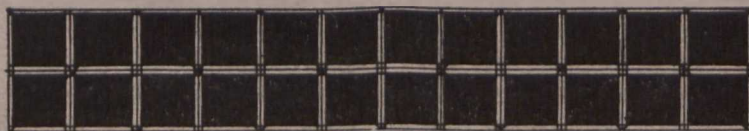


PRASA

ORGAN POLSKIEGO
ZWIĄZKU WYDAWCÓW
DZIENNIKÓW I
CZASOPISM.



CZASOPISMO POŚWIĘCONE SPRAWOM
WYDAWNICZYM I PRASOWYM



Spółka Akcyjna Drukarnia Polska w Poznaniu

Św. Marcin 70

(Drukarnia istnieje na tem miejscu od r. 1794)

ODDZIAŁY: { w Poznaniu, ul. Stroma 24
w Poznaniu, ul. 27 Grudnia 2
w Bydgoszczy, ul. Marszałka Focha 10

WYDAWNICTWA:

| | |
|--|--|
| <i>Kurjer Poznański</i> — poranny i wieczorny, | <i>Wielkopolanin</i> — środa i sobota, |
| <i>Orędownik Wielkopolski</i> — dziennik, | <i>Wielkopolska Ilustracja</i> — tygodnik, |
| <i>Gazeta Bydgoska</i> — dziennik, | <i>Samochód</i> — tygodnik, |

DZIAŁ TECHNICZNY:

| | |
|--|--|
| 3 maszyny rotacyjne gazetowe, | 4 maszyny półrotacyjne do druków mieszanych, |
| 1 maszyna ilustracyjna gazetowa podwójna, | 15 linotypów, |
| 1 maszyna rotacyjna do druków akcydensowych, | 73 maszyny drukarskie i pomocnicze, |

PERSONEL:

Spółka zatrudnia ogółem 516 pracowników (zapisanych w Kasie Chorych).
W ostatnim roku wypłacono zarobków 1.754.717 zł, składek socjalnych 160.376.71 zł

PRODUKCJA:

Przeszło 106 wagonów kolejowych papieru (1.592.795 kg.) przerobiono na druki w jednym roku.

PRASA

ORGAN POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM
 CZASOPISMO POŚWIĘCONE SPRAWOM WYDAWNICZO-PRASOWYM

REDAKTOR — STANISŁAW KAUKI

TREŚĆ NUMERU:

| | | | | |
|---|----|------|--|------|
| ARTYKUŁY: | | Str. | SĄDOWNICTWO A PRASA: | Str. |
| <i>Stefan Krzywoszewski</i> — <i>Na progu naszej pracy</i> | 1 | | <i>Wiktor Natanson</i> <i>Rozpowszechnianie niepraw-</i> | |
| <i>Franciszek Głowiński</i> — <i>O jednolitej organizacji</i> | | | <i>dziwnych wiadomości</i> | 23 |
| <i>prasy</i> | 2 | | <i>Orzecznictwo sądowe</i> | 23 |
| <i>Wincenty Trzebiński</i> — <i>Nauka o dziennikarstwie</i> | 4 | | | |
| <i>Jerzy Szapiro</i> — <i>Trusty prasowe</i> | 8 | | KRONIKA ZAGRANICZNA: | |
| ZYCIE ORGANIZACYJNE: | | | Ogólna | 25 |
| Z działalności Polskiego Związku Wydawców | | | Anglja | 26 |
| Dzienników i Czasopism | 11 | | Austrja | 26 |
| Z działalności Syndykatów Dziennikarzy i Związku | | | Francja | 27 |
| Syndykatów | 17 | | Niemcy | 28 |
| KRONIKA KRAJOWA | 18 | | Szwajcarja | 30 |
| RYNEK KRAJOWY: | | | Stany Zjednoczone | 30 |
| Ceny papieru | 21 | | PRZEGLĄD PIŚMIENNICTWA: | |
| Ceny farby | 21 | | Rozbiory i sprawozdania <i>Franciszka Głowińskie-</i> | |
| PRZEGLĄD USTAW I ROZPORZĄDZEŃ | 22 | | <i>go, Jerzego Gutschego, Tadeusza Ma-</i> | |
| | | | <i>lewskiego, Wincentego Trzebińskie-</i> | |
| | | | <i>go i innych</i> | 32 |
| | | | <i>Bibliografja</i> | 36 |

STEFAN KRZYWOSZEWSKI.

NA PROGU NASZEJ PRACY

Z chwilą, gdy Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism rozpoczął swą działalność, potrzeba własnego organu stawała się coraz nacowniejszą, coraz nieodzowniejszą. Rada Naczelna i Zarząd Główny, kierujące sprawami Związku, muszą mieć stały łącznik z ogółem Członków. Walne zgromadzenia z natury rzeczy mogą się odbywać rzadko. Zwykłe korespondencje i okólniki nie mogą wystarczyć. Ogół członków musi być stale informowany o pracy Władz Związkowych, o ich zabiegach i usiłowaniach.

Więc oto, w zrozumieniu tej konieczności, rozpoczynamy wydawnictwo PRASY. Będzie ono służyć celom Związku, ale będzie miało jeszcze i dalej idące zadania: ambicją naszą będzie przyczynić się do udoskonalenia prasy polskiej, podniesienia jej wartości wewnętrznej i zewnętrznej. Informować ono będzie o wszelkich przejawach życia prasy, tak w kraju, jak i zagranicą oraz wskazywać drogi, jakimi prasa polska winna kroczyć.

Mamy nadzieję, że wydawnictwo to skupi je-

szcze silniej wydawców polskich. Że będzie ono nie tylko pożytecznym informatorem i doradcą w najważniejszych sprawach zawodowych, ale że z czasem stanie się INSTYTUCJA, w której każdy wydawca będzie mógł szukać wskazówek, moralnego i zawodowego oparcia. Aby jednak ten cel osiągnąć, wszyscy wydawcy polscy muszą zdać sobie sprawę ze znaczenia i wagi ich Zrzeszenia.

W czasach dzisiejszych tylko zbiorowa akcja odnosi skutki. Życiem społecznym i gospodarczym kierują stowarzyszenia i zrzeszenia. Ich wpływom i autorytetowi nie sprostą najmocniejsza nawet indywidualność jednostek. A jeśli dotąd interesy wydawców w Polsce nie były należycie uwzględniane, jeśli sytuacja moralna i materialna wydawców dzienników i czasopism periodycznych bardzo daleką jest od tej, jaką być powinna, czyż powodem tego nie jest dotychczasowe rozproszenie wydawców?

FRANCISZEK GŁOWIŃSKI

O JEDNOLITĄ ORGANIZACJĘ PRASY

Praca wydawcy dziennika, czy czasopisma jest w Polsce pracą mozolną, trudną i w rzadkich tylko wypadkach dającą odpowiednie do wysiłku w nią wkładanego rezultaty zawodowe i materialne. Ogromna większość warsztatów tej pracy wegetuje w bardzo ciężkich warunkach finansowych. Składają się na to ogólne stosunki, w jakich wydawca polski musi pracować. Nizki poziom czytelnictwa w kraju czyni go producentem słowa drukowanego dla rynku zbytu o bardzo małej pojemności. Słaby rozwój przemysłu i handlu oraz ich częstokroć przestarzałe metody pracy nie pozwalają mu pozyskać należytych wpływów z ogłoszeń. Wysoki nakład i duży dział ogłoszeniowy, te dwa fundamenty świetnego rozwoju prasy zachodnio-europejskiej i amerykańskiej, są w obecnych warunkach polskiego rynku wydawniczego nieosiągalnym marzeniem ogromnej większości polskich wydawców.

I oto rzecz ciekawa. Ta gałąź produkcji krajowej, z jednej strony w tak ciężkich pracującej warunkach, a z drugiej mająca pełne zrozumienie swej wagi i znaczenia w życiu społeczeństwa, należała do niedawna do tych nielicznych grup zawodowych, które organizować się i wspólnie działać nie potrafiły. Właściciele i kierownicy polskich placówek wydawniczych, umiejących szerzyć w społeczeństwie kult pracy zorganizowanej, zażręwać współobywateli do zrzeszania się dla łatwiejszego osiągnięcia wspólnych celów — sami do niedawna nie potrafili ująć swych wspólnych dążeń i wysiłków w formy organizacyjne. Rezultaty tego

Trzeba iść z nurtem nowego życia. Gnuśność jest objawem chorobliwym, tai w sobie zaczątki upadku i śmierci. Poza naturalnymi rozbieżnościami politycznymi i społecznymi, tyle jest wspólnych więzi interesów, łączących ogół wydawców polskich, że zawsze będzie dość miejsca dla mądrej, dobrze zorganizowanej, solidarnej akcji, a jej widomym wyrazem winna być PRASA.

We wszystkich krajach zachodnio europejskich istnieją tego rodzaju organy i oddają nieocenione przysługi. Niewątpliwie równie poważne usługi odda wydawcom polskim PRASA. Powołana ona jest przecież do życia na to by służyć ich najbliższym interesom. Okażcie więc Panowie Wydawcy należyłą pomoc i współdziałanie PRASIE. Od tego poparcia moralnego i materialnego zależy będzie rozwój wydawnictwa i osiągnięcie tych wzniosłych celów, którym służyć pragnie.

paradoksu polskiego życia zbiorowego są fatalne. Przez długie lata polska produkcja wydawnicza nie zrzeszając się, dobrowolnie pozbawiała się tego wszystkiego, co organizacja dać może dla podniesienia powagi i zawodowego poziomu prasy oraz dla poprawy jej sytuacji materialnej. Rozproszona, skłócona wewnętrznie, a przez to słaba nazewnątrz, polska produkcja wydawnicza nie może uporać się z wieloma zagadnieniami i bolączkami, którym całkowicie lub w znacznej mierze skutecznie zaradzić mogłaby dobra, zawodowa organizacja tej produkcji.

Główny zaś ciężar tego ujemnego i szkodliwego stanu rzeczy spada, jak to zwykle bywa, na słabsze elementy. Jest w Polsce szereg dobrze zagospodarowanych, zasobnych wydawnictw, które ponosząc wprawdzie również szkody, wynikające z rozproszenia prasy, są jednak na tyle silne, aby móc na własną rękę szkody te w odniesieniu do siebie skutecznie pomniejszać. Ale szara masa drobnych warsztatów pracy wydawniczej, w pierwszym rzędzie prowincjonalnych, znajdując się w rozsypce, pracuje w fatalnych, wprost oplakanych warunkach. Nawet wielcy wydawcy skarżą się — i mają po temu wszelkie słuszne podstawy — na cały szereg dotkliwych anomalii i bolączek pracy wydawniczej w Polsce. I oni narzekają na nasze stosunki kolportażowe, ogłoszeniowe, papiernicze, pocztowe, drukarskie, kredytowe, na stosunek władz do spraw prasowych i t. d. A cóż dopiero powiedzieć mają na te tematy drobne, prowincjo-

nalne wydawnictwa, ulegające w tych dziedzinach niesłychanemu wyzyskowi, szykanom i utrudnieniom.

To też kwestja należytego zorganizowania zawodu wydawniczego jest najbardziej palącą i doniosłą właśnie dla drobnych, a więc w pierwszym rzędzie prowincjonalnych wydawnictw. Zrozumienie tego faktu kiełkowało w prasie prowincjonalnej już od wielu lat; z tego zrozumienia zrodziła się przed jedenastu laty, wsparta o ówczesne, zgoła od dzisiejszych odmienne warunki, próba powołania do życia Związku prasy prowincjonalnej b. Kongresówki. Niezadługo jednak praca tego Związku, oparta wyłącznie o słaby, prowincjonalny element wydawniczy, całkowicie zamarła.

Przed paroma laty, dojrzewająca w świadomości bardziej uspołecznionych wydawców konieczność położenia kresu rozproszeniu zawodu wydawniczego, dała nową, bardziej racjonalną i realniejszą próbę zrzeszenia tego zawodu. Po powolnem, ale gruntownem przygotowaniu terenu, próba ta wydała mocny i trwały rezultat, w postaci powołania do życia, mającego zjednoczyć całą polską produkcję wydawniczą, Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism.

Smiało powiedzieć można, iż utworzenie tej organizacji jest nie tylko otwarciem okresu nowych, doniosłych możliwości rozwojowych prasy polskiej, ale niezmiernie ważkim faktem społecznego, narodowego i państwowego życia Polski. Aksjomatem jest bowiem olbrzymi wpływ prasy na całe polityczne, gospodarcze, społeczne i kulturalne życie narodu i państwa, na kierunek i natężenie rozwoju tego życia. A zrzeszenie produkcji wydawniczej, ujęcie jej w ramy organizacji zawodowej, to podniesienie jej poziomu ideowego, to usprawnienie jej pod względem zawodowym, to wzmożenie jej zdolności do należytego spełniania tej ogromnej roli, do jakiej jest z natury rzeczy powołana. Praca nad ugruntowaniem i wzmocnieniem P. Z. W. D. i C. jest pracą nie tylko dla wydawców, ale i dla państwa.

I dobrze się stało, że tym razem inicjatywa zorganizowania prasy wyszła z grona wielkich wydawnictw. Boć jest rzeczą jasną i bezsporną, iż jeśli zawód jakiś chce się poważnie i trwale zorganizować, to nie może w tej akcji organizacyjnej pomijać najsilniejszych z pośród siebie elementów. Siłą Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism jest właśnie to, iż obok licznej rzeszy małych wydawnictw prowincjonalnych i stołecznych, zdołał w swych szeregach skupić niemal wszystkie wielkie, dobrze zagospodarowane wydawnictwa Warszawy, Poznania, Krakowa i Katowic. Daje mu to należyłą powagę i zdolność do realnej pracy, a nie tylko czczych, papierowych uchwał.

Na wstępie do pracy nad zorganizowaniem swego zawodu, wydawcy polscy, a przynajmniej ci z nich, którzy istotnie mają na względzie trwałe, zawodowe, a nie jakies uboczne, przemijające cele — nie mogą pozwolić sobie na marnotrawstwo

rozpraszania sił przez tworzenie paru organizacji wydawniczych. Uzdrowić, naprawić, uregulować, podnieść na należyty poziom polską pracę wydawniczą może tylko jednolita, wielka organizacja całej prasy. Pamiętać przytem należy, że znakomita większość najważniejszych zagadnień pracy wydawniczej jest, zwłaszcza gdy chodzi o dzienniki, wspólna i jednolita dla całej prasy. Czy to chodzi o ustawodawstwo prasowe, czy o stosunek władz państwowych do wydawców jako zawodu, czy o podniesienie ideowego i fachowego poziomu prasy, czy też, przechodząc do innych dziedzin, zatrzymamy wzrok na bolączkach ogłoszeniowych, kolportażowych, podatkowych, kredytowych i t. d. wspólnym interesem całej prasy jest regulowanie i naprawa podstawowych stron tych zagadnień.

Podnoszony bywa niejednokrotnie konkurencyjny stosunek interesów wielkich i małych, a szczególnie stołecznych i prowincjonalnych wydawnictw. Zauważyć tu należy przedewszystkiem, iż, zwłaszcza jeśli chodzi o prasę stołeczną i prowincjonalną, zadania i metody ich pracy są zgoła odrębne i tam, gdzie są one należycie rozumiane i fachowo realizowane, płaszczyzna konkurencyjnego starcia maleje do rozmiarów nikłych. A przytem motywy konkurencyjne, jeśli chodzi o organizację zawodową, nie mogą wogóle mieć znaczenia decydującego. Gdyby one miały decydować, nie byłoby możliwem zorganizowanie żadnej gałęzi produkcji, bo wewnątrz każdej z nich poszczególne warsztaty pracy wiodą ze sobą walkę konkurencyjną. O to właśnie chodzi, aby mimo tej walki stworzyć nadrzędną organizację zawodową dla rozwiązywania zagadnień i spełniania zadań wspólnych. Zdolność stworzenia takiej organizacji jest miarą dojrzałości społecznej i gospodarczej członków danego zawodu.

Tak zresztą przedstawia się ta sprawa nie tylko u nas. Spójrzmy, jak rozwiązali ją, sąsiadujący z nami o graniczną miedzę Niemcy wydawcy gazet, mający za sobą kilkadziesiąt lat organizacyjnego doświadczenia. Jest rzeczą charakterystyczną, że mimo tak silnego, jak w żadnym może innym kraju, rozwoju prasy prowincjonalnej, gazety niemieckie stworzyły jednolitą, ogólnopństwową organizację, w ramach której nad rozwiązaniem zagadnień terenowych pracują, podporządkowane zrzeszeniu centralnemu, organizacje lokalne. Prowincjonalny, nawet mały wydawca niemiecki nie lęka się konkurencji swych potężnych kolegów z Berlina i innych wielkich ośrodków wydawniczych. Umie z tymi kolegami konkurować na swoim terenie, a współpracując z nimi w jednej organizacji, bardzo wiele zdobywa na rzecz wspólnych dla obu grup dążeń i interesów. Podobnie przedstawia się sytuacja i w wielu innych krajach.

W Polsce krótka, ale w wielu już dziedzinach bardzo owocna i pożyteczna praca Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism dowiodła, że powyższy pogląd na zasadniczą wspólność interesów prasy wielkiej i małej jest głęboko uzasadniony. Na innem miejscu niniejszego nume-

ru „Prasy” znajdują czytelnicy sprawozdanie z licznych dokonanych już, lub przygotowanych prac P. Z. W. D. i C. I proszę wskazać, czy która z tych prac obliczona była na pożytek tylko wielkich wydawnictw, czy która z nich kolidowała z interesami wydawnictw mniejszych, czy którakolwiek z nich nie rozciągała swych pożytecznych skutków na całą, w danej kwestji zainteresowaną, kategorię wydawnictw prasowych.

W początkowym stadjum swej pracy P. Z. W. D. i C. musiał zająć się sprawami natury najbardziej ogólnej, w miarę jednak rozwoju tej pracy przejść do organizowania i rozwiązywania zagadnień terenowych; wówczas bardziej bezpośrednio, niż dzisiaj, prasa prowincjonalna odczuje skuteczność

działania wielkiej, jednolitej, wspartej o silne elementy wydawnicze organizacji.

Organizacja zawodowa wydawców polskich, po okresie wieloletnich zaniedbań, zaledwie rozpoczęła swą pracę. Stoi przed nią ogrom zadań, od których spełnienia w znacznej mierze zależy rozwój i przyszłość prasy polskiej oraz jej rola w życiu publicznym. Wstrzymanie się części wydawców od udziału w tej pracy, a szczególnie próby dzielenia polskiego świata wydawniczego są osłabianiem, są odulenkiem okresu naprawy i uporządkowania stosunków wydawniczo - prasowych w Polsce. Kto to wszystko rozumie, tego miejsce jest w szeregach Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism.

WINCENTY TRZEBIŃSKI.

NAUKA O DZIENNIKARSTWIE

W dniu 21-ym października r. 1929, na ogólnym, konstytuującym zebraniu członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zapadła, między innymi uchwała „w sprawie utworzenia Instytutu Dziennikarskiego”. Uchwała ta brzmi, jak następuje:

„Ogólne Zebranie członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism uważa za ważny postulat założenie Instytutu Dziennikarskiego jako warsztatu badań warunków pracy dziennikarskiej i jej wpływów na rozmaite warunki życia i jako ogniwa pośredniczącego między prasą polską, a zagraniczną pod względem kulturalnym, oświatowym i na terenie zdobyczy wiedzy prasowej”.

Uchwała ta, uznając założenie instytutu dziennikarskiego (właściwie: prasoznawczego) za „ważny postulat”, jest chlubnym świadectwem zrozumienia ideowego i społecznego poslannictwa prasy. Jednocześnie rezolucja ta otwiera pole do dyskusji nad tem, jakie mają być zadania i środki instytutu. Aby te zadania przedstawić i uzasadnić, trzeba rzucić okiem wstecz na dorobek względnie nowej dziedziny wiedzy, zwanej „nauką o dziennikarstwie”.

**

Przeszło dwieście lat temu, w czasie od roku 1715 do 1717, profesor prawa na uniwersytecie we Frankfurcie nad Odrą, *Chrystjan Godfryd Hoffmann*, wydawał miesięcznik pod tyt. „*Aufrichtige und unparteiische Gedanken über die Journale, Extrakte und Monatsschriften*”. Ale jeszcze 40 lat przed nim, w roku 1676, *Ahaswer Fritsch*, doktor praw i mąż stanu w Rudolfsstadt, napisał i wydał w Jena książkę pod tytułem: „*Discursus de Novellarum quas vocant Neue Zeitunge hodierno usu et abusu*”. Mniej więcej w tym samym okresie wydali prace o współczesnych gazetach: *Chrystjan Weise* w Zittau, *Chrystjan Juncker* w Dreźnie, *Kacper Stieler* w Hamburgu, *Tobiasz Penzer* i teolog

Hoffmann w Lipsku (dysertacje doktorskie), profesor w Halle *Jan Piotr Ludewig*, profesor w Lipsku *Henryk Gotten* i inni. Nazwiska przytoczone wystarozają do stwierdzenia faktu, że w zaraniu dziejów prasy byli już ludzie, którzy pisali nie tylko do gazet i dla gazet i czasopism, ale i o gazetach.

W XVIII stuleciu następuje prawdziwy rozkwit piśmiennictwa o gazetach. W drugiej połowie tegoż stulecia na uniwersytetach niemieckich powstają katedry, t. zw.: „*Zeitungskollegia*”, poświęcone studjom nad czasopismami i gazetami. Najgłośniejszym z tych profesorów był *August Ludwik Schlözer* na uniwersytecie w Getyndze (rok 1777).

Pierwsze lata wieku XIX przynoszą dalszy rozwój piśmiennictwa o prasie (*Schwartzkopf* i *Prutz*) — ale odczyty i wykłady o tym przedmiocie stopniowo zanikają wskutek wojen Napoleońskich i okresu reakcji. Jednakże zastój ten nie trwa długo. W drugiej połowie ubiegłego stulecia następuje wzmoczenie, jakgdyby przyspieszony rozkwit zarówno szkolnictwa dziennikarskiego, jak i studjów nad dziennikarstwem. Tym razem przodują Stany Zjednoczone Ameryki Północnej. W roku 1869 powstają kursy dziennikarskie w Waszyngtonie. W roku 1875 niektóre amerykańskie szkoły wyższe wydają już dyplomy dziennikarskie. W roku 1893 uniwersytet w Filadelfji powołał do życia katedrę, poświęconą studjom nad prasą. W Europie, mianowicie w Niemczech, studia te rozwinięły się mniej więcej w tym samym czasie, gdyż w roku 1884 głośny uczony, *Karol Bücher*, rozpoczął wykłady o prasie („*Pressewesen*”) na uniwersytecie w Bazylei, później w Lipsku. *Bücher* obudził w Szwajcarii głębsze zainteresowanie dla badań nad prasą, gdyż wkrótce powstały katedry nauki o dziennikarstwie w Zurychu, Bernie, St. Gallen, w Genewie, Lozannie; z pośród profesorów najwięcej głośne stały się nazwiska: *Gustawa Vogta*, *Oskara Wettsteina* i *Bühlera*.

Jednakże najbujniejszy rozkwit nauki o dziennikarstwie przypada na koniec ubiegłego stulecia w Niemczech. Około dwudziestu lat temu rozpoczynają wykłady o dziennikarstwie: w Gryfji *Wenkstern*, w Gdańsku *Thiess*, w Darmstadzie *Meissner*, w wyższych szkołach handlowych w Berlinie i w Kolonii *Norden* i *Brunhuber*, na politechnice monachijskiej *Wirth*.

W r. 1899 powstaje stałe wydawnictwo: „*Zeitungsverlag*“ dla spraw, związanych ze szkolnictwem dziennikarskim i badaniami nad prasą. W r. 1916 powołano do życia tak zwany „*Institut für Zeitungskunde*“ przy uniwersytecie w Lipsku. Sędziwy *Karol Bücher* ostatecznie porzuca wszelkie inne prace naukowe i poświęca się nauce o dziennikarstwie, czyli prasoznawstwu. W roku 1924 powstaje w Berlinie „*Deutsche Gesellschaft für Zeitungsforschung und journalistische Berufsbildung*“. Towarzystwo to powołuje do życia „*Deutsches Institut für Zeitungskunde*“. Jego kierownikiem, a jednocześnie profesorem na katedrze nauki o dziennikarstwie został dr. *Martin Mohr*, ten sam, który był w Warszawie w latach 1916 — 1918 szefem wydziału prasy podczas okupacji niemieckiej.

