, możemy stwierdzić, że dla rozwoju środków masowego przekazu i poziomu ich upowszechnienia decydujące znaczenie mają głębokość i zakres przemian gospodarczo-społecznych zmierzających w kierunku uprzemysłowienia kraju, a nie jego struktura polityczna.

Świadczy o tym także fakt, że we wszystkich krajach opartych na gospodarce planowej i własności społecznej lub państwowej, mimo wielkiego różnicowania stopnia nasycenia rynku środkami przekazu, istnieją takie same ogólne zasady ich funkcjonowania, oparte na modelu przyjętym w ZSRR. W kraju tym po rewolucji nastąpiło upaństwowienie lub uspołecznienie podstawowych gałęzi przemysłu, handlu i finansów, a wraz z nimi upaństwowienie lub uspołecznienie istniejących wówczas przedsiębiorstw wydawniczych. Przyjęto konstytucyjną zasadę, iż wydawnictwa prasowe i radiofonia, a potem także telewizja (która wszędzie organizacyjnie powiązana jest najściślej z radiofonią), nie mogą należeć do właścicieli prywatnych (indywidualnych czy zrzeszonych w spółkach akcyjnych). Uznano, iż zasadniczymi formami własności są własność państwowa, spółdzielcza i własność organizacji politycznych lub społecznych. Jedynym wyjątkiem jest tu ustawodawstwo jugosłowiańskie, dopuszczające — w myśl ustawy z 9 listopada 1960 r. — istnienie w państwie przedsiębiorstw prasowych będących własnością grup nie mniejszych niż 5-osobowe. Żadna jednak z podejmowanych tam dotąd prób nie przekształciła się w trwałą inicjatywę, przy czym przeszkody, jakie napotkały one na swej drodze, były raczej natury politycznej niż finansowej. Jest wszakże rzeczą oczywistą, że sumy niezbędne do uruchomienia wydawnictwa są tak znaczne, iż wobec konsekwentnego zlikwidowania prywatnej własności w przemyśle

i handlu staje się rzeczą praktycznie niemożliwą zgromadzenie funduszy prywatnych wystarczających do założenia dużego wydawnictwa. Zresztą i tak musiałoby ono podlegać ustawie o uspołecznieniu dużych przedsiębiorstw.

Trzy wymienione formy własności funkcjonują bez zakłóceń, tyle że w niektórych krajach pojawiły się formy mieszane (państwowo-spółdzielcze, spółdzielczo-organizacyjne, a nawet organizacyjno-państwowe) własności prasy codziennej i periodycznej, przy jednoczesnej pełnej etatyzacji radiofonii (i telewizji) oraz uczynieniu wyłączną własnością państwową agencji prasowych. Jeżeli w kraju istnieje kilka agencji (np. ZSRR, Polska), wiodącą wśród nich jest oficjalna agencja państwowa. Pozostałe mają bądź charakter agencji specjalistycznych, bądź specjalistyczno-propagandowych, obliczonych na oddziaływanie za granicą (radziecka agencja „Nowosti”, polski „Interpress”), i mogą należeć do zrzeszeń społecznych. Zetatyzowana jest także dystrybucja prasy; odbywa się ona za pośrednictwem bądź to specjalnie w tym celu powołanych przedsiębiorstw (Polska do 1973 r.), bądź odpowiednio rozbudowanych działów w ministerstwach poczt (Węgry, Czechosłowacja), bądź też korzystając z obydwu tych form (ZSRR).

Już w latach dwudziestych — jak wskazywaliśmy w pierwszej części książki — władze radzieckie zachowując niekomercyjny charakter wydawnictw zaczęły dążyć do zapewnienia im rentowności i do uniknięcia tą drogą bezpośrednich subwencji dla prasy. Szczególnie od połowy lat pięćdziesiątych, nie tylko w ZSRR, ale także w innych krajach, zaczęto na szeroką skalę stosować zasadę bezdeficytowości wydawnictw prasowych, która realizowana jest w różnych formach. Kierując się nią zlikwidowano w początkowym okresie czasopisma o małym

zapotrzebowaniu społecznym, urealniono nakłady likwidując lub ograniczając prenumeratę organizacyjną na rzecz prenumeraty pocztowej i kolportażu w sieci publicznej, przyznano wydawnictwom szersze uprawnienia finansowe.

Tendencje do koncentracji i centralizacji ruchu wydawniczego — nader jaskrawo występujące zarówno w ZSRR, jak i w innych krajach socjalistycznych — mają za podstawę decyzje i zamierzenia zarówno polityczne, jak i ekonomiczne. We wszystkich państwach tego bloku, co jest zupełnie naturalne w warunkach centralnego planowania, koncentracja nie miała charakteru żywiołowego. Racje ekonomiczne odgrywały tu, jak się wydaje, rolę drugorzędną, a w każdym razie nie od razu zaczęto je brać pod uwagę. W ostatnich latach koncentracja w niektórych krajach posunęła się bardzo daleko. W Polsce np. Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa” w 1967 r. dysponowała 92% jednorazowego nakładu prasy codziennej, około 70% nakładu jednorazowego całej prasy, zrzeszonych w niej było wiele przedsiębiorstw poligraficznych oraz różnych organizmów pomocniczych (Agencja Robotnicza, Centralna Agencja Fotograficzna, Wydawnictwo Artystyczno-Graficzne). Była ona w tym czasie jednym z największych przedsiębiorstw prasowych na kontynencie europejskim. W 1973 r., przez połączenie RSW „Prasa” z monopolistycznym przedsiębiorstwem kolportażowym (PPWiK „Ruch”) oraz partyjnym wydawnictwem książkowym (SW „Książka i Wiedza”), uczyniony został następny krok na drodze do koncentracji ruchu wydawniczego. Podobne znaczenie jak RSW „Prasa” odgrywa w prasie NRD wydawnictwo VEB Zentrags, wydające wszystkie pisma SED. Radzieckie wydawnictwo „Prawda”, znajdujące się w gestii KC KPZR, wydaje 6 dzienników i 30 czasopism, komsomolska „Mołodaja Gwar-

dia" wydaje 115 czasopism, związkowy „Profizdat” drukuje obok dziennika „Trud” także kilkadziesiąt czasopism etc. Wewnętrzne zasady działania tych wielkich wydawnictw są różne, choć ostatnio coraz wyraźniejsza jest tendencja do przyznawania większej autonomii — także w zakresie decyzji tematycznych — poszczególnym organom wchodzącym w ich skład (tak w Polsce, NRD).

W pewnym tylko stopniu z formalną własnością pokrywa się wyraźny, szczególnie w ZSRR, podział wertykalny całej prasy wedle hierarchii odpowiadającej mniej więcej strukturze administracyjnej państwa: na prasę centralną, prowincjonalną i lokalną. Podział ten najpełniej przeprowadzony dla dzienników, mniejszą rolę odgrywa w przypadku czasopism, a zasadniczo nie obejmuje wydawnictw specjalistycznych (naukowych, fachowych). Pewna modyfikacja tej struktury występuje w krajach, które zorganizowane są na zasadzie federacji (ZSRR, Jugosławia, Czechosłowacja), gdzie każda republika ma swój odpowiednik prasy centralnej. W tych krajach, w których istnieje system wielopartyjny (Polska, Czechosłowacja, Bułgaria, NRD) pełną strukturę pionową zachowuje tylko zespół organów prasowych głównej partii rządzącej, podczas gdy partie koalicyjne posiadają obok organu centralnego najwyżej 1—2 inne dzienniki lub gazety informacyjne.

Obok tego podziału pionowego istnieje także podział „poziomy” na prasę głównej partii rządzącej, prasę związaną z agendami rządowymi lub instancjami Frontu Narodowego grupującego partie i organizacje społeczne, prasę partii koalicyjnych (tam gdzie one istnieją), związków zawodowych, organizacji młodzieżowych itd. W niektórych krajach istnieją dwa dzienniki „wiodące”: centralny organ partii robotniczej (komunistycznej) i organ rządowy lub władz na-

czelnych Frontu Narodowego (ZSRR: „Prawda” i „Izwiestia”, Węgry: „Nepsabadszag” i „Magyar Hirlap”, Bułgaria: „Rabotniczesko Deło” i „Oteczestwen Front”, Polska: „Trybuna Ludu” i do 1951 r. „Rzeczpospolita”, którą później zastąpiło „Życie Warszawy”, Jugosławia: tygodnik partyjny „Komunist” i dziennik „Borba”). Organizacje młodzieżowe w zasadzie dysponują tylko jednym dziennikiem, który jest równocześnie ich organem centralnym (np. „Komsomolskaja Prawda”, „Sztandar Młodych”, „Młoda Fronta”, „Junge Welt”), podobnie ma się rzecz z pismami związków zawodowych (np. „Trud”, „Głos Pracy”, „Prace”).

