

Historia polityczna i ekonomiczna mediów we Francji.

Wczesne kształtowanie się mediów 1631-1870

ANETA KRZYWORZEKA-JELINOWSKA

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie

Artykuł jest poświęcony zarazem przybliżeniu historii politycznej i ekonomicznej mediów we Francji, ale także nowej optyce analizy tego zagadnienia, która została zaprezentowana we francuskojęzycznej edycji publikacji „Histoire politiques et économique des médias en France”, autorstwa Ivana Chupina, Nicolas Hubé i Nicolas Kaciaf. Poprzez analizę uwarunkowań politycznych i ekonomicznych, stosunków społecznych i relacji władzy, badacze wskazują na momenty konstytutywne dla rozwoju mediów we Francji. Celem autorki artykułu jest przedstawienie wydarzeń przełomowych i zwrotnych w obrębie wyżej wymienionej tematyki w początkowej fazie kształtowania się rynku medialnego na terenie Francji (1631-1870).

Słowa kluczowe: Francja, media, historia

Abstract

Political and economic history of the media in France. The early formation of the media 1631-1870

The article is devoted not only to the approximation of the political and economic history of the media in France, but also to a new perspective on this kind of analysis of this issue, which was presented in the French-language edition of the publication “Histoire politiques et économique des médias en France”, by Ivan Chupin, Nicolas Hubé and Nicolas Kaciaf. By analyzing, political and economic conditions, social relations and power relations, researchers point to constitutive moments for the development of the media in France. The aim of the author of this article is to present breakthrough and turning events within the previously mentioned subject matter, in the initial phase of the media market in France (1631-1870).

Keywords: France, media, history

1. Wstęp

Francuski system medialny nieczęsto jest przedmiotem badań zagranicznych badaczy, najpewniej z powodu swojej specyfiki uwarunkowanej tamtejszymi wydarzeniami historycznymi. Niemniej jednak, jego wyjątkowość otwiera szerokie możliwości analizy materiału i może być polem wyjścia do rewizji współczesnych wyzwań przed jakimi stoją media na świecie. Celem naukowym artykułu jest zarysowanie wczesnych uwarunkowań, zarówno historycznych, jak i ekonomicznych decydujących o kształtowaniu się mediów we Francji na przestrzeni wieków. Odniesieniem będzie publikacja „*Histoire politiques et économique des médias en France*”¹, autorstwa trzech badaczy: Ivana Chupina, Nicolas Hubé i Nicolas Kaciaf.²

2. Media francuskie w polskiej optyce i nie tylko

Na gruncie polskim, kilkakrotnie podejmowano temat historii mediów we Francji. Między innymi opracowania i analizy Gajlewicz-Korab są podstawowym przekazem ich przeszłego i aktualnego stanu tamtejszego rynku mediów. W jednej ze swoich analiz stwierdziła, iż tamtejszy rynek mediów jest specyficzny na tle rynków medialnych w innych krajach. Zaklasyfikowanie francuskich środków masowego przekazu do jakiegokolwiek typu jest trudne, głównie ze względu na różnorodność czynników je kształtujących. W trzech modelach systemów medialnych zaproponowanych przez D.Hallina i P. Manciniego, Francja stanowi wyraźnie przypadek graniczny³

Przywołana publikacja uważana jest za jedno z fundamentalnych opracowań analizy rynku medialnego, w której autorzy z doskonałą precyzją przedstawiają specyfikę poszczególnych rynków medialnych, biorąc pod uwagę ich historyczne uwarunkowania. Podejście to, nie było nowatorskie i w swoich analizach oni z kolei powoływali się na klasyczną pozycję Siberta, Petersona i Schramma (*Four Theories of the Press*, 1956). Sami również podkreślali, że należy wykazać w jaki sposób poszczególne modele mediów są zakorzenione w różnicach pomiędzy szerszymi strukturami politycznymi i ekonomicznymi. (...) że wiedza na temat natury państwa, systemu partii politycznych, modelu relacji pomiędzy interesami gospodarczymi i politycznymi, rozwoju społeczeństwa obywatelskiego

¹Chupin I., Hubé N., Kaciaf N., *Histoire politique et économique des médias en France*. La Découverte, Paris, 2012.

²Ivan Chupin (doktor nauk politycznych i socjologii Uniwersytet UVSQ), Nicolas Hubé (doktor nauk politycznych Uniwersytet Paris - I-Panthéon-Sorbonne, Nicolas Kaciaf (doktor Sciences Po Lille).

