

Władyka, Wiesław

"Jesteśmy głosem milionów ..." : dzienniki sensacyjne Drugiej Rzeczypospolitej

Kwartalnik Historii Prasy Polskiej 19/2, 75-83

1980

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WIESŁAW WŁADYKA

„JESTEŚMY GŁOSEM MILIONÓW...”
DZIENNIKI SENSACYJNE DRUGIEJ RZECZYPOSPOLITEJ

„Jesteśmy głosem milionów” — pisał „Ilustrowany Kurier Codzienny” w 1935 r. — i głosem dla milionów. Na naszych łamach dźwięczą wszystkie echa polskiego życia. Nic, cokolwiek może interesować członka polskiego społeczeństwa jako Polaka i jako człowieka, nie jest nam obce. Idziemy za tym, co miliony naszych czytelników nam wskazują, lecz jeżeli potrzeba, wysuwamy się naprzód, aby wskazać im zjawiska nie dość dobrze dostrzegane”. „Ikac” dodawał też, że jego ambicją jest być czytany nie tylko przez „warstwy górne”, lecz przede wszystkim przez „jak najszersze masy »od dołu«”. Towarzyszyła temu świadomość konieczności użycia odpowiednich środków: „coś żywego, bezpośredniego, przystępnego dla wszystkich, zwracającego się do wszystkich, troszkę nawet sensacyjnego, przemawiającego głośno — bo trzeba krzyczeć, aby być słyszany przez wielki tłum”¹. Opinia wypowiedziana przez największy w Drugiej Rzeczypospolitej, dziennik ogólnoinformacyjny stanowiła dewizę wspólną całej prasie tego kręgu, próbującej zdobyć jak najwięcej odbiorców i z tych zabiegów i starań stwarzającej swoje przesłanie i ideologię.

Były to procesy w polskim czasopiśmiennictwie stosunkowo nowe. Co prawda pierwsze pisma ogólnoinformacyjne, zwane także prasą masową, komercyjną, sensacyjną, pozapolityczną, zaczęły pojawiać się na początku XX w., lecz właściwie dopiero okres dwudziestolecia międzywojennego zrodził zjawiska, które stwarzały inną jakość, zaświadczać jak gdyby tezę, iż społeczeństwo polskie zbliżało się do tzw. pierwszego progu umasowienia kultury. Pojawiły się i rozwinęły w tych latach dzienniki osiągające nie spotykane poprzednio wysokości nakładów, przekraczające jednorazowo 100 tys., a sporadycznie i 200 tys. egzemplarzy. Dzienniki te występowały często obok innych pism wydawanych przez jednego właściciela, nieraz też rozchodziły się po kraju w kilku czy kilkunastu mutacjach.

Prasa informacyjno-sensacyjna zdobywała pozycję kosztem pism po-

¹ „Ilustrowany Kurier Codzienny”, Dodatek historycznoliteracki z 18 XII 1935 r.

litycznych, których wpływy w latach trzydziestych bardzo się kurczyły lub co najmniej były utrzymywane na stałym poziomie. Znaczne straty notowała także prasa prowincjonalna, nie będąca w stanie sprostać konkurencji bogatych, ze znakomitym serwisem informacyjnym dzienników wielkomięjskich, które ponadto potrafiły zorganizować świetnie działający system kolportażowy. Egzemplarze dziennika rozprawdzali po ulicach krzykliwi i chyży roznosiciele, a jego mutacje ekspediowano w błyskawicznym tempie za pomocą samochodów, następnie kolejną. „A pociągi — jak wspomina dziennikarz »czerwoniaków« — rozwijające gazety po całej Polsce odchodziły punktualnie”. Notabene ta konieczność dotrzymania żelaznego terminu „zamknięcia numeru” w połączeniu z generalnym hasłem „więcej, szybciej, ciekawiej” powodowała olbrzymie napięcia w redakcji. Najmniejsze opóźnienie groziło załamaniem się ekspedycji, a wypuszczenie numeru bez „czegoś do poczytania” ściągało ze strony mocodawców gromy na głowy odpowiedzialnych redaktorów: „Bo oto nieubłaganie zbliża się dziesiąta pięć. Redakcja znów źle obliczyła materiał. Na kolumnie mam dziurę na dwie szpalty. Dziś prowadzę numer i wszystko skupi się na mnie. Zbliży się przeklęta dziesiąta pięć, mam tylko kwadrans”². Nie ma się więc co dziwić, iż w takich warunkach rodziły się nieprawdopodobne i oczywiście zmyślane informacje o wampirze z Monachium, o tajemniczej rybie głębinowej na Zanzibarze, czworaczkach w Kalkucie czy wyczynach fakira z Ipi.