Dzienniki prowincjonalne, czy używając właściwszej nazwy — regionalne, odgrywają na terytorium, na którym są kolportowane, podobną rolę, jak centralny organ partyjny dla całego kraju. W niektórych wypadkach wydawane są też dzienniki regionalne, które stanowią odpowiednik centralnego organu rządowego lub gazety Frontu Narodowego. Uzupełniają tę gamę — wydawane we wszystkich stolicach i niektórych większych miastach — dzienniki popołudniowe, zasadniczo pozapartyjne, mniej miejsca poświęcające informacjom politycznym, a więcej sensacyjnym i czysto lokalnym (np. „Wieczernaja Moskwa”, „Večerni Praha”, „Express Wieczorny”, „BZ Am Abend”, „Politika-Express”). Te odgrywają już rolę pism lokalnych, a zasięg ich zasadniczo nie przekracza granic macierzystej aglomeracji. Podobne miejsce zajmują dzienniki i gazety informacyjne wydawane dwa do czterech razy w tygodniu w mniejszych ośrodkach miejskich. W Polsce są to pisma „powiatowe” (w 1966 r. było ich 21), najliczniejsze na Śląsku i w województwach zachodnich. Ten typ prasy jest szczególnie rozwinięty w ZSRR (ok. 3100 w 1966 r.), co wynika rzecz jasna z istnienia wielkiej liczby mniejszych

ośrodków miejskich i rozbudowanej sieci administracyjnej, oraz w Czechosłowacji (61 w 1967 roku) i NRD (ok. 100 w 1968 r.), gdzie tradycyjnie, od wielu dziesiątków lat prasa tego typu była liczna. Pisma lokalne są bądź to organami partii robotniczej, bądź instancji administracyjnych (rady narodowe), często też łączą obie te funkcje.

Specyficznym typem pism, upowszechnionym tylko w krajach socjalistycznych, jest prasa zakładowa (w ZSRR i Bułgarii także kolchozowa i sowchozowa), wydawana — najczęściej przez organizacje związkowe i rady zakładowe — w większych przedsiębiorstwach przemysłowych i kolportowana, z reguły bezpłatnie, wśród załogi. Po burzliwym rozwoju, który w ZSRR przypadł na lata trzydzieste i czterdzieste, w innych krajach na lata pięćdziesiąte, obecnie nastąpiła stabilizacja jej stanu liczbowego. Niski na ogół poziom gazet tego typu, poddawany często krytycznej ocenie odbiorców, i zmniejszający się zasięg ich oddziaływania stanowiły jedną z bezpośrednich przyczyn tego zahamowania. Niemniej w takich krajach jak NRD (1,8 mln egzemplarzy nakładu jednorazowego), Bułgaria (około 0,5 mln egzemplarzy) czy Czechosłowacja (około 0,5 mln egzemplarzy) prasa zakładowa stanowi istotny czynnik w konstytuowaniu zasięgu całej prasy codziennej i informacyjnej.

Stopień rozpowszechnienia prasy codziennej jest w opisywanych krajach bardzo zróżnicowany. I tak np. w Polsce 8 dzienników centralnych wydawanych jest w nakładzie nie przekraczającym 1/4 całości nakładu prasy codziennej, podczas gdy w ZSRR nakład 4 tylko największych dzienników centralnych stanowi 1/2 nakładu ogólnego. W Czechosłowacji 6 dzienników centralnych daje około 55% nakładu, a na Węgrzech 5 dzienników budapeszteńskich — blisko 2/3 na-

kładu. Podobnie zróżnicowane są nakłady centralnych organów partii robotniczych: od około 45% całego nakładu prasy codziennej na Węgrzech („Nepsabadszag”), poprzez około 25% w Czechosłowacji („Rude Pravo”), do niespełna 6% w Polsce („Trybuna Ludu”).

W istocie we wszystkich tych krajach koncentracja prasy codziennej jest bardzo daleko zaawansowana: dzięki powstawaniu wielkich przedsiębiorstw wydawniczych (Polska, NRD) lub dzięki powierzaniu dominującej roli jednemu tylko dziennikowi. Odmienna nieco sytuacja panuje tylko w Jugosławii, ale i tu dwa największe dzienniki dają około 1/3 nakładu całej prasy codziennej. Koncentracja w dziedzinie radia i telewizji przedstawia się nieco odmiennie. Koncentracji własności (państwo) nie wszędzie towarzyszy pełna centralizacja programu, co jest szczególnie oczywiste w przypadku republik federacyjnych, z których każda posiada własny system emisyjny. Programy ogólnokrajowe — emitowane przez centralny nadajnik i transmitowane przez stacje regionalne lub lokalne — największą rolę odgrywają w państwach jednonarodowych, ale także w republikach federacyjnych wiele audycji przekazywanych jest z tego właśnie ośrodka. Udział rozgłośni regionalnych (republikańskich) w programie ogólnokrajowym jest bez porównania niższy.

Znacznie słabiej niż prasa codzienna i informacyjna skoncentrowane są (w sensie niewielkiej liczby wydawców) periodyki, choć w niektórych krajach (NRD, Rumunia — gdzie ukazuje się 500—600 tego rodzaju czasopism) zróżnicowanie tytułów jest wyraźnie nieproporcjonalne w stosunku do zasięgu czytelnictwa prasy. Jest zjawiskiem charakterystycznym, że w niektórych krajach (np. ZSRR, Polska) największe nakłady osiąągają wydawnictwa przeznaczone dla kobiet. W Polsce np. tygodnik „Przyjaciółka”

ze swymi 2 milionami egzemplarzy zdecydowanie wyprzedza wszystkie inne periodyki. W krajach mniej ludnych i terytorialnie zwartych większe znaczenie mają periodyki centralne, które kolportowane są na całym obszarze państwa i stanowią nie dającą się pokonać konkurencję dla wydawnictw lokalnych. Jednak i w tak dużym kraju jak ZSRR czasopisma wydawane w stolicy docierają do wszystkich republik. Z uwagi na liczebność populacji naturalne jest, że periodyki radzieckie osiągają nakłady stawiające je w rzędzie największych na świecie (miesięcznik „Rabotnica” — 10 mln egzemplarzy, półtygodnik „Pionierskaja Prawda” — 9,2 mln egzemplarzy, tygodnik satyryczny „Krokodil” — 5,5 mln egzemplarzy, magazyn popularnonaukowy „Wokrug Swieta” — 2,7 mln egzemplarzy, magazyn ilustrowany „Ogoniok” — 2,1 mln egzemplarzy; wszystkie dane z roku 1968). Specyficzna dla ZSRR, nie spotykana praktycznie nigdzie na świecie, jest wielka popularność czasopism literackich, wśród których największe przekraczają milion egzemplarzy („Litieraturnaja Gazieta” — 1,2 mln, miesięcznik „Junost” — 2 mln). Wszędzie natomiast znacznie uboższa jest gama czasopism społeczno-politycznych. Czasopisma o charakterze ogólnym, przeznaczone dla szerokich kręgów odbiorców, w zasadzie wydawane są przez te same instytucje, które parają się wydawaniem dzienników i prasy informacyjnej, natomiast periodyki specjalistyczne (naukowe, fachowe etc.) z reguły publikowane są pod egidą specjalistycznych wydawnictw zajmujących się zasadniczo produkcją książkową (np. w Polsce: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne itp.).

Cechą odróżniającą prasę krajów socjalistycznych, która jest widoczna przy pobieżnym porównaniu z prasą kapitalistycznych państw

przemysłowych, jest minimalna ilość miejsca przeznaczonego na reklamy i ogłoszenia. Do wyjątków należą takie dzienniki jak „Życie Warszawy”, w których dział ogłoszeniowy zajmuje 1/6—1/5 powierzchni. Stan ten spowodowany jest działaniem kilku czynników: brakiem konkurencyjności między państwowymi wytwórcami dóbr konsumpcyjnych, występującą przewagą popytu nad podażą na rynku detalicznym, częstym nienadążaniem bazy surowcowej i niewystarczającą mocą produkcyjną przemysłu poligraficznego, przeświadczeniem — tkwiącym wciąż w świadomości wielu ludzi — że reklama prasowa jest „przeżytkiem kapitalizmu”. Znamienne jest jednak, że w miarę podnoszenia się poziomu konsumpcji indywidualnej i jej stałego różnicowania się reklama zdobywa sobie coraz częściej prawo obywatelstwa nie tylko na łamach prasy, ale także w radio i telewizji. Dochody z niej uzyskiwane są wciąż jeszcze nikłe i poza sporadycznymi wypadkami nie odgrywają poważniejszej roli w budżetach wydawnictw czy instytucji radiowo-telewizyjnych. Jednak i bez tych dochodów wydawnictwa prasowe nie tylko potrafią zrównoważyć wydatki z wpływami, ale nawet przynoszą zysk. Niekiedy z góry zakładany deficyt niektórych pism rekompensowany jest zyskami, które przynoszą inne tytuły ukazujące się w tym samym wydawnictwie. Tam, gdzie wydawca nie jest w stanie zrównoważyć bilansu, państwo przychodzi z bezpośrednią pomocą udzielając subwencji lub bezprocentowych kredytów. Radio i telewizja zaś z reguły przynoszą zysk, mimo iż dochody ich pochodzą wyłącznie z opłat abonamentowych.