Ogółem — z 23 uniwersytetów niemieckich posiada katedry nauki o dziennikarstwie — 16, z 6 wyższych szkół handlowych posiadają te katedry 2 szkoły, z 10 politechnik — jedna.

Instytuty, poświęcone badaniom nad dziennikarstwem, istnieją, poza Berlinem, przy uniwersytetach w Kolonii, Münster, Dortmund, Fryburgu i w Kiel.

W Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej nauka dziennikarstwa i studja nad dziennikarstwem odbywają się w 86 instytucjach; liczba słuchaczy przekracza 5,000. Na pierwszym planie stoi w Ameryce zawodowe wykształcenie dziennikarzy.

**

Widzimy, że względnie nowa, omawiana tu dziedzina badań naukowych ma już na szerokim świecie zasłużoną przeszłość i bogatą terażniejszość. Jeżeli użyłem wyrażenia „dziedzina badań naukowych“ — uczyniłem to z całą świadomością i bez przesady. Tematem naszych rozważań nie jest szkolnictwo dziennikarskie, lub, innymi słowy, nauka dziennikarstwa, lecz nauka o dziennikarstwie, czyli badanie prasy, jako zjawiska etycznego, społecznego i gospodarczego. Zawodowe kształcenie kandydatów na dziennikarzy, a badanie prasy — to są dwie rzeczy różne. W szkole dziennikarskiej uczymy, jak powstaje gazeta, jak się ją produkuje. Jestto nauka dziennikarstwa.

Co rozumiemy przez naukę o dziennikarstwie? Rozumiemy badanie gotowego już produktu, jakim jest gazeta w rękach czytelnika, rozumiemy konsekwencje tego tak bardzo powszedniego zjawiska, że prenumerator czyta codziennie swój dziennik. Konsekwencje te są bardzo poważne, gdyż dziennik jest chlebem powszednim dla ducha, a więc zasługuje chyba na nie mniejszą uwagę, niż chleb powszedni

dla ciała. W rzeczywistości jest inaczej: konsument o wiele więcej wie o swojej bułce, niż czytelnik o swojej gazecie.

Większe uświadomienie czytelnika co do jego codziennej gazety leży w interesie obu stron. Poznając, choćby w ogólnych zarysach, poszczególne środki, narzędzia i drogi pracy dziennikarskiej, warunki zawodowe tej pracy, źródła dziennikarskiej inspiracji i informacji — czytelnik może lepiej rozumieć swój dziennik, głębiej odczuwać jego tendencje. Czytelnik „wczuwa“ się w swój dziennik, zaczyna go trafniej oceniać, więcej się do niego zbliża, kontakt duchowy staje się głębszy i ściślej-szy, przywiązanie do dziennika większe. Z drugiej strony — sprawnie i sumiennie redagowany dziennik jedynie zyskuje, jeżeli jego czytelnictwo opiera się nie na przypadkowości, lecz na świadomej i utrwalonej opinii, ugruntowanej na poznaniu istotnej wartości pisma.

Pod tym kątem widzenia nauka o dziennikarstwie może i powinna być uważana za potrzebę ogółu. W szczególności znajomość tej nauki jest nieodzowna dla działacza publicznego, przede wszystkim zaś dla polityka, wyższego urzędnika, kupca i przemysłowca na stanowisku kierowniczym. Z tego właśnie powodu kilkanaście uczelni wyższych w Niemczech, w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej i w Szwajcarii otworzyło katedry nauki o dziennikarstwie, jako przedmiotu obowiązującego.

Do zagadnień badawczych nauki o dziennikarstwie, czyli prasoznawstwa, należą, między innymi, działy i grupy następujące:

- 1) różne postacie wydawnictw periodycznych (dziennik, ulotka, czasopismo, rocznik);
- 2) pracownicy dziennikarscy: wydawcy, redaktorzy, publicyści, obsługa informacyjna;
- 3) etyczna i prawna odpowiedzialność tych pracowników;
- 4) historia prasy krajowej i zagranicznej, monografie prasy współczesnej;
- 5) struktura handlowa prasy; usługi, oddawane przez nią życiu gospodarczemu;
- 6) prasa i opinia publiczna w oddziaływaniu wzajemnym;
- 7) prasa, jako narzędzie interesów politycznych, społecznych i gospodarczych.

Znaczna część tych zagadnień zamyka się w programach szkół dziennikarskich, ale traktowanie wymienionych przedmiotów, jako materiału wykładowego, jest zgoła inne. Słuchacz zawodowej szkoły dziennikarskiej musi poznać te zagadnienia, jako teren, jako ramy, lub narzędzia swojej przyszłej pracy; dla czytelnika gazet wystarczy, jeżeli, dzięki uświadomieniu w sprawach powyższych, będzie mógł z większą dla siebie korzyścią czytać swój dziennik. Wymieniony już wyższy urzędnik, działacz społeczny, kupiec i przemysłowiec — wszyscy oni, jakoteż przedstawiciele wielu innych stanów i zawodów, dzięki tym badaniom, poznają bliżej prasę, jako ewentualne narzędzie, współdziałające w ich pracy.

Prasoznawstwo, czyli nauka o dziennikarstwie, posiada zakres rozleglejszy i ujęcie głębsze, niż nauki przygotowawcze do zawodu dziennikarskiego. Studja badawcze i syntetyczne nad prasą, jako nad zjawiskiem społecznym, mogą być uprawiane dla celów i potrzeb historii kultury, historii literatury, historii ekonomji, prawa, socjologii. Tego rodzaju badania nie należą do programów szkół dziennikarskich.

Studja nad prasą wymagają też innego przygotowania, aniżeli to, jakie mogą dać szkoły średnie, lub praktyka dziennikarska, pozbawiona oparcia o studja wyższe.

**

Nakreśliłem, w ogólnych zarysach, cele i zadania nauki o dziennikarstwie. Z kolei wskazać należy, w czyje ręce ma być złożone wykonanie tych zadań?

Wspomniałem już, że naukę o dziennikarstwie, czyli prasoznawstwo, wykładają profesorowie na kilkunastu wyższych uczelniach w różnych krajach. Ale same wykłady zadań tych nie wyczerpują. Nauka o dziennikarstwie nie jest nauką abstrakcyjną, opartą wyłącznie na spekulatywnej pracy mózgu. Prasoznawstwo tkwi wszystkimi swojemi korzeniami w życiu realnem, w codziennem bytowaniu jednostek i grup społecznych, w ich troskach, walkach, dążeniach i zawodach. Obiektem badań prasoznawczych jest dziennik, produkt materialny, będący odbiciem życia. Do analizy tego obiektu potrzebna jest nie tylko katedra profesorska. Potrzebne jest również laboratorium. Tem laboratorium w zakresie badań nad prasą są instytuty dziennikarskie, czyli prasoznawcze.

Idea powołania do życia takiego instytutu w Polsce nie jest wytworem ostatniej chwili. Odpowiednie projekty były rozważane na konferencjach prywatnych, zwłaszcza wśród tych zawodowych dziennikarzy, którym nie obca jest organizacja i czynności zagranicznych, w szczególności niemieckich instytutów prasoznawczych. Dążenia te nie były też obce autorom statutu „Towarzystwa Wyższej Szkoły Dziennikarskiej w Warszawie”, zatwierdzonego przez Pana Komisarza Rządu na miasto stoł. Warszawę w dniu 31 stycznia r. 1929. Dwa pierwsze paragrafy tego statutu opiewają:

1) „Towarzystwo Wyższej Szkoły Dziennikarskiej w Warszawie” ma na celu krzewienie nauki z dziedziny publicystyki w najszerszym tego słowa znaczeniu i rozszerza działalność na całą Rzeczpospolitą.

2) Zamierzone cele osiąga Towarzystwo przez:

a) utrzymywanie Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, b) urządzenie odczytów, wykładów, kursów oraz zakładanie i utrzymywanie czytelni i bibliotek, pracowni, archiwum, zbiorów muzealnych, c) wydawanie i rozpowszechnianie prac z dziedziny teorii, historii, techniki i statystyki prasy, d) ogłaszanie konkursów z dziedziny teorii i organizacji prasy oraz publicystyki.

Organizacja i praktyka instytutów zagranicz-

nych zakreśliła sobie zbliżone cele. „Das deutsche Institut für Zeitungskunde” w Berlinie pragnie być „duchową centralą” etycznych i fachowych spraw zawodu dziennikarskiego”. Do pomocniczych urządzeń, oraz bliższych zadań instytutu w Berlinie należą między innymi:

1) gromadzenie materiałów w zakresie cech charakterystycznych, wydarzeń i urzędzeń z dziedziny prasy codziennej;

2) tworzenie fachowej biblioteki prasowej;

3) tworzenie archiwum prasowego;

4) dostarczanie interesowanym, w razie potrzeby, dzienników i czasopism, jako materiałów do studjów;

5) prowadzenie poradni dla kandydatów na dziennikarzy;

6) pomoc w samokształceniu dla dziennikarzy, pracujących już zawodowo;

7) popieranie dążeń w zakresie nauki o dziennikarstwie na uczelniach wyższych.

Podobne cele i zadania zakreśliły sobie inne instytucje pokrewnej natury w Niemczech, Ameryce, Szwajcarji, Japonji. Jak daleko posunęły się już tam studja naukowe nad dziennikarstwem, świadczy, między innymi, fakt, że przy instytucie berlińskim istnieje „Arbeitsgemeinschaft der Dozenten der Zeitungskunde an den preussischen Universitäten” (naukowe zjednoczenie profesorów prasoznawstwa na uniwersytetach pruskich). W Nowym Jorku istnieje „Association of teachers of journalism” (Stowarzyszenie nauczycieli dziennikarstwa).

Do najpilniejszych i doniosłych zadań instytutu prasoznawczego w Warszawie należałoby zaliczyć monograficzne opracowywanie dziejów i obecnego stanu prasy polskiej. Zaledwie kilka wydawnictw pism codziennych opracowało i wydało swe księgi jubileuszowe, będące bardzo cennym przyczynkiem nie tylko do historii prasy polskiej, lecz i syntezą naszego życia społecznego i kultury z różnych okresów. Tego rodzaju prace monograficzne mogłyby być staraniem instytutu prasoznawczego rozszerzone na inne wydawnictwa tak, aby z biegiem czasu ogarnąć zdołały możliwie całą prasę polską. Pewną część tych monografji mogłoby zapewne opracowywać słuchacze Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, jako prace dyplomowe. Instytut służyłby im pomocą w zakresie inicjatywy, ustalenia planu pracy i kosztów druku; odpowiedniego udziału w tych pracach i kosztach nie odmówiłoby również interesowane wydawnictwa.

Do ważnych zadań instytutu należałoby także opracowywanie, ewentualnie przyswajanie z piśmiennictwa obcego podręczników i rozpraw z zakresu teorii, organizacji i historii prasy przodujących pod względem kulturalnym krajów. Piśmiennictwo to zagranicą jest obfite i bogate, nasza zaś literatura w tym zakresie jest wyjątkowo uboga. Przy instytucie berlińskim wychodzi dwumiesięcznik pod tytułem „Zeitungswissenschaft”, którego redaktorami są: monachijski profesor prasoznawstwa, dr. Karol d'Ester i dr. Walter Heide z Berlina. Czasopismo

to wychodzi od roku 1926-go. W tymże roku profesor Spahn zaczął wydawać w Kolonji czasopismo o pokrewnym zakresie. Pozatem są w Niemczech trzy wydawnictwa, ogłaszające drukiem pomniejsze opracowania i broszury z dziedziny prasoznawstwa i zawodowych potrzeb dziennikarstwa. Do wydawnictw tych należą: „*Zeitungsverlag*“, organ Związku wydawców niemieckich, „*Deutsche Presse*“, organ Związku prasy Rzeszy niemieckiej oraz pismo „*Der Verlag*“. Pozatem istnieją takie wydawnictwa, jak: „*Augustinusblatt zur Pflege der katholischen Presse*“ (organ prasy katolickiej) — wychodzi w Düsseldorfie, „*Provinzdrucker und Lokalpresse*“, „*Die Zeitschrift*“ das Organ des Reichsverbandes Deutscher Zeitschriften Verleger (czasopismo Związku prasy periodycznej) i inne.

Szwajcaria posiada pismo „*Die Presse*“, poświęcone prasoznawstwu i zawodowym sprawom i potrzebom dziennikarstwa.

Kilka pism tego rodzaju wychodzi w Anglii i w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. W Japonji dr. Hideo Ono wydaje czasopismo, poświęcone badaniom nad dziennikarstwem. W maju roku 1926 zaczęło wychodzić we Włoszech czasopismo „*Il Torchio*“, organ zawodowy dziennikarzy włoskich.

Doniosłe w znaczeniu naukowym i nie pozbawione praktycznego znaczenia mogłyby być studia naszego instytutu prasoznawczego nad prawem prasowym. Nasze życie polityczne niewątpliwie dostarczyć może w tym zakresie dużo cennego materiału. Stosowanie prawa prasowego w różnych krajach wzbogaciłoby wieloma interesującymi przyczynkami i epizodami archiwum instytutu.

Na całokształt dziennika współczesnego składa się nie tylko praca pisarska w różnych jej postaciach, lecz także czynności handlowe i techniczne (narzędzia i maszyny). Wszyscy wiemy o tem, że wielki dziennik jest obecnie nie tylko megafonem do rozpowszechniania informacji, nie tylko trybuną publiczną do oddziaływania na tłumy, nie tylko pokarmem duchowym, często jedynym, dla mas najszerzych. Wielki dziennik współczesny jest także przedsiębiorstwem, opartem na wielkim kapitale, na zasadach kalkulacji handlowej i korzystającym z nowoczesnych, sięgających coraz to wyżej i dalej, wynalazków i udoskonaleń techniki drukarskiej i komunikacyjnej. Otóż zarówno dział handlowy, jak i techniczny naszej prasy wymagałby także fachowych, systematycznych studiów w naszym przyszłym instytucie prasoznawczym. Przedsiębiorcza inicjatywa poszczególnych wydawnictw ma w tym zakresie swoje cele i dążenia indywidualne, twórcze — zadanie instytutu polegałoby na obserwacji i dążeniu do syntezy.

Instytut zapewne wyprowadziłby swój rodowód z Towarzystwa Wyższej Szkoły Dziennikarskiej w Warszawie — nie tylko wskutek pewnego pokrewieństwa zadań, lecz i dlatego, że, niewątpliwie, grupowałby około siebie to samo grono osób, przynajmniej z początku swego istnienia. W dalszym

rozwoju prac instytutu koło to zapewne uległoby rozszerzeniu. Pokrewieństwo to i współdziałanie mogłoby być tem bliższe, że instytut stanowiłby jak gdyby nadbudowę Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, działając w bliskim kontakcie z ciałem profesorskiem tej uczelni. Wykładowcy szkoły zasilaliby instytut swojemi pracami, korzystając wzajemnie z jego biblioteki i zbiorów. Z taką samą pomocą przechodziłby instytut abiturjentom szkoły. Dalsza krystalizacja ustroju i osobowości prawnej instytutu nastąpiłaby w naturalnej drodze rozwojowej. Ale już teraz zapewne wolno będzie wyrazić przypuszczenie, że egzystencja i prace instytutu nie byłyby obojętne zarówno dla organizacji wydawniczych, jak i dziennikarskich. Wyniki badań instytutu w zakresie historii i statystyki periodycznych wydawnictw krajowych i zagranicznych, opracowania monograficzne, fachowe studia nad rozwojem i postępem reklamy, akwizycji, środków komunikacyjnych — mogłyby dawać zupełnie realne korzyści wydawnictwom.

Organizacje dziennikarskie, będąc, z natury rzeczy, objektem prac instytutu w zakresie badań nad warunkami zawodowej pracy dziennikarskiej — z drugiej strony wywierałyby wpływ subiektywny na instytucję. Pracownicy instytutu, zapewne w znacznej części — pochodziliby z kół dziennikarzy zawodowych. Ich doświadczenie, nabyte w pracy codziennej, tryskająca wiecznie młodem życiem praktyka dziennikarska — byłaby nieocenionem źródłem prac nad teorią dziennikarstwa. W miarę posiadanych sił i środków, instytut urządziłby dla dziennikarzy zawodowych kursy uzupełniające z różnych dziedzin wiedzy, głównie jednak z zakresu przedmiotów ogólnie - kształcących, najbliższe związanych z wykonywaniem zawodu dziennikarskiego.

Program prac instytutu objąłby także dział techniczny prasy współczesnej, a więc: sztukę zecercką, drukarską, ilustracyjną, stereotypję i t. d. Oczywiście, instytut nie mógłby i nie chciałby przekształcić się w szkołę, czy też w techniczną pracownię doświadczalną, świadomie ograniczając się w tej dziedzinie do zainteresowań, ważnych i niezbędnych dla dziennikarza, jakoteż badacza stosunków prasowych, pragnącego poznać i ten dział dziennikarskiej pracy zawodowej. Ale, z drugiej strony, badania te mogłyby zainteresować przedsiębiorstwa drukarskie, które oparłyby swój stosunek do instytutu na wzajemnej wymianie usług.

Stosunek do instytucji społecznych o pokrewnym zakresie działania, wreszcie do władz rządowych, wyjaśniłby się i wytworzył w toku pracy.

**

Organizatorzy instytutu, działając, na razie, w ramach luźnej inicjatywy, doskonale zdają sobie sprawę, że realizacja ich pragnień zapewne wymagać będzie dłuższego czasu. Mimo to powołanie do życia instytutu prasoznawczego przyświeca im, jako cel zupełnie pozytywny i bezpośrednio związany z pilną potrzebą dobra publicznego.

JERZY SZAPIRO

TRUSTY PRASOWE

W Anglii dwaj „lordowie” prasowi, Rothermere i Beaverbrook, posiadacze dwóch potężnych koncernów wydawniczych, starają się narzucić partji konserwatywnej swój własny program polityki imperjalnej i walczą o wpływy i kierownictwo w partji z b. premierem Stanley Baldwinem. W Niemczech Hugenberg, organizator i niepodzielny rządcą wspianego aparatu prasowo-propagandowego, składającego się z koncernu prasowego Scherla, agencji Tel-Union i wytwórni kinematograficznej Ufa, zostaje dyktatorem partji niemiecko-narodowej i sztandarowym człowiekiem obozu nacjonalistycznego, usuwającym w cień starych przywódców. W Stanach Zjednoczonych William Randolph Hearst, właściciel kilkudziesięciu dzienników rozrzuconych po całej północnej części kontynentu amerykańskiego od Nowego Yorku do Los Angeles, chce politykę rządzącej partji republikańskiej podporządkować sobie i wydaje odezwy do całego świata w ważnych sprawach międzynarodowych ponad głową prezydenta Hoovera.

Rośnie potęga trustów prasowych i rosną ambicje polityczne ich kierowników. Już nietylko politycy i dziennikarze znają nazwisko Rothermerów, Hugenbergów i Hearstów. Szersza publiczność, do której zapomocą swojej prasy przemawiają „lordowie” prasowi wszelkich narodowości i która poniekąd uważana jest przez nich za posłuszną armję polityczną, zainteresowała się również tem znamiennem i stosunkowo jeszcze młodem zjawiskiem koncentracji i wysokiego stopnia uprzemysłowieniem prasy perjodycznej, głównie codziennej. Zjawisku temu przygląda się świat coraz uważniej i bada je coraz pilniej. Na tem miejscu postaramy się zdać sprawę ze stanu i rozwoju trustów prasowych w tych krajach, gdzie one najsilniej się rozwinęły.

I. W. BRYTANJA.

Zacniemy od W. Brytanji, od kraju, w którym prasa codzienna osiągnęła najwyższy poziom koncentracji.

Encyklopedia Brytyjska, rozpoczynając w najświeższym wydaniu artykuł o prasie, powiada:

„Najjaskrawszą cechą świata prasy w latach 1910—1928 była znamienna zmiana, która zaszła w prasie Wielkiej Brytanji w tym okresie przez utworzenie wielkich trustów wydawniczych, połączenie pism i wyeliminowanie słabszych finansowo przedsiębiorstw, oraz niezwykle rozpowszechnienie ilustrowanych dzienników”.

Ostatnie tygodnie przyniosły nowe potwierdzenie tego zjawiska. Znikło pismo o milionowym nakładzie „Daily Chronicle”; przejęło je wydawnictwo „Daily News”, które już przed czterema laty pochłonęło dziennik „Westminster Gazette”. W 1910 roku Londyn miał 23 dzienniki poranne i 7

wieczornych, dziś ma zaledwie 20 pism porannych (włączając 4 specjalne) i tylko 3 wieczorne — na ludność blisko 8-miljonową. Wydana tuż przed wojną ciekawa książeczka o prasie angielskiej, „The Newspaper” opowiada o poczytnych dziennikach, których nazw dziś już zapomniano, i o powodzeniu ich właścicieli, którzy już dawno ustąpili z rynku prasowego...

Przewrót w organizacji prasy angielskiej zaszedł tak daleko, że dziś już wystarczy wymienić 4—5 nazwisk, aby objąć cały wielki przemysł prasowo-wydawniczy W. Brytanji.

GRUPA LORDA ROTHERMERE'A.

Człowiekiem, który ten wielki przewrót rozpoczął, był *Alfred Harmsworth, lord Northcliffe*, największy genjusz dziennikarski Anglii. Northcliffe pierwszy zaczął wydawać pismo naprawdę popularne, które czyta cała rodzina. Jego „Daily Mail” osiągnęła milionowy nakład dzięki temu, że objęła dotąd nietkniętą olbrzymią masę kobiet-czytelniczek gazet. Razem z „Timesami”, które Northcliffe'owi udało się nabyć od rodziny Walterów, „Daily Mail” weszła w skład „Associated Newspapers Ltd.”.

Ale dopiero po wojnie i po śmierci Northcliffe'a rozwinął się na dobre trust, którego początki stworzył ten wielki dziennikarz i wydawca.

Northcliffe zmarł w 1922 r. Rok ten zaznaczył się niezwykłą aktywnością na rynku wydawniczym i był właściwie rokiem ustalenia się dziś istniejących wielkich trustów.

Brat lorda Northcliffe'a, lord Rothermere, przystąpił do reorganizacji przedsiębiorstwa. „Times” już przedtem przeszły w posiadanie J. J. Astora, naturalizowanego miliardera amerykańskiego. Rothermere skupił większość akcji „Associated Newspapers”, nabył 49% akcji pisma „The Evening Standard”, przejął za 8 milionów funtów wielkie przedsiębiorstwo prasowe „E. Hulton Company”, część którego odstąpił ze znacznym zyskiem trustowi braci *Berry*. Nabył również pakiet akcji „London Express Newspaper Ltd.”, w którym większość kapitału posiada lord Beaverbrook. Od roku 1922 datuje się nieustanny rozwój trzech trustów Rothermera, Beaverbrooka i Ber-rych.

Dziś koncern Rothermera obejmuje następujące kompanje:

Associated Newspapers Ltd., Daily Mirror Newspapers Ltd., Sunday Pictorial Newspapers Ltd., Daily Mail Trust Ltd. i Northcliffe Newspapers Ltd., o kapitale ogólnym 10 milionów funtów.

Najpoważniejszym z pism Rothermere'a jest „Daily Mail” o nakładzie blisko 2 milionów, drukowane jednocześnie w Londynie i Manchester'ze

(dla północy Anglii i Szkocji). Wieczorowe wydanie, „*Evening News*” ma ok. 900 tys. nakładu, niedzielne wydanie, „*Weekly Dispatch*” przekracza milion, „*Daily Mirror*” i niedzielne wydanie tegoż „*Sunday Pictorial*” są pismami ilustrowanymi małego formatu, czytane przeważnie przez kobiety. W Paryżu ukazuje się kontynentalne wydanie „*Daily Mail*”. Rothermere ponadto jest właścicielem papierni w Anglii i Nowej Fundlandji.