Koncerny prasy sensacyjnej, nie znane jeszcze przed 1914 r., w okresie międzywojennym dominowały w życiu prasowym, spełniając tym samym ważką rolę kulturotwórczą. Do najważniejszych należały, rywalizujące ze sobą, tytuły Pałacu Prasy w Krakowie, z „IKC” na czele, Domu Prasy w Warszawie — tzw. czerwoniaki (przede wszystkim „Express Poranny”, „Kurier Czerwony”, „Dzień dobry”), zespołu pism łódzkiej „Republiki” („Express Ilustrowany”, „Gazeta 5 Groszy dla Wszystkich”), zespołu „Ostatnich Wiadomości” związanego z „Hajntem”; także pisma Jana Stypułkowskiego (przede wszystkim wielomutacyjne „Echo”), Drukarnia Polska w Poznaniu („Orędownik Wielkopolski” i oczywiście „Kurier Poznański”), zniński koncern Alfreda Ksyckiego itd. Do potentatów prasowych zaliczyć też należy „Mały Dziennik”, który nie wchodził w skład żadnego koncernu, ale jego pojawienie się w 1935 r. zasiliło popularne wydawnictwa związane z Kościołem katolickim („Rycerz Niepokalanej”, „Przewodnik Katolicki”). Zestawienie to obejmuje wyłącznie najważniejsze i najbardziej wpływowe pisma i koncerny prasy ogólnoinformacyjnej, poza nim znalazło się wiele pomniejszych wydawnictw, efemerycznych i incydentalnych, nie próbujących nawet konkurować z potężnym „Ikacem”.

Warto jednak nadmienić, iż te słabsze ekonomicznie dzienniki częś-

² S. M. Saliński, *Long-play warszawski*, Warszawa 1966. s. 153.

ciej zbliżały się do poziomu brukowego, starając się prymitywną sensacją i zgrabnym operowaniem nożycami i klejem zatuszować niemożność zdobycia atrakcyjnych, krajowych i zagranicznych informacji. Czytelnika mamiono niską ceną, najpierw sięgającą 10 gr za 1 egzemplarz, później nawet 5 gr. A. Paczkowski przytoczył kiedyś charakterystyczną opinię Witolda Giełżyńskiego o „pięciogroszówkach”: „Mówimy: piśmi-dło — bo na inny tytuł świstek zadrukowanego papieru, redagowany nożycami i kłajstrem, nie zasługuje. Już większość dziesięciogroszowych gazet w niczym, poza nazwą, nie przypomina dziennika. Jedne z nich opierają się na zajmujących całe kolumny powieściach [...] inne stanowią zbiór anegdot, mniej lub więcej sensacyjnych, nie związanych z miejscem ani czasem [...]. Poza paroma pismami za 10 groszy, mającymi wybitnie dumpingowy charakter, inne obchodzą się zupełnie bez publicystów, wystarczy im reporter i tzw. technik dziennikarski. Pięciogroszówki już nawet tych bądź co bądź zawodowców nie będą potrzebowały”³. Wśród „pięciogroszówek” swoją zasobnością treściową i możliwościami technicznymi wyróżniał się na pewno „Mały Dziennik”, który jednak był przygotowywany w specyficznych warunkach, przy pomocy bardzo taniej siły roboczej, gdyż maszyny drukarskie obsługiwali ojcowie zakoni; także w redakcji pracowało tylko kilku dziennikarzy „cywilnych”.