Pomimo wielkiej wagi, jaką władze państwowe i kierownictwa polityczne przykładają do prasy, będącej — wedle sformułowań Lenina — nie tylko informatorem, ale także organizato-

rem i wychowawcą społeczeństwa, poziom techniczny wydawnictw magazynowych oraz zawartość informacyjna prasy codziennej pozostawiają wciąż jeszcze wiele do życzenia i pod wieloma względami ustępują publikacjom zachodnioeuropejskim czy amerykańskim. W niektórych krajach występuje zjawisko zdecydowanej przewagi popytu na prasę różnych typów (dzienników, czasopism o charakterze masowym) nad jej podażą. W pewnej mierze wynika to z założeń politycznych, w myśl których popiera się niektóre typy wydawnictw czy pewne tytuły o szczególnych walorach ideowych. Zasadniczą jednak przyczyną odczuwanego „głodu” jest niedorozwój bazy produkcyjnej i surowcowej, nie będącej w stanie sprostać potrzebom rynku, na którym — dzięki prawdziwemu przewrotowi oświatowemu, który nastąpił po II wojnie światowej — w ciągu bardzo krótkiego czasu zjawiły się miliony nowych konsumentów. Dodatkowym czynnikiem sprzyjającym zwiększeniu zapotrzebowania na prasę są — przy niskiej cenie dzienników i czasopism — stosunkowo wysokie ceny odbiorników radiowych i telewizyjnych. Centralne organy planujące i instytucje wydawnicze stają zatem wobec trudnych do rozwikłania dylematów: większe nakłady czy raczej większa objętość pism? nowe tytuły czy raczej rozwój pism już istniejących? Z podobnymi kłopotami boryka się przemysł elektrotechniczny: produkowanie nowych typów odbiorników czy wydłużanie serii już produkowanych i obniżanie cen? Choć można sądzić, że wiele z tych trudności ma swe źródło w podejmowanych przez władze państwowe decyzjach, kierujących się potrzebami politycznymi, ważniejsze — jak się wydaje — znaczenie przyznać należy czynnikom o działaniu długofalowym, w mniejszym stopniu zależnym od doraźnych decyzji, a bardziej od poziomu rozwoju gospo-

darczego i stopnia modernizacji przemysłu. Bez trudu więc spostrzeżemy, że poziom techniczny wielu wydawnictw drukowanych w NRD, Czechosłowacji czy na Węgrzech jest wyższy niż odpowiadających im typów pism w Polsce lub Bułgarii. Nie oznacza to wcale, że muszą być one bardziej urozmaicone pod względem zawartości czy bogatsze w informacje.

FUNKCJE I ICH OCHRONA

Bogactwo i różnorodność treści, pojemność serwisów informacyjnych, to sprawy, które wiążą się już jednak z inną problematyką, bodaj czy nie najważniejszą przy badaniu i ocenie środków masowego przekazu w krajach socjalistycznych — z problematyką zadań powierzanych im przez centralne ośrodki władzy. Teoria funkcjonowania prasy w społeczeństwie socjalistycznym eksponuje — mówiąc w skrócie i upraszczając — polityczne i ideologiczne zadania, które mają do spełnienia środki masowego przekazu. Jednocześnie w teorii tej brane są pod uwagę dwa źródła, z których płynie każdy potok informacji: prasa ma stanowić „jeden z najbardziej powszechnych, najskuteczniejszych środków oddziaływania ideologicznego na społeczeństwo”, będąc równocześnie „czynnikiem odzwierciedlającym nastroje i procesy społeczne”, w efekcie zaś służyć ma „przyciąganiu obywateli do udziału w rządzeniu państwem”¹. Nie ulega wątpliwości, że realizacja tak wysuniętych postulatów wymaga współwystępowania całego zespołu innych, „pozaprasowych” elementów tego układu, który zwiemy demokracją socjalistyczną. Na samą zaś prasę (też radio i telewizję) nakłada obowiązki, z których nader trudno jej się wywiązać, choćby z tego powodu, że oczekiwania idą znacznie dalej niż możliwe

do osiągnięcia wyniku. Stosowanie zasady, że uznawane przez prawo i sankcjonowane przez praktykę polityczną są tylko te postawy i poglądy, które za podstawę swą przyjmują akceptację założeń ustrojowych, bywa niekiedy pojmowane nie w znaczeniu ideologicznym, co może zawęzić prasie przesmyk między Scyllą „oddziaływania” a Charybdą „odzwierciedlania”. Stan taki powoduje określone reakcje psychiczne w społeczności czytającej (słuchającej, oglądającej). Bodaj najbardziej lapidarnie i najcelniej określił je swego czasu Tadeusz Kotarbiński pisząc: „Gdy mówi „tak” ktoś, kto nie ma prawa powiedzieć „nie”, to jego głos traci wartość rzetelnego zeznania”²; traci też — dodajmy od siebie — zdolność przekonywania.

Teoria funkcjonowania środków masowego przekazu w społeczeństwie socjalistycznym jest w sposób oczywisty — i inaczej w żadnym systemie być nie może — podporządkowana ogólnym założeniom regulującym formy i tok życia publicznego. Niezależnie od tego, czy w danym państwie istnieje jedna partia czy też kilka, cała praktyka polityczna opiera się w istocie na linii wytyczanej przez jeden centralny ośrodek dyspozycyjny, którym jest partia robotnicza (komunistyczna). Pryncypia, wedle których konstytuuje ona swe mechanizmy wewnętrzne, są siłą rzeczy powtarzane — z pewnymi modyfikacjami — w całokształcie życia publicznego państwa. W tych warunkach niezmiernie łatwo rodzą się tendencje do instrumentalnego traktowania prasy, a jej znaczenie dla ekspresji postaw i poglądów indywidualnych zostaje ograniczone. Instrumentalne pojmowanie zadań prasy (cały czas pisząc „prasa” mamy tu na myśli oczywiście także radio i telewizję) przynosi w konsekwencji dążenie do ścisłego oznaczania granic tych jej funkcji, które określiliśmy powyżej za Michałem Szulczewskim jako

„odzwierciedlanie nastrojów i procesów społecznych”. Toteż często w literaturze poświęconej prasie w ustroju socjalistycznym, a także na łamach samej prasy toczą się dyskusje, jak daleko może sięgać krytyka i w jaki sposób nie doprowadzając do jej likwidacji — to bowiem podważyłoby rację istnienia prasy — sprowadzić ją na drogę społecznie użyteczną, a politycznie celową. Nawet mniej spostrzegawczy obserwator dostrzega, że w ciągu dłuższego czasu w jednym kraju, a często w kilku krajach równocześnie, następują znamienne przesunięcia zarówno w ideologicznych uzasadnieniach zadań stawianych środkiem przekazu, jak i w codziennej praktyce kierowania nimi. Wspomniane zadania są to bliższe, to dalsze od tych, o których mówił dobrych sto lat temu Karol Marks: „Prasa jest dla ludzi najpowszechniejszą formą wyrażania ich bytu duchowego . . . Tak samo jak każdy człowiek uczy się czytać i pisać, każdy powinien mieć prawo czytać i pisać”³. Rozwinięciem tej konstatacji, która jednocześnie może nam dać ogólną dyrektywę ułatwiającą określenie funkcji prasy w społeczeństwie socjalistycznym jest artykuł zamieszczony w redagowanej przez Marksa „Rheinische Zeitung”, w którym pisał on: „Rządzący i rządzeni jednako potrzebują trzeciego czynnika, który jest czynnikiem politycznym, lecz nie urzędowym, a zatem nie wychodzi z założeń biurokratycznych, czynnika, który ma zarazem charakter obywatelski, nie będąc bezpośrednio związany z interesami prywatnymi i ich potrzebami. Tym uzupełniającym czynnikiem, obdarzonym głową działacza politycznego i sercem obywatela, jest wolna prasa. W obrębie prasy rządzący i rządzeni mają jednakową możliwość wzajemnego krytykowania swoich zasad i postulatów, ale już nie w ramach jakiegoś stosunku subordynacji, lecz na

prawach równości obywatelskiej, występując już nie jako osoby, lecz jako siły intelektualne, jako obrońcy różnych argumentów rozumu".⁴

Respektowanie przez środki masowego przekazu tylko tego kręgu zadań, który wytyczany jest przez założenie dotyczące ich społecznie użytecznej roli, chronione jest zarówno przez zasady ustrojowe sformułowane w konstytucjach, jak też przez powołane do życia instytucje polityczne. O przepisie konstytucyjnym, który wyklucza prywatną własność w tej dziedzinie, pisaliśmy już uprzednio. Konsekwencją jego jest fakt, że prasa — nie mówiąc już o radiu i telewizji, które są własnością państwa — może pozostawać tylko w gestii zrzeszeń i organizacji legalnych, uznanych przez administrację i poddanych ogólnym przepisom ustalającym reguły ich funkcjonowania oraz zasięg wpływów. Państwo dysponuje też wszystkimi środkami oddziaływania na strukturę prasy, które odpowiadają zasadom gospodarki planowej, regulowanej przez centralnie wytyczane wskaźniki i dyrektywy ekonomiczne, organizacyjne i finansowe. Są to m.in. ceny detaliczne, ceny za usługi poligraficzne, stawki kolportażowe, przydział papieru, wysokość abonamentu, marże i narzuty na koszty produkcji, sposób wykorzystania zysku. W sumie zarówno przepisy konstytucyjne, jak i reguła dominacji centralnego planifikatora nad całym życiem gospodarczym tworzą zwarty system prawno-nakazowy, który mechanicznie niejako kontroluje działalność środków masowego przekazu. Ponadto powołane są wyspecjalizowane instytucje państwowe zajmujące się bezpośrednią kontrolą prasy, radia i telewizji od strony przekazywanych przez nie treści. Kontrola ta nosi charakter cenzury prewencyjnej, a w zasadach jej działania tkwi nie tylko ochrona tajemnic państwowych i wojskowych, ale także elimino-

wanie tych poglądów i informacji, które uznawane są za niezgodne z przyjętym pojmowaniem zadań prasy. Tak więc nie tylko ogólne regulatory, ale także i zindywidualizowana kontrola określają charakter prasy (radio i telewizji) jako instytucji realizującej zadania ponadklasowe, ogólnospołeczne.