Ostatnio Rothermere zajął się organizowaniem prowincji. Wychodzi on ze słusznego założenia, że pisma poranne na prowincji przy stosunkowo niewielkich przestrzeniach do pokonania na wyspach brytyjskich i przy doskonałym systemie komunikacyjnym, skazane są na zagładę. Nie wytrzymają one konkurencji kolosów londyńsko-manchesterskich. Wziął się on tedy do skupiania pism porannych, do likwidacji ich i do organizowania pism wieczornych. W tym celu założył w 1928 r. „*Northcliffe Newspapers Ltd.*” z kapitałem 7½ miliona funtów.

Natknął się on tu jednak na sprzeciw grupy Berry'ch, i, jak donoszą ostatnie dzienniki angielskie, zrezygnował z utworzenia nowych pism w kilku już miastach.

Kierunek polityczny wszystkich pism Rothermere'a jest konserwatywny, imperjalistyczny, wybitnie anty-rosyjski.

GRUPA BERRYCH.

Rothermere jest bardzo głośny. O braciach Berry słyszy się mało, ale ich przedsiębiorstwo nie ustępuje Rothermere'owemu.

Twórcami tej grupy są trzej bracia, Henry Seymour Berry (dziś lord Buckland), Sir William Ewert Berry i Sir James Gomer Berry. Do przemysłu prasowego weszli już ze znacznym majątkiem, zrobionym na węglu i żelazie, nafcie i bawełnie. Żywą działalność rozwinęli dopiero w ciągu ostatnich 5 lat, zdobywając prawie monopol na prasę periodyczną ilustrowaną.

Ich kompanje, o kapitale blisko 20 milj. funtów, są następujące: *Allied Newspapers Ltd.*, *Allied Northern Newspapers Ltd.*, *Amalgamated Press Ltd.*, *Graphic Publications Ltd.*, *Western Mail Ltd.* i *Daily Telegraph Ltd.*

Koncern prasy periodycznej „*Amalgamated Press*”, o kapitale 9 milionów funtów wydaje coś koło 100 czasopism, m. in. znane na całym świecie „*The Graphic*”, „*The Bystander*”, największe czasopisma radiowe, techniczne, kobiece, i znane księgi adresowe „*Kelly's Directories*”.

Do Berrych należą niedzielne „*Sunday Times*”, i niedawno nabyty od lorda Burnhama (Lawson-Levy) konkurent „*Timesów*” „*Daily Telegraph*”, obok ilustrowanego dziennika „*Daily Graphic*” i niedzielnego wydania „*The Sunday Graphic*” — wszystko pisma umiarkowanie konserwatywne.

Głównym terenem działalności Berry'ch w dziedzinie dzienników jest jednak prowincja. Jak już zaznaczyliśmy, przejęli oni od lorda Rothermere'a

znaczną część przedsiębiorstwa E. Hultona — mianowicie dzienniki prowincjonalne w największych miastach Anglii, Szkocji i Walji. Na prowincji też są oni groźnymi rywalami Rothermere'a, który bardzo się musi z nimi liczyć, skoro odstąpił od swego planu uruchomienia kilku nowych dzienników wieczorowych.

Grupa Berry'ch jest równie właścicielką wielkiej fabryki papieru „*Imperial Paper Mills*”, podobno drugiej co do wielkości na kuli ziemskiej.

GRUPA BEAVERBROOK'A.

Lord Beaverbrook wprawdzie przerasta braci Berry i lorda Rothermere'a zdolnościami i ambicjami politycznymi, ale ustępuje im, jeżeli chodzi o siłę finansową i znaczenie jego koncernu prasowego. Posiada on niewiele pism, ale zato doskonale redagowanych i z niesłychaną szybkością powiększających swe nakłady.

Do prasy wszedł on dopiero po wojnie. Kandydyck z pochodzenia, p. Max Aitken z urodzenia, zajął się polityką angielską po zrobieniu sporej fortuny w Ameryce. Zrozumiał znaczenie prasy dla polityki i nabył dziennik „*Daily Express*”, który z fenomenalną szybkością stanął tuż za „*Daily Mail'em*”, jako wielki dziennik popularny. Beaverbrook jest właścicielem kompanji „*London Express Newspapers Ltd.*” i „*The Evening Standard Ltd.*”.

Niedzielnym odpowiednikiem „*Daily Expressu*”, który dopędza „*Daily Mail*” i zbliża się szybko do 2 milionów nakładu, jest „*The Sunday Express*”. Wieczorowy „*The Evening Standard*” jest jednym z najlepszych pism angielskich, o nakładzie około 800 tys.

Prasa Beaverbrook'a jest również konserwatywna, ale bardziej postępową, niż „*Rothermere'a*”. Beaverbrook prowadzi obecnie kampanje „*Empire Free Trade*” — imperjalnej unji celnej i protekcyjnej polityki nazewnątrz. Napisał ciekawą książeczkę „*Politicians and the Press*”, w której dowodzi, jak wielkie wpływy miała jego prasa w polityce brytyjskiej.

GRUPA „DAILY NEWS”.

W prasie liberalnej angielskiej zaszły w ciągu ostatnich tygodni zmiany tak daleko idące, że źródła, które podajemy na końcu artykułu, okazały się już niewystarczające i dane przestarzałe. Znikła „*Daily Chronicle*”, do niedawna jeszcze organ Lloyd George'a i rozchwiały się koncern Harrisona, który odgrywał poważną rolę na rynku wydawniczym. „*United Newspapers Ltd.*”, które było właścicielem „*Daily Chronicle*”, przeszło na własność „*The Daily News Ltd.*” — które dzisiaj jest bardzo silną finansowo i politycznie grupą. Jeszcze przed 5 laty w Londynie ukazywały się trzy poranne dzienniki liberalne „*The Daily News*”, „*The Westminster Gazette*” i „*The Daily Chronicle*”. Dziś pozostała jedynie „*The Daily News*”, z podtytułem „*and Westminster Gazette and Daily Chronicle*”.

„Daily News” ma „murowanych” czytelników wśród wszelkiego rodzaju nonkonformistów i w tradycyjnych rodzinach liberalnych. Wieczorowe wydanie „The Star”, z doskonale redagowanym działem sportowym rozchodzi się w nakładzie blisko milionowym we wschodnich dzielnicach Londynu. Znana rodzina kwakerska właścicieli wielkiej fabryki czekolady w Jorkshire — *Cadbury'owie* — jest właścicielką większości udziałów. „Sunday News” jest niedzielnym pismem tej grupy.

„ODHAM PRESS” I „DAILY HERALD”.

Na zakończenie o jeszcze jednej grupie o całkiem oryginalnej strukturze. Firma „*Odham Press*”, posiadająca jedną z lepszych drukarni gazetowych w Londynie, zmieniła się przed niewiele laty z przedsiębiorstwa drukarskiego na przedsiębiorstwo wydawnicze.

Od słynnego Bottomley'a, osadzonego w więzieniu za oszustwa, przejęła upadający rewolwerowy tygodnik „*John Bull*” i w ciągu niewiele lat nakład tego tygodnika podciągnęła do blisko 2 milionów. W rękach „*Odham Press*” pismo niedzielne „*The People*” skoczyło z kilkuset tysięcy na dwa i pół miliona nakładu. Druk tak olbrzymich nakładów wymagał odpowiednio wielkiego urządzenia, które jednak amortyzowało się niezbyt korzystnie przy produkcji perjodyków przez 2—3 dni w tygodniu. Właściciel „*Odham Press*” *Elias* szukał roboty odpowiedniej dla rozmiarów warsztatu — i wpadł na wręcz genialny pomysł zawarcia spółki z Partją Pracy i Centralą Związków Zawodowych celem wydawania wielkiego, nowoczesnego dziennika socjalistycznego dla szerokich mas. W ten sposób powstało „*The Daily Herald Ltd.*”, i w marcu uruchomiło zreorganizowany „*Daily Herald*”, który od razu zdobył sobie wielką poczytność i ma dziś nakład ponad milion! W planach „*Odham Press*” leży założenie wieczorowego pisma „*The Evening Herald*”.

GRUPY POMNIEJSZE.

Wyliczenie koncernów prasowych w Anglii nie powinno ograniczyć się do londyńskiej prasy jedynie i do prasy codziennej. Na uwagę zasługuje również szereg pomniejszych przedsiębiorstw prasowych, zbudowanych wedle zasad trust'owych i obejmujących wpływami cały kraj.

GRUPA HARRISONA przede wszystkim zastrzeżona na wzmiankę.

Właściciel wielkich papierni i główny udziałowiec „*The Inveresk Paper Co.*” przed jakimiś 4 laty zajął się skupywaniem prasy.

W końcu 1926 roku „*The Inveresk Paper Co.*” nabyła od magnata okrętowego sir John Celermana bogaty koncern „*Illustrated Newspaper Ltd.*”, wydające popularne i na kontynencie tygodniki „*The Illustrated London News*”, „*The Sphere*”, „*The Sketch*”, „*Eve*” i in. W końcu 1928 r. Harrison — aczkolwiek sam konserwatysta — nabył koncern „*Daily Chronicle*” od anstępcy Lloyd George'a — b. wicekróla Indyj lorda Readinga.

Harrison posiadał również kilka pism prowincjonalnych. Na początku roku bieżącego zachwiały się jego przedsiębiorstwa, głównie „*The Inveresk Paper Co.*”. Harrison zmuszony był sprzedać „*Daily Chronicle*” i jeszcze boryka się z trudnościami.

GRUPA ASTORÓW obejmuje najpoważniejsze dwa wydawnictwa W. Brytanji „*The Times*” i „*The Observer*”.

Dwaj naturalizowani Amerykanie, z rodziny miliardarów nowojorskich, weszli do polityki angielskiej i zakupili dwa najwpływowwsze pisma. Major J. J. Astor stał się właścicielem „*The Times*”, a lord Astor — właścicielem niedzielnego pisma „*The Observer*”.

„*THE TIMES PUBLISHING CO.*” jest właścicielką „*Times'ów*”, które są dla Anglików instytucją narodową, ba, nieomal świętością narodową. To też major Astor zorganizował komitet opiekuńczy „*Times'ów*”, do którego zaprosił arcybiskupa z Canterbury, lorda Najwyższego Sędziego i kilku innych obywateli.

„*Observer*”, własność Viscount Astora, jest pismem lewicowo-konserwatywnym, bardzo niezależnym pod kierownictwem *I. L. Garvin'a*.

GRUPA LORDA COWDRAY. Jest to silny koncern prowincjonalnej prasy liberalnej, którego głównymi promotorami są liberalni przywódcy *lord Cowdray*, *Sir Charles Starmer* i jeszcze jeden „król czekoladowy” *Rowntree*. Grupa ta posiada dzienniki w środkowej i południowej Anglii, w przemysłowych miastach, ogółem ok. 35 wydawnictw, włączając kilka tygodników i niedzielnych pism.

GRUPY LOKALNE. W szeregu większych ośrodków istnieją ponadto zamożne i doskonale zorganizowane syndykaty prasowe lokalne, nie wykraczające poza obręb miasta i okolic, a najwyżej hrabstwa. Nie będziemy tu wyliczać tych syndykatów, ponieważ obraliśmy sobie za zadanie charakterystyki tych tylko grup prasowych, które, jak zaznaczyliśmy na wstępie niniejszego rozdziału, obejmują swymi wpływami całe zjednoczone królestwo, a przynajmniej większe jego połacie.

ŹRÓDŁA:

„*The Encyclopaedia Britannica*”, XIII Edition, artykuł „*Newspapers*”.

„*The Newspaper*”, by G. Binney Dibblee, London, 1913.

„*Politicians and the Press*”, by Lord Beaverbrook, London 1925.

„*The British Press*”, A. Survey, a Directory and a Who's Who. London, 1929.

„*The Disease of the Press*”, by Wickham Steed, Review of Reviews, London, 1926.

„*The Economist*”, artykuły o organizacji prasy 19 i 26 grudnia 1925 r., London.

„*Northcliffe: An Intimate Biography*”, by Hamilton Fyfe, London, 1930.

„Handwörterbuch der Staatswissenschaften“, IV Auflage, t. IX, artykuł „Zeitung“.

„Zeitung-Verlag“, Nr. 14, r. 1930, artykuł „Die englischen Zeitungs-Trusts“.

„Zeitungswissenschaft“ Nr. 3, 1930, art. „Neue Ausbaupläne der „Northcliffe Newspapers“.

„La Presse à travers les ages“, par Paul de Sury d'Aspremont, Paris-Bruges, 1929.

ŻYCIE ORGANIZACYJNE

Z DZIAŁALNOŚCI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

Założyciele Związku.

Inicjatywa utworzenia ogólnopolskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, obejmującego wszystkie wydawnictwa codzienne i periodyczne Rzeczypospolitej wyszła w obecnej formie (przedtem od r. 1918 istniała doraźna organizacja wydawców pism warszawskich) od grupy wydawców największych dzienników stołecznych, a mianowicie od p. p. *Feliksa Ludwika Fryzego*, wydawcy „Kurjera Porannego” i „Przeglądu Wieczornego”, *Antoniego Lewandowskiego*, wydawcy „Expressu Porannego” i „Kurjera Czerwonego”, *Feliksa Mrozowskiego*, wydawcy „Kurjera Warszawskiego” i *Mieczysława Niklewicza*, wydawcy „Gazety Warszawskiej”. Inicjatywę tę poparli następnie i w pracach organizacyjnych wzięli udział pp. *Edward Pawłowski*, wydawca „Kurjera Poznańskiego” i „Orędownika Wielkopolskiego” w Poznaniu oraz *Marjan Dąbrowski*, wydawca „Ilustrowanego Kurjera Codziennego” w Krakowie, a także z liczby wydawców warszawskich pp. *Kazimierz Młynarski*, dyrektor wydawnictwa „ABC” i *Franciszek ks. Gąsiorowski*, wydawca „Rzeczypospolitej”.

Poza poważnym wysiłkiem organizacyjnym, na barkach wymienionych przedstawicieli wydawnictw spoczywał cały ciężar finansowania akcji organizacyjnej Związku w okresie r. 1928 i 1929.

Władze Związku.

Władze Związku na rok 1930 zostały ukonstytuowane w składzie następującym:

Rada Związku.

Prezydjum:

Prezes *Mrozowski Feliks* („Kurjer Warszawski”),
Wiceprezes *Dąbrowski Marjan* („Ilustrowany Kurjer Codzienny”).

Wiceprezes *Pawłowski Edward* („Kurjer Poznański”, „Orędownik Wielkopolski” i „Gazeta Bydgoska”),

Członkowie:

Bok Stanisław („Słowo Pomorskie”),
Budrys - Budrewicz Aleksander („Kurjer Wileński”),
Fryze Feliks Ludwik („Kurjer Poranny” i „Przegląd Wieczorny”),

Gebethner Waclaw („Tygodnik Ilustrowany” i „Naokoło Świata”),

Grocholska Emilja („Kobieta Współczesna”),

Gutowski Aleksander („Czas”),

Jeleński Szczepan („Tęcza” i „Przewodnik Katolicki”),

Krajna Franciszek („Gazeta Malarska”, „Przegląd Stolarski”, „Warsztat Metalowy” i 3 inne czasopisma),

Krzywoszewski Stefan („Świat”),

Lewandowski Antoni („Express Poranny”, „Kurjer Czerwony” i „Dobry Wieczór”),

Mikulski Czesław („Przegląd Techniczny”),

Niklewicz Mieczysław („Gazeta Warszawska”),

Pawlikowski Stefan („Pielgrzym” i „Goniec Pomorski”),

Pieracki Zygmunt („Bluszcz”),

Rozencweig Daniel („Nasz Przegląd”),

Szapiro Jerzy („Robotnik”),

Wieniawa - Chmielewski Czesław („Polonia”),

Włodarski Józef („Płomyk” i „Płomyczek”),
Zdanowski Antoni („Robotniczy Przegląd Gospodarczy”),
Ziętowski Kazimierz („Dziennik Kujawski”).

Zarząd Główny Związku.

Prezydjum:

Prezes *Krzywoszewski Stefan* („Świat”),

Wiceprezes *Lewandowski Antoni* („Express Poranny”, „Kurjer Czerwony” i „Dobry Wieczór”),

Wiceprezes *Niklewicz Mieczysław* („Gazeta Warszawska”).

Członkowie:

Gebethner Waclaw („Tygodnik Ilustrowany” i „Naokoło Świata”),

Głowiński Franciszek („Express Lubelski”),

Krajna Franciszek („Gazeta Malarska”, „Przegląd Stolarski”,

„Warsztat Metalowy” i 3 inne czasopisma),

Magnuski Marcei Palemon („Kurjer Poranny” i „Przegląd

Wieczorny”),

Szapiro Jerzy („Robotnik”),

Wieniawa - Chmielewski Czesław („Polonia”).

Kauzik Stanisław, Dyrektor Związku.

Zastępcy członków:

Budrys-Budrewicz Aleksander („Kurjer Wileński”),

Włodarski Józef („Płomyk” i „Płomyczek”).

Rada Związku na posiedzeniu w maju r. b. zdecydowała powiększyć liczbę członków Zarządu Głównego do 12, celem zapewnienia przedstawicielstwa w Zarządzie Głównym wydawnictwom małopolskim oraz mniejszym wydawnictwom prowincjonalnym województw centralnych, nadto celem uwzględnienia przedstawicielstwa w Zarządzie Głównym interesów innych grup wydawnictw.

Skarbnik Związku.

Na skarbnika Związku został powołany uchwałą Zarządu Głównego p. *Niklewicz Mieczysław*.

**

O ukonstytuowaniu się władz Związku w składzie powyższym zostali poinformowani okólnikiem Zarządu Głównego Związku kierownicy władz centralnych oraz władz II instancji Rzeczypospolitej, a także zarządy instytucji i organizacji publiczno-prawnych.

Komisja Rewizyjna Związku.

Do Komisji Rewizyjnej Związku wybrani zostali na rok 1930 przez Ogólne Zebranie członków następujący przedstawiciele wydawnictw:

jako Członkowie:

Czerwiński Konrad („Czasopismo Księgowych”),

Umgelter Alfred („Dzień Polski”),

Pruszański Chaim („Der Moment”).

jako Zastępcy:

Hołmokłowa Róża („Forum”).

Szyler Antoni („Kupiec Tytuńowy”).

Sąd Związku.

Dla rozstrzygnięcia spraw, dotyczących wykroczeń zarówno reprezentantów przedsiębiorstw prasowych przyję-

tych w poczet członków Związku, jak i samych przedsiębiorstw przeciwko honorowi, godności i powadze zawodu przewidziany jest przez statut Związku Sąd Związkowy w składzie 4 członków i 2 zastępców, z których połowa wybierana jest przez Ogólne Zebranie członków Związku, połowa zaś przez Radę Związku. Ogólne Zebranie wybrało na okres roku 1930 i 1931 następujących przedstawicieli wydawnictw na członków Sądu Związku: *Buchnera Władysława* senjora („Mucha”), *Bujwida Odo* („Polski Esperantysta”), *Lutosławskiego Jana* („Gazeta Rolnicza”).

Wybory drugiej połowy Sądu Związku zostaną dokonane na wrześniowym posiedzeniu Rady Związku.

Sekcje Związku.

Dla szczegółowego zbadania bolączek w poszczególnych dziedzinach pracy wydawniczej powołane zostały przy Zarządzie Głównym specjalne Sekcje, jako doradcze ciała fachowe, w których skoncentrowana została praca członków Związku, dobrowolnie deklarujących swój współdziałanie przy opracowywaniu opinii i wniosków w zakresie celów i zadań Związku. W okresie czasu od Ogólnego Konstytuującego Zebrania członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism do posiedzenia Rady Związku w maju r. b. prace członków Związku skoncentrowane były w pięciu sekcjach:

- 1) w sekcji redakcyjnej pod kierownictwem *Feliksa Ludwika Fryzego*;
- 2) w sekcji kolportażowej pod kierownictwem *Marcelego Palemona Magnuskiego* i *Antoniego Lewandowskiego*, jako zastępcy;
- 3) w sekcji ogłoszeniowej pod kierownictwem *Feliksa Mrozowskiego* i *Marcelego Palemona Magnuskiego*, jako zastępcy;
- 4) w sekcji prasy periodycznej pod kierownictwem *Zygmunta Pierackiego*;
- 5) w sekcji prasy prowincjonalnej pod kierownictwem *Franciszka Głowińskiego*.

Poważne wyniki prac licznych posiedzeń tych sekcji, oraz powołanych przez nie podkomisji, które są zobrazowane na innym miejscu — przy szczegółowym przeglądzie akcji Związku — były prawdziwą pomocą i podstawą przy ostatecznych decyzjach Zarządu Głównego.

Pragnąc prace tych Sekcji uczynić bardziej intensywnymi, uporządkować je i zapobiedz omawianiu tych samych zagadnień na posiedzeniach kilku sekcji, Rada Związku postanowiła na posiedzeniu w maju r. b., na wniosek Zarządu Głównego, rozwiązać wspomniane pięć sekcji, a na ich miejsce utworzyć dwie zasadnicze sekcje:

- 1) sekcję dzienników,
 - oraz 2) sekcję prasy periodycznej,
- z których każda prowadzić będzie prace przygotowawcze w trzech komisjach, a mianowicie: a) w komisji redakcyjnej, b) w komisji kolportażowej i c) w komisji ogłoszeniowej, przy czym analogiczne komisje obu sekcji mogą odbywać wspólne posiedzenia.

Siedziba Związku.

W połowie maja r. b. Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism przeniósł się do własnej siedziby przy ul. Krakowskie Przedmieście Nr. 40, gdzie urządzona została duża sala konferencyjna na posiedzenia Rady, Zarządu Głównego i Sekcji Związku, oraz na Ogólne Zebrania członków Związku, a także przygotowany został lokal biurowy Związku. Prezes Rady p. *Feliks Mrozowski*, otwierając dnia 20 maja r. b. posiedzenie Rady Związku (pierwsze w nowej siedzibie) w powitalnym przemówieniu zaznaczył:

„Mury, w których znalazł siedzibę Związek Wydawców, choć może przyciasne, posiadają dla nas niematy walor. Mury domu tego od długich lat dziesiątków mieszczą Zakłady wydawnicze „Kurjera Warszawskiego” i wiernie wydawnictwu temu służą. Odtąd równie wiernie służyć będą naszemu Związkowi Wydawców... Jestem przekonany, że to piętno łączności z polskim stanem wydawniczym, jakie zostało wyciśnięte na tych murach, tem mocniej zespoli Związek Wydawców z własną siedzibą”. Kończąc, Prezes Rady wyraził

życzenie, *„aby wszystkie obrady i działania Związku pod własnym dachem szły najsprawniej i ku jak największemu pożytkowi polskiego stanu wydawniczego”.*

Dar Prezesa Rady Związku p. Feliksa Mrozowskiego.

Prezes Rady Związku p. *Feliks Mrozowski*, pragnąc przyjść z pomocą finansową Związkowi w okresie najpoważniejszych wydatków, związanych z kapitalnym remontem i urządzeniem siedziby Związku, złożył na umeblowanie sali konferencyjnej oraz lokalu biurowego kwotę 3000 złotych do dyspozycji Zarządu Głównego Związku oraz wydatnie finansowo przyczynił się do pozyskania lokalu Związku.

Wydawnictwa zrzeszone w Związku.

Wysiłek organizacyjny założycieli Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, dokonany przed Konstytuującym Ogólnym Zebraniem członków Związku, szeregowal w Związku Wydawców najpoważniejsze wydawnictwa Rzeczypospolitej, reprezentujące, jeśli wziąć za podstawę ilość zużywanego papieru, około 80% produkcji przemysłu wydawniczego w Polsce.

Liczba członków Związku po Zebraniu Ogólnym wrazała już samorzutnie, gdyż główny wysiłek powołanych przez Ogólne Zebranie władz Związku poszedł w kierunku łagodzenia bolączek przemysłu wydawniczego w Polsce, a dalsza praca organizacyjna została odłożona na później, a mianowicie do jesieni roku bieżącego. Rozesłano jedynie do wszystkich wydawnictw Rzeczypospolitej uchwały Ogólnego Konstytuującego Zebrania oraz okólnik o ukonstytuowaniu władz Związku.

W chwili obecnej zrzeszone są w Związku Wydawców wszystkie dzienniki i prawie wszystkie czasopisma, których nakład przekracza 10.000 egz. (z wyjątkiem paru pism ludowych) oraz liczne czasopisma o niższych nakładach.