³Gajlewicz – Korab K, *Funkcjonowanie francuskich środków masowego przekazu w czasie prezydentury Nicolasa Sarkozy'ego*, Rocznik Bibliograficzno - Prasoznawczy, tom 5/16, Kielce 2013. s. 64.

oraz innych elementów struktury społecznej jest niezbędnym warunkiem zrozumienia charakteru mediów informacyjnych.⁴

Według autorów, media we Francji znajdują się pomiędzy modelem spolaryzowanego pluralizmu (okres IV Republiki) a modelem demokratycznego korporacjonizmu. Zaś, spolaryzowany pluralizm (...) rozwinął się w tych krajach, w których istniała silna konserwatywna opozycja wobec liberalizmu, a przejście na liberalizm było procesem długotrwałym i burzliwym. Charakterystyczny dla tego systemu był także fakt dominacji sfery politycznej nad mediami oraz bezpośredniej zależności historycznej między Francją a pozostałymi krajami południa Europy.⁵

Wielokrotnie podkreślana odmienność wpływa niewątpliwie na sposób pochodzenia do współczesnych wyzwań, przed jakimi stoją media we Francji. Kryzys prasy drukowanej związany z pojawieniem się nowych technologii wymusił zmiany dotychczasowego funkcjonowania tych mediów, a media francuskie sięgnęły po metodę dwuznaczną i jak mówi Gajlewicz-Korab aby przetrwać okres transformacji francuscy wydawcy coraz chętniej sięgają po subwencje państwowe, czyniąc francuski system medialny bardzo zależnym od polityków [...] Wydaje się, że to właśnie decydenci polityczni będą przesądzać o kierunkach przemian w nowym systemie.⁶

Specyfika Francji, to też nadrzędne wartości republikańskie, czyli *Wolność-Równość-Braterstwo*, do tej preambuły należy także dołączyć *Laickość*. Wszystkie cztery, są realizowane w przestrzeni społecznej i niezwykle pręźnie chronione w razie zagrożenia ich funkcjonowania. Egzemplifikacją tego, były wydarzenia związane z zamachem na redakcję czasopisma „Charlie Hebdo” (7.01.2015).

Wydarzenie to, nie tylko pokazało siłę francuskich środków przekazu, ale także uzmysłowiło społeczności międzynarodowej, jak wielką wagę przywiązuje się we Francji do wolności słowa i braku cenzury. Po wydarzeniu tysiące paryżan wyszło na ulice i manifestowało w obronie wolności słowa, a symbolem tego wydarzenia stał się ołówek jako wyraz nieskrępowanej ekspresji i poszerzonych granic krytyki w przypadku satyry.⁷

W wydanej w 2008 roku pozycji, Gajlewicz-Korab wskazuje na wyjątkowe uwarunkowanie francuskiego systemu medialnego z podkreśleniem sposobów ich finansowania.

We Francji pod względem gospodarczym dominuje sektor prywatny, którego działalność ingeruje w państwo. Obok niego istnieją także przedsiębiorstwa państwowe, które ulegają

4 Hallini C.D, Mancini P. *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*.

Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2007, s. 9-10.

5 Tamże, s.90.

6 Gajlewicz-Korab, K., *Nowe technologie a zmiany na rynku francuskiej prasy drukowanej*, [w:] *Pluralizm mediów, pluralizm w mediach*, red. Jaskiernia A., Gajlewicz-Korab K., Universitas, Warszawa, 2017, s. 36.

7 Gajlewicz-Korab K., *Francja*, [w:] *Rynki medialne wybranych Państw Europy Zachodniej. Regulacja, struktury, przemiany*, red. K. Konarska, Universitas, Kraków, 2018, s. 71.

powolnej prywatyzacji, chociażby France Télécom. W mediach sytuacja jest podobna. Na rynku działają głównie grupy prywatne, chociaż kapitał państwowy jest także obecny, głównie w mediach audiowizualnych. Obecność państwa w mediach francuskich jest widoczna także na innych polach, na przykład przez system subwencji pośrednich lub bezpośrednich.⁸

Istotnym jest, aby podkreślić miejsce mediów w życiu społecznym Francji, gdzie są one traktowane jak tzw. „czwarta władza”. Szczególnie jest to widoczne i wyostrowane podczas kampanii wyborczych, gdy nietrudno nie dostrzec określonych sympatii wobec poszczególnych kandydatów i partii. Za Gajlewicz-Korab: dla środków przekazu głównym ośrodkiem zainteresowania są partie polityczne zarówno po lewej, jak i po prawej sceny politycznej, a także w centrum. Zapewne wynika to z dużego zaangażowania Francuzów w życie polityczne swojego kraju.

Całościowego przeglądu uwarunkowań tworzenia się francuskiego systemu medialnego dokonał w wydanej 2001 roku książce *System medialny Francji*, B.Golka⁹ gdzie przedstawił szczegółowy rozwój mediów francuskich w kontekście historycznym od 1944 do 2000 roku, ze wstępem zarysującym wcześniejsze wydarzenia społeczno-historyczne. Praca wyjątkowa i unikalna pod każdym względem, gdzie nadrzędną jej wartością jest wprowadzenie nas we francuski świat wartości, wydarzeń historycznych, uwarunkowań ekonomicznych oraz filozofii pojmowania wolności prasy. O których sam autor mówi w ten sposób: podstawę owych związków stanowią zasady liberalne, demokratyczne odnoszące się do mediów, dziennikarstwa, społecznych procesów informacyjnych, kształtowane w historii Francji poczynając od filozofii Oświecenia. W żadnym innym kraju nie toczyły się równie intensywne i ciągłe debaty publiczne na temat wolności druku, prasy, sposobów jej dostosowania do wymogów społecznych z uwzględnieniem interesów zbiorowości i jednostek. Niektóre wyniki tych refleksji utrwalone zostały w historycznych deklaracjach rewolucji 1789 roku lub złożyły się na późniejsze próby kodyfikowania praw i obowiązków dziennikarstwa.¹⁰