Naturalnym biegiem rzeczy z takiego charakteru prasy wynikają także specyficzne cechy zawodu dziennikarskiego i sposób traktowania jego reprezentantów jako działaczy politycznych walczących na najbardziej wysuniętych pozycjach walki ideologicznej. Takie właśnie jednostronne ujmowanie roli pracowników prasy nie tylko odbierało dziennikarzom samodzielność, ale także wypaczało ich etykę zawodową, a w rezultacie prowadziło do wytworzenia się bariery nieufności odbiorców wobec opinii i informacji, które do nich docierały. Dopiero późniejsze przemiany w łonie ruchu robotniczego — który w decydujący sposób wpływał na kształtowanie form działalności prasowej — spowodowały, że do głosu doszły także funkcje kulturotwórcza i przedstawicielska (a także interwencyjna) prasy, a co za tym idzie uległ zmianie styl pracy w redakcjach i zmieniać się zaczęła pozycja dziennikarza — nie tylko w mechanizmie władzy, ale także i w świadomości społecznej — oraz zwiększył się zakres jego swobody intelektualnej. Wbrew pozorom przemiany te nigdy nie miały — i nie mają — charakteru mechanicznego, nie odbywają się na zasadzie „ruchu jednostajnego po linii prostej”, a tym bardziej „ruchu jednostajnie przyspieszonego”. Nie są one bowiem autonomiczne, a ściśle zależą od całokształtu sytuacji politycznej. Dawno i zda się bezpowrotnie minęły czasy, gdy wypowiedź dziennikarska była formą ekspresji „bytu duchowego” jednostki. Dziennikarz w państwie socjalistycznym

ma być dziś wyrazicielem opinii społeczeństwa jako pewnej całości. Ma być „sługą” tego społeczeństwa w tym sensie, że nie tylko przekazuje mu informacje, które do niego docierają, ale także wyraża („odzwierciedla”) tegoż społeczeństwa reakcje, postawy i opinie. I tu znajdujemy się powtórnie w kręgu tego samego problemu, który skrótowo nazwaliśmy sprzężeniem między „oddziaływaniem” a „odzwierciedlaniem”. Jego jednoznaczny i ponadczasowy opis oraz wytyczenie granic jego części składowych nie są tu możliwe.

Ten — co prawda pobieżny i wyrwykowy — przegląd pozwala chyba jednak wskazać kilka zasadniczych tendencji, które wydają się dominować w środkach masowego przekazu państw socjalistycznych:

1. Inaczej niż w przemysłowych krajach kapitalistycznych koncentracja w dziedzinie własności i centralizacja w dziedzinie dyspozycji stanowią w przypadku prasy wielu krajów socjalistycznych punkt wyjścia pewnych procesów rozwojowych. Jest prawdopodobne, że w miarę wzrostu uprzemysłowienia tych państw oraz utrwalania się stanu równowagi sił na świecie następować może proces likwidowania niektórych przejawów centralizacji prasy w sensie dyspozycji politycznej, a także dekoncentracji w sensie zarządzania.

2. Jednoczesny wzrost upowszechnienia wszystkich środków masowego przekazu dominuje w tych państwach nad tendencją do wyrównywania stopnia nasycenia nimi rynku. Wyjątek — NRD i CSRS.

3. Nie ulega wątpliwości, że — znów w odróżnieniu od większości przemysłowych krajów kapitalistycznych — w znacznej części państw socjalistycznych występuje zjawisko niezaspokojonego „głodu” informacyjnego. Popyt na środki przekazu przewyższa tam podaż, zaś

środki przekazu przewyższa tam podaż, zaś przemysł poligraficzny (szczególnie jeżeli chodzi o magazyny ilustrowane) i elektrotechniczny (jeżeli chodzi o wyższej klasy odbiorniki) dalekie są jeszcze od sprostania wymaganiom i potrzebom coraz szerszych warstw ludności. W tych warunkach niektóre tylko innowacje techniczne, w niektórych tylko krajach i w ograniczonym zakresie pozwolą zmienić formy działania środków masowego przekazu w ciągu najbliższych lat.

4. W sposobach realizowania zadań ideowo-politycznych i kulturotwórczych rysują się pewne odmienności między poszczególnymi krajami, tym wyraźniejsze, gdy spojrzymy na stan dzisiejszy z perspektywy minionych dwudziestu lat. Można sądzić, że odmienności te nie będą statyczne.

Uwagi te odnoszą się w zasadzie do europejskich krajów socjalistycznych i to tych tylko, które znajdują się co najmniej na etapie szybkiej industrializacji i zasadniczych zmian w strukturach społecznych. Rozbieżności natury społeczno-gospodarczej występujące między nimi a azjatyckimi państwami socjalistycznymi pozwalają co najwyżej sądzić, że w bliższej (dla Wietnamu czy Korei) lub dalszej przyszłości (dla Chin) niektóre tu wskazane zjawiska będą mogły odnosić się także do tych ostatnich.

KRAJE GOSPODARCZO
NIEROZWINIĘTE

Pojęcie użyte w tytule (stosowane równolegle z określeniem „państwa rozwijające się”) — bardzo ogólne i w miarę postępowania na całym świecie procesów modernizacyjnych coraz trudniej dające się stosować — obejmuje ogromną grupę państw azjatyckich, afrykańskich i znaczną część latynoamerykańskich. Pod względem poziomu rozwoju przemysłowego różnią się one między sobą, nieraz nawet znacznie, lecz bardziej znamiennej cechą jest ogromny dystans między nimi a krajami już uprzemysłowionymi lub znajdującymi się w trakcie szybkiej industrializacji. Powolne tempo zmian powoduje utrzymywanie się lub nawet powiększanie tego dystansu. Różnice polegają też na istnieniu lub braku w tych krajach enklaw nowoczesnej gospodarki i nowoczesnych wzorców kulturowych.

Pod tym względem na najniższym etapie rozwoju znajdują się niektóre państwa Afryki. Istotne różnice występują również i w ich strukturze politycznej, choć w większości tych państw rządy mają charakter mniej lub bardziej wyraźnie dyktatorski, a w miarę sprawnie działające systemy parlamentarne należą tam raczej do wyjątków (np. Indie). Również polityka zagraniczna państw gospodarczo słabo rozwiniętych nie jest jednolita: nie-

które z nich nastawione są neutralistycznie wobec obu wielkich bloków ideowo-politycznych, inne solidaryzują się z generalnymi posunięciami przemysłowych państw kapitalistycznych. Rośnie też liczba krajów, które nie realizując u siebie wszystkich kanonów polityczno-gospodarczych będących podstawą ustroju socjalistycznego, starają się jednak przybliżyć do obozu państw socjalistycznych, a niektóre przemiany zmierzające w kierunku socjalizmu już zapoczątkowały.

Wszystko to powoduje, że stopień nasycenia rynku środkami masowego przekazu, formy korzystania z nich, występujące na tym terenie stosunki własnościowe, sposoby sprawowania przez państwo kontroli, zasięg wprowadzanych innowacji są bardzo zróżnicowane. W Indiach np. prasa jest własnością prywatną, a radio i telewizja — państwową, w Brazylii i prasa i radiofonia należą do prywatnych właścicieli, w Algierii wszystkie środki masowego przekazu znajdują się w dyspozycji państwa. Pod względem nasycenia i form korzystania ze środków masowego przekazu istnieją duże rozbieżności między miastem a wsią, zachodzące wewnątrz poszczególnych państw. O ich skutkach dla istniejącego „poziomu poinformowania” mówią liczne badania porównawcze. Przytoczymy bardzo wymowne wyniki dwóch takich sondaży: pierwszy z nich przeprowadzono w Brazylii (1960 r.), drugi (w 1953 r.) — w Stanach Zjednoczonych (tab. 16).