Na skutek przyjęcia w poczet członków Związku szeregu nowych wydawnictw po Ogólnym Konstytuującym Zebraniu członków Związku, wspomniany wyżej procent produkcji zrzeszonych przedsiębiorstw wydawniczych uległ podwyższeniu w przybliżeniu do 83%.

Współpraca prowincjonalnych członków Związku.

Od pierwszych chwil pracy organizacyjnej założyciele Związku Wydawców uświadamiali sobie potrzebę utworzenia ośrodków organizacyjnych prowincjonalnych (oddziałów okręgowych, obejmujących wydawnictwa jednego lub kilku województw), około których skupiałyby się praca prowincjonalnych członków Związku i które przy pomocy swych przedstawicieli utrzymywałyby kontakt z pracą Centrali. Odzwierciedlały to wyraźnie postanowienia statutu Związku. Jednak wstępne konferencje z przedstawicielami wydawnictw głównych punktów wydawniczych Rzeczypospolitej wskazały, iż niemal powszechnym dążeniem wydawnictw prowincjonalnych było utrzymywanie bezpośrednich stosunków z Centralnymi władzami Związku. W tym też kierunku poszła w ubiegłym półroczu współpraca prowincjonalnych członków w Związku. Jedynie wydawnictwa województw Zachodnich podjęły poważną akcję organizacyjną z inicjatywy i pod przewodnictwem p. *Edwarda Pawłowskiego*, naczelnego dyrektora wielkich, na poziomie stołecznym utrzymanych, wydawnictw „*Kurjera Poznańskiego*”, „*Orędownika Wielkopolskiego*” i 4 czasopism.

Praktyka bezpośredniej współpracy prowincjonalnych członków Związku z władzami centralnymi wykazała jednak, na jak poważne trudności natrafia ona wskutek niemożliwości stałych, częstszych przyjazdów do Warszawy na zebrania Sekcji Związku.

Uregulowaniem więc sprawy współpracy prowincjonalnych wydawnictw zajęła się na wniosek Zarządu Głównego Rada Związku na posiedzeniu w dniu 20 maja r. b. Po wyczerpującej dyskusji, Rada postanowiła: 1) aby począwszy od jesieni r. b. w poszczególnych miastach wojewódzkich zwolowane były w pewnych okresach przy udziale przedstawicieli Zarządu Głównego posiedzenia wydawców dzienników i czasopism danego województwa względnie grupy

województw celem szczegółowego zbadania miejscowych bolączek oraz celem poinformowania o pracach dokonanych i planowanych przez władze centralne Związku;

2) aby poza takimi posiedzeniami dane o potrzebach wydawnictw były zbierane w drodze ankiet i listowych zapytań;

3) aby ogólne posiedzenia członków Sekcji zwoływane były tylko dla spraw zasadniczych i nie częściej, niż raz na miesiąc;

4) aby na ogólne posiedzenia Sekcji prowincjonalni członkowie Związku wysyłali po 1 delegacie od każdej miejscowej grupy wydawców.

Nadto Rada uchwaliła aby w projektowanym organie Związku p. t.: Prasa umieszczane były szczegółowe informacje o pracach władz oraz Sekcji Związku.

Wysokość składki członkowskiej.

Sprawa zniesienia wysokości składek członkowskich, wynoszących od 10 — 150 złotych miesięcznie, w zależności od liczby pracowników zatrudnionych w przedsiębiorstwie, w związku z wydawaniem dziennika lub czasopisma, plus 20% na wydatki miejscowego oddziału, — była kilkakrotnie poruszana zarówno przez członków Związku, jak i wydawnictwa, pragnące zapisać się w poczet członków Związku. Już Ogólne Konstytuujące Zebranie członków Związku upoważniło Radę Związku do przyznawania zniżek od wysokości normalnej składki członkowskiej na indywidualne prośby poszczególnych wydawnictw prowincjonalnych oraz do ewentualnego przekazanie swych uprawnień w tej dziedzinie na prezesów oddziałów okręgowych Związku. Sprawa ta mimo to kilkakrotnie wchodziła pod obrady Zarządu Głównego, a ostatnio Rada Związku poświęciła jej większą uwagę. Skonstatowawszy, że składki obecne są niewystarczające na pokrycie wydatków Związku i deficyty Związku są w dalszym ciągu pokrywane z bezterminowych pożyczek założycieli Związku, reprezentujących większe wydawnictwa, którzy postanowili wpłacać do czasu uregulowania sytuacji finansowej Związku po 400 złotych miesięcznie. Rada Związku postanowiła utrzymać składki członkowskie na dotychczasowej wysokości, upoważniła jednak Zarząd Główny i prezesów oddziałów Związku do przyznawania wydawnictwom prowincjonalnym na indywidualne ich prośby ulg nie przewyższających jednak 50% wysokości normalnych składek.

Legitymacje członkowskie.

Celem ułatwienia członkom Związku stosunków z władzami krajowymi, a także, w razie wyjazdu zagranicę, z zagranicznymi władzami, Zarząd Główny Związku opracował specjalny typ legitymacji członkowskiej, która w języku polskim i francuskim stwierdza tożsamość osoby, jako wydawcy danego dziennika lub czasopisma, oraz jako członka Związku Wydawców.

Legitymacje takie wydawane są przez Prezydium Rady Związku wyłącznie przedstawicielom wydawnictw, przyjętym w poczet rzeczywistych członków Związku.

W związku z decyzją w sprawie wydawania wspomnianych legitymacji, Zarząd Główny uchwalił podjąć starania o przyznanie posiadaczom legitymacji Związku Wydawców szeregu ulg i ułatwień, w szczególności na kolejach tak polskich, jak i zagranicznych, na liniach lotniczych oraz na telegrafie i w telefonach, ulg w opłacie za wizy na paszportach zagranicznych, ulg w uzdrowiskach, w teatrach etc.

Ulg w uzdrowiskach polskich.

W wyniku starań Zarządu Głównego Związku, Zarząd Związku Uzdrowisk Polskich zwrócił się do kierownictwa Uzdrowisk zrzeszonych ze wskazówką, iż członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism należy traktować pod względem opłat należności uzdrowiskowych w ten sam sposób, jak dziennikarzy, należących do Syndykatów dziennikarzy polskich.

Członkowie Związku wyjeżdżający do uzdrowisk winni zwracać się do Związku Uzdrowisk o pismo polecające.

O Izby Prasowe w Polsce.

Jednym z pierwszych zagadnień, którym zajął się jeszcze Tymczasowy Zarząd Główny Związku Wydawców zaraz na początku jego istnienia, to zagadnienie unormowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, a mianowicie ustosunkowanie się do wniosku sejmowego posłów dziennikarzy, którzy dnia 22 maja 1928 r. złożyli do łaski marszałkowskiej projekt ustawy o unormowaniu stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego. Tymczasowy Zarząd Główny Związku wystąpił z zasadniczą szczegółową krytyką projektu polskiego w formie pisma do Pana Prezesa Podkomisji Prawniczej Sejmu, wybranej dla rozważenia wspomnianego wniosku poselskiego, w którym domagał się wysłuchania przez wspomnianą Podkomisję Prawniczą przedstawicieli Zarządu Związku Wydawców i dopuszczenia do uczestnictwa w obradach Podkomisji.

Na skutek decyzji Pana Marszałka Sejmu reprezentanci Związku Wydawców Dzienników i Czasopism dopuszczeni zostali w charakterze rzeczoznawców do udziału w posiedzeniu pomienionej Podkomisji Prawniczej. W wyniku krytyki projektu poselskiego oraz oświadczenia złożonego przez przedstawicieli Związku pp. Feliksa Ludwika Fryzego oraz Mieczysława Niklewicza na posiedzeniu Podkomisji w dn. 20 lutego 1929 r. przesłany został na ręce Pana Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej w dniu 15 marca tegoż roku projekt ustawy o urządzeniu zawodu dziennikarskiego, opracowany przez Zarząd Główny Związku na podstawie propozycji dyrektora Związku Stanisława Kauzika. Projekt ten wychodzi z założenia, że zawód dziennikarski, z uwagi na charakterystyczną cechę pracy osób doń należących, polegającej na twórczości indywidualnej piszącego, zbliżony jest do zawodów wolnych, a więc i organizacja jego winna być zbliżona do organizacji lekarzy i adwokatów, wysuwa więc koncepcję utworzenia Izb Prasowych, obejmujących w jednej organizacji wydawców i dziennikarzy, oraz Naczelnej Izby Prasowej. W konsekwencji projekt Związku Wydawców zawiera szereg doniosłych punktów, poświęconych obrońce godności i powagi zawodu dziennikarskiego, jako też punktów, dotyczących podniesienia poziomu pracowników dziennikarskich. Podkomisja Prawnicza zajęła się projektem Związku Wydawców dopiero podczas sesji następnej, a mianowicie na posiedzeniu swem w m. lutym r. b., kiedy referowane zostały wszystkie projekty ustaw o unormowaniu stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego (poselski, Związku Wydawców oraz projekt z kół adwokackich Lwowa). W wyniku dyskusji Podkomisja postanowiła jednak nie rozstrząsać swych obrad na kwestie organizacji świata prasowego oraz uchwaliła przesłać wszystkie wyliczone projekty do sejmowej komisji ochrony pracy.

Widząc, jak powoli posuwają się prace Sejmu nad tym zagadnieniem, Zarząd Główny Związku Wydawców wystąpił z inicjatywą bezpośredniego porozumienia się Zarządu Głównego Związku Wydawców z Zarządem Związku Syndykatów Polskich co do wytycznych organizacji zawodu dziennikarskiego oraz co do opracowania wspólnego projektu ustawy o urządzeniu zawodu dziennikarskiego. Inicjatywa Związku Wydawców utworzenia komisji porozumiewawczej spotkała się z przychylnym przyjęciem przez Zarząd Główny Związku Syndykatów Dziennikarzy, który uchwalił wydelegować do tej komisji następujących przedstawicieli pp. *Bazylewskiego Władysława, Gielżyńskiego Witolda, Grosterna Stefana, Jarochońskiego Bohdana, Nowakowskiego Jerzego oraz Zygnera Bernarda*, Rada Związku ze swej strony postanowiła na posiedzeniu w dn. 21 lutego r. b. powołać do składu wspomnianej Komisji Porozumiewawczej pp. *Dąbrowskiego Marjana, Fryzego Feliksa Ludwika, Kauzika Stanisława, Krzywoszewskiego Stefana, Niklewicza Mieczysława i Szapire Jerzego*. Wskutek zamknięcia sesji sejmowej w marcu r. b. posiedzenie komisji porozumiewawczej nie zostało dotychczas zwołane.

Nowa ustawa prasowa.

Opracowanie projektu nowej ustawy prasowej postawione zostało przez Zarząd Główny Związku Wydawców w rzędzie najpilniejszych zagadnień Związku. Już na pierwszym posiedzeniu Rady Związku w listopadzie ub. roku został ogłoszony przez b. prezesa Sądu Najwyższego, prof. A. Mo-

gilnickiego referat o t. zw. dekretach Prezydenta o prawie prasowym. Przedstawione wówczas przez prof. A. Mogilnickiego wytyczne reformy ustawodawstwa prasowego, rozwinięte następnie w szczegółowy projekt ustawy, posłużyły Dyrekcji Związku oraz Zarządowi Głównemu Związku za podstawę do opracowania projektu nowej ustawy prasowej, uwzględniającego postulaty świata wydawniczego i dziennikarskiego.

Wyniki prac specjalnej komisji, powołanej dla tej sprawy, w składzie wiceprezesów Zarządu Głównego pp. Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza oraz dyrektora Związku p. Stanisława Kauzika, zostały przedstawione, po zatwierdzeniu przez Zarząd Główny, drugiej Radzie Związku dnia 21 lutego r. b. Po wyczerpującej dyskusji oraz rozważeniu uzupełniających wniosków wiceprezesa Rady Związku, p. E. Pawłowskiego, projekt ustawy prasowej został uchwalony przez Radę i w myśl jej decyzji skierowany na ręce prezesa Rady Ministrów oraz prezydów klubów poselskich.

Następnym stadiem prac Zarządu Głównego Związku nad ustawą prasową były to konferencje z przedstawicielami Rządu, które odbywały się w Prezydium Rady Ministrów pod przewodnictwem szefa biura prawnego D-ra Piętaka. Brali w nich udział z ramienia Rządu poza przewodniczącym, prokurator Sadu Najwyższego, p. Kuczyński, oraz szef biura prasowego, p. Z. Hładki, z ramienia zaś Związku Wydawców — prezydium Zarządu Głównego Związku w komplecie, a mianowicie: prezes p. Stefan Krzywoszewski i wiceprezisi p.p. Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, a także dyrektor Związku, p. Stanisław Kauzik. Konferencje te, mające na celu zagwarantowanie interesów państwa w projekcie ustawy prasowej i uzgodnienie ich z potrzebami i wymaganiami prasy, uwieńczone zostały pomyślnym skutkiem, to jest całkowitem uzgodnieniem stanowiska przedstawicieli Rządu i Związku Wydawców na zasadnicze postanowienia projektu ustawy prasowej. Zaznaczyć przytem należy, że główne zasady, uchwalonego przez Radę Związku, projektu ustawy prasowej nie uległy podczas tych konferencji zmianie; został tylko wprowadzony szereg dodatkowych nowych gwarancji, dających ochronę Państwu przed działalnością czynników antypaństwowych.

Ustalony przez wspomnianą konferencję projekt ustawy prasowej, który czeka na dalszą decyzję władz co do jego realizacji, zawiera m. in.:

1) wyraźne wyłączenie agencji prasowych z pod rygorów ustawy prasowej oraz inne postanowienia gwarantujące wydawnictwom otrzymywanie całości materiałów informacyjnych, 2) przerzucenie działalności represyjnej w stosunku do prasy z władz administracyjnych na władze prokuratorskie z wyjątkiem wypadków ciężkich przestępstw, jak zdrada główna, ubliżenie czci i powadze Prezydenta Rzplitej i t. p. oraz zagwarantowanie dzienników i czasopism przed zajęciami (tymczasowemi konfiskatami) o charakterze zapobiegawczym, równającami się w praktyce cenzurze prewencyjnej, 3) oparcie postanowień ustawy o odpowiedzialności za nadużycie wolności prasy na zasadach obowiązujących w ogólnych ustawach karnych, a więc wprowadzenie wyraźne przedewszystkiem odpowiedzialności autora artykułu lub notatki, dopiero gdy autor nie jest znany i nie może być przed sąd stawiony, spada odpowiedzialność na redaktora odpowiedzialnego za dopuszczenie przez nieogledność do ogłoszenia utworu, zawierającego treść przestępczą, 4) w odniesieniu do sprostowań projekt uchyla dotychczasowy zakaz omawiania sprostowań, a nadto dopuszcza wypadki, w których redaktor może odmówić zamieszczenia sprostowania (jeżeli sprostowanie zawiera twierdzenie niezgodne z prawdą lub treść karalną, nie dotyczy faktu podanego, jeżeli forma jest obraźliwa lub nieprzyzwoita, jeżeli sprostowanie nadesłała instytucja lub osoba, której sprostowana wiadomość nie dotyczy i nie jest podpisana przez osobę interesowaną).

Ankieta w sprawie pracy P. A. T.

Skargi szeregu wydawnictw z różnych ośrodków wydawniczych Rzeczypospolitej na działalność Polskiej Agencji Telegraficznej zarówno w dziedzinie obsługi informacyjnej, jak i w dziedzinie pracy działu ogłoszeniowego skłoniły Zarząd Główny Związku do zwrócenia się do wszystkich wydawnictw codziennych Rzeczypospolitej z zapytaniem o opinie o obsłudze P. A. T.-ej w szczególności co od treści materiału

informacyjnego, punktualności w obsłudze informacyjnej i ceny za tę obsługę, a także co do współpracy w dziedzinie ogłoszeniowej, punktualności w regulowaniu przez P. A. T. należności za ogłoszenia, oraz wysokości rabatu udzielanego przez wydawnictwa P. A. T. od cennika ogłoszeniowego.

Rezultaty tej ankiety zostaną omówione w następnym numerze „Prasy”. Na podstawie tych wyników Zarząd Główny Związku wystąpi do władz P. A. T. ze szczegółowo uzasadnionymi postulatami w sprawie naprawy obsługi prasy.

O ulgi celne przy przywozie maszyn drukarskich.

Walka konkurencyjna z zalewem Polski przez wszelkiego rodzaju zagraniczne wydawnictwa periodyczne, głównie ilustracyjne, korzystające, jak wiadomo, z bezcłowego wwozu, zmusza wydawców polskich do podnoszenia swych wydawnictw pod względem graficznym i technicznym w szczególności, zaś do wprowadzania na wzór zagranicy bogatych działów ilustracyjnych. Wymaga to zainstalowania nowych, głównie ilustracyjnych maszyn drukarskich oraz maszyn posiadających nowe urządzenia, dające zasadnicze obniżenie kosztów produkcji. Dążenie w tym kierunku szeregu wydawców dzienników i czasopism, pragnących możliwie szybko zmodernizować urządzenia swych drukarni, spotkało się z zasadniczą aprobatą Zarządu Głównego Związku Wydawców. Celem ułatwienia ich akcji inwestycyjnej Zarząd Główny wystąpił do Pana Ministra Skarbu z przedstawieniem konieczności przyznawania przy przywozie maszyn drukarskich ulg celnych, które przewidziane są dla maszyn niewyrabianych w kraju.

**

Mając na względzie, że większość maszyn drukarskich o konstrukcji precyzyjnej, jak maszyny rotacyjne, ilustracyjne, linotypy i t. p. nie będzie w najbliższym lat dziesiątku wyrabiana w kraju a także mając na uwadze wyjątkowe potrzeby inwestycyjne przedsiębiorstw wydawniczo - graficznych w Polsce, w szczególności w województwach Centralnych i Wschodnich, Zarząd Główny Związku zabiega, aby w przyszłej taryfie celnej zasadnicze stawki celne w odniesieniu do maszyn drukarskich tego typu, były na możliwie najniższym poziomie.

Cła na farby drukarskie.

Poza pracami Związku, dotyczącymi nowej taryfy celnej w odniesieniu do urządzeń i materiałów drukarskich, poza wystąpieniami w sprawie stosowania ulg celnych przy przywozie maszyn drukarskich, niewyrabianych w kraju, ważną sferą działalności Związku w sprawach celnych jest badanie stosowania obowiązującej taryfy celnej w odniesieniu do przywożonych z zagranicy materiałów drukarskich a także materiałów redakcyjnych.

W tej dziedzinie na podkreślenie zasługuje wystąpienie Zarządu Głównego Związku w sprawie uchylecia okólnika Min. Skarbu, na mocy którego, w wyniku błędnej interpretacji taryfy, farby drukarskie z domieszką pigmentu organicznego w ilości ponad 5% miały być clone, jako barwniki. Wystąpienie to uwieńczone zostało pomyślnym skutkiem, dzięki czemu przemysł wydawniczy i graficzny uchronione zostały od niechybnej podwyżki cen krajowych farb drukarskich, gdyż farby zagraniczne, ze względu na trudności określenia procentu zawartego w nich pigmentu, clone byłyby przeważnie jako barwniki.

Starania o poprawę rozkładu jazdy.

Działalność Związku Wydawców w dziedzinie polityki komunikacyjnej dotyczyła dwu zagadnień: sprawy rozkładu jazdy na Polskich Kolejach Państwowych oraz sprawy taryf kolejowych na przewóz papieru gazetowego.

W sprawie rozkładu jazdy P. K. P. dążeniem Zarządu Głównego Związku było, aby już w letnim rozkładzie jazdy na r. b. przeprowadzić zmiany w kierunku możliwego dostosowania czasu odejścia pociągów do godzin ukazywania się dzienników, a także zmiany w kierunku przyspieszenia komunikacji między głównymi ośrodkami wydawniczymi, a okręgami, na które ośrodki te promieniają, celem dostarczenia abonentom dzienników w dniu ich ukazywania się. Szereg konferencji dyrektora Związku z odnośnymi naczelnikami wydziałów w Dyrekcji kolejowej Warszawskiej oraz w Mi-

nisterjum Komunikacji na temat wniosków Zarządu Głównego Związku dało częściowe tylko uwzględnienie postulatów Związku, z uwagi na szereg nieprzezwyciężonych trudności, jak międzynarodowe połączenia, przebudowa dworców i in. Prace nad dalszą poprawą rozkładu jazdy P. K. P. zostaną podjęte jesienią w związku z przygotowawczymi pracami Dyrekcji Kolejowych do nowego rozkładu jazdy na rok następny.

Ulgowa taryfa przewozowa na papier rotacyjny.

Dzięki staraniom założycieli Związku Wydawców, wprowadzona od dnia 1 października 1929 r. zasadnicza podwyżka taryf towarowych Polskich Kolei Państwowych nie dotknęła papieru rotacyjnego gazetowego, ustanowiona bowiem została specjalna taryfa przewozowa na papier rotacyjny (za przewóz z miejsc produkcji jego do wszystkich stacji Rzeczypospolitej) — na poziomie tylko o 10% wyższym, niż taryfa obowiązująca przed 1-szym października ub. r. Jednak okres mocy obowiązującej tej taryfy wyjątkowej został ograniczony dniem 31 grudnia r. b.

Mając na względzie, że, w razie wygaśnięcia tej ulgowej taryfy przewozowej na papier rotacyjny, nastąpiłaby nowa jej podwyżka, która, w dobie kryzysu gospodarczego i obecnej ciężkiej sytuacji przedsiębiorstw wydawniczych niewątpliwie uniemożliwiłaby utrzymanie cen dzienników na dotychczasowym poziomie, niezmiennym od początku 1926 r., mimo zasadniczych podwyżek cen wszystkich składników produkcji, Zarząd Główny Związku podjął starania w Ministerstwie Komunikacji o dalsze utrzymanie po 31.XII r. b. obecnie obowiązującej taryfy przewozowej na papier rotacyjny.

Sprawy pocztowe.

Sprawom pocztowym poświęcone były w końcu r. ub. oraz w I połowie r. b. liczne konferencje i prace władz Związku. Przedewszystkiem podkreślić należy starania Zarządu Głównego Związku, by podwyżka taryfy pocztowej za przesyłanie i dostarczanie dzienników i czasopism w minimalnym stopniu dotknęła dzienniki oraz czasopisma ogólno - informacyjne, oraz ilustrowane. Starania te uwieńczone zostały w znacznym stopniu pomyślnym wynikiem, przy czym w związku z tym Zarząd Główny wyjednał rozszerzenie działalności poczty w dziedzinie obsługi czasopism wychodzących raz na tydzień i rzadziej również na tereny urzędów pocztowych nadawczych w wielkich miastach. W odniesieniu do dzienników analogiczne rozszerzenie zostało wyjednanne w stosunku do peryferji m. stoł. Warszawy.

Następnym zagadnieniem, któremu Sekcje Związku Wydawców oraz Zarząd Główny poświęcili wiele uwagi, to sprawa systemu nadawania, przesyłania i kontroli czasopism przekazanych, t. j. prenumerowanych przez publiczność bezpośrednio u wydawców. Systemy wprowadzone przez Ministerstwo Poczty i Telegrafów w znacznym stopniu spowodowały powiększenie prac w administracjach wszystkich wydawnictw, co w okresie ciężkiego kryzysu, jaki dotknął również przemysł wydawniczy, wywołało liczne narzekania wielu wydawnictw. Na skutek skarg tych Zarząd Główny występował kilkakrotnie do Ministerstwa Poczty i Telegrafów w sprawie ułatwień i uproszczeń w tych systemach. Jednak poza wprowadzeniem obok imiennych kart prenumeraty — kart prenumeraty cyfrowych, uregulowanie wszystkich innych zagadnień, wysuniętych przez Związek, odkładane jest przez Ministerstwo Poczty i Telegrafów do czasu zasadniczego rozporządzenia w sprawie obsługi przez pocztę dzienników i czasopism, które opracowywane jest w związku z planami kodyfikacji wszystkich rozporządzeń pocztowych.