Dalej, autor zadaje pytanie o tak wąską znajomość w Polsce tamtejszego rynku. Odpowiedź na to pytanie zawiera dwie wytyczne. Z jednej strony, wyjątkowość tamtejszej kultury, w tym mediów, mogą wydawać się zbyt hermetyczne dla innych. Z drugiej zaś, sam system jest skonstruowany w wysoce odmienny sposób od pozostałych, takich jak w Stanach Zjednoczonych lub krajach Europy Północnej (Wielka Brytania, Skandynawia, Holandia etc.).¹¹

⁸Gajlewicz – Korab K., *System medialny we Francji*, 2008, [w:] *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. J.W. Adamowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2008, s. 131.

⁹Golka. B, *System medialny we Francji*, Warszawa 2001, s. 9.

¹⁰Tamże, s. 9.

¹¹Tamże, s. 7.

Do kanonu wydarzeń, które ukształtowały tamtejszy rynek medialny należą bez wątpienia takie wydarzenia jak: Deklaracja Praw Człowieka i Obywatela (26.08.1789), Konstytucja (3.09.1791), kolejne modyfikacje prawa prasowego (1814, 1819, 1822), powstanie pierwszej w Europie (Paryż) szkoły dziennikarskiej (1899). „Oraz ustawa prawa prasowego (29.06.1881), które najpełniej uwzględniała bogaty dorobek francuskiej myśli prasoznawczej. Prawo to ciągle jeszcze wywiera wpływ na system informacji masowej we Francji, stanowi też przykład artykulacji idei liberalnych. Znosiło ono wszelkie ograniczenia prewencyjne: cenzurę, zezwolenia, znaczek, kaucję etc., z drugiej strony utrzymywało prawo sprostowania, chroniło bezpieczeństwo narodowe, prawa osobiste, przeciwstawiało się reprodukcji obrazów zbrodni, fałszywemu informowaniu, demoralizowaniu młodzieży”.¹²

3. Wyjątkowość i jej specyfika

Zarówno zagraniczni badacze, jak i rodzeni podkreślają pewien rodzaj *la singularité* (wyjątkowości), czyli szczególną drogę kształtowania się mediów we Francji. W tej sytuacji wydana w 2012¹³ roku ponownie pozycja zajmująca się analizą polityczną i ekonomiczną tego zagadnienia będzie punktem wyjścia do spojrzenia na wczesne etapy kształtowania się rynku medialnego we Francji z punktu widzenia socjologii, a przede wszystkim negocjowania kontraktów społecznych i roli mediów w społeczeństwie. Według autorów, właśnie taki powrót do wszystkich podstawowych faktów pozwala spojrzeć na współczesną problematykę z głębszej perspektywy. Ich pozycja zawiera analizę konkretnych okresów czasowych takich jak: okres początkowy 1631-1870, kolejny 1870-1939 i oddzielnie 1939 – 1970 oraz ostatni aż do współczesności. Nadrzędną wartością tej pozycji jest uporządkowanie wydarzeń mających związek z kształtowaniem się mediów we Francji w kontekście przyczynowo skutkowym.

W moim artykule celowo zamierzam odnieść się tylko do pierwszego okresów, czyli 1631 - 1870, ponieważ przegląd literatury tego właśnie okresu, jest w języku polskim uboższy od późniejszych okresów. Można zaryzykować hipotezę, iż te najwcześniejsze wydarzenia historyczno-społeczne unaoczną nam tę wyjątkowość i złożoność tamtejszego systemu.

Aby przejść do analizowania kształtowania się francuskiego rynku mediów, należy przede wszystkim zdefiniować obiekt badań. Według autorów, media nie charakteryzują się tylko homogenicznością oraz dyspozycją władzy. Takie podejście powoduje pomieszanie dwóch znaczeń, gdzie media to jednocześnie instrumenty komunikacji oraz poszczególni aktorzy w świecie społecznym. Idąc dalej, termin ten odwołuje się najpierw do zestawu urządzeń i nośników, za pomocą których aktorzy społeczni są wystawiani na oddziaływanie przekazywanych treści i zobligowani do nawiązywania relacji. Właśnie tę optykę przyjęli autorzy, którzy chcąc przestudiować na nowo pisaną historię Francji powrócili do re-analizy

¹²Tamże, s. 27.

¹³Chupin I., Hubé N., Kaciaf N., *Histoire politique et économique des médias en France*, Paris 2012.

historii: przekształceń materiałów (nośników) i ich wpływów na struktury społeczne, praktyki komunikacyjne, relacje między ludźmi a władzą polityczną.