Komentowanie zestawienia zawartego w tabelicy 16 jest chyba zbędne, tak jak i same liczby w nim przytoczone nie są zaskakujące. W tych krajach, gdzie istnieją szczególnie wielkie ośrodki miejskie lub enklawy nowoczesnego przemysłu (np. wydobywanie ropy naftowej w Wenezueli, kopalnie cyny w Boliwii) rozpiętość stopnia nasycenia środkami masowego

Tablica 16

Sondaż brazylijski		
Pytanie	Odsetek prawidłowych odpowiedzi	
	Ludność dużych miast	Ludność wsi (mniej niż 2 tys. mieszkańców)
Nazwisko kończącego kadencję prezydenta Brazylii	80	50
Kto jest prezydentem kończącym kadencję w USA?	35	5
Kto stoi na czele Kuby i rewolucji kubańskiej?	35	6
Z jakimi krajami powinna współpracować Brazylia?	49 ^a	17 ^a
^a Odsetek udzielonych odpowiedzi		
Sondaż w USA		
	Ludność miast (pow. 50 tys.)	Ludność wsi (mniej niż 2 tys.)
Jak nazywa się minister spraw zagr. W. Brytanii, który przybył z wizytą do USA?	48	41
Jaka niedawna katastrofa pozbawiła dachu nad głową tysiące Holendrów?	79	82
Kto jest premierem Wielkiej Brytanii?	81	76

przekazu jest ogromna, a zagęszczenie ich w niektórych środowiskach rzutuje na przeciętną ogólnokrajową, zacierając obraz rzeczywistego stanu rzeczy.

Tam, gdzie prasa pozostaje w rękach prywatnych, a wielkość istniejącego już rynku pozwala liczyć na odpowiednio wysokie zyski, przemysł wydawniczy penetrowany jest — tak jak i inne gałęzie produkcji — przez kapitał zagraniczny. Np. w Brazylii, wedle informacji opublikowanych w 1971 r. przez Bank Centralny, kapitał obcy jest właścicielem 69,2% sum zainwestowanych w przedsiębiorstwa prasowe i aż 89,9% — w firmy ogłoszeniowe. Analogiczna sytuacja zachodzi prawdopodobnie także w innych krajach Ameryki Łacińskiej. Zależność ta jest oczywiście wtórna, mniej ważna niż penetracja przemysłu wydobywczego, mniej ważna niż uzależnienie władz od polityki obcych mocarstw, stanowi jednak logiczne ich uzupełnienie, a jednocześnie sprzyja utrwaleniu pozycji zagranicznego kapitału i obcych rządów.

Nie tu jednak leży — jak na razie — zasadniczy problem, nad którego rozwiązaniem trudzą się liczni eksperci, instytucje państwowe i międzynarodowe organizacje działające pod egidą UNESCO. Stopień upowszechnienia prasy, radia i telewizji w niewątpliwy sposób zależy jest od stopnia rozwoju przemysłowego danego kraju i poziomu życia jego mieszkańców. Zwraca się jednak uwagę na znaczenie, jakie mogą mieć środki masowego przekazu w ewolucji gospodarczej, w przełamywaniu zacofania w rolnictwie, podnoszeniu poziomu oświaty i kształcenia zawodowego, tworzeniu się jednolitej opinii ogólnonarodowej, przełamywaniu partykularyzmów plemiennych, w pobudzaniu aspiracji kulturalnych ludności i dążeń do zmiany dotychczasowego trybu ży-

cia. Wszystkie te czynniki stanowią istotne etapy na drodze do pokonania bariery strukturalnego zacofania, wewnętrznej słabości i konfliktów rozdzierających wiele państw gospodarczo nierozwiniętych. W niektórych wypadkach badacze tych zagadnień, a w ślad za nimi przedstawiciele agend rządowych odpowiedzialnych za sprawy oświaty, dziennikarze i wydawcy fetyszyzują wskaźniki nasycenia rynku prasą czy radiem oraz dane dotyczące liczby miejsc w kinie, tytułów czasopism przypadających na określoną grupę mieszkańców. Zapominają oni — zwłaszcza że niektóre masowe akcje prowadzone za pośrednictwem przede wszystkim radio (np. akcja szczepień, poprawy stanu sanitarnego, wprowadzenia niektórych innowacji w rolnictwie) rzeczywiście odnoszą pożądane skutki — o prymacie roli struktur gospodarczych i społecznych nad wtórną, mogącą pomóc, ale nie mogącą nic zmienić, rolę środków masowego przekazu.

Wielokrotnie przeprowadzane badania wykazały w sposób jednoznaczny, że ani prasa, ani też radio nie są w stanie zmienić głęboko zakorzenionych nawyków, wierzeń oraz postaw, z których bardzo wiele nie tylko nie działa w kierunku usilnie forsowanych zmian, ale wręcz je hamuje lub uniemożliwia. Zmiany te zresztą bardzo często są niewygodne warstwom feudalnym i postfeudalnym właścicielom ziemskim, kacykom, a nawet części aparatu biurokratycznego.

Wszystkie państwa gospodarczo nierozwinięte znajdują się permanentnie w trudnej sytuacji finansowej, cierpią na chroniczny brak kapitałów rodzimych. Pomoc i napływ kapitałów inwestycyjnych z zagranicy są niewystarczające, a w wielu wypadkach fundusze te lokowane są nie w tych gałęziach produkcji lub nie w tych dziedzinach życia, które mają po-

trzeby największe i zgodne z dążeniami rozwojowymi kraju. Wiele ekip rządzących i klas posiadających wykorzystuje te i tak niewielkie budżety, którymi państwa ich dysponują, w sposób nieracjonalny z punktu widzenia długofalowych interesów narodu. Często też — zwłaszcza w Afryce i Azji — klimat stosunków między sąsiednimi krajami, wąskie interesy klasowe lub grupowe (klik wojskowych, aparatu administracyjno-policyjnego) powodują, że nieproporcjonalnie wielkie sumy obraca się na zbrojenia i utrzymywanie służb chroniących te klasy i klikki przed ruchami antyreżimowymi. Przy wysokim przyroście naturalnym, notowanym niemal we wszystkich krajach Azji, Afryki i Ameryki Łacińskiej, nie mniej niż 20—25% dochodu narodowego musi być inwestowane w przemysł i rolnictwo tylko w celu utrzymania dotychczasowego poziomu spożycia. Aby zaś zapewnić jego powolny wzrost, inwestycje muszą sięgać co najmniej 30%. Jest to wysiłek ogromny, porównywalny z tym, którego dokonały socjalistyczne kraje Europy czy Japonia w latach pięćdziesiątych — tyle że w przeważającej liczbie przypadków pozwala on osiągnąć zaledwie ten sam poziom, na którym owe kraje znajdowały się w momencie startu do przyspieszonej industrializacji. Ale też poziom „wyjściowy” niektórych państw Trzeciego Świata był nieprawdopodobnie niski: w 1960 r. np., gdy powstało niepodległe państwo Malawi, niespełna 800 jego czarnoskórych obywateli miało ukończone szkoły średnie, a wśród nich było zaledwie sześciu lekarzy, jeden prawnik i jeden inżynier (Malawi liczyło wówczas około 3,5 miliona mieszkańców). Są natomiast i takie kraje — do nich należą Egipt i Indie — które mają odmienne trudności: liczba studentów uniwersytetów jest tam znacznie większa od požądanej normy (w Egipcie proporcjonalnie

większa nawet niż w Wielkiej Brytanii), toteż nie mogą oni znaleźć zatrudnienia na stanowiskach odpowiadających ich wykształceniu, brakuje zaś techników i wykwalifikowanych robotników, a przeciętny poziom oświaty jest niezmiernie niski.

Jeśli odbiegniemy tak daleko od spraw prasy i radia, to po to tylko, aby wskazać niektóre przeszkody stojące na drodze ich rozwoju i na drodze do właściwego spożytkowania tych możliwości, które one dają. Pisaliśmy już w pierwszym rozdziale tej części o innego rodzaju hamulcach, mających bezpośredni wpływ na funkcjonowanie środków przekazu: analfabetyzmie, słabej infrastrukturze komunikacyjnej, niskim poziomie dochodów ludności, braku środków na inwestycje. Świadomość ich istnienia umacnia przekonanie, że wzajemny związek między „informacją” a „rozwojem” nie jest i nie może być związkiem dwóch czynników równorzędnych, że pierwszy z nich podporządkowany jest drugiemu. Faktem jest jednak równocześnie, że bez informacji docierającej do szerokich warstw społeczeństwa rozwój może być wolniejszy. Wzajemne powiązanie między oboma tymi czynnikami jest niezmiernie głębokie i występuje — choć w różnych formach — z niezmienną regularnością, o której mówiliśmy także w pierwszej części książki, poświęconej historii prasy.

Badania podjęte przez ośrodki naukowe interesujące się krajami słabo rozwiniętymi przemysłowo — a w latach sześćdziesiątych badań tych przeprowadzono setki — wskazują zgodnie na konieczność harmonijnego i konsekwentnego inwestowania w rozwój oświaty i rozwój środków przekazu.

Nauka czytania i pisanie, jeżeli nie zostanie przedłużona o możliwość korzystania z prasy, książki, uczęszczania do kina czy choćby tylko

słuchania programów radiowych, pozostaje wysiłkiem straconym. I odwrotnie: łożenie środków na rozwój poligrafii czy budowę stacji nadawczych, jeżeli nie jest poparte szerokim programem podnoszenia przeciętnego poziomu oświaty, sprzyja wprawdzie wzrostowi czytelnictwa w wąskich kręgach społecznych, nie jest jednak w stanie wpłynąć na upowszechnienie nowoczesnych form cywilizacyjnych wśród szerokich rzesz ludności. Eksperci z różnych środowisk zgodni są także i w tym, że ogromne przedsięwzięcie upowszechnienia oświaty powinno być podjęte w oparciu o zasadę planowania na szczeblu ogólnopaństwowym — a nawet pewne elementy planowania powinny mieć charakter ogólnooświatowy — gdyż na rozwój żywiłowy żaden z tych krajów nie ma dostatecznej ilości środków. Zwraca się przy tym uwagę, że mimo pewnych generalnych założeń, które mogą być jednakowe dla wszystkich państw, jest sprawą niezmiernie istotną dostosowywanie konkretnych rozwiązań do specyficznej sytuacji nie tylko krajowej, ale także i regionalnej oraz respektowanie zakorzenionych nawyków, powolna ich modyfikacja, a jeśli to możliwe — wykorzystywanie ich do planowanych zmian.