Koncerny prasy ogólnoinformacyjnej starały się dotrzeć do jak największej liczby czytelników, gdyż masowość odbioru była warunkiem istnienia i rentowności. Zasada maksymalnego zysku rzutowała na treść prasy, jej szatę i zawartość. Inwestowano więc w bazę techniczno-poli-graficzną, próbowano przyciągnąć sprawnych dziennikarzy i redaktorów. Jeden ze współpracowników prasy „czerwonej” wspomina, iż dziennikarz koncernu był „do pewnego stopnia zrównany z linotypem: i jeden, i drugi na swój sposób służył pomnażaniu groszy w kasie, tym bardziej bywał ceniony, im sprawniej i wydatniej pracował. Wydawcy inwestowali więc w maszyny i w ludzi. Nie żałowano sporo wydatków tam, gdzie się osiągało chociażby minimalny zysk. Opłacał się zysk nawet pozornie nieopłacalny, gdyż gdzieś w zakamarkach narastały nieuchwytnie na razie procenty na plus. Ceniono więc każdego nowo zdobytego nabywcę gazety, każdego potencjalnego stałego czytelnika, wabiono i czarowano go w najrozmaitszy sposób: konkursami, ankietami, niespodziankami, kruczkami, „mrozącymi krew w żyłach” powieściami odcinkowymi, barwnością informacji, grano na zaciekawieniu »co dalej?« Ulica potrzebowała gazetowej strawy i papki, ulica je miała”⁴.

Przytoczmy też na potwierdzenie tych słów słynne powiedzenie Henryka Butkiewicza, który pouczał młodych redaktorów o obowiązującym w „czerwoniakach” stylu wypowiedzi dziennikarskich: „Penie [!] kolego,

³ W. Giełżyński, *Agonia prasy polskiej*, „Świat”, nr 39 z 26 IX 1932.

⁴ Saliński, *op. cit.*, s. 125.

jeśli chodzi o atrakcyjność materiału przeznaczonego do warszawskiej gazety, kierujcie się następującą kolejnością: jeden trup na Marszałkowskiej równa się dziesięciu trupom w Paryżu, stu trupom w Nowym Jorku, tysiącowi trupów w Brazylii, dziesięciu tysiącom trupów w Chinach. Jasne?" i dodawał: „Ale, penie kolego, grunt to oszczędność słowa pisanego. Pisząc, miejcie stale na oku i uwadze, że swój reportaż musicie nadać telegraficznie, płacąc z własnej kieszeni za każde słowo — powiedzmy — do Australii. Każde zbędne słowo to niepotrzebnie stracony szyling, jasne, penie kolego?"⁵

Wydawca odwoływał się do tzw. szarego człowieka, twierdził, że reprezentuje interesy czytelnika pozostającego poza wąskimi środowiskami partyjnymi, myślącego kategoriami ogólnymi — patriotycznymi i społecznymi. Działał tu mechanizm znany skądinąd, iż zapewnienia o wyrażaniu poglądów czytelników rodziły wśród nich przeświadczenie, że mają coś do powiedzenia w „wielkiej polityce”, że o niej współdecydują i w niej uczestniczą. Wytwarzała się w ten sposób swoista wspólnota czytelników, której dziennik — próbujący dostosowywać się do jej gustów i wyobrażeń — narzucał w istocie rzeczy swoje poglądy. O tworzeniu się tego mechanizmu decydowały w dużej mierze talenty wydawcy, wyczuwającego, co w danej chwili może się podobać, a co wyzwała niechęć czy nawet agresję. Ta zmienność oblicza dziennika występowała oczywiście w granicach określonych ściśle stałymi aksjomatami.

Dzienniki ogólnoinformacyjne nie przedstawiały skryształizowanego i rozwiniętego systemu poglądów na podobieństwo pism politycznych, pozostawały jednak zawsze w obrębie określonego zbioru idei i przeświadczeń. W zbiorze tym mieściły się różnorodne hasła i formułki interpretacyjne na tematy wyznaniowe, społeczne, państwowe i narodowe, obecne w piśmie nie tylko w komentarzach i wypowiedziach o charakterze ogólnym, opiniodawczym, ale także np. w reportażach, wywiadach, działkach literackich itd. Światopogląd implikował propagandę, frazeologię. Charakteryzowała ją zdecydowana wrogość wobec wszelkich programów i działań rewolucyjnych, niewzruszona obrona interesów Kościoła katolickiego i konserwatyzm obyczajowy, co wcale nie przeszkadzało zamieszczaniu w tych pismach obfitych relacji z wydarzeń zachodzących na marginesie życia publicznego.