Wraz ze wzrostem technologicznym, zdolność docierania do poszczególnych grup społecznych wzrastała i to zarówno w społeczeństwach demokratycznych oraz autokratycznych. Rozwój mediów zawsze był uzależniony od rozwoju systemów politycznych, ustawodawstwa, a także układów sił społecznych.¹⁴Po drugie, termin „media” określa także przedsiębiorstwa medialne oraz ogół biorących udział przy produkcji i rozprzestrzenianiu treści medialnych. Tak postrzegając analizowany obiekt, historia mediów będzie badaniem relacji pomiędzy zarządzającym a zarządzanymi; między reklamodawcami i konsumentami; między artystami a publicznością lub między elitami. Należy określić moment w historii, gdzie nastąpiła pierwsza profesjonalizacja, wyspecjalizowana i autonomiczna w stosunku do innych sektorów społecznych. Takie podejście, czyli skoncentrowanie się na aktorach i ich praktykach umożliwia prześledzenie kierunku rozwoju ekonomicznego, który stanowi ramy działalności przedsiębiorstw medialnych i nadaje kształt rynkowi medialnemu.

Publikacja została ułożona chronologicznie, lecz nie jest zbiorem tylko wielkich i wiele znaczących dat, zaś cała analiza akcentuje dwa momenty zwrotne w epoce nowoczesności, jakimi są procesy demokratyczne i ekspansja kapitalizmu. Pod procesami demokratycznymi autorzy rozumieją triadę: ruch zrównywania stosunków społecznych, liberalizację systemu politycznego i wzmocnienie powszechnego uczestnictwa w zdobywaniu i egzekwowaniu władzy. Za procesy kapitalistyczne, uznają zwiększenie liczby produkcji w obrocie wymiany handlowej, gdzie nadrzędną wartością jest zwrot zainwestowanych środków i akumulacja kapitału. Specyfiką francuskiego systemu medialnego jest fakt, iż w większości krajów Europy Zachodniej jest możliwe odtworzenie przenikania się tych procesów podczas gdy we Francji należy wprowadzić dodatkowe wskaźniki strukturalne lub okresowe. Autorzy przedstawiają i zarazem analizują wpływ polityk publicznych oraz instrumentów wykonawczych egzekwowanych podczas kampanii wyborczych, polityki cenzurowania czy wreszcie wykorzystywanie mediów do tworzenia kanałów propagandy. Media we Francji były też używane jako narzędzie do tworzenia samoświadomości klasowej. Jak zostało wcześniej wspomniane artykuł będzie przybliżał i wprowadzał eksplikacje pierwszego etapu wyłaniania się i kształtowania rynku mediów we Francji, nakreślony przez badaczy francuskich. Należy mieć nadzieję, że jego wartość dodana okaże się inspiracją do zapoznania się całą publikacją w środowiskach tym zainteresowanych i nie tylko.

4. Prasa periodyczna i jej początki

Analizując historię przez pryzmat metodologii, którą zaproponowali badacze, widzimy, iż koniec epoki średniowiecza we Francji to rozwój wynalezionej w XV wieku druku, to

14 Tamże, s. 4.

budowa sieci dróg oraz coraz większy dostęp do usług pocztowych w końcowej fazie XVI wieku. Jesteśmy we Francji w zdecydowanej większości rolniczej, ze słabym stopniem alfabetyzacji i wykształconymi elitami po przeciwnej stronie. Ale to również okres wzrostu wymiany handlowej i intelektualnej oraz tworzenie się szlachty dworskiej. Wszystkie te czynniki niewątpliwie złożyły się na wzrost zapotrzebowania i na zwiększoną dostępność do najświeższych wiadomości.

Niemniej jednak, szukając źródła, początku prasy pisanej autorzy określili trzy kryteria, które miały określić pole poszukiwań. Mianowicie, poszukiwano publikacji okresowych, skoncentrowanych na najświeższych wiadomościach, dostępnych nie tylko dla elit. Biorąc pod uwagę te kryteria, uważa się, że początki prasy datują się na początek XVII wieku. Wtedy to zaczęto wydawać pierwsze dzienniki w różnych miastach handlowych Włoch, Niemiec czy terenów dzisiejszej Holandii.¹⁵ Ich francuski odpowiednik (*La Gazette*, założona przez Théophraste Renaudot), zawierający wiadomości pochodzące z głównych miast europejskich, pojawił się dopiero 1631 roku i w pełni znajdował się pod kontrolą monarchii.