Coraz częściej — dzięki rozwojowi badań etnograficznych — zdajemy sobie też sprawę, że bardzo wiele instytucji, urządzeń oraz nawyków na pozór wyglądających „barbarzyńsko” wywodzi się z konieczności dostosowania do realnej sytuacji społecznej, a także biologicznej, i gwałtowne ich likwidowanie powoduje różnorakie negatywne zjawiska. Ważnym zabiegiem może być na przykład wykorzystywanie silnych więzów grupowych — rodzinnych, lokalnych czy kultowych — dla organizowania wspólnego słuchania programu radiowego lub zbiorowej lektury gazet, mimo że jednym z re-

zultatów rozszerzania w ten sposób wiedzy o świecie oraz rodzenia się więzów ponadgrupowych jest osłabienie samej grupy.

Dotychczasowe tempo rozwoju poszczególnych środków masowego przekazu w krajach, o których mówimy, wskazuje, że największe możliwości przenikania i upowszechniania się posiada radiofonia, szczególnie zaś od momentu, w którym na szeroką skalę zaczęto produkować zminiaturyzowane odbiorniki bateryjne. W 1968 r. już w kilkunastu krajach słabo rozwiniętych gospodarczo stopień nasycenia odbiornikami przekroczył „minimum informacyjne” ustalone przez UNESCO (5 odbiorników na 100 mieszkańców), podczas gdy zaledwie kilka spośród nich osiągnęło minimum nasycenia prasą codzienną (10 egzemplarzy na 100 mieszkańców), a żaden — telewizją. Ekspertsi tejże instytucji wskazują jednak równocześnie, że rzeczywiste upowszechnienie radiofonii możliwe będzie dopiero wtedy, gdy cena odbiornika nie będzie wyższa niż 5 dolarów. Kulturotwórcza rola radia może być w pełni realizowana tylko pod warunkiem, że powstanie odpowiednio rozbudowana sieć nadajników lokalnych, emitujących programy dla konkretnych rejonów, dotyczące spraw aktywności gospodarczej oraz życia publicznego bezpośrednio interesującego ich ludność. Postulat ten jest tym ważniejszy, im większy jest dany kraj lub bardziej zróżnicowana jego ludność i jej potrzeby. Podobny będzie prawdopodobnie także program działań, jeśli idzie o rozwój i upowszechnienie prasy.

Charakterystyczne — i naturalne — jest, że nieomal zawsze, gdy mówi się i pisze o środkach masowego przekazu w krajach rozwiniętych, na plan pierwszy wysuwa się problemy polityczne lub do politycznych się sprowadzające: zagrożenie ograniczenia swobody wypo-

wiedzi czy to przez istniejące instytucje, czy w wyniku działania ekonomicznych prawidłowości, koncentracji dyspozycji w rękach wąskich grup i ich manipulatorskich zabiegów etc. Mówiąc zaś i pisząc o tychże środkach przekazu w krajach słabo rozwiniętych, na plan pierwszy wysuwa się ich zadania kulturotwórcze, sprawy ich współuczestnictwa w dążeniach do przełamania barier zacofania, ich rolę w wielkich kampaniach zmierzających do modernizacji życia gospodarczego i społecznego. W istocie wszakże w obu tych grupach państw środki masowego przekazu spełniają podobne funkcje i w obu dziedzinach: swoboda wymiany myśli i formułowania poglądów oraz prawo do obiektywnej informacji są dla wszystkich jednakowo ważne i zgodne z powszechnie uznawanym — co nie znaczy, że równie powszechnie realizowanym — prawem wolności indywidualnej. Jednocześnie stanowią one ważny czynnik rozwoju całego społeczeństwa. Jest to dla krajów słabo rozwiniętych tym istotniejsze, że nie we wszystkich — a raczej w bardzo niewielu — silna władza, krępująca swobodę wypowiedzi, wykorzystuje swoją przewagę dla realizowania programu mającego na celu dobro wszystkich mieszkańców. W jej rękach środki przekazu, zamiast być jednocześnie informatorem i nauczycielem czy wychowawcą, stają się przede wszystkim instrumentem propagandowym, mającym służyć umocnieniu się reżimu.

Gdyby chcieć zrekapitulować rozważania dotyczące tendencji istniejących w dziedzinie środków masowego przekazu tych państw, można by — jak sądzę — wskazać następujące sprawy:

1. Przy ogólnie bardzo niskim stopniu nasylenia większość krajów wciąż znajduje się poniżej tego progu oświatowego, który pozwala na szybkie upowszechnianie środków masowego

przekazu i rodzinno-indywidualne lub tylko indywidualne z nich korzystanie. Stanu tego nie mogą zmienić najbardziej nawet spektakularne gesty ze strony państw bogatych czy finansowanych przez nie organizacje międzynarodowych: konieczna jest zmiana całej struktury społeczno-gospodarczej tych krajów i głębokie przemiany w mentalności społecznej. Daleko w niektórych państwach posunięte koncentracja i centralizacja władzy umożliwiają wprawdzie bardziej racjonalne wykorzystanie istniejących możliwości finansowych i technicznych, są jednak równocześnie hamulcem w powstawaniu i rozwoju prasy czy rozgłośni regionalnych lub lokalnych, które powinny stać się podstawowym sprawcą w procesie przekazywania wiedzy fachowej i podnoszenia oświaty.

2. Wobec ogromnych trudności, jakie napotyka rozwój prasy i telewizji, radio pozostaje do tej pory środkiem przekazu, który wykazuje największą dynamikę rozwoju i największą skuteczność oddziaływania. Stopień nasycenia rynku poszczególnymi środkami przekazu — bezwzględnie niski — jest wyraźnie nierównomierny, a dystans między nimi wciąż jeszcze powiększa się (gdy w innych krajach następuje stopniowe wyrównywanie nasycenia).

3. Innowacje techniczne — mogące stanowić ogromną pomoc w rozwoju środków przekazu w wielu krajach — docierają z dużym opóźnieniem i tylko częściowo mogą być wykorzystywane, ponieważ wymagają wielkich jednorazowych nakładów inwestycyjnych. Wprowadzenie ich potęguje — tak jak wszędzie — tendencje do koncentracji i centralizacji. Sprzyjają one też w aktualnej sytuacji pogłębianiu się rozpiętości w korzystaniu z funkcjonujących już środków przekazu wewnątrz poszczególnych państw,

tak drastycznej, jeżeli porównamy miasto ze wsią.

4. W ogromnej większości państw słabo rozwiniętych gospodarczo prawne, a częściej jeszcze faktyczne formy struktury politycznej całkowicie pozbawiają szerokie rzesze ludności nie tylko możliwości dysponowania środkami przekazu, ale także kontroli nad nimi. Napięcia — zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne — którym te państwa są poddane, nie pozwalają sądzić, ażeby w bliskiej przyszłości mogły w tym względzie nastąpić jakieś poważniejsze zmiany.

ZAKOŃCZENIE

Przyjrzelśmy się — w ogólnym zarysie historycznym części pierwszej i w pobieżnym opisanu stanu aktualnego w części drugiej — trwającemu cztery wieki procesowi kształtowania się sposobów i form rozpowszechniania wiadomości: od „awizów” i „relacyj” do gazety elektronicznej i satelitów telekomunikacyjnych. Nakreślony przez nas obraz odtwarza tylko część tej złożonej rzeczywistości, tak jak i same środki masowego przekazu są tylko częścią niezwykle skomplikowanego procesu — procesu wymiany informacji, jednego z tych, które w najtrwalszy i najgłębszy sposób kształtują świat człowieka. Nie było naszym celem drażnienie pokładów świadomości jednostek, grup czy społeczeństw, które znajdują się pod bezpośrednim wpływem informacji napływających do nich z zewnątrz i wiadomości przekazywanych wewnątrz danej zbiorowości. Przedstawiliśmy czterysta lat historii, w ciągu których narodziły się i utrwaliły w swych funkcjach społecznych prasa, radio i telewizja jako zasadnicze środki informacji. Wydaje się nie ulegać wątpliwości, że w ciągu tego czasu mamy do czynienia z procesem ciągłym, choć trudno mówić o trwałej i jednostajnej ewolucji. Przemiany najczęściej kumulowały się w stosunkowo krótkim czasie i wtedy następowało widoczne i jasno zaryso-

wane przekształcenie — tak było w początkach prasy, gdy w ciągu kilkunastu lat od założenia pierwszego regularnie ukazującego się tygodnika pojawiła się ich cała fala od Londynu po Gdańsk; tak też było w latach 1860—80, gdy narodziły się dzienniki Drugiej Generacji, nie inaczej podczas telewizyjnej eksplozji sprzed 20 lat. A jednak bez trudu da się wskazać podobieństwa między XVII-wiecznym „Fuggerzeitung” i współczesną „Asahi Shimbun” z jej 9-milionowym nakładem; znajdują się one tylko w różnych miejscach, ale na tej samej linii.