Poza tem zarówno Sekcja Kolportażowa, jak i Sekcja Prasy Periodycznej Związku, rozpatrywały szczegółowo na kilku posiedzeniach braki przepisów pocztowych oraz skargi na działalność licznych urzędów pocztowych w dziedzinie przesyłki dzienników i czasopism. W wyniku tej analizy opracowane zostały przez Sekcję Prasy Periodycznej, z inicjatywy jej przewodniczącego, p. Z. Pierackiego, postulaty, dotyczące ulg i ułatwień ze strony Ministerstwa Poczty i Telegrafów, których wprowadzenie mogłoby znacznie złagodzić kryzys w przemyśle wydawniczym.

Wśród tych postulatów na pierwszym miejscu wyliczyć należy — wprowadzenie ulgowej taryfy pocztowej w wysokości opłaty ryczałtowej za przesyłkę numerów okazowych, oraz wprowadzenie przy korespondencji wydawnictw w sprawach prenumeraty zniżonej opłaty pocztowej. Postulaty te zostały przez Zarząd Główny przedstawione Ministerstwu Poczty i Telegrafów. W sprawie realizacji ich odbywają się konferencje odnośnych naczelników wydziałów Ministerstwa z przedstawicielami władz Związku Wydawców.

Paszporty handlowe dla członków Związku.

Sprawa ulgowych paszportów zagranicznych dla członków Związku wyjeżdżających w sprawach handlowych za granicę była również przedmiotem starań Zarządu Głównego Związku. Z uwagi na to, że paszporty takie wydawane są przez władze na podstawie opinji Izby przemysłowo - handlowych, a wydawnictwa dzienników i czasopism nie są w myśl ustawy o prawie przemysłowym — przemysłem, a więc nie są objęte działalnością Izby przemysłowo - handlowych, Zarząd Główny Związku podjął starania, by zaświadczenia wydawane przez Zw. Wydawców były równoznaczne z zaświadczeniami Izby handlowo - przemysłowych. Starania te uwieńczone już zostały pomyślnym rezultatem w stosunku do wydziału przemysłowego Komisarjatu Rządu na m. st. Warszawę, i obecnie są podjęte w stosunku do Starostw Grodzkich m. st. Warszawy z powodu przekazania tym Starostwom przez Komisarjat Rządu na m. st. Warszawę kompetencji w sprawach paszportowych.

Sprawy podatkowe.

Zasadniczą uchwałą Ogólnego Konstytuującego Zebrania członków Związku w sprawach podatkowych była uchwała w przedmiocie usunięcia nierównomierności w opodatkowaniu podatkiem przemysłowym.

Nierównomierność ta powstaje przedewszystkiem wskutek tego, że wydawnictwa dzienników i czasopism nie posiadające własnej drukarni, zmuszone są pośrednio do opłacania podatku obrotowego (drukarnie obecne przerzucają podatek opłacany od przychodu brutto za druk dziennika lub czasopisma) podczas gdy przedsiębiorstwa prowadzące wydawnictwa dzienników i innych pism periodycznych, a posiadające własne drukarnie są zwolnione od tego podatku na podstawie art. 8 p. 4 ustawy o podatku przemysłowym.

Celem usunięcia tej nierównomierności podjęte zostały przez Zarząd Główny Związku starania, aby w projektowanej noweli do ustawy o podatku obrotowym uwzględniony był zasadniczy postulat wydawców nie posiadających własnych drukarni, a więc najuboższych ekonomicznie, by obroty drukarni, osiągnięte z druku dzienników i innych pism periodycznych, nie podlegały opodatkowaniu.

W wyniku tych starań w projekcie „ustawy w sprawie zmiany przepisów ustawy o podatku przemysłowym”, przyjętym w trzech czytaniach przez Komisję Skarbową Sejmu dodano ustęp następujący:

„Do art. 5 ustawy o podatku przemysłowym dodaje się następujące dwa ustępy: 1) Nie podlegają opodatkowaniu obroty drukarni, osiągnięte z druku dzienników i innych pism periodycznych, 2)„

Równocześnie prowadzone są przez Zarząd Główny Związku starania, by w noweli tej zastrzeżone było traktowanie obrotów ze sprzedaży hurtowej i detalicznej dzienników i czasopism, jako obrotów artykułami pierwszej potrzeby.

Sprawy ogłoszeniowe.

Sprawy ogłoszeniowe należą do grupy najważniejszych spraw wydawniczych. W żadnej jednak innej dziedzinie nie ma tylu bolączek, co w dziedzinie ogłoszeniowej. Nic dziwnego więc, że w pracach Związku sprawy ogłoszeniowe zajęły jedno z głównych miejsc. Sprawom tym poświęcone zostały w okresie ubiegłego półroczia trzy posiedzenia Sekcji ogłoszeniowej pod przewodnictwem p. Feliksa Mrozowskiego i tyleż posiedzeń podkomisji tej sekcji, cztery posiedzenia Sekcji prasy periodycznej pod przewodnictwem p. Zygmunta Pierackiego i trzy posiedzenia podkomisji, wyłonionej przez tą Sekcję, wreszcie rozważane one były kilkakrotnie na posiedzeniach przedstawicieli dzienników war-

szawskich, na Zarządzie Głównym, a ostatnio w maju r. b. na 3-ciej Radzie Związku.

Wyniki tych posiedzeń jest opracowanie w ogólnych zarysach planu uzdrowienia stosunków, panujących w tej dziedzinie. Plan ten obejmuje przede wszystkim 1) ustalenie porozumienia członków Związku co do maksymalnej wysokości rabatów dla biur ogłoszeniowych oraz agentów ogłoszeniowych, a także co do maksymalnej długości kredytów udzielanych;

2) opracowanie zastrzeżeń dla biur ogłoszeniowych co do nieodstępowania klientom zbyt wysokiej części rabatów, otrzymywanych od wydawnictw, z uwagi na dyskredytowanie przez to cenników ogłoszeniowych wydawnictw i deprecjonowanie cen ogłoszeń.

3) opracowanie zasad postępowania wydawnictw w wypadkach niesumiennej wywiązywania się biur ogłoszeniowych ze swych zobowiązań tak względem klientów, jak i względem wydawnictw.

Co do wysokości rabatów postanowienia idą w kierunku stopniowego usunięcia nienormalnych stosunków panujących między niektórymi dziennikami względnie grupami dzienników na niektórych terytorjach a biurami ogłoszeń. W wyniku których rabat ich dla biur ogłoszeniowych przestał być wynagrodzeniem za pośrednictwo, a staje się często narzędziem nielojalnej konkurencji z innymi wydawnictwami i w rezultacie podcina ich byt własny.

Wspomniane nienormalne stosunki są niejednokrotnie, jak stwierdzono przytem, rezultatem zbyt wygórowanych cenników ogłoszeniowych niektórych dzienników, nieodpowiadających skuteczności ich ogłoszenia.

Porozumienia wydawnictw codziennych co do maksymalnej wysokości rabatów dla biur ogłoszeniowych, zgodnie ze wskazówką Rady Związku, mają uwzględniać w pierwszym stadium odrębne warunki terytorjalne. Muszą być również zastosowane różnice między rabatami od ogłoszeń, które wymagają pracy akwizycyjnej i które tej pracy nie wymagają, co ma w szczególności miejsce przy ogłoszeniach władz i instytucji państwowych.

Natomiast sprawa ustalenia porozumienia co do maksymalnej długości kredytów, udzielanych przy ogłoszeniach, która winna być uzależniona od panujących zwyczajów bankowych przy dyskontie, jak i sprawa zastrzeżeń dla biur ogłoszeniowych co do nieodstępowania klientom znacznej części rabatów, otrzymywanych przez biura od wydawnictw, wreszcie sprawa postępowania w stosunku do biur ogłoszeń, nie wywiązujących się ze swych zobowiązań, uznana została przez wszystkie wydawnictwa zarówno codzienne, jak i periodyczne za postulat pierwszorzędnej wagi, który winien być możliwie rychło zrealizowany.

W związku z przygotowaniami do ostatecznego sformułowania porozumienia między wydawnictwami poszczególnych terytoriów w sprawach powyższych oraz zasad współpracy z biurami ogłoszeń, rozpatrywana jest na posiedzeniach władz Związku sprawa kategoryzacji (selekcji) biur ogłoszeniowych na wzór podobnej organizacji na zachodzie Europy, sprawa stosunku wydawnictw do zagranicznych biur ogłoszeniowych w Polsce, wreszcie sprawa stosunku do rzekomych biur ogłoszeniowych tworzonych przez reklamującą się firmy.

Ankieta w sprawach ogłoszeniowych Sekcji Prasy Periodycznej.

Odrębne, wyjątkowe stosunki, panujące w prasie periodycznej w dziedzinie ogłoszeniowej, skłoniły Sekcję prasy periodycznej do rozpisania ankiety wśród poważniejszych wydawnictw periodycznych Rzplitej celem zebrania informacji o ich stosunkach ogłoszeniowych, w szczególności o dotychczasowej współpracy tych wydawnictw z biurami ogłoszeniowymi, a także celem uzyskania odpowiedzi na pytanie, czy celem i pożytecznym byłoby stworzenie specjalnego biura ogłoszeń, akwirującego wyłącznie dla pism periodycznych.

Ponad 200 odpowiedzi, udzielonych na ten kwestionariusz przez najpoważniejsze wydawnictwa periodyczne, ukazujące się w różnych ośrodkach wydawniczych Rzeczypospolitej, dostarczyło bardzo poważnego materiału informacyjnego. Wyniki ankiety ponad wszelką wątpliwość pozwalają stwierdzić, że biura ogłoszeniowe nie rozwijają specjal-

nych akcji, mających na celu wyzyskanie czasopism periodycznych, jako organów ogłoszeniowych. Z wyjątkiem prasy periodycznej, posiadającej bardzo wysokie nakłady, dla której ogłoszenia dostarczane przez biura ogłoszeniowe wynoszą około 50 do 60% ogólnego obrotu ogłoszeniowego, lwią część poważnych wydawnictw periodycznych korzysta z usług biur ogłoszeniowych w minimalnym stopniu, i zmuszona jest uciekać się do pomocy specjalnie angażowanych przez siebie agentów ogłoszeniowych. To jest przyczyną, że ponad 50% wydawnictw, które odpowiedziały na ankietę, posiada własny aparat akwizycyjny. To jest również przyczyną, że ponad 75% wydawnictw wypowiedziało się za powołaniem specjalnego biura ogłoszeń akwirującego wyłącznie dla pism periodycznych.

Ogłoszenia władz i instytucji państwowych.

Polityka ogłoszeniowa rządu obecnego, idąca po linii wykorzystywania przy umieszczaniu ogłoszeń władz i instytucji państwowych, a także ogłoszeń osób prywatnych udzielanych za pośrednictwem władz, niemal wyłącznie dzienników i czasopism jednego kierunku politycznego — wywołuje głośniejsze zastrzeżenia i krytykę ze strony wydawców niemal wszystkich ośrodków wydawniczych Rzeczypospolitej. Zarząd Główny Związku otrzymał szereg poważnych memorjałów, wskazujących na brak celowości i na brak podstaw prawnych i gospodarczych dla umieszczania ogłoszeń władz i instytucji państwowych w pismach, których niskie nakłady nie mogą dać rezultatów, z punktu widzenia skuteczności tych ogłoszeń. Memorjały te wskazują na przepisy prawne, które wyraźnie wymagają, aby zarówno ogłoszenia osób prywatnych, udzielane za pośrednictwem władz, jak i ogłoszenia rządowe o charakterze gospodarczym, w szczególności ogłoszenia o przetargach, były umieszczane w najpoczytniejszych organach centrów administracyjnych Państwa, wskazują również na przepisy prawne, które uzależniają wybór organu prasowego od opinii sfer gospodarczych, jak to ma miejsce przy rejestrze handlowym, względnie od decyzji osób interesowanych, jak tego wymagają przepisy o dodatkowych ogłoszeniach przy licytacjach.

Memorjały te były przedmiotem obrad Zarządu Głównego Związku, który postanowił zwrócić się do Prezesa Rady Ministrów z przedstawieniem uchybień w działalności ogłoszeniowej poszczególnych władz i instytucji rządowych.

Sprawy kolportażowe.

Obok spraw ogłoszeniowych sprawy kolportażowe skupiły głównie uwagę władz Związku w ubiegłym półroczu. Sprawom tym poświęcone zostały w tym okresie dwa posiedzenia Sekcji kolportażowej pod przewodnictwem p. *Palemona Magnuskiego* i tyleż posiedzeń podkomisji tej sekcji, a także dwa posiedzenia Sekcji prasy periodycznej pod przewodnictwem p. *Zygmunta Pierackiego*; sprawy te nadto nie schodziły z porządku obrad Zarządu Głównego Związku, a w rezultacie w stadium poważnie przygotowanym zostały przedyskutowane na 3-im posiedzeniu Rady Związku w maju r. b. na podstawie referatów wice-prezesów Zarządu Głównego pp. *Mieczysława Niklewicza* i *Antoniego Lewandowskiego*.

Wynikiem tych posiedzeń jest opracowanie planu rozwiązania ważniejszych zagadnień kolportażowych, który w ogólnych zarysach obejmuje:

1) powiększenie liczby punktów detalicznej sprzedaży dzienników i czasopism w Rzeczypospolitej po przez tworzenie nowych punktów w budkach tramwajowych i autobusowych, w poczekalniach hoteli, restauracji i kawiarni, wreszcie po przez wyzyskanie sieci księgarni, przede wszystkim w mniejszych miastach; szczególny jednak nacisk został położony na tworzenie zdrowych, silnych jednostek pod względem gospodarczym, a więc unikanie nadmiernego ich powiększania, w szczególności zaś tworzenia konkurencyjnych punktów w stosunku do istniejących;

2) porozumienie Związku Wydawców z Tow. Księgarni „Ruch” w sprawie stosunku T-wa „Ruch” do wydawnictw członków Związku, oraz w sprawie szczegółowej instrukcji sprzedaży ze strony Zarządu T-wa „Ruch” dla kiosków i sprzedawców peronowych, a także dla chłopców peronowych.

3) porozumienie Związku Wydawców z Polskiem Towarzystwem wydawców książek oraz z Związkiem Księgarzy polskich w sprawie utworzenia przez księgarne prowincjonalne działów sprzedaży pism periodycznych;

4) zbadanie szczegółowe warunków handlu dziennikami i czasopismami w Warszawie i w poszczególnych miastach Rzeczypospolitej celem opracowania zasad organizacji placówki kolportażowej przy Związku Wydawców;

5) opracowanie zasad postępowania wydawnictw w wypadkach niesumiennego wywiązywania się odbiorców dzienników i czasopism ze swych zobowiązań względem wydawnictw.

Celem realizacji tego programu przyjdzie Zarządowi Głównemu w osobach pp. *Stefana Krzywoszewskiego*, *Antoniego Lewandowskiego* i *Mieczysława Niklewicza* podjęło konferencję z czynnikami, mającymi wpływ na bieg spraw kolportażowych, a mianowicie: przeprowadziło dwie konferencje z p. prezydentem m. stoł. Warszawy, *Zygmunt Słomiński* i złożyło mu memoriał, dotyczący spraw kolportażowych na terenie m. Warszawy, dwie konferencje z przyjdzie Zarządowi T-wa księgarń kolejowych „Ruch” w osobach pp. *Tadeusza Tchorzewskiego* i *Stanisława Cwirko-Godyckiego* w sprawie kolportażu w uzdrowiskach, na letniskach oraz kolportażu prowincjonalnego a także w sprawie wspomnianych instrukcji dla kiosków i sprzedawców peronowych (postulaty Związku w tych sprawach zostały sprecyzowane w specjalnych pismach), jedną konferencję z przedstawicielami T-wa wydawców książek i Związku księgarzy polskich w osobach pp. *Stanisława Arcta*, *Romana Jasielskiego*, *Jana Piątka* oraz *St. Kowalczyka*; w tej ostatniej konferencji ze strony Związku Wydawców brał również udział p. *Zygmunt Pieracki*.

Nadto specjalna uwaga poświęcona została sprawie kolportażu dzienników i czasopism polskich w Gdańsku i Katowicach, sprawie konstrukcji nowych kiosków gazetowych w Warszawie, sprawie zarezerwowania miejsc na kolportaż gazet w budynkach przyszłych dworców autobusowych, sprawie kontroli organizacji sprzedaży gazet w miastach prowincjonalnych i wreszcie sprawie organizacji kolportażu warszawskiego.

Sekcja prasy periodycznej.

Sekcja prasy periodycznej pozostająca pod kierownictwem p. *Zygmunta Pierackiego* było w ubiegłym półroczu najbardziej czynną sekcją Związku. Odbyła ona w tym okresie sześć posiedzeń plenarnych i 4 posiedzenia podkomisji, które przeważnie poświęcone były szczegółowemu omówieniu spraw ogłoszeniowych, kolportażowych oraz pocztowych, z punktu widzenia interesów prasy periodycznej. Poważne rezultaty prac Sekcji w tych dziedzinach omówione zostały powyżej w odnośnych działach sprawozdania z prac dokonanych.

Poza temi sprawami Sekcja opracowała szereg postulatów w innych doniosłych dla wydawnictw periodycznych sprawach, wśród których do najważniejszych należą:

1) zniesienie przez P. K. O. opłat manipulacyjnych przy wpłatach prenumeraty dzienników i czasopism — za pośrednictwem P. K. O. (w sprawie tej przez P. K. O. *Henryk Gruber* przyjął przedstawicieli Zarządu Głównego Związku p. *Zygmunta Pierackiego* i *Stanisława Kauzika*);

2) zniesienie stawek taryfy kolejowej towarowej przy przewozie papieru płaskiego dla wydawnictw periodycznych;

3) wprowadzenie ceł na wydawnictwa periodyczne polskie drukowane zagranicą a przeznaczone dla rozpowszechniania w Polsce;

4) wprowadzenie ochrony praw wydawców przed przedrukami i plagiatami, w którym to celu winien być opracowany projekt specjalnej ustawy;

5) wprowadzenie w dziedzinie uprawnień wydawniczych zastrzeżeń, gwarantujących przed nadużywaniem praw i miana wydawców przez jednostki nie dające żadnych gwarancji moralnych i materialnych;

6) zwołanie ogólnego zjazdu wydawców czasopism periodycznych.

Komitet wydawniczy.

Celem realizacji uchwał Ogólnego Konstytuującego Zebrania członków Związku w sprawie wydania „Księgi pamiątkowej”, poświęconej historii prasy w Polsce, utworzony został Komitet wydawniczy w składzie następującym: pp. *Feliks Ludwik Fryze*, *Wacław Gebethner*, *Stanisław Kauzik*, *Stefan Krzywoszewski*, *Antoni Lewandowski*, *Mieczysław Niklewicz* i *Konrad Olchowicz*. Na przewodniczącego Komitetu został powołany p. *Feliks Ludwik Fryze*.

Na posiedzeniu Komitetu w dniu 28 marca r. b. rozpatrzone zostały sprawy następujące: sprawa zakresu wydawnictwa oraz sprawa kosztorysu wydawnictwa.

Metoda pracy wewnętrznej.

Zgodnie ze statutem Związku Wydawców prace zasadnicze skoncentrowane były w dwóch ciałach: w Radzie Związku, która zbierała się w ubiegłym okresie od Ogólnego Konstytuującego Zebrania członków Związku regularnie co trzy miesiące (w listopadzie 1929 r., w lutym i maju r. b.), oraz w Zarządzie Głównym, który odbył w tym okresie 9 posiedzeń.

Trudność częstego zwoływania Rady oraz Zarządu Głównego i zajmowania ich licznymi sprawami bieżącymi, często niecierpiącymi zwłoki zrodziła inicjatywę odbywania posiedzeń Przyjdzie Zarządu Głównego (w składzie pp. *Stefana Krzywoszewskiego*, *Antoniego Lewandowskiego* oraz *Mieczysława Niklewicza*) a nadto posiedzeń specjalnych komisji wyłonionych przez Zarząd Główny w różnych kwestiach. Dzięki tym komisjom i posiedzeniom Przyjdzie Zarządu Głównego, które zbierały się kilka razy w ciągu miesiąca, sprawy Związku mogły być załatwione w znacznie szybszym tempie, co w poważnym stopniu wpłynęło na usprawnienie prac wewnętrznych Związku. Dyrektor Związku brał udział we wszystkich posiedzeniach władz Związku oraz komisjach.

Z DZIAŁALNOŚCI SYNDYKATÓW DZIENNIKARZY I ZWIĄZKU SYNDYKATÓW

Plany reorganizacyjne Syndykatów Dziennikarskich.

Obecnie istnieje 9 Syndykatów Dziennikarzy Polskich połączonych w Związek, przyczem do niektórych Syndykatów należą też współpracownicy pism obcojęzycznych (we Lwowie — Żydzi, w Łodzi — Niemcy), w Warszawie zaś obok Syndykatu istnieje autonomiczna Sekcja Żydowska, posiadająca własny statut, zarząd i majątek, reprezentowana jedynie przez Syndykat nazwaną. Na prowincji działają następujące Syndykaty: Kra-

kowski, Lwowski, Łódzki, Śląski, obejmujący działalnością swoją województwo Śląskie i Zagłębie Dąbrowskie, Pomorski, mający siedzibę naprzemian w Bydgoszczy, Toruniu lub Grudziądzu, Wielkopolski z siedzibą w Poznaniu, Wileński i świeżo powstały Gdański.

Z inicjatywy Syndykatu Warszawskiego rozpatrywana jest obecnie sprawa scentralizowania wszystkich Syndykatów w jeden Związek, mający jedynie oddziały prowincjonalne pod nazwą „Syndykatów”. Główna zmiana polegałaby na przyjmowaniu członków

przez Zarząd Centralny, a nie przez Syndykaty poszczególne, jak to się dzieje obecnie, dzięki czemu skład personalny syndykatów i kwalifikacje zawodowe ich członków zostałyby ujednostajnione. Drugą projektowaną innowacją byłoby uzależnienie czasokresu aplikantury przewidzianej przez statuty Syndykatów od daty rejestracji w Syndykacie, staż aplikancki trwałby od dwóch do pięciu lat, zależnie od kwalifikacji wykształceniowych i innych.

Projekt scentralizowania organizacji dziennikarskiej znajduje poparcie, po-

za Warszawą, wśród słabszych i mniej licznych Syndykatów, jak Wileński, Śląski, Pomorski, natomiast przeciwstawiają mu się stare, posiadające własną tradycję, oraz nieco odrębne cechy, Syndykaty Krakowski, Lwowski i Wielkopolski.

Sprawa ma być gruntownie przedyskutowana na wrześniowym posiedzeniu Zarządu Związku Syndykatów i na listopadowym zjeździe Związku.

Posiedzenie Zarządu Związku Syndykatów Dziennikarskich.

W dniu 6 lipca 1930 r. w Warszawie odbyło się pod przewodnictwem p. prezesa Zdzisława Dębickiego posiedzenie Zarządu Związku Syndykatów Dziennikarzy Polskich z udziałem przedstawicieli wszystkich Syndykatów prócz Poznańskiego i Śląskiego. Po wysłuchaniu sprawozdania z działalności wydziału wykonawczego i zatwierdzeniu go, dyskutowano nad projektem zmiany statutu Związku, poczem wysłuchano sprawozdania p. St. Czosnowskiego z konferencji prasy bałtyckiej w Rydze i sprawozdania red. Flacha z konferencji turystycznej polsko-węgierskiej, odbytej w Krakowie. Następnie przyjęto do Związku nowozałożony syndykat dziennikarzy polskich w Gdańsku i ostatecznie zlikwidowano rozłam wśród dziennikarzy pomorskich, powołując do życia wspólny Zarząd, w skład którego weszli członkowie obu zwaśnionych dotychczas Syndykatów — Syndykatu Dziennikarzy Pomorskich oraz Syndykatu Dziennikarzy Polskich Pomorza, a mianowicie: p. red. Teska (Dziennik Bydgoski) jako prezes, p. red. Wasilewski (Gazeta Grudziądzka) jako II wiceprezes i 3 ławników z ramienia Syndykatu Dziennikarzy Pomorskich, oraz pos. Sacha (Słowo Pomorskie) jako I wiceprezes, red. Fiedler (Gazeta Bydgoska), jako sekretarz i 2 ławników z ramienia Syndykatu Dziennikarzy Polskich Pomorza.

W związku z Wystawą Komuni-

kacji i Turystyki przyznano Syndykatom Wielkopolskiemu subwencję w kwocie 2.000 zł. na cele reprezentacyjne.