Początkowy okres działania założyciela *La Gazette* to czas pluralizmu i konkurencji z innym tygodnikiem założonym przez księgarzy Martin i Vendosme. Okres ten trwał stosunkowo krótko, a Renaudot mimo iż nie był członkiem wspólnoty drukarzy paryskich, otrzymał z rąk rady króla pełny i dożywotni monopol na wiadomości polityczne. Inicjatywa i wpływy króla, za pośrednictwem kardynała Richelieu zainicjowały faktycznie powstaniem *La Gazette*, gdy Francja kształtowała swoją strategię dyplomatyczną podczas wojny trzydziestoletniej. Już wtedy jej rolą miała być legitymizacja polityki króla Ludwika XIII oraz poszerzanie jego wpływów poprzez oddziaływanie na masy społeczne. Więc można uznać, że *La Gazette* wzmacniała absolutyzm państwa i była klasycznym przykładem „dziennikarstwa transmisyjnego”, czyli takiego które przekazuje przede wszystkim wykładnię władz. Założyciel, Théophraste Renaudot, był też zorientowany na sukces komercyjny i już wtedy jego *La Gazette* posiadała dodatek tygodniowy, w którym przedstawiano najbardziej spektakularne i wyjątkowe wydarzenia. Mimo początkowo słabych wyników sprzedaży związanych przede wszystkim ze stanem i strukturą ówczesnego społeczeństwa francuskiego, w kolejnym wieku sprzedaż wolno, ale znacząco wzrosła. Udało się to dzięki zaangażowaniu bibliotek publicznych, wspólnot czytelniczych czy zbiorowym abonamentom. Nie bez znaczenia miał fakt, iż z powodu ceny przekazu pocztowego zależnego od odległości, przekazano prawa możliwości powielania gazet lokalnym drukarzom. W ten sposób od 1670 roku, więcej niż połowa prasy była dystrybuowana poza Paryżem.

15 Tamże, s. 12.

W tamtym okresie, powstały też inne gazety i czasopisma. Co ciekawe, to władze zachęcały do zakładania nowych tytułów. *La Gazette* była dedykowana wiadomościom politycznym, ale już założony 1665 roku, *Journal des savants* poświęcony był tematyce literackiej i naukowej. On też był uprzywilejowany ze strony państwa i mógł liczyć na jego ochronę przed konkurencją. A celem nadrzędnym tej inicjatywy było przedstawienie Francuzom i światu wysmienitej działalności naukowej, tworzonej oczywiście dzięki łasce najlepszego króla. Kolejno powstanie jeszcze *Mercure galant* i wraz z *Journal des savants*, które zainicjują tradycję grubych i luksusowych miesięczników, a których format i sposób dystrybucji został zapożyczony z know-how książek. Powodzenie wśród czytelników tych czasopism zaowocowało sukcesem finansowym, więc aby móc rozwijać ten koncept i mnożyć tego rodzaju tytuły, z powodu narzuconego monopolu, zaczęto drukować te tytuły za granicą. Pod koniec XVII wieku, część czasopism była drukowana poza Francją. W ten sposób można uznać, iż wtedy powstał „podwójny rynek informacji”. Co więcej, konkurencja międzynarodowa spowodowała utworzenie się różnorodnych tytułów poświęconych wiadomościom politycznym, a to z kolei dało możliwość Francuzom poznawania informacji ze źródeł bardziej „niezależnych”. Po raz kolejny państwo francuskie próbowało wpływać na tych wydawców, np. przez oferowane subwencje.¹⁶

W międzyczasie, w kontrze do charakteru wyżej wymienionych pism a jednocześnie dzięki różnorodności nowo powstających czasopism, powstaje rodzaj „sfery publicznej”, której potrzebą jest podejście krytyczne i wymiana opinii. Taka postawa była nadal sprzeczna z podejściem monarchii, więc doprowadziło to do powstania wydawanego nielegalnie przez jansenistów tygodnika *Les Nouvelles ecclésiastiques*. Publikacja była nowatorska jak na tamte czasy z wielu względów, między innymi dlatego iż nawoływała do nieposłuszeństwa wobec króla. Monarchia nie pozostawała obojętna na te wydarzenia i wdrażała swoje programy mające na celu zwiększenie cenzury (na przestrzeni czasu, między 1751 a 1763 rokiem, o trzydziestu dziewięciu cenzorów) oraz ograniczenie co do różnorodności nowych tytułów. W latach 1750 - 1788, doszło do znaczącego obniżenia cen usług pocztowych oraz wzrostu świadomości rynku wydawniczego, głównie księgarskiego, ale też sektora odzieży luksusowej. Według autorów te zmiany, przyczyniły się pojawienia się zapotrzebowania na rynek ogłoszeń i reklam w gazetach i czasopismach. W tamtych czasie powstały także tygodniki analizujące wydarzenia polityczne (le *Journal de Genève* w 1772, le *Journal de Bruxelles* w 1774) założone przez „pierwszego potentata dziennikarskiego”, Joseph'a Panckoucke.

16 Chupin I., Hubé N., Kaciaf N., *Histoire politique et économique des médias en France*, Paris 2012.

Wreszcie, był to czas powstania czasopism wyspecjalizowanych, na przykład w ekonomii, medycynie, pedagogice czy dedykowanych kobietom. Wyjątkowość Francji przedstawia fakt, iż kilka lat przed Rewolucją, we Francji wydawano ponad 80 periodyków.