Dzienniki ogólnoinformacyjne na różny sposób hierarchizowały wspólny dekalog wartości i rzecz można, że np. „IKC” był szczególnie uczulony na problematykę tzw. moralności i obyczajowości, warszawski „Express Poranny” większą uwagę przywiązywał do zagadnienia „praworządności i obywatelskości”, a „Mały Dziennik” realizował program „wychowawczo-katolicki”. Cat-Mackiewicz zwracał uwagę na jedną, jego zdaniem, dominującą i wspólną cechę prasy komercyjnej — jej mega-

⁵ *Op. cit.*, s. 129.

łomański patriotyzm: „»IKC« wychowuje i uczy. Uczy wszystkiego: co to jest Picard i przede wszystkim uczy patriotyzmu [...]. Oto patriotyzm ten posiada w sobie w olbrzymich dozach rozpuśczonej megalomanie narodową [...] »IKC« nie życzy sobie na cokolwiek na świecie spojrzeć z innego niż uczuciowo-bezpośrednio-polskiego stanowiska... Ta »megalomania« narodowa to także przyczyna powodzenia »IKC«”⁶.

Ten ton prasy masowej pozostawał naturalnie w sprzeczności z anonosowaną przez nią apolitycznością i zapewnieniami, że nie służy „żadnym partyjnym czy grupowym interesom”. Iluzję tę rozwiewa powierzchowna nawet lektura dzienników informacyjno-sensacyjnych. Formuły światopoglądowe ściśle określały poglądy polityczne w wielu istotnych kwestiach, decydowały także o stosunku do niektórych partii, programów i haseł. Bezspornie wpływały na kształt lansowanych wyobrażeń o bliższych sąsiadach Polski.

W linii politycznej poszczególnych tytułów występują różnorodne wahania, niektóre z nich, jak np. „IKC”, mają pod tym względem bujną historię. Pisma Mariana Dąbrowskiego wspierały Jana Stapińskiego, Wincentego Witosa, występowały przeciwko wielu politykom i obozom, nie rezygnowały też z prowadzenia propagandy we własnym imieniu. Po 1926 r. znalazły się, chociaż z pewnymi oporami i ograniczeniami, wśród pism prorządowych, a sam właściciel „Ikaca” zasiadał w ławach parlamentarnych, w czym zagustował jeszcze przed przewrotem majowym, kiedy zdał sobie sprawę z tego, że wpływowa pozycja umożliwiająca utrzymywanie bezpośrednich kontaktów z elitą władzy przynosi wymierne korzyści ekonomiczne. W ogóle propaganda polityczna dzienników ogólnoinformacyjnych uzależniona była w przeważającej mierze od względów ekonomicznych. Dlatego też Dąbrowski, występujący co prawda z hasłami propiłsudczykowskimi i dyskontujący to utylitarnie, często z kolei pozwalał sobie na osłabienie jednoznacznej wymowy niektórych komentarzy lub wręcz na opozycyjne akcenty wobec sanacji, a to z obawy przed utratą popularności u tej części czytelników, która z rządami Piłsudskiego nie sympatyzowała.

Bardziej jednorodny charakter polityczny utrzymywały pisma zaliczane przez nas do ogólnoinformacyjnych, które pozostawały w ścisłym związku z jakimś obozem politycznym czy instytucją społeczną, znajdując w nich różnorakie wsparcie dla swojej działalności, a często pozostając wobec nich w formalnej zależności. Nasuwają się tutaj dwa przykłady: niepokalanowski „Mały Dziennik” i poznański „Orędownik Wielkopolski” związany z ruchem nacjonalistycznym. Osiągały one względnie masowe nakłady, walczyły o czytelnika metodami stosowanymi przez inne wydawnictwa sensacyjne, a jednak przez cały okres swego istnie-

⁶ S. Cat Mackiewicz, *Lui et moi*, [w:] *Kto mnie wołał, czego chciał...*, Warszawa 1972, s. 125—126.