Nie analizowaliśmy tu pojedynczych sytuacji ani jednostkowych warunków, wskazując przede wszystkim na te zjawiska, których znaczenie ma charakter ogólniejszy, ponadlokalny. Wskazywaliśmy jednak także na zjawiska posiadające własną specyfikę. Bo proste i banalne powiedzenie: „to samo nie znaczy tak samo”, wraz ze swym negatywowym odbiciem: „tak samo nie znaczy to samo”, sprawdzają się ze szczególną wyrazistością w przedmiocie, który nas interesował. Warszawskie „Ekspress Wieczorny” i „Trybuna Ludu”, londyńskie „Times” i „Daily Mirror” piszą w gruncie rzeczy o tym samym, ale jakże inaczej. Między moskiewską „Prawdą”, praskim „Rudym Pravem”, paryską „L’Humanite” i rzymską „L’Unita” nie ma zasadniczych różnic politycznych — różnią się one jednak tym „jak” piszą. Mieszkaniec Sydney, Budapesztu, New Delhi, Sztokholmu czy Kairu włącza wieczorem taki sam telewizor — widzi w nim jednak zupełnie inne obrazy, nie tylko dlatego, że prezenterzy i aktorzy mają odmienne fizjonomie, ale przede wszystkim dlatego, że autorzy programów i dysponenci nadajników inaczej pojmują swoje zadania i z inną publicznością mają do czynienia.

Dyferencjacje te i odmienności, bez których historia pozbawiona byłaby swej uchwytnej,

zrozumiałej konkretności, są rezultatem odmiennych układów gospodarczych, społecznych i kulturowych. Choć różne mogą być formy własności środków przekazu, normy prawne, którym one podlegają, systemy sprawowania nad nimi kontroli czy wywierania na nie nacisku, różne objętości dzienników i niejednakowe proporcje w układzie programu radiowego czy telewizyjnego, o zasięgu i sile społecznego oddziaływania decydują inne czynniki, elementy „podglebia” politycznej rzeczywistości. Widzimy to także wówczas, gdy analizujemy zadania narzucane środkom przekazu wbrew nim samym, gdyż są one wypełniane tylko w przekonaniu grup posługujących się metodami przymusu. Prawdziwy rezonans odbiorców bywa w istocie zupełnie odmienny od owych zamierzeń.

Jednym ze zjawisk mających wpływ na współczesny kształt środków przekazu jest ich stopniowe upowszechnianie się. Odbywa się ono na dwóch, zależnych od siebie i wzajem na siebie oddziałujących, płaszczyznach. Coraz większa — nie tylko bezwzględnie, ale i relatywnie — liczba ludzi „dorasta” do tego, by móc posługiwać się nowoczesnymi środkami informacji, pokonuje próg analfabetyzmu oddzielający ich dotąd od możliwości świadomego uczestnictwa w nowoczesnej cywilizacji. Innowacje techniczne w dziedzinie komunikacji oraz metod powielania i przekazywania na odległość wiadomości wychodzą naprzeciw temu zwiększonemu zapotrzebowaniu, stwarzając możliwości wydrukowania i rozkolportowania szybciej i dalej coraz większej liczby egzemplarzy gazet (zawierających więcej i bardziej różnorodnych wiadomości), przełamania bariery odległości i czasu (radio) oraz wytworzenia u odbiorców poczucia współuczestnictwa w szerszej wspólnotcie (telewizja). Upowszechnianie się środków informacji przez umożliwianie korzystania z nich coraz to

nowym grupom i klasom społecznym modyfikuje same te środki, a one z kolei — przeobrażając się, dostosowując do ujawnionych zapotrzebowań społecznych, wyprzedzając je — stają się towarem coraz bardziej atrakcyjnym, zachęcającym do kupna i odpowiadającym potrzebom i życzeniom klienta-odbiorcy (słuchacza, widza, czytelnika). Nazbyt może słabo uwypuklony został w obu częściach książki fakt, że omawiane przez nas nowoczesne środki informacji nie posiadają monopolu na przekazywanie wiadomości i opinii. Zanim jednak pojawiły się one, utrwaliły i rozpoczęły swoją drogę rozwoju, komunikacja i wymiana odbywała się przy pomocy innych środków, metod i instytucji, a cechą ich zasadniczą, decydującą o zasięgu oraz zakresie wiedzy przekazywanej, było słowo i tradycja ustna. Wędrowny handlarz czy kupiec, przemierzający różne strony trubadur, wojownik lub żołnierz, posłaniec lub herold panującego władcy — przynosili wieści z zewnątrz. Głowa rodziny (rodu), starszyzna wioskowa lub plemienna, wódz, kierownik obrzędów inicjacyjnych, czarownik — przekazywali tradycję własną, rodzimą. Zmiany, które doprowadziły do powstania nowoczesnych środków przekazywania informacji i opinii, ograniczyły rolę i znaczenie środków tradycyjnych. Nie był to jednorazowy zabieg, lecz proces długi, złożony i odbywający się w nierównym tempie. Wciąż jeszcze na znacznych połaciach świata jedynymi dostępnymi środkami przekazywania informacji są właśnie te tradycyjne — jedyne, które łączą ze światem i przeszłością. Żłudne jest jednak mniemanie, że w krajach gdzie każdy dom wyposażony jest w odbiornik radiowy i telewizyjny, gdzie do każdej skrzynki na listy dzień w dzień wkładany jest egzemplarz gazety lub gdzie na każdym rogu stoi kiosk z prasą, przepływ informacyjnej rzeki regulują wyłącznie nowoczesne

środki masowego przekazu. Także i tam, gdzie wszystko już wydaje się być rezultatem maszynowej, wielkoseryjnej produkcji, znaczne obszary wiedzy i świadomości społecznej, postaw i poglądów politycznych kształtowane są nie przez środki masowego przekazu i nie przez instytucje przeznaczone do szerzenia wiedzy czy politycznego indoktrynowania. W kręgu rodzinnym, koleżeńskim, w grupie zabawowej, w środowisku zawodowym, w grupie kultowej — wszędzie tam istnieje nie tylko wymiana poglądów i ocen, ale równie żywa wymiana informacji oraz ich uzupełnianie i kompletowanie. Plotka, „poczta pantoflowa”, „pewna pani pewnej pani” — to także przejawy żywotności tej formy obiegu wiadomości. Przywiązanie do tych właśnie „archaicznych” metod przekazu rodzi opór wobec poglądów narzucanych przez nowoczesne środki i niewiarę w wiele faktów przez nie podawanych, ograniczając w ten sposób ich instrumentalny charakter i pomniejszając wpływ na kształtowanie opinii publicznej. Nowoczesne środki przekazu wyparły wiele dawnych, równie często jednak są one tylko uzupełnieniem tych, które przetrwały.

Mimo formułowanych zastrzeżeń co do skuteczności oddziaływania środków masowego przekazu, coraz częściej podkreślamy dziś ich znaczenie dla rozwoju społecznego, a nawet gospodarczego. Toteż konieczność znalezienia przez niektóre kraje odpowiednich akceleratorów postępu gospodarczego powoduje, że nasza uwaga przestaje się już skupiać wyłącznie na doraźno-informacyjnych funkcjach prasy czy radia. „U podstaw gazety znajduje się ciekawość terażniejszości, terażniejszości natychmiastowej. Ciekawość interesowna, praktyczna: wiedzieć co się dzieje, aby wykorzystać sprzyjające okoliczności. Ciekawość estetyczna, w szerokim tego słowa znaczeniu, ciekawość gry: poznać wszyst-

ko to, co jest nowe, nieoczekiwane, wyjątkowe, nadzwyczajne..."¹ To efektowne stwierdzenie słynnego historyka francuskiego Henri Berra wielu dysponentów środków przekazu chce uzupełnić, wskazując inne jeszcze motywy: poszerzanie i utrwalanie wiedzy wyniesionej ze szkół, kursów i uczelni, wiedzy ogólnej — o otaczającym świecie — i wiadomości fachowych, pozwalających robić indywidualne kariery, a dzięki nim pomnażać dobra narodu czy kraju. Gdy przewartościowaniu uległ mit „szczęśliwego dzikusa”, gdy coraz trudniej wierzymy w to, że był „wiek złoty”, ideałem staje się człowiek światły, świadomy swego miejsca w świecie, znający i rozumiejący ten świat. Pragniemy, aby prasa, radio czy telewizja służyły człowiekowi, jego doskonaleniu, pomagały mu. To humanistyczne założenie bliskie jest wielu politykom, działaczom, naukowcom, dysponentom środków przekazu, samym wreszcie dziennikarzom. Wciąż jednak rzadko udaje się je zrealizować.