5. Kontekst porewolucyjny

Od roku 1792, naczelną zasadą wolności wypowiedzi zostaje poniekąd „zakładnikiem” kolejnych rządów. W czasie rządów reżimowych, główny instrument walki wyborczej i ideologicznej podlega usztywnieniu i kontroli. Do roku 1870, prasa jest ściśle powiązana z perturbacjami politycznymi i ewolucją podziałów politycznych na terenie Francji.

Zgromadzenie narodowe uwalnia prawo prasowe 17 czerwca 1789 roku. Od tego momentu, rynek prasy we Francji, staje się rynkiem handlowym, takim jak pozostałe. Z punktu widzenia politycznego, wolność prasy zostaje „wyniesiona” do rangi praw naturalnych w deklaracji Praw Człowieka i Obywatela (26.08.1789). Zawarta w nim wolność wypowiedzi, druku etc. zostanie utrzymana do roku 1792. W tymże roku około 132 gazet informacyjnych zostanie założonych w Paryżu, a na prowincji 26. Przyspieszy także, rytm publikowania i np. w 1791 roku każdego dnia opuści Paryż 100 tysięcy egzemplarzy gazet.

W kontekście niepewności i zawirowań politycznych, tym procesom towarzyszy także wzrost zainteresowania sprawami paryskimi. Rozwój rynku prasy był zarazem rezultatem rozluźnienia regulacji, jak i chęci zainwestowania w sektor, który przynosił wysokie zyski. Wzrost liczby czasopism i ich nakładów, to także ewolucja ich zawartości dzienników, tygodników i periodyków. Okres Rewolucji zapoczątkował publikację gazet codziennych dedykowanych wyłącznie rekonstrukcjom debat, a ich rolą było stworzenie pewnego rodzaju kanału komunikacyjnego między deputowanymi i wyborcami. W konsekwencji, ta tradycja dziennikarska potrwa do lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku. Inne periodyki powstały celowo z myślą, o reprezentowaniu konkretnych frakcji politycznych, a na prowincji stały się stały się instrumentem łączącym lokalnie lub na poziomie regionu, osoby podzielające takie same poglądy.¹⁷

17 Tamże, s. 20-21.

Podsumowując ten okres historyczny, autorzy stawiają tezę, iż tak nagły i szybki wzrost rynku prasowego przyniósł sprzeczne rezultaty. Z jednej strony Rewolucja zapoczątkowała proces profesjonalizacji, jeśli nie samego dziennikarstwa, to przynajmniej warsztatu pisania. Z drugiej zaś, przewaga tematyki wojennej w prasie ograniczyła możliwości jej większego zróżnicowania ze względu na działalność dziennikarską a polityczną.¹⁸

Kolejny etap, od lata 1792 roku do 1870, to czas, kiedy prasa znowu przechodzi pod kontrolę władzy politycznej a jest mniej lub bardziej zależna od władz i koniunktury, które starały się ograniczać krytyczne wypowiedzi i zawężyć możliwości wyrażania opinii. Prasa była też obwiniana za umiejętność kształtowania opinii publicznej oraz podburzanie do krytycznej postawy wobec rządzących. Autorzy skonstatowali to w następujący sposób - prasa jest uważana przez polityków jako instrument władzy bądź zagrożenie dla władzy.¹⁹

Gdy tylko władza czuła się zagrożona przez wrogów wewnętrznych lub zewnętrznych, zwiększała kontrolę nad gazetami i wprowadzała środki przymusu w imię przetrwania władzy i chronienia „ducha narodu”. Środkami przymusu był m.in.: wcześniejsza autoryzacja, cenzura i obowiązek jej wprowadzenia, procesy dotyczące przestępstw prasowych, monopol usług pocztowych, ceny opłat za dystrybucję, kaucje i poręczenia. Analizując zmieniające się władze polityczne, zauważono, że gdy do władzy dochodzili politycy bardziej przywiązani do wartości liberalnych, następował wzrost dostępnej prasy. Jak w 1848 roku, gdzie zarejestrowano 450 tytułów czasopism. W zależności od orientacji ideologicznej właścicieli, widzieli oni prasę jako instrument edukacji politycznej bądź instrument moralizujący lud. Dla pierwszych ruchów socjalistycznych prasa była nie tylko rodzajem platformy, której zadaniem była obrona wizerunku klasy robotniczej wobec opinii publicznej, ale także miała być także narzędziem do upowszechniania ich świadomości klasowej, a nawet do uformowania partii robotniczej. Z punktu widzenia każdego zaangażowanego politycznie, „zadaniem redaktorów była obrona klasy, w imieniu której wypowiadali się i analiza procesów politycznych z punktu widzenia klasy, którą reprezentowali”.²⁰ Po roku 1848, prasa była oficjalnie narzędziem do mobilizacji wyborców na dużą skalę. Już wtedy każdy klub lub lider starali się posiadać jakąś własną reprezentację z dużym zasięgiem przekazu. W wyniku tego procesu powstało wiele lokalnych okresowych czasopism.