nia nie ulegały żadnym głębszym fluktuacjom doktrynalnym. Konsekwentne podtrzymywanie założeń ideowych i politycznych przez te dzienniki decydowało o występowaniu pewnych odmienności między nimi a takimi tytułami, jak „IKC” czy wydawnictwa łódzkiej „Republiki”. W pewnym sensie uwaga ta dotyczy też koncernu prasy „czerwonej”, który jednak od momentu przejścia go w 1934 r. przez B. Miedzińskiego jednoznacznie wzmocnił swoje propiśsudczykowskie stanowisko, tak iż podobnie jak w przypadku „Orędownika Wielkopolskiego” można jego propagandę i poglądy klasyfikować za pomocą kryteriów odnoszących się bezpośrednio do prasy partyjnej. O zaawansowanej „polityczności” „Orędownika”, abstrahując nawet od samej treści dziennika, świadczy fragment wspomnień jednego z dziennikarzy Drukarni Polskiej, który tak pisał o młodych redaktorach mutacji łódzkiej, założonej na początku lat trzydziestych: „Dla licznej grupy młodych redaktorów stał się »Orędownik« — rzecz można — bazą wypadową, z której chciano ni mniej ni więcej jak zdobywać najpierw władzę w samym Stronnictwie Narodowym, zdaniem młodych kierowanego wciąż jeszcze przez niejako przywykłych już do »wieczystego trwania w opozycji« przedstawicieli starszej generacji, aby potem pokusić się kolejno o zdobycie władzy — poprzez wybory do rad miejskich — w większych ośrodkach miejskich i tą drogą być może sięgnąć w etapie końcowym po władzę w kraju”⁷.

Hasła polityczne, formuły propagandowe w dziennikach sensacyjnych, nawet jeśli mieściły się we wspólnej tendencji (np. prorządowej), występowały jednak w pewnej różnorodności, na co składała się kalkulacja polityczna wydawców, chęć zadowolenia czytelnika, a także dzielnicowa *differentia specifica*. I tak „IKC” nie rezygnował nigdy z obrony galicyjskich szanów i zdarzało się, że atakował „Warszawkę” i kongresowiaków. O odmiennościach wśród pism komercyjnych decydowała także stosowana stylistyka. „Orędownik Wielkopolski” bliski był frazeologii endeckiej, wielce wymowna i w pewnym sensie oryginalna była też „świętoszkowata” stylistyka „Małego Dziennika”, zwalczającego za pomocą tzw. zdrowej sensacji „wpływy masonerii i Żydów, wyzysk i niesprawiedliwość, brud moralny i pornografię”.

Poglądy wydawców odzwierciedlały się w wielu kampaniach, wypowiedziach prasowych, m.in. też w powieści odcinkowej. Rządziła się ona żelaznymi prawami i jej tematyka nie była przypadkowa. Przeważały romanse, historie przygodowe i sensacyjno-szpiegowskie. Bohaterzy pozytywni i negatywni wyposażeni byli w odpowiednio dobrany zespół cech, pozwalających czytelnikowi właściwie zrozumieć to, co jest w życiu dobre, a co złe, jakie postawy godne są naśladowania, a jakie napiętnowania. „W powieści — wspominał jeden z autorów — powinna wystąpić

⁷ F. Fikus, *Z dziejów „Orędownika” (21 marca 1871 — 3 września 1939)*, artykuł w przygotowaniu do druku w „Kwartalniku Historii Prasy Polskiej”.

»uciśniona niewinność«, najlepiej młoda kobieta czy szlachetny człowiek, mający przeciwko sobie złych ludzi i złe moce”⁸. Dla wzbudzenia większego wstrętu do „czarnego charakteru”, będącego z reguły agentem jakiegoś obcego wywiadu, kazało mu się często uwieść niewinną lub — jeszcze gorzej — zamężną kobietę, co zresztą czynił z tym większą skwapliwością, że był człowiekiem niewierzącym, a i nieraz pochodził z nieprawego łoża.