Wreszcie następane posiedzenie Zarządu Związku postanowiono odbyć we wrześniu, a zjazd walny Związku w listopadzie r. b. Rozpatrzenie projektu utworzenia własnego czasopisma ZSDP odłożono do następnego posiedzenia.

Z działalności Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich.

Dnia 18 maja r. b. odbyło się w Warszawie doroczne plenarne zgromadzenie Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich dla wysłuchania sprawozdania z działalności ustępującego Zarządu i wyboru nowych władz. Ze sprawozdania wynika, że na dzień 1 maja Syndykat Warszawski liczył 213 członków, zorganizowanych bezpośrednio w Syndykacie, i 107 — należących do autonomicznej Sekcji Żydowskiej. W ciągu roku sprawozdawczego przybyło 20 nowych członków, ubyło 32, w czym 3 wskutek śmierci, pozostali wskutek przejścia do innego zawodu lub skierowania za nieopłacanie składek.

Zgromadzenie powołało nowy Zarząd w następującym składzie: prezes — Witold Giełżyński (Prasa Polska), wiceprezesi — Roman Boski (Robotnik) i Jan Czempiniński (Kurjer Warszawski), skarbnik — Roman Przybyłowski (PAT), sekretarz — Jerzy Nowakowski (korespondent warszawski Naprzodu), zastępca sekretarza — Stefan Michalski (Dzień Polski), członkowie Zarządu bez określonych funkcji: Zygmunt Augustyński (Express Poranny), Waclaw Drozdowski (Gazeta Warszawska), Jacek Frühling (Kurjer Polski), Wiktor Natanson (ABC), Leon Radziejowski (Polska), Jerzy Rogowicz (Kurjer Warszawski), Zygmunt Sachnowski (Kurjer Poranny).

Do Komisji Rewizyjnej wybrano Jana Lisakowskiego, Jerzego Pieczynisa i Stanisława Zachariasiewicza. Do Sądu Koleżeńskiego pp. Stefana Barszczyńskiego, Władysława Bazylewskie-

go, Wojciecha Dąbrowskiego, Marjana Grzegorzycy, Ludomiła Lewenstama i pos. Zygmunta Piotrowskiego.

Stypendja dziennikarskie.

Od kilku lat w budżecie Min. O.P. i W. R. figuruje suma 10.000 zł. na stypendja dla dziennikarzy, udających się zagranicę dla uzupełnienia studjów zawodowych. Rok rocznie przyznawane są z tego funduszu cztery stypendja po 2500 zł. każde. W roku bieżącym stypendja te otrzymali p.p.: Hieronim Wierzyński („Gazeta Warszawska”), Chelmikowski („Kurjer Poznański”), Leon Weinstock („Chwila Lwowska”) i Jacek Frühling („Kurjer Polski”).

Nadto istniejące Porozumienia Praso-Polsko - Czeskosłowackie i Polsko - Estońskie uzyskały stypendja dla dziennikarzy polskich na wyjazd do Czechosłowacji i do Estonji dla zapoznania się z temi krajami. Stypendja estońskie przyznano pp. Syruczkowi (Express Poranny), Murawskiemu (Robotnik) i Świącickiemu (Kurjer Wileński), czeskosłowackie zaś — pp. Stefanowi Michalskiemu (Dzień Polski) i Stanisławowi Strumph - Wojtkiewiczowi (Kurjer Warszawski).

Klub Sprawozdawców Samorządowych w Warszawie wyjednał w roku bieżącym pewien fundusz stypendjalny dla dziennikarzy pragnących zapoznać się z polityką komunalną zagranicą lub w innych miastach Rzeczypospolitej. Do budżetu bieżącego m. st. Warszawy wstawiono na ten cel 6.000 zł. Kwota ta ma być jednak powiększona w przyszłości do 10.000 zł. Statut stypendjalny opracowany został przez Zarząd Klubu Sprawozdawców Samorządowych przy współudziale Zarządu Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich i w najbliższym czasie ma być złożony Radzie Miejskiej m. Warszawy do zatwierdzenia. Według tego statutu stypendja uzyskać mogą zsyndikalizowani dziennikarze warszawscy, przyczem pierwszeństwo przysługuje członkom klubu sprawozdawców samorządowych.

KRONIKA KRAJOWA

Władze P. A. T.

Władze naczelne Polskiej Agencji Telegraficznej są w chwili obecnej następujące: dyrektor — Roman Starzyński, administrator — Leon Puławski, sekretarz — Leon Godlewski, kierownik biura ogłoszeniowo-reklamowego — Stanisław Zenon Zakrzewski, kierownik biura reklamowo-fotograficznego — Józef Handt. Do Rady Nadzorczej wchodzi wyżsi urzędnicy Prezydium Rady Ministrów pp.: szef biura prezydjalnego Rodich - Laskowski, zastępca szefa gabinetu Przesydumy, radca Raczko i dyrektor Wydawnictw Państwowych p. Baranowski.

Wśród prasy warszawskiej.

Podajemy kilka głównych informacji o przemianach, zaszłych w warszawskiej prasie codziennej w ciągu ostatnich miesięcy.

W pierwszej linii wspomnieć należy o fuzji, dokonanej z dniem 1 lutego b. r. między „Rzeczpospolitą”, stanowiącą przedtem własność i organ Chrześcijańskiej Demokracji, a wydawaną przez księżę Pallotynów „Polską” (dawniej „Polak-Katolik”). Fuzja polegała na nabyciu własności „Rzeczpospolitej” jako dziennika przez instytucję wydawniczą ks. Pallotynów — Dom Prasy Katolickiej. Spółka wydawnicza „Rzeczpospolita” przystąpiła do li-

kwidacji swych interesów. W wyniku fuzji oba pisma ukazują się w jednym tekście redagowanym przez redakcję „Polski”, odrębność ich zaś polega tylko na odmiennych tytułach. W ciągu miesięcy ostatnich Dom Prasy Katolickiej stara się o oparcie wydawnictwa obu tych pism na szerszych podstawach tak, aby były organem całego Episkopatu polskiego. Rokowania te bliższe są podobno pomyślnego zakończenia.

**

W dawnej redakcji „Rzeczpospolitej” w lokalu Drukarni Polskiej (Szpitalna 12) ma osiąść w niedługim czasie nowe wielkie pismo codzienne, bę-

dące organem t. zw. Lewiatana poznańskiego. Myśl ta, o której mówiono już od kilku lat, ale której realizacja ciągle się odwlekała, jest obecnie zaawansowana tak dalece, że znany już jest tytuł nowego pisma („Kraj”) i skompletowane są podstawowe kadry redakcji. Naczelnym kierownikiem wydawnictwa ma być dyrektor Naczelnej Organizacji Przemysłu i Rolnictwa Polski Zachodniej, b. dyrektor naczelny P. W. K., p. Wachowiak. Data jednakże rozpoczęcia wychodzenia „Kraju” nie została dotąd ustalona. Mówi się o jesieni, krąży także pogłoski, że dojdzie do tego dopiero po odbyciu wyborów sejmowych.

**

Istniejące przy „Rzeczypospolitej” od marca 1929 r. „Wiadomości Warszawskie”, złączone z nią personalnie i wydawniczo, nie zostały objęte fuzją „Rzeczypospolitej” z „Polską” i wychodziły przez ciąg lutego b. r. w dalszym ciągu jako własność w połowie Spółki Wydawniczej „Rzeczypospolita” a w połowie zespołu redakcyjnego. Po miesiącu jednak spółka się rozbiła i „Wiadomości Warszawskie” zostały zawieszony, a na ich miejsce wstąpiły wydawane przez zespół redakcyjny „Wiadomości Codzienne”. Spór o tytuł nowego pisma ma być podobno przedmiotem procesu sądowego.

**

Założona w maju r. b. przez red. Antoniego Krzywego 15-groszówka popołudniowa „Dziennik dla Wszystkich” przeszła w lipcu na cenę 10-groszy, przesuując godzinę swego wyjścia na południe. W ten sposób liczba 10-groszówek w Warszawie doszła do 5-ciu (popołudniowe „Wieczór Warszawski” i „Dobry Wieczór”, poranne „Ostatnie Wiadomości” i „Wiadomości Codzienne” i południowy „Dziennik dla Wszystkich”).

Związek prasy technicznej.

Związek polskich czasopism technicznych i zawodowych, grupujący czasopisma techniczne i niektóre gospodarcze, może pochlubić się pięknym sukcesem na gruncie międzynarodowym. Na V-ym dorocznym kongresie Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej i Zawodowej, odbytym w Madrycie we wrześniu r. z., uchwalono na wniosek prezesa delegacji polskiej p. A. Pawłowskiego uznać język polski, jako jeden z języków oficjalnych Federacji. To też Biuletyn, który Federacja rozpoczęła od pół roku wydawać, drukowany w 6-ciu językach, zawiera równorzędnie z tekstami francuskim, angielskim, niemieckim, włoskim i hiszpańskim także tekst polski.

Związek, założony w grudniu 1928, liczy obecnie 26 płatnych członków. Zarząd stanowią: inż. Aleksander Pawłowski — prezes, inż. Stanisław Turczynowicz — wiceprezes, inż. Stanisław Rodowicz — sekretarz generalny honorowy, inż. Czesław Mikulski — skarbnik generalny honorowy, inż. Stanisław Rybicki i red.

Czesław Peche — członkowie zarządu, prof. inż. Maurycy Chorzewski, inż. Waław Kączkowski i red. Jan Lutostawski — członkowie komisji rewizyjnej.

Radcą prawnym Międzynarodowej Federacji z ramienia Polski jest mec. Zygmunt Rymowicz z Warszawy.

Na miejsce tegorocznego VI-go kongresu (4 — 7 września) Federacji obrano Brukselę.

Ruch czasopism w Polsce.

Wydawany przez Ministerstwo Wyznań i Oświecenia „Urzędowy wykaz czasopism” zanotował w ciągu 5 miesięcy b. r. (styczeń — maj) 265 czasopism nowozałożonych i wznowionych, co czyni miesięcznie 53. W porównaniu ze statystyką z lat poprzednich (w r. 1926 było pism nowych i wznowionych w ciągu całego roku 619, w r. 1927 — 698, w r. 1928 — 786, w r. 1929 — 694) oznacza to pogłębianie się trudności na rynku wydawniczym, wedle bowiem proporcji 5 miesięcy wypadłoby na cały rok bieżący tylko 636 nowych i wznowionych czasopism.

Wśród tej liczby znajdujemy pisma codzienne: w Warszawie „Wiadomości Codzienne” (od 2 marca b. r.) i „Dziennik dla Wszystkich” (od 7 maja), poza Warszawą „Dziennik Kościerski” w Kościerzynie na Pomorzu (od 16 stycznia) i „A. B. C.” Ziemi Piotrkowskiej” (od 16 marca) oraz w Wilnie żargonowe „Wilner Radio” (od 20 stycznia) i rosyjskie „Wremja”, będące lokalnym dodatkiem ryckiego „Siewodnia” (od 1 stycznia).

Niemniej silnie odbija się kryzys, o ile chodzi o wydawnictwa zawieszony. Statystyka G. U. S. liczy, jako przestające wychodzić z końcem każdego roku, te czasopisma, które przez cały ten rok nie wydały ani jednego numeru — jest zatem w istocie rzeczą o rok cały spóźniona. Zanotowana za r. 1929 cyfra 776 zawieszonych wydawnictw odnosi się w ten sposób do pism, które faktycznie zakończyły swój żywot jeszcze w roku 1928. Zastanawiający jednak jest stosunek zachodzący między liczbą pism (nowych i istniejących), które wychodziły w ciągu całego roku, a liczbą tych, które w ciągu tego roku wydały swój ostatni numer. W roku 1926 (co, w myśl uczynionej wyżej uwagi odnosi się właściwie do roku 1925) odsetek pism zamarłych w stosunku do ogólnej liczby czasopism wynosił 29 proc., w r. 1927 (dla roku 1926) — 28 proc., w roku 1928 (dla r. 1927) spadł do 21 proc., a w roku 1929 (dla r. 1928) wzrósł do 35 proc. Wskazuje to, jak dalece już w roku 1928, mimo trwającej wówczas pomyślnej koniunktury ogólnogospodarczej wzrastające trudności na rynku pieniężnym oddziaływały na pogarszanie się stosunków w świecie wydawniczym. A w roku 1929?

O pismach, zamarłych w ciągu r. 1929, G. U. S. w swojej statystyce zaznaczy cyfrę ogólną dopiero z koń-

cem r. 1930, dopiero wówczas bowiem stwierdzi, że nie wydały one w ciągu całego roku 1930 ani jednego numeru. Jest to jedna z tych pięć a-chillesowych, jakie często spotyka się w statystyce. O wiele aktualniejsze dane znajdujemy natomiast w „Urzędowym wykazie czasopism” dzięki dokładnym indywidualnym datom, jakie dla każdego wypadku podaje. W numerze następnym zajmiemy się obszerniej wnioskami, jakie z cennego materiału, ogłaszanego przez Urzędowy wykaz wypływają, na razie przytaczamy kilka szczegółów.

Czasopism zawieszonych zanotowano w ciągu stycznia — maja b. r. (co w znacznej części odnosi się do wypadków z miesięcy poprzednich, ale dopiero w r. b. skonstatowanych) równo 200. Wśród nich mamy 25 takich, które wogóle tylko jeden jedyny numer wydały, 28 pozostawiło po sobie 2 numery (wśród nich znajdujemy także „dziennik” p. t. Extra-Telegram w Łodzi, który wychodził tylko 2 dni — (21 i 22 października r. z.), pism 3-numerowych liczy ta nekrologia 12. Z pozostałych atoli 135 mamy 50 takich, które wychodziły już przeszło dwa lata. Z najstarszych wiekiem notuje Urzędowy wykaz zawieszenie wydawnictwa: Ojczyzny tygodnika ludowego we Lwowie, w 24-tym roku istnienia (21 kwietnia r. z.), Prawdy, dziennika w Poznaniu, w 13-tym roku (30 marca r. b.), Głosu Porannego, dziennika w Łodzi w 12-tym roku (21 grudnia r. z.), Tygodnika Kutnowskiego również w 12 roku (10 grudnia r. z.). Ogółem znajdujemy w wykazie tym 9 zawieszonych pism codziennych. Jak na plan z 5-ciu miesięcy, to sporo. Poza dwoma wymienionymi wyżej niema wśród nich jednak ani jednego, któreby istniało pełny rok. Najdłuższy stosunkowo wychodziły „Wiadomości Warszawskie” (28 marca 1929 — 1 marca 1930).

Konsumcja papieru gazetowego w Polsce.

Produkcja papieru gazetowego, zarówno rotacyjnego jak płaskiego, oraz jego przywóz do Polski (netto t. j. po potrąceniu wywozu, zresztą bardzo nieznacznego) wynosiła w latach ostatnich w tonnach:

| Rok | Produkcja | Przywóz | Razem |
|------|-----------|---------|--------|
| 1926 | 14.615 | 1.658 | 16.273 |
| 1927 | 16.609 | 3.270 | 19.879 |
| 1928 | 21.122 | 5.528 | 26.650 |
| 1929 | 21.374 | 2.476 | 23.850 |

Cyfrы te oparliśmy co do przywozu oraz produkcji za lata 1926—1927 na danych Głównego Urzędu Statystycznego, co do produkcji za lata 1928 — 1929 na danych otrzymanych ze Związku Zawodowego Papierni Polskich. Te ostatnie odbiegają od danych G. U. S. o ile chodzi o rok 1928; wobec tego jednak, że G. U. S. statystyki za rok 1929 jeszcze nie zakończył, uważaliśmy za odpowied-

nie, dla umożliwienia porównania między r. 1928 i 1929, oprzeć się dla obu tych lat na materiale jednorodnym.

Dla otrzymania cyfr konsumpcji, należałoby od danych powyższych odjąć cyfry zapasów, pozostałych z końcem poszczególnych lat. Wedle G. U. S. wynosiły one: w r. 1926 — 440 tonn, w r. 1927 — 500 tonn, a w r. 1928 — 591 tonn zmiany zatem z roku na rok są niewielkie — znaczniejszą zapewne różnicę wykaże dopiero rok 1929, co do którego jednak brak jeszcze danych. Naogół więc łączne cyfry produkcji i przywozu możemy uważać za bardzo zbliżone do rzeczywistej konsumpcji. Wynosi ona w ostatnim 3-leciu średnio 24.000 tonn papieru gazetowego rocznie.

Fuzja największych papierni.

Faktem przełomowego znaczenia w papiernictwie polskiem jest dokonana w maju b. r. fuzja między spółkami akcyjnymi „Steinhagen i S-ka” (fabryka papieru w Myszkowie) oraz „Pabjanicka Fabryka Papieru Rob. Saenger” (obejmująca także fabrykę celulozy i papieru we Włocławku). Wobec niemal monopolistycznego stanowiska fabryki myszkowskiej w produkcji papieru rotacyjnego (w chwili obecnej stanowi ona przeszło 90 proc. produkcji krajowej) a fabryki włocławskiej w produkcji celulozy (85 proc. produkcji celulozy sulfitowej), połączenie się tych dwu największych przedsiębiorstw przemysłu papierniczego w jedno stwarza jednostkę ogromnie silną, której wpływy odpowiednio się też nazewnątrz zmanifestują.

W obu przedsiębiorstwach lata ostatnie odznaczały się bardzo silnym ruchem inwestycyjnym. W ciągu dwóch lat (1927 — 1929) fabryka myszkowska zwiększyła kapitał zakł. z 8.400.000 zł. do 12.980.000 zł., pabjanicka zaś z 16.000.000 zł. do 26.400.000 zł. Równocześnie wartość nieruchomości i urządzeń fabrycznych wzrosła w Myszkowie z 12 i pół do 21 milionów zł., a w Pabjanicach i Włocławku z 21 do 39 i pół milionów zł. Dywidenda akcjonariuszów fabryki myszkowskiej wynosiła w latach 1926 i 1927 po 24 proc., w latach 1928 i 1929 po 14 proc., bilans z 31 grudnia 1929 r. wykazał czysty zysk 6,1 milj. zł., równocześnie zaś rezerwy w porównaniu ze stanem z 31 grudnia 1927 r. zwiększyły się prawie w dwójnasób (z 4,4 do 8,2 milj. zł.). W fabryce pabjanickiej dywidenda wynosiła w latach 1926 i 1927 po 12 proc., w r. 1928 — 9,5 proc., w r. 1929 — 5,5 proc., czysty zysk z ubiegłego roku wynosił 2,4 milj. zł., rezerwy zaś wzrosły prawie trzykrotnie (z 6,9 do 18,7 milj. zł.), w ciągu ostatniego dwulecia.

Kapitał akcyjny sfuzjonowanych przedsiębiorstw, które przyjęły nazwę „Steinhagen i Saenger S. A.”, wynosi 40 milj. zł. Akcjonariusze Myszkowa dostali za każdą swoją akcję nieco ponad 1 akcję nowej spółki. Na czele

zarządu stanął p. Henryk Steinhagen jako prezes, wice-prezesem jest p. Kazimierz Skarzyński, członkami Zarządu: pp. Aleksander Steinhagen, Andrzej Ike-Duminowski, Andrzej Wierzbicki, Ludwik Kozłowski, Tadeusz Morawski, Edmund Fouré i Edmund Moret, radę nadzorczą stanowią pp. Karol Ike-Duminowski (prezes), Stefan Ike-Duminowski, Piotr Le-Roy, Adolf i Karol Steinhagenowie.

10-lecie Przeglądu Graficznego.

Z dniem 30 września 1929 tygodnik „Przegląd Graficzny, Wydawniczy i Papierniczy” ukończył 10 lat swego istnienia. Jubileusz ten redakcja uświetliła w sposób praktyczny i trwały — wydając dokładny spis rzeczy, który zawiera wszystkie artykuły i notatki, drukowane w poszczególnych rocznikach w ciągu tego 10-lecia. Spis ukazał się niedawno. Pomysł ten zasługuje na najszczerzy poklask. W epoce, kiedy tyle się u nas wydaje rzeczy zupełnie potrzebnych, taki krótki przewodnik, jeśli go się nie prowadziło z roku na rok, jest wprost konieczny dla utrwalenia złudnej codziennej pracy, która pozornie rozprasza się w zgiełku aktualności, ale po latach stanowi nieraz skarbnicę nieoszacowanej wartości. Z tem większą też wyrazistością maluje się na tle tego krótkiego rzutu oka wstecz droga przebytego przez to pismo 10-lecia.

Może się na nią „Przegląd Graficzny” z należąca dumą oglądać. Rozpocząwszy pracę z właściwą Poznaniakom systematycznością, praktycznością i wytrwałością, stał się z biegiem czasu poważnym ogniwem konsolidacji nie tylko naszego przemysłu graficznego i papierniczego, (jako organ Związku Organizacji Przemysłu Graficznego i Wydawniczego oraz organ Polskich Kupców Branży Papierniczo - piśmiennej), ale także wybitnym organem informacyjnym w sprawach dotyczących kultury książki w Polsce, rozwoju prasy i t. p. Z okazji rozpoczętego przezeń drugiego 10-lecia pracy, redakcja „Prasy” — obejmując na stałe placówkę obrony interesów prasowych, którym dotąd „Przegląd Graficzny” w braku osobnego jej organu tyle uwagi poświęcał — składa jego redakcji serdeczne życzenia: Szczęść Boże!

10 lat IPP.

Dziesięć lat pracy „Informacji Prasowej Polskiej” w Warszawie minęło w r. b. Bilans tej pracy wyraził się przedewszystkiem w trzech milionach wycinków, czyli w trzech milionach informacji z prasy krajowej i zagranicznej, wybranych i dostarczonych przeszło 2500 abonentów ze sfer politycznych, społecznych, gospodarczych, prasowych, literackich, artystycznych i in. Następnie IPP współdziałała z różnymi instytucjami społecznymi i kulturalnymi w zakresie swej specjalności.

Wydatnym był współdziałanie IPP zwłaszcza w zakresie krzewienia informacji o prasie. Wymownym wyrazem tego była współpraca IPP przy wszystkich wystawach prasy, jakie były urządzone od roku 1921 w kraju i zagranicą, a także podjęcie wydawnictwa broszur informacyjnych o prasie p. t. „Biblioteki Prasowej Polskiej” oraz opublikowanie paru broszur w językach obcych o prasie w Polsce. Współpraca ze sferami wydawniczymi i pisarskimi w r. 1920 (Sekcja prasy niecodziennej w ówczesnym Zw. Wydawców oraz Zjazd literatów i dziennikarzy) skłoniła była dyrekcję IPP, do dalszej działalności wydawniczej. Poza „Biblioteką Prasową” IPP wydawała zjazdowy literacko - dziennikarski „Biuletyn”. Następnie wydawała przez pewien czas pod nazwą „Gazety Gazet” przegląd tygodniowy prasy i życia publicznego.

Wreszcie IPP, jako biuro porad i pośrednictwa w sprawach wydawniczych, reklamowych i prenumeraty wydawnictw prasowych krajowych i zagranicznych, przyczyniała się i przyczynia w pewnym stopniu do popierania czytelnictwa.

Wszystko to razem nadaje „Informacji Prasowej Polskiej”, poza jej użytecznością, cechy placówki informacyjno - prasowej kulturalno - społecznej.

IPP, prowadzona od samego początku prawie jej istnienia przez znanego badacza prasy, prof. Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, Stanisława Jarkowskiego, zdołała w ciągu pierwszego swego 10-lecia nawiązać ściśle i stały kontakt ze wszystkimi nieomal istniejącymi granicą podobnie do niej instytucjami (agencjami prasowo - informacyjnymi i biurami wycinków).

Oddając usługi pożyteczne tym, którzy z jej działalności korzystają i których zastęp z roku na rok wzrastał, IPP odgrywa rolę bacznego argusa prasy, a zarazem jakby do indywidualnych potrzeb każdego z abonentów dostosowanej gazety gazet.

Wyższa Szkoła Dziennikarska.