Należy wystrzegać się postrzegania XIX wiecznej prasy jako tej kompletnie jednorodnej i oddanej w walce o wolność słowa. Z jednej strony, to nie prasa budzi gniew rządzących, ale dzienniki, które stały się przedstawicielami opinii dysydentów. Z drugiej, jeśli niektóre gazety brały udział w rewolucyjnej dynamice, to jako przedstawiciele ruchów protestacyjnych, a nie reprezentanci korporacji. Dynamika zmian regulacji nieustannie wymuszała na nich dostosowywanie się do sytuacji (cenzura, zmiana cen usług, opłaty, modyfikacja częstotliwości wydawania) oraz umiejętne przemykanie treści politycznych. Wiek XIX był

18 Tamże, s. 20.

19 Tamże, s. 20.

20 Tamże, s. 26.

niewątpliwie okresem nieustannych przeobrażeń i redefinicji rynku dzienników oraz politycznych tygodników.

6. Wstęp do XX wieku

Do roku 1830, obieg dzienników pozostaje ograniczony z powodu trzech czynników strukturalnych. Po pierwsze, ponad połowa Francuzów (53%) była analfabetami, zamieszkiwała na trudno dostępnych terenach oraz nie posiadała wystarczających środków finansowych. Kolejny raz ograniczeniem dystrybucji stała się odległość od Paryża i wysokie ceny usług przewozowych. Te czynniki z kolei, generowały niewystarczającą ilość punktów dystrybucyjnych prasy. Nie bez znaczenia było ograniczenie osób uprawnionych do głosowania, gdzie tylko 170 tysięcy obywateli w 1831 roku mogło brać czynny udział w wyborach.²¹Konsekwencją ekonomiczną tych czynników, była wysoka cena dziennika oraz celowanie przede wszystkim w klasy lepiej wykształcone, jako potencjalnych czytelników i odbiorców. Unowocześnienie procesu drukowania, zostało zapoczątkowane trochę wcześniej (1815 rok to wynalezienie rolek papieru, ale jego dystrybuowanie w szerokie skalo do dopiero 1820 rok, natomiast implementacja tuszu drukarskiego to rok 1818) lecz na wdrożenie nowatorskiego procesu drukowania mogli sobie pozwolić nieliczni.

Od 1830 roku, rynek prasy był pod wpływem dwóch procesów. Pierwszy to znaczące zwiększenie osób czytających, drugi to postępujące uprzemysłowienie procesów dziennikarskich. Podczas gdy, obniżały się koszty produkcji jednocześnie wzrastał rynek reklamowy. Dynamiczny rozwój docierania do potencjalnych odbiorców, zachęcał z kolei przedsiębiorców do zwiększania swoich inwestycji w nowe formuły dziennikarskie. Równocześnie działalność dziennikarska sama w sobie profesjonalizowała się.

21 Tamże, s.28.

Od końca lat 20-tych „korespondenci prasowi” są formowani w Paryżu. W wyspecjalizowanych biurach wiadomości są zbierane i redagowane (aktualności parlamentarne, rynkowe, prawne). Następnie były one odpłatnie dystrybuowane, głównie dziennikom departamentalnym. Wyjątkowa jak na tamte czasy idea wydelegowania na zewnątrz obróbki wiadomości była szersza, dotyczyła także rynku reklamowego, na którym te biura działały jako pośrednicy umożliwiając szybszy dostęp wiadomości na prowincji. Rynek bardzo szybko został zmonopolizowany przez Charles’a-Louis Havasa, ale to właśnie jemu zawdzięczamy pierwszą sieć korespondentów zagranicznych. Bez wątpienia nowatorskie postrzeganie prasy przyniosło mu przewagę na rynku. Umiejętność antycypacji zapotrzebowania i wizjonerstwo przyniosły mu jako monopolistę możliwość wprowadzenia we Francji elektrycznego telegrafu, zawarcia sojuszu z Anglikami oraz wyspecjalizowania się w pośrednictwie na rynku reklamowym.

Podsumowując lata 1830 – 1860, można powiedzieć, że rozwój rynku prasowego we Francji był wynikiem kilku procesów, które wpłynęły na popyt i podaż. Postęp techniczny przyspieszył proces drukowania, ale także zmniejszył koszt krańcowy każdego egzemplarza czasopisma. Rozwój środków transportu (kolejowego, drogowego), przy jednoczesnym zniesieniu monopolu na usługi transportowe prasy, umożliwił dotarcie do potencjalnych czytelników w całym kraju. Zachodzące procesy społeczne wpisywały się w dynamikę zmian historycznych i ekonomicznych ówczesnej Francji. Wprowadzenie podstawowego obowiązku szkolnego, obniżyło poziom analfabetyzmu z 53% w 1832 roku do 17% w 1880 roku.²²Prasa czerpała też z rosnącej świadomości obywatelskiej terenów do tej pory zaniedbanych, ale jednocześnie sama korzystała z procesów demokratycznych i związanych z nimi zapotrzebowania na informację polityczną czy lokalną. Na dzień, przed rozpoczęciem się tzw. „złotego wieku” prasy francuskiej (1870 – 1939), tamtejszy rynek prasy i kształtowanie się działalności dziennikarskiej były już dojrzałe i jednocześnie samoświadome trudów walki o swoje utrzymanie i rozwój.