W powieściach tych występowało wiele jeszcze innych stereotypów. Dotyczyły one ogólnych wyobrażeń o świecie, życiu, społeczeństwie, kobiecie, miłości. Miłość czysta była piękna i zwycięska, natomiast nielegalna miłość kobiety zamężnej, skazana z góry na zagładę, była dla niej fatalna w skutkach. Doprowadzała do tego, że kobieta taka albo schodziła z drogi cnoty, albo — jeżeli zachowała jeszcze honor i ambicję — popełniała samobójstwo. Naturalnie przedstawicielka wyższych sfer zadawała sobie śmierć za pomocą browninga, zaś kobieta z nizin społecznych wypijała po prostu jodynę.

Mimo występowania istotnych różnic między dziennikami informacyjno-sensacyjnymi wspólna była im wszystkim przemiana szaty graficznej i zawartości pisma (zjawiska te wystąpiły też w latach trzydziestych w prasie politycznej). Korzystano obficie z doświadczeń zagranicznych, gdzie funkcjonowały zasady określone jeszcze przez W.R. Hearsta: „Tak zwany dynamiczny sposób łamania [...] polegający na odrzuceniu wszystkich klasycznych reguł porządkowania i podziału materiału i układaniu na stronicach gazety osobliwej mozaiki małych prostokątów poprzedzielanych liniami, zdjęciami i karykaturami; mieszanie tradycyjnych działów informacji, bez żadnych reguł. Każda ze stron, a zwłaszcza strona tytułowa, zawiera doniesienia ze wszystkich dziedzin: polityki, sportu, kroniki towarzyskiej i lokalnej; za pomocą tej techniki dąży się też do optycznego uwypuklenia »interesujących miejsc«; wiersze tytułowe i nagłówki w różnych wielkościach, które pełnią funkcję drogowskazów i mają prowadzić wzrok czytelnika ku tym miejscom gazety, które są najważniejsze z punktu widzenia redakcji. Wiersze tytułowe i nagłówki nie służą orientacji merytorycznej, mają natomiast nakłonić czytelnika w określonym kierunku i sugerować pożądane sądy: technika »najkrótszej strony«, która sprowadza każdy artykuł do *talking point*, to znaczy łatwo zrozumiałego, wbijającego się w pamięć hasła”⁹.

Istotne było więc, by informacje nie męczyły czytelnika długą lekturą, by były maksymalnie krótkie; to naturalnie miało wpływ na układ graficzny kolumn. Jeśli nawet zdarzały się dłuższe wypowiedzi, rozdzielano je zdjęciami i wytłuszczeniami druku czy podtytułami, czyniąc taki

⁸ M. Krzepkowski, *Ze wspomnień dziennikarza, [w:] Moja droga do dziennikarstwa (1918—1939)*, Warszawa 1974, s. 173.

⁹ G. Honigman, *Wiliam Randolph Hearst, czyli dzieje pewnego skandalisty*, Warszawa 1974, s. 321—322.

tekst bardziej strawnym i lekkim. Nie zawsze zresztą dawało to rezultaty pozytywne, jak pisze o tym A. Słonimski: „Na przykład w zdaniu »Drogą szedł młynarz, jego syn i osioł« kursywą było wydrukowane słowo »jego«¹⁰”. Ważną rolę odgrywały tytuły, duże i krzykliwe, intrygujące, często właściwie przekazujące pełną informację powtórzoną raz jeszcze pod spodem; np. ogromny tytuł *Marsz. Car na wywczasach* krył następującą wiadomość: „Marsz. Sejmu St. Car wyjechał na kilkutygodniowy wypoczynek”. Niektóre redakcje, doceniające wagę trafnie skomponowanych tytułów, zatrudniały do tego celu wybitnych specjalistów, np. w „czerwoniakach” zajmował się tym Kazimierz Wierzyński.

Każdy czytelnik znaleźć miał w dzienniku „coś dla siebie”, stąd bogactwo działów, rubryk, dodatków; niektóre z nich, jak kobiece, rodzinne, sportowe, robiły w latach międzywojennych prawdziwą karierę.