Na Walnym Zgromadzeniu Towarzystwa Wyższej Szkoły Dziennikarskiej w dniu 25 czerwca r. b. wybrano w myśl statutu trzech nowych członków Zarządu w miejsce wylosowanych. Ponownie otrzymali mandaty pp.: Józef Evert, Aleksander Lednicki i Waclaw Sieroszewski. Nadto poraz pierwszy wybrano prezesa Rady Związku Wydawców, Feliksa Mrozowskiego. Wreszcie przyjęto do wiadomości uchwałę Rady Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism z dnia 20 maja r. b., upoważniająca p. Feliksa Ludwika Fryzego do reprezentowania Związku Wydawców w Zarządzie Towarzystwa Wyższej Szkoły Dziennikarskiej.

**

Ubiegły rok szkolny w Wyższej Szkole Dziennikarskiej cechuje wydatna praca Komisji Programowej, która stale zmierza w kierunku rozszerzenia w W. S. Dz. zakresu przedmiotów, dotyczących dziennikarstwa. Dzięki inicjatywie tej Komisji odbywać się będą wykłady etyki dziennikarskiej i wykłady o kształtowaniu się opinii publicznej, wreszcie kilka razy na rok wygłoszone zostaną referaty o stanie badań prasoznawczych. Ostatnio wprowadzone już zostały wykłady o „agencjach prasowych”, „reklamie w prasie”, „administracji dziennika”.

Kurs nauki o prasie dla nauczycieli szkół powszechnych.

Na urządzonym w lipcu r. b. w Zakopanem przez Zarząd Główny Związku Pol. Nauczycielstwa Szkół Powsz. wakacyjnym kursie organizacyjno-lustratorskim dla nauczycieli, odbędzie się z inicjatywy Zarządu Głównego tego Związku specjalny cykl wykładów o prasie. Program tego cyklu, powierzonego przez Zarząd Główny Związku, prof. p. Stanisławowi Jarkowskiemu, obejmuje całokształt nauki o prasie ujętej w najgłówniejszych zagadkach.

Rola prasy w życiu publicznym, jako temat wykładu wstępnego, będzie

wytyczną dalszych kilkunastu wykładów następných, w których będzie zobrazowaną organizacja i technika zarówno dziennika, jak i innych form czasopiśmiennictwa, organizacja i technika biur oraz agencji prasowych, współpraca z prasą instytucyj i organizacji społeczno-kulturalnych, wreszcie stosowanie racjonalnie pojmowanej reklamy prasowej. Wskazówki, dotyczące metod pracy dziennikarskiej, w szczególności dotyczące metod tych w zakresie polemik i informowania prasy, ujęte w formie zajęć seminaryjnych, stanowiąc będą zamknięcie cyklu.

Prasa jako przedmiot wykładowy na W. S. H.

W roku szkolnym 1929/30 po raz pierwszy prowadzone były w Wyższej Szkole Handlowej w Poznaniu wykłady, poświęcone organizacji i technice publicystyki gospodarczej. Przedmiot ten został wprowadzony w tej uczelni od roku 1929, jako obowiązkowy. Wykłady objął redaktor *Jerzy Gutschke*, magister praw. Poświęcone były one w roku ubiegłym następującym zagadnieniom: prasa, jako funkcja życia publicznego, istota prasy i jej najważniejsze zadania, struktura dziennika, organizacja przedsiębiorstwa prasowego, organizacja i technika pracy w redakcji, administracji

i drukarni, instytucje i środki pomocnicze prasy, reklama, jej psychologia i organizacja, metoda i rodzaje pracy dziennikarskiej, krótki zarys dziejów prasy polskiej, zarys publicystyki gospodarczej: giełda pieniężna i towarowa, banki emisyjne, korporacje gospodarcze, przedsiębiorstwa, polityka gospodarcza, czasopisma ekonomiczne w Polsce i zagranicą, organizacja, metoda i technika pracy redaktora oraz referenta prasowego.

Na wykłady te przeznaczona była jedna godzina tygodniowo w jednym trymestrze.

Wprowadzenie prasy jako obowiązkowego przedmiotu wykładowego na Wyższej Szkole Handlowej w Poznaniu powitać należy z uznaniem, fakt ten świadczy bowiem o zrozumieniu doniosłej roli jaką prasa spełnia w kształtowaniu się życia gospodarczego. Zagranicą już zrealizowała ten postulat, prasę wyklada się bowiem w Niemczech w akademiach handlowych w Berlinie, Frankfurcie, Kolonii, Królewcu, Lipsku oraz Norymbergii. W Zurychu szwajcarskim prof. Wettstein uzupełnia wykłady o publicystyce zagadnieniami ekonomicznymi prasy. Amerykańskie szkoły dziennikarskie zawierają w swych programach kilka przedmiotów, poświęconych gospodarstwu oświeceniemu prasy i dziennikarstwa.

RYNEK KRAJOWY

Ceny papieru.

Produkcja papieru ostatnio spada ze względu na zmniejszone zapotrzebowanie odbiorców, wywołane ciężką koniunkturą na rynku wydawniczym. Ceny papieru jednak nie ulegały zmianom od dłuższego czasu, utrzymując się na poziomie obniżonym o 2 — 4% w dniu 1.IX.1928 r. Zarówno papier rotacyjny gazetowy, jak papiery drukowe zwykłe i ilustracyjne zakupywane są z produkcji krajowej. Tylko niektórzy odbiorcy, przyzwyczajeni do papieru zagranicznego, lub poszukujący papierów ilustracyjnych w wyjątkowej jakości, używają minimalnych ilości papieru importowanego, jednak i w tym kierunku zaznacza się wyraźna poprawa.

Papier ilustracyjny używany do zwykłych wydawnictw krajowych, produkują dziś bez trudności fabryki krajowe. Tylko według życzenia odbiorcy są one specjalnie kredowane również w kraju.

Ogólny brak gotówki i trudności kredytowe powodują, iż i w dziale handlu papierem transakcje gotówkowe należą do rzadkości. Uiszczającym należność gotówką fabryki u-

dzielają skonta: przy regulowaniu należności do 14 dni — 4%, do 30 dni — 3%. Nieliczne są dziś jednak pisma, które mogą uiszczać należność gotówką, zazwyczaj odbiorcy płacą weksłami 3 mies., a najwyżej 4 mies.

Przyjęto również płacić część gotówką — część weksłami, a w tym wypadku warunki zależą od umowy. Regulacja rachunków pomiędzy fabrykami a hurtownikami odbywa się indywidualnie, zazwyczaj jednak obowiązują weksle do 3 lub 4 miesięcy. Od cennika fabrycznego hurtownik otrzymuje rabat w wysokości 8 — 10%, z wyjątkiem jednak papieru gazetowego, którego cena jest netto.

Większe wydawnictwa odbierają towar bezpośrednio z fabryk, natomiast potrzebujący mniejszych transportów zakupują u hurtowników. Ci ostatni od cen swych również udzielają odbiorcom rabatu zależnie od koniunktury.

Gatunek papierów bezdrzewnych oddały fabryki do wyłącznej sprzedaży specjalnej instytucji, aby w ten sposób usunąć niezdrowe objawy ostrej konkurencji.

Orientacyjne ceny fabryczne papieru wynoszą loco papiernia w zł za 1 kg.: gazetowy - rotacyjny 0.67 (netto) drukowy (ceny brutto)—matowy kl. VII — 0.76, satynowany kl. VII — 0.82, matowy kl. VI — 0.91, satynowany kl. VI — 0.97, matowy kl. V — 1.12, satynowany kl. V — 1.18 piśmienny matowy kl. VII — 0.92, satynowany kl. VII — 0.98, matowy kl. VI — 1.01, satynowany kl. VI — 1.07, satynowany kl. V — 1.26. Wszystkie powyżej podane ceny rozumieją się brutto z wyjątkiem ceny netto za papier gazetowy. Zależnie od rozmiarów transakcji, jak również od warunków płatności, od cen brutto udzielane są odpowiednie rabaty.

Fabryczne ceny papieru bezdrzewnego franco fabryka za 1 kg. w zł: papier bezdrzewny klejony 2.02 bezdrzewny matowy nieklejony 1.94, pełnoklejony 1.98, bezdrzewny ilustracyjny 2.06.

Ceny farb.

Rynek farb drukarskich nie wykazuje ostatnio większych wahań cen, gdyż zarówno oleje mineralne, używane w tej produkcji, jak i barw-

niki mają stałą tendencję. Cło od barwników importowanych pozostaje bez zmiany.

Fabryki produkują normalnie, nie ograniczając dni roboczych, chociaż odczuwa się mniejsze zapotrzebowanie tego artykułu ze strony odbiorców. Rozrachunki z odbiorcami odbywają się normalnie, a protesty wekslowe należą tutaj do rzadkości. Zakłady drukarskie płacą przeważnie weksłami 3 — 6 miesięcznymi, bądź własnymi, bądź klientowskimi, przy czym część należności uiszcza się zazwyczaj gotówką. W zależności od tego, jaką część należności odbiorca wypłaca gotówką, otrzymuje odpowiedni rabat od cennika fabrycznego.

W praktyce przyjęto się iż granica rabatów w tym dziale waha się od 5 do 8%.

Ceny fabryczne za 1 kg. w zł farb druk. netto (w opakowaniu od 1 kg.) kształtują się jak poniżej: Farby rotacyjne czarne (w beczkach ca 200 kg.): Nr. 1 — 1.55, 2 — 1.90, 3 — 2.35, 4 — 3.05, farby kliszowe Nr. 5 — 3.45, 6 — 4.25, 7 — 6.90 farba rotacyjna czerwona Nr. 20 — 10.00, farby czarne zwykłe w opak. od 10 kg.: gazetowa — 2.10, extra 2.50, dziełowa II — 3.60, I — 4.50 I extra — 5.25, akcydensowa II — 5.65, akcydensowa I — 6.20, I extra — 6.90, ilustracyjna „0” — 8.60, „00” — 10.65, „000” — 12.10, autochromowa extra — 14.15, prachdrukowa „0000”

— 17.70, luksusowa 18.60. Farby czarne litograficzne i offsetowe w opakowaniu od 1 kg: piórowa II MP — 10.65, piórowa I MP — 12.75, także I RP — 13.50, umdrukowa 12.75, czarna offsetowa 12.75.

Ceny farb kolorowych: za 1 kg. loco fabryka, w opakowaniu od 1 kg., w złotych, przyczem do farb litograficznych dopłaca się 10 procent, a do farb offsetowych dopłata wynosi plus 25%. Z farb tych podajemy:

Farby czerwone: gazetowa (w opakowaniu od 5 kg.) 7.00, afiszowa 9.50, monopolowa 15.50, specjalna Nr. 197 — 14.90, brylantowa Nr. 152 — 15.60, kosmos 19.80, brylantowa różowa 14.75, amarantowa 19.50, karmazynowa 20.25, luksusowa 21.25.

PRZEGLĄD USTAW I ROZPORZĄDZEŃ

(ZA OKRES PIERWSZEGO PÓŁROCZA 1930 R.).

Zniesienie dekretów prasowych.

Zarządzenie Prezydenta Rzeczypospolitej w sprawie ogłoszenia uchwały Sejmu Rzeczypospolitej z dn. 19 września 1927 r. dotyczącej uchylecia dwu rozporządzeń Prezydenta Rzeczypospolitej z dn. 10 maja 1927 r.: rozporządzenia o prawie prasowym oraz rozporządzenia, zmieniającego niektóre postanowienia ustaw karnych o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości i o zniewagach (Dz. U. R. P. Nr. 45 z r. 1927 poz. 398 i 399), zostało opublikowane w Nr. 13 Dziennika Ustaw R. P. z dn. 28 lutego r. b.

Sprawy prasowe wobec uchylecia dekretów prasowych.

Minister Sprawiedliwości wydał 14 maja b. r. okólnik Nr. 1545 I. U./30 (Dz. Urz. Min. Spr. Nr. 10 str. 281) wyjaśniający jak traktować sprawy prasowe wobec uchylecia rozporządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej o prawie prasowym. Okólnik ten podaje uchwałę Sądu Najwyższego z 1 kwietnia b. r. w tej sprawie oraz w wyjątkach motywy tej uchwały. Ważniejsze ustępy tych motywów zostały przytoczone w dziale „Sądownictwo a prasa”.

Kompetencja w sprawach prasowych.

Minister Spraw Wewnętrznych na podstawie § 2 ustawy z dnia 11 marca 1850 r. (Zb. u. pr. str. 265) postanowieniem z dn. 24 marca b. r. (Monitor Polski Nr. 76 poz. 119) wydzielił sprawy prasowe z kompetencji miejscowej władzy policyjnej w miastach: Bydgoszcz, Gnieźno, Grudziądz, Inowrocławiu i Toruniu, przekazując je odnośnym starostwom

grodzkim. Postanowienie te weszło w życie 15 kwietnia b. r.

Wydział fotograficzny P. A. T.

Uchwałą Rady Ministrów z dn. 14.X.1927 r. przyznane zostało P. A. T. prawo wyłącznego dokonywania zdjęć fotograficznych na gruncie instytucji rządowych. Dopiero obecnie jednak przystąpiono do uruchomienia wydziału fotograficznego. W związku z tym Minister Sprawiedliwości okólnikiem z dn. 27 czerwca r. b. do wszystkich władz i urzędów wymiaru sprawiedliwości i więziennictwa (Dz. Urz. Min. Spr. Nr. 13, str. 342) zaleca korzystanie z usług P. A. T. w zakresie wszelkich zdjęć fotograficznych, z wyjątkiem zastrzeżonych do wykonywania przez „Instytut ekspertyz sądowych”. Okólnik informuje, że do zadań wydziału fotograficznego P. A. T. należy będzie przede wszystkim dostarczanie prasie krajowej i zagranicznej aktualnego serwisu fotograficznego. Drugim zadaniem będzie obsługa urzędów i instytucji rządowych w zakresie zdjęć fotograficznych płatnych, które dotychczas oddawane były przedsiębiorcom prywatnym.

Ogłoszenia spółek akcyjnych.

Minister Przemysłu i Handlu rozporządzeniem z dn. 15 stycznia 1930 r. (D. U. R. P. Nr. 3 poz. 26) zarządził, że obowiązkowe ogłoszenia spółek akcyjnych winny być drukowane poza „Monitorem Polskim” również w czasopiśmie „Polska Gospodarcza” (dawniej „Przemysł i Handel”).

Ogłoszenia techników dentystycznych.

Minister Spraw Wewnętrznych wydał dnia 24 lutego 1930 r.

rozporządzenie o ogłaszaniu się uprawnionych techników dentystycznych i techników dentystycznych (D. U. R. P. Nr. 20 poz. 172). W myśl § 3 tego rozporządzenia ogłoszenia uprawnionych techników dentystycznych i techników dentystycznych dopuszczalne są w prasie codziennej, periodycznej i zawodowej jedynie w celach informacji. Ogłoszenia o cechach reklamy są zabronione. Ogłoszenia w prasie codziennej i periodycznej mogą zawierać tylko treść następującą: imię i nazwisko uprawnionego technika dentystycznego (technika dentystycznego), stopień zawodowy, adres, numer telefonu i godziny przyjęć, informacje o rozpoczęciu praktyki, wznowieniu, zaprzestaniu, względnie wyjeździe, przeprowadzeniu się lub powrocie. Liczba ogłoszeń w prasie codziennej i periodycznej nie może przekraczać ogółem 36 w ciągu roku kalendarzowego.

Przesyłka czasopism pocztą.

Ministerstwo Poczty i Telegrafów wydało dnia 19 marca b. r. zarządzenie w sprawie nadawania, przesyłania i kontroli czasopism przekazywanych, t. j. prenumerowanych przez publiczność bezpośrednio u wydawców. Zarządzenie to ogłoszone zostało w Nr. 6 Dziennika Urzędowego Min. Poczty i Telegrafów pod poz. 6.

Ruch telefoniczny między Polską a Niemcami.

Ministerstwo Poczty i Telegrafów wydało zarządzenie (Dz. Urz. Min. P. i T. Nr. 3, poz. 10 oraz Nr. 8, poz. 39) zawierające szczegółowe przepisy o ruchu telefonicznym między Polską a Niemcami.

SĄDOWNICTWO A PRASA

ROZPOWSZECHNIANIE NIEPRAWDZIWYCH WIADOMOŚCI

(Uwagi wstępne).

Pamiętna walka o uchylenie t. zw. dekretu prasowego dotyczyła, jak wiadomo, dwóch rozporządzeń Prezydenta Rzeczypospolitej z dn. 10 maja 1927 roku (Dziennik Ustaw Nr. 45, poz. 398 i 399; teksty znowelizowane tych rozporządzeń: Dziennik Ustaw Nr. 1, poz. 1 i 2, ex 1928), a mianowicie:

1. rozporządzenia o prawie prasowym (poz. 398), zawierającego obok zasadniczych norm administracyjnych, regulujących kontrolę państwową nad drukami i czasopismami, także pewne przepisy z dziedziny karnej (rozdział II: o niektórych przestępstwach w treści druku), i

2. rozporządzenia, zmieniającego niektóre postanowienia ustaw karnych o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości i o zniewagach (poz. 399) o charakterze już wyłącznie karnym, nowelizującego odpowiednie przepisy obowiązujących na ziemiach polskich kodeksów karnych i wprowadzającego pewne zmiany w postępowaniu sądowym.

Rozporządzenie drugie (poz. 399) było jednak nie tylko nowelizacją wspomnianych kodeksów karnych, stanowiło bowiem także pewną nową, bardzo szeroko ujętą normę prawną, która stała się punktem wyjścia całego szeregu procesów prasowych. A mianowicie: art. 1 rzezonego rozporządzenia uznał za przestępstwo rozpowszechnianie, choćby w postaci pogłoski, wiadomości świadomie nieprawdziwych lub przekręconych, mogących wyrządzić szkodę Państwu lub wywołać niepokój publiczny.

Wobec tak szerokiej dyspozycji rozporządzenia Prezydenta, straciły oczywiście rację bytu przepisy kodeksowe o karalności rozpowszechniania nieprawdziwych wiadomości, a między innymi i art. 263 rosyjskiego Kodeksu

Karnego z 1903 roku, obowiązującego na obszarze b. zaboru rosyjskiego. To też ustęp 1-szy części I art. 263 K. K. został przez rozporządzenie to (poz. 399) wyraźnie uchylony.

Ustęp ten ma brzmienie następujące:

„Winny: 1) rozpowszechniania wieści świadomie fałszywej, mogącej wywołać niepokój publiczny, o rozpowszechnieniu rządowym, kłesce społecznej lub innem zdarzeniu”... będzie karany itd.

Gdy następnie w wyniku zarządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej z dn. 28 lutego 1930 roku, ogłaszającego w Dzienniku Ustaw (Nr. 13, poz. 92) uchwałę Sejmu z dnia 19 września 1927 roku, rozporządzenia Prezydenta, dotyczące spraw prasowych (poz. 398 i 399) straciły moc obowiązującą, zgodnie z wyjaśnieniem zgromadzenia ogólnego Sądu Najwyższego z dnia 18 lutego 1928 roku (w sprawie Szczurka, N. Z. S. 3/28) „odżył” automatycznie także ustęp 1 części I art. 263 K. K.

I wtedy stała się rzecz dziwna, najzupełniej niespodziewana, w znacznej mierze niwecząca dobroczynne dla prasy skutki uchylenia rozporządzenia o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości. Bo oto sądy stanęły na stanowisku, że art. 263 K. K. jest odpowiednikiem uchylonego art. 1 wspomnianego rozporządzenia i oparte na takiej podstawie prawnej oskarżenia w całym szeregu spraw z powodzeniem przeszły już przez dwie instancje, wyrokujące merytorycznie.

Stanowisko to znalazło wyraz w całym szeregu wyroków, które właśnie stwierdzają, że, wobec uchylenia „dekretu prasowego” i przywrócenia mocy obowiązującej art. 263 K. K., zarzucane oskarżonemu redaktorowi odpowiedzialnemu przestępstwo, zakwalifikowane w akcie oskarżenia z art. 1 rozporządzenia, poz. 399, winno być

rozpoznane zgodnie z wykładnią art. 263, jako odpowiednik uchylonego „dekretu prasowego”.

Wyroki te stały się dla urzędów prokuratorskich punktem wyjścia do wniesienia szeregu aktów oskarżenia z art. 263 K. K., opartych właśnie na takiej wykładni tego przepisu i stwierdzić należy, że sądy merytoryczne, idąc po opisanej linii rozumowania, wykładnię taką uznają za słuszną, wymierzając oskarżonemu redaktorom odpowiedzialnym wysokie kary w granicach art. 263 K. K.

Otóż ta sprawa jest obecnie największą bolączką w zakresie tak wielu nurtujących nasze życie publiczne zagadnień prawno - prasowych. Uchylenie „dekretu prasowego”, po którym spodziewano się powrotu do stanu poprzedniego, uwzględniającego w większym stopniu, niż dekret, prawa obywatelskie w dziedzinie wolności prasy, zawarowanej w uroczyście przez art. 105 Konstytucji, — w znacznej mierze zawiodło pokładane nadzieje, a to przede wszystkim wskutek zastosowanej w praktyce sądów wyrokujących niesłychanie rozciągłej wykładni art. 263 Kodeksu Karnego, opartej na z gruntu mylnej, zdaniem naszym, przesłance, że przepis, zawarty w tym artykule, jest odpowiednikiem art. 1 uchylonego „dekretu prasowego”.

Jakkolwiek Sąd Najwyższy dotychczas nie wypowiedział się w tej sprawie. — co jednakże niebawem nastąpi w wyniku założonych już skarg kasacyjnych, w interesie prasy, musimy zająć się bardziej szczegółowo analizą zagadnienia karalności rozpowszechniania nieprawdziwych wiadomości i praktyki sądowej w tej dziedzinie. Niżej uwagi ogólne są wstępem do dalszych rozważań na ten, tak wysoce żywotny i anormalny dla prasy, temat.

Dr. Wiktor Natanson.

ORZECZNICTWO SĄDOWE

Obowiązujący stan prawny po uchyleniu rozporządzeń Prezydenta Rzplitej o prawie prasowym.

Wskazania, jaki stan prawny obowiązuje po uchyleniu rozporządzeń Prezydenta Rzplitej o prawie prasowym oraz o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości i o zniewagach, zawierają uzasadnienia Sądu Najwyższego do uchwał z dnia 18 lutego 1928 roku (uchwała Ogólnego Zgrom. w sprawie Szczurka) oraz z dnia 1 kwietnia r. b. (uchwała całej Izby Karnej).

Odnosne ustępy uzasadnienia do uchwały Sądu Najwyższego z dnia 1-go kwietnia r. b. brzmią:

„Rozporządzenie Prezydenta Rzeczypospolitej z 10 maja 1927 o prawie prasowym (Dz. U. p. 398/27) oraz rozporządzenie Prezydenta z tejże daty o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości i o zniewagach (D. U. p. 399/27) są na skutek ogłoszenia w Dzienniku Ustaw (p. 92/30) uchwały sejmowej z 19 września 1927 uchylone. Uchylenie to obejmuje i rozporządzenia Prezydenta z 28 grudnia 1927 (p. 1010 i 1011/27). Te ostatnie nie były nigdy samoistnym prawem, lecz stanowiły jedynie dodatek i uzupełnienie podstawowych rozporządzeń z 10 maja 1927. Gdy te wygasły wygasły i tamte: *accessorium sequitur principali*. Tak samo przestały istnieć i rozporządzenia

Ministra Sprawiedliwości z 4 stycznia 1928 (D. U. p. 1 i 2/28), gdyż miały one za przedmiot ogłoszenie jednolitego tekstu rozporządzeń z 10 maja 1927, a te są już obecnie uchylone.

Zagadnienie, jaki stan prawny powstaje po uchyleniu danej ustawy, w szczególności pytanie, czy automatycznie odzyskują moc prawną poprzednie przepisy, było już przedmiotem rozważań Sądu Najwyższego (Ogóln. Zgrom. 18/2. 1928 sprawa Szczurka), przyczem Sąd Najwyższy orzekł, że poprzedni stan prawny odżywa automatycznie.

W uzasadnieniu do powyższego orzeczenia Sądu Najwyższego z dnia 18

lutego 1928 zawarte są następujące bliższe wyjaśnienia (zob. p. 13):

„Uchwały Sejmu, uchylające rozporządzenia z mocą ustawy, są aktami władzy ustawodawczej i ze względu na swoją treść mają doniosłe skutki ustawodawcze, gdyż uchylają rozporządzenia z mocą ustawy i przywracają działanie ustaw, względnie innych norm prawnych, przez te rozporządzenia uchylonych”.