7. Wnioski

Francja i jej wyjątkowość w kształtowaniu się wielu dziedzin, nie tylko rynku prasowego była, jest i będzie inna, oryginalna a czasami niezrozumiała. Amerykanizacja krajów zachodnich pociąga za sobą ujednoczenie procesów zarówno ekonomicznych, jak i kulturowych. W takiej sytuacji Republika Francuska, pozostaje samotną wyspą, częstokroć nierozumianą przez pozostałe części świata. Choć jednocześnie, można wielokrotnie usłyszeć zachwyty nad różnego rodzaju rozwiązaniami dostępnymi nad Sekwaną, z ust tych samych środowisk.

Dziedzictwo kulturowe we Francji to nie tylko Louvre, Tour Eiffel czy sery i wino. To przede wszystkim wieki rozwoju myśli filozoficznej i politycznej oraz kształtowanie postaw obywatelskich. To także, szkolnictwo publiczne, które jak większość z nich, nie jest idealne,

²²Tamże, s. 33.

ale zawiera edukację filozoficzną, umiejętność krytycznego myślenia i prowadzenia dyskusji. Już słycać przeciwników tej opinii, iż te wszystkie umiejętności są serwowane w ramach tylko „jedynie słusznego” systemu Republiki Francuskiej. Oczywiście, tak jest, ale i w ramach właśnie tego systemu od lat toczy się walka czy instrumenty finansowe mają być nadrzędne w kształtowaniu ładu społecznego? Przedstawiony w artykule krótki przegląd kształtowania się rynku prasy unaocznia jak wiele czasu zabrało wypracowanie tamtejszemu społeczeństwu zasad i regulacji, które oczywiście w późniejszym czasie wielokrotnie ewaluowały o czym można przeczytać w kolejnych rozdziałach pozycji *„Histoire politique et économique des médias en France”*. Od początku kształtowania się tego rynku spierano się o rolę mediów (prasy) w społeczeństwie, jej uwarunkowania ekonomiczne czy przede wszystkim rolę i pozycję państwa w tym procesie. Poprzez historię polityczną i ekonomiczną mediów, widzimy, jak Francuzi stawali się społeczeństwem informacyjnym. Autorka artykułu ma nadzieję, że ten krótki zarys będzie punktem wyjścia i zachętą do zgłębienia w szczegółach pełnej wersji publikacji francuskich badaczy. Bo choć publikacja jest wyspecjalizowana, ale oddająca jednocześnie kolejne etapy kształtowania się rynku prasy, przedstawia procesy dynamiki zmian społecznych w społeczeństwie francuskim oraz argumentacji z tym związanej. Co bez wątplenia ułatwi zrozumienie procesów zachodzących aktualnie w tym kraju i tak jak wcześniej zostało wspomniane, nie tylko w obszarze francuskiego rynku medialnego.

Literatura

1. Chupin I., Hubé N., Kaciaf N., *Histoire politique et économique des médias en France*, Nouvelle Éditions, Collection Repères. Paris. 2012.
2. Gajlewicz-Korab K., *Nowe technologie a zmiany na rynku francuskiej prasy drukowanej*, [w:] *Pluralizm mediów, pluralizm w mediach*, red. A. Jaskiernia, K. Gajlewicz-Korab, Aspra, Warszawa, 2017.
3. Gajlewicz – Korab K., *System medialny we Francji* [w:] *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. J.W. Adamowski, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2008.
4. Gajlewicz – Korab K. *Funkcjonowanie francuskich środków masowego przekazu w czasie prezydentury Nicolasa Sarkozy'ego*, „Rocznik Bibliograficzny – Prasoznawczy”, 2013, tom 5/16.
5. Gajlewicz-Korab K., *Przyszłość francuskiego sektora mediów publicznych w dobie funkcjonowania TNT na przykładzie France Télévisions*, „Studia Medioznawcze”, 2/2014, s. 85-94.
6. Gajlewicz-Korab K., *Francja*, [w:] *Rynki medialne wybranych Państw Europy Zachodniej. Regulacja, struktury, przemiany*, red. K. Konarska, Universitas, Kraków, 2018, s. 71.
7. Golka. B, *System medialny we Francji*, Elipsa, Warszawa, 2001.
8. Hallini C.D, Mancini P. *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2007.
9. Jaskiernia A., *Media masowe w demokratycznych procesach wyborczych. Standardy europejskie i uwarunkowania ich realizacji*, Aspra, Warszawa, 2008.
10. Jaskiernia A., *Monitoring wolności mediów w Europie*, Aspra, Warszawa, 2018.