Szkic niniejszy zawiera uwagi na temat dzienników ogólnoinformacyjnych w Drugiej Rzeczypospolitej, wymagające jeszcze zweryfikowania badawczego czy bardziej metodycznego opisu. Zasadniczym celem było zwrócenie uwagi na znaczenie badań nad prasą sensacyjną, jej rozwój świadczy bowiem o głębokich przemianach kulturowych społeczeństwa polskiego, o wystąpieniu zjawisk, które uznajemy za oznaki nowoczesności. W opiniach o roli, jaką te pisma odegrały w życiu społecznym, krzyżują się sądy pozytywne i — częściej — negatywne. Zapewne, jak to z reguły bywa, po wyważeniu wszystkich racji bliscy będziemy pogładowi, iż owe procesy miały charakter nieuchronny i jako takie obciążone były tak wadami, jak i zaletami.

Tekst ten jest też próbą ukazania kierunku badań nad historią dzienników ogólnoinformacyjnych w Drugiej Rzeczypospolitej. W zasadzie dzieje czasopiśmiennictwa od początku rozwijają się dwutorowo. Jedną postawę cechuje skłonność do widzenia prasy jak gdyby od zewnątrz, dostrzeżenia jej miejsca w życiu społecznym, analizowania dominujących tendencji ilościowych i jakościowych. Są to z reguły prace, przy których powstawaniu istotną rolę odgrywają źródła różnej proveniencji, z mniejszą wagą uwzględniające treść przekazu prasowego. W innym torze badań mieszczą się próby analizy treści i w tym przypadku bazę źródłową stanowi przede wszystkim sama prasa; rzadko bowiem mogą być tutaj pomocne inne materiały. Nieraz dwie te postawy badawcze, być może przeze mnie zbyt silnie przeciwstawione, występują łącznie, przy czym do podstawowego zadania autorskiego urasta tak czy inaczej problem „odczytania”, a następnie przedstawienia treści omawianych gazet. Sprawa on najwięcej trudności, chociażby wobec faktu, że badaczowi nie doskwiera w tym przypadku brak źródeł, ale raczej ich obfitość.

W odniesieniu do dzienników sensacyjnych uwagi te nabierają dodatkowej ekspresji. Z założenia pisma ogólnoinformacyjne nie reprezen-

¹⁰ A. Słonimski, *Alfabet wspomnień*, Warszawa 1975, s. 54.

tują jednolitego programu politycznego czy literackiego, co pozbawia historyka możliwości sięgania do znanych i klasycznych wzorców. Istotną wydaje się tutaj właśnie wieloaspektowa analiza przekazu prasowego, przy czym intencją tych poszukiwań jest próba znalezienia odpowiedzi na pytanie, jaki i w jakim kształcie model kultury jest przez te dzienniki tworzony. Ich wyjątkowa podatność na reakcje odbiorców pozwala mieć dodatkową nadzieję, iż właściwe zgłębienie treści ukaze nam jakąś „modelową” świadomość i mentalność czytelnika, w której występują określone idee i uczucia. Prasa sensacyjna była m.in. dlatego czytana i poszukiwana, że dostarczała właśnie takich, a nie innych wartości. Dlatego też zastanawiamy się, jak wyglądał bohater negatywny i pozytywny w dziennikach masowych, jak kształtowały się wyobrażenia o świecie, sąsiadach Polski, jaki był stosunek do tradycji historycznej i w ogóle w jaki sposób postrzegano rzeczywistość i o niej pisano.

Na zakończenie zwróćmy jeszcze uwagę na to, iż z doświadczeń prasy ogólnoinformacyjnej Drugiej Rzeczypospolitej czerpiemy do dnia dzisiejszego, zwłaszcza przy redagowaniu różnego rodzaju popołudniówek, chociażby „Expressu Wieczornego”, który pełni odmienną rolę w naszej rzeczywistości niż bliźniacze „expressy” przed wojną, ale który też „tkwi korzeniami swego drzewa genealogicznego w dawnych warszawskich »czerwoniakach«, niestety, bez specyficznego „czerwoniackiego” biglu, bez niejakiego sportowego zacięcia w zdobywaniu informacji, bez wyścigu o szybkości podania ich czytelnikowi, bez rywalizacji o »więcej, szybciej i ciekawiej«¹¹.

¹¹ Saliński, *op. cit.*, s. 124—125.