W teorii informacji zmiana kierunku przekazywania zawiera w sobie możliwość zmiany ról nadawcy i odbiorcy i wyposażenia obu tych biegunów w jednakowe możliwości wysyłania i przyjmowania. W społecznej naturze środków masowego przekazu leży jednokierunkowość przepływu informacji i opinii. I nie jest to wcale rezultat niebywałego rozrostu populacji czy skomplikowania się międzyludzkich więzów. Owszem, nakładają one nowe ograniczenia, ale i bez nich hamulce istnieją. Czyż młodzieniec wysłuchujący słów przewodnika obrzędu inicjującego lub mężczyzna, któremu wódz plemienia wydawał polecenia, mieli społeczną (nie fizyczną) możliwość zaprotestowania przeciw otrzymanywanym przekazom, wysunięcia własnych racji? Przyglądając się funkcjonowaniu nowoczesnych środków przekazu, od „La Gazette” Renaudota po „Le Monde” Beuve-Mery, bez

trudu odnajdziemy podobną sytuację. Miast z wymianą informacji i opinii mamy tu do czytania z ich przekazywaniem w jednym tylko kierunku. Nasza wiedza o świecie, ilość posiadanych o nim informacji jest dziś nieporównywalnie większa niż ta, którą dysponowali mieszkańcy dorzecza Wisły pięć czy dziesięć wieków temu. Ale tak jak wiadomości, które docierały do naszych przodków, były wybierane przez ich dostarczycieli, tak i dziś dociera do nas tylko ich znikoma część. Współcześni „dostawcy” także filtrują i selekcionują za nas: potężna Associated Press otrzymuje od swych korespondentów i od stowarzyszonych agencji nie mniej niż 120—130 tys. słów informacji dziennie, jej redaktorzy wybierają z tego nie więcej niż 60 tys. i przekazują w biuletynach wewnętrznych, stanowiąca filia AP wybiera dalej z tego zasobu około 13 tys. słów, dorzuca 6 tys. słów informacji lokalnego pochodzenia i przekazuje redakcjom, które z jej usług korzystają. Normalny, „statystyczny” czytelnik czyta zaś nie więcej niż 1/5 do 1/4 informacji, które przynosi mu jego dziennik.

„Wolność informacji — stwierdza deklaracja Organizacji Narodów Zjednoczonych z 1948 r. — jest jedną z wolności fundamentalnych, a informacja wolna i wystarczająca jest kamieniem węgielnym wszystkich swobód, których bronią Narody Zjednoczone”. W książce niniejszej obserwowaliśmy drogi prowadzące do tej wolności, notowaliśmy jej ograniczenia różnego rodzaju — wiemy, że na wielu jeszcze obszarach jest ona pustym tylko pojęciem, że w społecznej rzeczywistości posunęliśmy się tu naprzód bardzo niewiele. Wiemy już jednak też — a przynajmniej sądzimy, że wiemy — jak postępować, by wkroczyć na tę drogę: ku społeczeństwu bez wyzysku, bez ucisku człowieka przez człowieka i klasy przez klasę, ku tej formie samorządności, w któ-

rej każdy ma nie tylko prawo otrzymać „wolną i wystarczającą” informację, ale także ma prawo sam ją przekazać. Dopiero taka przemienność ról może konstytuować ludzkość prawdziwie wolną w swych myślach i prawdziwie rewolucyjną w swych czynach.

PRZYPISY

CZWARTA WŁADZA

- ¹ André Billy, Jean Piot, *Le monde des journaux*, Paris 1924, s. 230.
- ² Lester F. Ward, *Pure Sociology*, New York 1903, s. 487.
- ³ Georges Weill, *Le journal. Origines, évolution et rôle de la presse periodique*, Paris 1934, s. 5.

PRASA DAWNIEJ

Rozdział 1

- ¹ Alina i Zygmunt Słomkowski, *Krótki zarys historii prasy brytyjskiej*, Warszawa 1967, s. 11.

Rozdział 2

- ¹ A. i Z. Słomkowski, op. cit., s. 19.
- ² G. Weill, op. cit., s. 66.
- ³ Tamże, s. 67.
- ⁴ Słowa te napisał jeden z prekursorów poezji romantycznej — George Crabbe, cyt. wg G. Weill, op. cit., s. 72.
- ⁵ Jacques Bourdais, *La presse moderne et publicité*, Paris 1939, s. 16.
- ⁶ G. Weill, op. cit., s. 87.
- ⁷ Madeleine Varin d'Ainvelle, *La presse en France. Genèse et évolution de ses fonctions psycho-sociales*, Paris 1965, s. 71.
- ⁸ Charles A. i Mary R. Beard, *Rozwój cywilizacji amerykańskiej*, Warszawa 1961, t. I, s. 172.
- ⁹ Cyt. wg J. Bourdais, op. cit.
- ¹⁰ Otto Groth, *Die Zeitung*, Mannheim 1928, s. 378.

Rozdział 3

- ¹ Ch.A. i M.R. Beard, op. cit., t. I, s. 665.
- ² Henryk Kurta i Alina Słomkowska, *Zarys historii prasy francuskiej*, Warszawa 1966, s. 67.
- ³ Georges O. Junosza-Zdrojowski, *La crime et la presse*, Paris 1943.
- ⁴ Alexis de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*, Paris 1966, t. II, § 3.
- ⁵ Willard G. Bleyer, *Main Courrents in the History of American Journalism*, Cambridge 1927, rozdz. X.
- ⁶ Ch.A. i M.R. Beard, op. cit., t. II, s. 361.
- ⁷ Tamże, s. 362.
- ⁸ Tamże, s. 365.

Rozdział 4

- ¹ Ch.A. i M.R. Beard, op. cit., t. II, s. 382.
- ² Wg Wickham Steed, *The Press*, London 1938, s. 251.
- ³ G.O. Junosza-Zdrojowski, op. cit., s. 19.
- ⁴ Jacques Kayser, *Mort d'une liberté*, Paris 1935, s. 84.
- ⁵ Cyt. wg Ludwig Bernhard, *Der Hugenberg-Konzern*, Berlin 1928.
- ⁶ James Bryce, *The American Commonwealth*, New York 1941, t. II, s. 576.
- ⁷ Ch.A. i M.R. Beard, op. cit., t. II, s. 638.
- ⁸ Tamże.
- ⁹ Max Lerner, *America as Civilization*, New York 1957, s. 347.
- ¹⁰ *Opinion Publique*, Paris 1957, s. 235.
- ¹¹ Michailo Stankovitch, *Les services de presse des gouvernements et de la SDN*, Paris 1939.
- ¹² Oba cytaty wg André Guêze, *Le regime de la presse en Italie Fasciste*, Paris 1938.
- ¹³ Ta i następne tabele wg danych statystycznych publikowanych przez UNESCO.

PRASA DZIŚ

- ¹ Edgar Morin, *Duch czasu*, Kraków 1965, s. 9.

Rozdział 2

- ¹ Pierre Albert, *La presse*, Paris 1968, s. 23.
- ² Wg W. Schutz, „Publizistik” nr 3, 1966.

Rodział 3

- ¹ Michał Szulczewki, *Prasa i społeczeństwo*, Warszawa 1964, s. 11.
- ² Tadeusz Kotarbiński, *Ludzie słowa*, w: „Przegląd Kulturalny” nr 18, 1963.
- ³ Karol Marks, Fryderyk Engels, *Dzieła*, Warszawa 1960, t. I, s. 87.
- ⁴ Tamże, s. 186.

ZAKOŃCZENIE

- ¹ Cyt. wg René Pucheu, *Autour du kiosque*, w: „Esprit” nr 2, 1971.



SPIS TREŚCI

Czwarta władza	5
--------------------------	---

PRASA DAWNIEJ

1. Początki	15
Relacje i awiza	17
Pierwsze druki periodyczne	21
Kontrola nad prasą	24
Zasięg i charakter prasy	30
2. Wiek XVIII: z salonu na mównicę	33
Ewolucja i nowe formy: prasa angielska	35
Od filozofii do polityki: prasa francuska	40
Amerykańska specyfika	48
W okowach cenzury: prasa niemiecka	53
Prasa na świecie u progu XIX wieku	56
3. Wiek XIX: z mównicy na ulicę	62
Wynalazki i udoskonalenia	67
Francja: od Girardina do Millauda	71
USA: od Daya do Pulitzerza	76
Anglia: od „Timesa” do „Daily Mail”	83
Prasa na świecie	88
Nowe formuły	92
Prasa robotnicza	97
Agencje prasowe	100
4. Wiek XX: <i>Silence au pauvre!</i>	106
Hearst <i>contra</i> Pulitzer	107
Prawo maksymalnego zysku	109
Prawo koncentracji	113
„Pigułki”	122
Wielkie magazyny	125

<i>Big business</i>	128
W państwach totalitarnych	130
Radiofonia	136
Prasa w ZSRR	141

PRASA DZIS

1. Nowy wiek: przewrót technologiczny i jego zasięg społeczny	153
Telewizja	156
Radio	167
Poligrafia	170
Prasa	173
Prasa — radio — TV: „układ sił”	179
2. Przemysłowe kraje kapitalistyczne	184
Koncentracja i wielki kapitał	185
Oddziaływanie i uniformizacja	191
Radio i TV	196
Kryzys dzienników	199
3. Kraje socjalistyczne	209
Dysproporcje	210
Formy własności i struktura	213
Funkcje i ich ochrona	224
4. Kraje gospodarczo nierozwinięte	231
Zakończenie	243
Przypisy	251