Wspomniane wyżej uchwały Sądu Najwyższego oraz uzasadnienia do tych uchwał wydrukowane zostały w extenso w Gazecie Sądowej Warszawskiej Nr. 20 z r. 1928, oraz w NNr. 22 i 23 z r. 1930.

Sprawy prasowe w sądach — wobec uchylecia rozporządzeń Prezydenta Rzplitej o prawie prasowym.

Wobec uchylecia rozporządzeń Prezydenta Rzplitej o prawie prasowym oraz o rozpowszechnianiu nieprawdziwych wiadomości i o zniewagach, Sąd Najwyższy na posiedzeniu Całej Izby Karnej w dniu 1 kwietnia 1930 r. rozpoznał wniosek prezesa rzeczonej Izby o wyjaśnienie zagadnienia prawnego: „jak traktować sprawy prasowe w postępowaniu przed Sądem Najwyższym, wobec uchylecia rozporządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej o prawie prasowym?” i po wysłuchaniu wniosku Prokuratora uchwalił tezę następującą:

„Uchylene rozporządzeń Prezydenta Rzeczypospolitej z dnia 10 maja 1927 r. (Dz. Ustaw Nr. 45, poz. 398 i 399) winno być uwzględnione w postępowaniu przed Sądem Najwyższym w sprawach o przestępstwa, przewidziane w tych rozporządzeniach, osądzonych merytorycznie przed uchyleciem ich, także i z kasacyjnego punktu widzenia”...

Uzasadnienie tej uchwały zawiera następujące ważniejsze ustępy, obejmujące szereg doniosłych wskazówek dla sądów niższych instancji:

Po stwierdzeniu, że Sąd Najwyższy orzekł, iż po uchyleciu rozporządzeń Prezydenta Rzeczypospolitej poprzedni stan prawny odżywa automatycznie, w uzasadnieniu czytamy:

Jaki wpływ w dziedzinie prawa materialnego wywołuje zmiana stanu prawnego, na to dają nam odpowiedź poszczególne kodeksy dzielnicowe. Wśród nich kodeks karny ros. z r. 1903 przyjmuje w art. 14 zasadę „lex retro agit” co do kwalifikacji podług nowego prawa bezwzględnie, co do kary zaś nakazuje ją złagodzić jeśli dawne prawo co do kary było łagodniejsze; wreszcie co do przedawnienia nakazuje uwzględnić krótsze przedawnienie dawnego prawa. Zasadę „lex retro agit” przyjmuje również prawo b. zaboru austriackiego (art. IX ces. patentu z 27.5 1857 Nr. 117 Dz. U. P.), ale tylko wówczas, gdy nowe prawo jest łagodniejsze; gdy dawne było łagodniejsze, ono ma zastosowanie w całości, nie wyłączając kwa-

lifikacji czynu. Prawo b. zaboru pruskiego (§ 2 k. k.) każe zastosować najłagodniejsze prawo istniejące między popełnieniem czynu, a osądzeniem. Communis opinio przyjmuje że bezkarnością jako najłagodniejszy stan prawny („Nichtstrafgesetz”), także musi być uwzględniona. Jedyny wyjątek od zasady uwzględniania nowego stanu prawnego stanowią t. zw. leges exceptionales i temporales, gdyż co do nich wola państwa w kierunku zrzeczenia się prawa karania, bądź też łagodniejszego karania, nie istnieje, chyba była w ustawie uchylającej wyraźnie wyrażona.

Jest rzeczą bezsporną, że sądy wyrokujące merytorycznie (grodzkie, okręgowe, apelacyjne) muszą zastosować się do wyżej przytoczonych przepisów prawa.

Natomiast trudność powstaje dopiero w postępowaniu kasacyjnym (rewizyjnym, nieważności), gdy w międzyczasie, po wydaniu wyroku merytorycznego oraz założenia kasacji (rewizji, zażalenia nieważności), nastąpiła zmiana stanu prawnego.

Wyrok Sądu merytorycznego może nie obrażać dawnego prawa, kasacja więc (rewizja, zażalenie nieważności) pod kątem widzenia dawnej ustawy uległaby oddaleniu, ale wyrok ten może być sprzeczny z nowym stanem prawnym, który przyjmuje obecnie bezkarności czynu, dawniej uznanego za występny, bądź też karze go znacznie łagodniej.

Pytanie zatem sprowadza się do tego, czy Sąd Najwyższy winien jest uwzględnić zmieniony stan prawny, czy też nie.

Zadna z ustaw karnych, materialnych czy procesowych, obowiązujących w Rzeczypospolitej Polskiej, kwestji tej expressis verbis nie rozstrzyga, z ograniczonych zaś ustawodawstw rozwija ją jedynie kodeks Norweski.

W nauce i orzecznictwie ścierają się ze sobą dwa biegunowo sprzeczne poglądy.

Pierwszy, reprezentowany głównie przez Niemcy i Austrię, wychodzi z założenia, że sąd kasacyjny (rewizyjny) sędzi nie czyn występny, lecz jedynie wyrok sądu merytorycznego, i wobec tego nie może liczyć się w postępowaniu kasacyjnym z zaszłą w międzyczasie zmianą ustaw.

Drugi pogląd — romański (Francja, Włochy, Belgja), żąda, ażeby sąd kasacyjny uwzględnił stan prawny i uchylał wyroki, zgodne z prawem dawnym, lecz sprzeczne z nowym.

Pogląd germański, który podzielała w swoim czasie Izba V Sądu Najwyższego (ob. orzeczenia z 29.8.23 — 172/23 i 27.7.25 — 252/25), nie jest jednakże i w samych Niemczech powszechnym. Senaty Cywilne Sądu Rzeszy odchylają się od panującego poglądu.

Pogląd germański nie jest do przyjęcia. Ujmuje on zagadnienie wyląc-

nie z jego strony zewnętrznej, a nie wnika w istotę rzeczy. Teza, że sąd kasacyjny sędzi wyrok, a nie czyn, nie odpowiada ani faktycznej, ani też prawnej rzeczywistości.

Jeśli za punkt wyjścia weźmiemy materialną stronę wyrokowania Sądu Najwyższego, a nie jego stronę formalną, jeśli wnikiemy głębiej i dotrzemy do samej istoty rzeczy, a nie będziemy się zadawać zewnętrznymi pozorami, to wniosek może być tylko jeden: że Sąd Najwyższy sędzi czyn, a nie wyrok, że zgodnie z art. 1 u. s. p. wymierza sprawiedliwość.

W powyższym wniosku mieści się i odpowiedź na postawione Sądowi Najwyższemu pytanie prawne.

Skoro Sąd Najwyższy jest sądem, a nie organem kontroli, skoro wyroki jego są pełnymi wyrokami sądowymi, musi on w samem postępowaniu uwzględnić nowy, wywołany w międzyczasie zmianą ustawodawstwa, stan prawny.

Wykładnia socjologiczna prawa, przyjęta już przez Sąd Najwyższy w orzeczeniu całej Izby Karnej z 23 listopada i 7 grudnia 1929, nakazuje przyjęcie tezy o uwzględnieniu w postępowaniu kasacyjnym zmienionego stanu prawnego.

Teza powyższa musi znaleźć pełne zastosowanie w sprawach karnych z rozporządzeń o prawie prasowym i rozpowszechnieniu nieprawdziwych wiadomości i zniewagach.

Rozporządzenia te były prawem zwykłym, normalnym, a nie wyjątkowym, lub czasowym. Niema więc podstawy prawnej do wylączenia ich z pod mocy art. 14 k. k. 1903 § 2 k. k. niem. i art. IX austr. patentu.

Konieczne znalezienie formy procesowej dla urzeczywistnienia powyższej zasady nie natrafi na większe trudności.

W sprawach wedle k. p. k. można będzie stosować przepis art. 499 a, jeżeli wobec nowego stanu prawnego czyn oskarżonego nie jest już przestępstwem, zaś przepisy art. 499 d (scilicet karę nieprzepisaną obecnie w nowej ustawie) i art. 501, jeżeli wobec nowego stanu prawnego czyn oskarżonego jest łagodniej karany i inaczej kwalifikowany, przyczem w pierwszym wypadku Sąd Najwyższy uchyla wyrok i sam wyda wyrok uniewinniający (art. 518), a w drugim uchyla wyrok i przekazuje sprawę do ponownego rozpoznania sądownia a quo (o ile nie zastosuje zdania ostatniego art. 501). W sprawach według dawnych dzielnicowych ustaw procesowych można będzie zawsze uchylać wyrok i sprawę umorzyć lub przekazać ją do ponownego rozpoznania na zasadzie art. 3 b) Dekretu z 8/2.19 (Dz. U. poz. 199/19), bądź też stosować ewentualnie w sprawach we-

dług austr. p. k. jej § 290, a w sprawach według niem. u. p. k. — § 394/2, o ile zarzucano obrazę prawa materialnego.

Należy przytem mieć zawsze na uwadze, że procedura karna służy do umożliwienia stosowania prawa karnego materialnego, lecz nigdy nie może być przeszkodą do realizacji. Prawo materialne jest w porównaniu z pro-

cedurą normą wyższego rzędu, której ta ostatnia musi się zawsze podporządkować.

Druga część uzasadnienia do wyroku Sądu Najwyższego z dnia 1 kwietnia r. b. obejmuje szereg cennych wyjaśnień, dotyczących kwestji procesowych a mianowicie przepisów natury procesowej, które łącznie z ponownym powołaniem do życia dzielnic-

wych przepisów prawnych, odzyskały moc obowiązującą.

Pełny tekst tego uzasadnienia jako też glossa twierdząca, że wykładnia tego uzasadnienia w odniesieniu do procedur państw zaborczych jest nie trafna przytoczone zostały w „Gazecie Sądowej Warszawskiej” Nr. 22 i 23 z r. 1930.

KRONIKA ZAGRANICZNA

OGÓLNA.

Międzynarodowy Trybunał Dziennikarski.

Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy (*Fédération Internationale des Journalistes*, w skróceniu F. I. J.) pracuje od dłuższego czasu nad powołaniem do życia Międzynarodowego Trybunału Honorowego Dziennikarzy, którego zadaniem ma być rozstrzygnięcie spraw spornych, dotyczących wykonywania zawodu dziennikarskiego na terenie międzynarodowym i orzekanie w sprawach honoru zawodowego, w szczególności zaś walka z kłamstwem w prasie, wyrokowanie w sprawach ogłaszania fałszywych dokumentów, bezpodstawnych sensacji, wiadomości tendencyjnych, stanowiących niebezpieczeństwo dla pokoju światowego i t. p.

Na podstawie obrad komisji prawnej Federacji sprawa ta stała się na porządku dziennym II-go kongresu F. I. J. (odbytego w listopadzie 1928 r. w Dijon), na którym referował ją p. Haentschel (Niemcy). Stały się wówczas poglądy, czy Trybunał ma mieć charakter stały czy też tylko dorywczy, od wypadku do wypadku, przyczem przeważała pierwsza opinia. Rzecz, odesłana z powrotem do komisji prawnej, została załatwiona pozytywnie na posiedzeniu komitetu wykonawczego F. I. J. w Pradze (kwiecień 1929), na którym zgodzono się zasadniczo na utworzenie stałego Trybunału, przyczem skład jego i bliższe szczegóły pozostały na razie nieokreślone. Wyłoniła się natomiast sprawa międzynarodowego kodeksu etyki dziennikarskiej, któryby określił główne ramy praw i odpowiedzialności zawodowej dziennikarzy i służył Trybunałowi jako dyrektywa dla jego orzeczeń.

Inicjator tej myśli p. Delais (Francja) ujął główne zasady tego kodeksu, który nazwał „deklaracją praw i obowiązków dziennikarza”, w następujących punktach:

1) Trybunał Honorowy nie może być sędzią idei (przekonań), lecz zajmuje się tylko ustaleniem prawdziwości informacji.

2) Dziennikarz jest odpowiedzialny za ogłaszane informacje — czy to własne czy otrzymane z innego źródła.

3) Uznaje się prawo międzynarodowego sprostowania informacji.

4) Dyplomata (polityk) jest tym, który strzeże tajemnic stanu — zadaniem dziennikarza jest ogłaszanie tego o czym się dowiedział. Z tego odmiennego pojmowania obowiązków płynie zasada innej odpowiedzialności dla polityka a innej dla dziennikarza. Jeżeli dziennikarz ogłasza informacje, otrzymane ze źródeł dyplomatycznych, nie on lecz dyplomata winien być pociągany do odpowiedzialności karnej za wydanie tajemnicy. O ileby dziennikarz nie dotrzymał danego słowa, iż dochowa tajemnicy, będzie sądzony przez Międzynarod. Trybunał Dziennikarski.

5) Dziennikarz powinien sprawdzać wiarygodność dokumentów, któremi się posługuje lub które ogłasza.

Zasady te, przesłane organizacjom dziennikarskim poszczególnych państw do zaopiniowania i uzupełnienia ich w dalszych szczegółach (nieściste lub przekrecone wywiady i informacje, ogłaszanie wiadomości podejrzanym lub nielegalnie zdobytych, wkraczanie w życie prywatne osób, szantaż, przyjmowanie podejrzanym zysków, żądanie wynagrodzenia za nieprawidłową reklamę i t. p.), weszły ponownie pod obrady następnego posiedzenia komitetu (w Antwerpii ubiegłej zimy). Przyjęto wówczas punkt pierwszy przytoczonej wyżej deklaracji, skreślając z niej na żądanie przedstawiciela Polski, red. Beauprégo, dodany w czasie obrad komisyjnych ustęp (stanowiący kompromisowe ustępstwo na rzecz nacjonalistów niemieckich), że „dziennikarz nie może być pociągany do odpowiedzialności nawet za propagowanie wojny”. Ustalono także ogólne zasady prawodawstwa dla Trybunału. Dalszy ciąg dyskusji odłożony został do następnego posiedzenia komitetu wykonawczego, odbytego w Lyonie w kwietniu b. r. Było ono terenem długiej i burzliwej dyskusji.

Przeciwko stylizacji punktu 2-go wystąpił mianowicie bardzo stanowczo i ostro p. Baecker (niemiecki nacjonalista), oświadczając, że dziennikarz może odpowiadać tylko przed własnym sumieniem.

Stanowisko delegacji niemieckiej było podzielone. Inicjator projektu utworzenia Trybunału p. Haentschel

zachował zyczliwą neutralność, natomiast p. Bernhardt, będący prezesem F. I. J. w obecnej kadencji (1928 — 1930), popierał p. Baeckera, argumentując, że dziennikarz nie jest często w możności osądzenia, czy interesująca wiadomość, jaką otrzymał, będzie miała taką czy inną doniosłość międzynarodową, czy wywoła czy nie wywoła burzy. P. Bernhardt wypowiedział się wogóle przeciwko projektowi p. Delaisy'ego, jako niemożliwemu do przyjęcia i proponował, by go odrzucić w całości, a na następnym kongresie Federacji (mającym się odbyć w jesieni b. r. w Berlinie) poprzestać na wyborze Trybunału, bez nadawania mu osobnego kodeksu.

Za przyjęciem atoli kodeksu (art. 2 — 4) wypowiedzieli się delegaci angielski (p. Richardson), polski p. Beaupré) i inni. Wówczas ze strony niemieckiej wysunęto obiekcję, że artykuły 2 — 4 mają „polityczny charakter”; z sukursem pospieszył p. Zappler (Austria), który poszedł tak daleko, że zaproponował zaniechanie całej wogóle pracy, nie tylko nad kodeksem, ale i nad... Trybunałem.

Wniosek ten jednak został odrzucony znaczną większością. Po zarządzeniu przez przewodniczącego, p. Bernhardta, przerwy, w czasie której delegaci niemieccy, widząc słabość swego stanowiska, postarali się o kompromis z delegacją francuską, uchwalono przyjęcie artykułów 2-go i 3-go, odsyłając następne znowu do komisji.

W ten sposób sprawa utworzenia Międzynarodowego Trybunału Dziennikarskiego postępuje zółtym krokiem, jakkolwiek — mimo wszystko — stopniowo się posuwa. Przed kongresem F. I. J. w Berlinie stanie cały kompleks niezłatwionych jeszcze kwestji, zarówno kodeksowych jak i proceduralnych, oraz wybór samego Trybunału. Zobaczymy, czy w tej sprawie — posiadającej nie tylko wielkie znaczenie dla całej prasy międzynarodowej, ale znamiennej także dla rozwoju stosunków ogólnie europejskich — przyniesie on dalsze pozytywne rezultaty. W każdym razie z dotychczasowego przebiegu dyskusji stwierdzić można, iż na międzynarodowym terenie dziennikarskim, podżyte motywami politycznymi, stanowisko Niemców nie cieszy się zbyt wielkimi sukcesami.

Kongres reklamy w Brukseli.

Tegoroczny Kongres Związku Kontynentalnego Reklamy odbył się w Brukseli w dniach 7 — 9 lipca. Porządek dzienny obrad obejmował sprawozdania pp. Muncka (Czechosłowacja) o stosunkach między reklamą a rządami poszczególnych państw, Caimiego (Włochy) o stosunkach między reklamą a dziennikami, Dubron'a (Francja) o plagiacie w reklamie, Levissona (Holandia) o stosunkach między reklamą a drukarnią i Damoura (Francja) o pożyteczności Kontynentalnego Związku Reklamy i usługach, jakie może on oddać dla międzynarodowej propagandy reklamowej. W części nieoficjalnej (10—12 lipca) zwiedzono wystawy — kolonialną - morską i sztuki flamandzkiej w Antwerpii oraz przemysłowo-naukową i sztuki walońskiej w Liège.

W kongresie wzięło udział 18 państw przez delegatów swych naczelnych organizacji reklamowych. W skład każdej delegacji wchodził jeden przedstawiciel wydawnictw prasowych. Delegację polską stanowili pp. Zenon Zakrzewski, kierownik biura reklamowo - ogłoszeniowego P. A. T., Melchior Wańkowicz, Henryk Drozdowski, dyrektor Izby handlowej polsko-węgierskiej i Hugo Lewi, kierownik reklamy firmy Schichta.

Obszerniejsze sprawozdanie z kongresu podamy w następnym numerze.

Międzynarodowy kongres prasy katolickiej w Belgji.

Stowarzyszenie belgijskich dziennikarzy katolickich podjęło inicjatywę zorganizowania w bieżącym roku międzynarodowego kongresu prasy katolickiej w Brukseli. Rok ten jest bowiem jubileuszowym w Belgji. W wyniku tych zabiegów Kongres prasy katolickiej zwołany został do Brukseli na dzień 30 sierpnia do dnia 4 września r. b. Komitet organizacyjny kongresu, pod przewodnictwem p. Augusta Thomasa, opracował program, który obejmuje następujące sprawy: 1) organizacja informacji katolickiej i założenie centralnego biura prasowego, 2) koordynacja prasy katolickiej z postulatami akcji katolickiej, 3) wyszkolenie dziennikarzy katolickich, 4) polepszenie materialnych warunków pracy dziennikarzy, 5) warunki rozwoju prasy katolickiej, 6) protest prasy katolickiej wszystkich krajów przeciw prześladowaniom religijnym w Rosji. Prócz zebrań plenarnych i sekcyjnych, program przewiduje zwiedzenie wystawy w Antwerpii i Liège. W pierwszym dniu kongresu uczestnicy wezmą udział w uroczystym zamknięciu kongresu eucharystycznego w Malines.

Kongres prasy katolickiej w Brukseli jest realizacją uchwały, powziętej w r. 1929 w Rzymie przez Międzynarodowe Biuro Katolickich Dziennikarzy — organizację, założoną w grudniu 1927 r. w Paryżu, której prezesem

jest obecnie p. René Delforge, sekretarzem zaś p. Ageorges.

W związku z kongresem odbędzie się również w Brukseli wystawa prasy katolickiej.

Międzynarodowy katalog prasowy.

Niemiecki Instytut Prasoznawczy w Berlinie (*Deutsches Institut für Zeitungskunde*) w porozumieniu ze Związkiem Niemieckich Wydawców Gazet (*Verein Deutsches Zeitungsverleger*) w Berlinie przystąpił do opracowania i wydania międzynarodowego katalogu prasowego (*Handbuch der Welt-press*). Katalog ma być wydany w dużym nakładzie, jako księga informacyjna o prasie całego świata. Prace przygotowawcze do tego dzieła, które ma ukazać się drukiem w początku r. 1931, są prowadzone przy współudziale członków korespondentów Instytutu we wszystkich krajach.

Jako podstawa informacji o wydawnictwach, mają być wzięte odpowiedzi na kwestionariusze, rozesłane przez Instytut przed kilku miesiącami do większych wydawnictw świata.

Kwestionariusze te zawierają 12 pytań, dotyczących zarówno wydawnictw (tytułu, częstości ukazywania się, wysokości nakładu, kierunku, formy prawnej, wydawnictw dodatkowych, historii i t. p.), jak i wydawców, redaktorów, tudzież współpracowników i korespondentów.

Udzielenie odpowiedzi na ten kwestionariusz i zamieszczenie tych informacji w katalogu nie pociąga za sobą żadnych kosztów.

Ostateczny termin nadsyłania odpowiedzi upływa z końcem lipca r. b. Nie nadesłanie odpowiedzi do tego terminu spowoduje pominięcie w katalogu wydawnictwa lub zamieszczenie o niem tylko tych informacji, jakie redakcja zdobędzie pośrednio.

Prasa polska nie może i nie powinna świecić nieobecnością lub znaleźć się w mniejszości w tym katalogu. Celem dopilnowania, aby dział polski w katalogu był możliwie wyczerpujący i dokładny, biuro Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism rozesało w połowie lipca r. b. do wydawnictw Rzeczypospolitej polskiej kwestionariusze z pytaniami o szczegóły, dotyczące każdego wydawnictwa, a niezbędne do umieszczenia w katalogu, prosząc o terminowe nadesłanie odpowiedzi najpóźniej do dn. 31 lipca r. b. pod adresem biura Związku w Warszawie. Odpowiedzi te biuro Związku uzupełni posiadaniem przez siebie informacjami i w porozumieniu z warszawskim członkiem - korespondentem Instytutu Prasoznawczego, prof. Stanisławem Jarkowskim, — prześle do Komitetu redakcyjnego katalogu.

Obecnie Biuro Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zwraca się za naszym pośrednictwem do ogółu wydawnictw, w Polsce z prośbą o terminowe nadesłanie pod adresem Biura Związku odpowiedzi na wymienione

wyżej pytania kwestionariusza Niemieckiego Instytutu Prasowego w Berlinie.

ANGLJA.

Z uwagi na poświęcenie sprawom angielskim jednego z artykułów, kronikę spraw wydawniczych angielskich z powodu nadmiaru innego materiału redakcyjnego, odkładamy do następnego numeru.

AUSTRIA.

Zjazd wydawców austriackich.

W kwietniu r. b. odbył się w Salzburgu zjazd Zjednoczenia austriackich wydawców gazet. Po omówieniu sprawozdania z działalności Zjednoczenia w roku ubiegłym, wiele uwagi poświęcono sprawie umów z dziennikarskim personelem wydawnictw oraz nadmierne liczbowo wzrastającym ajencjom i korespondencjom dziennikarskim. Omówiono dalej sprawy: stosunku prasy do radia austriackiego, prasowej instytucji ubezpieczeniowej, uruchomionej w r. 1929, udziału Zjednoczenia w reformie prawa prasowego oraz wpływu kryzysu gospodarczego na finansową i gospodarczą sytuację prasy austriackiej. W związku z kryzysem udało się prasie austriackiej uzyskać od rządu znaczne ulgi podatkowe. Zjazd żywo omawiał, dającą się prasie dotkliwie odczuwać znaczną wyższkę cen papieru i postanowił, aby Zjednoczenie podjęło zdecydowane kroki, w kierunku nietylko zahamowania dalszego wzrostu cen papieru, ale nawet obniżenia ich. Zjazd został zakończony ciekawym referatem szefa austriackiego państw. Urzędu Prasowego, b. p. ministra E. Ludwiga na temat „Prasa o nowej Austrii“.

Prasa austriacka w cyfrach.

Według ostatnich obliczeń w Wiedniu wychodzą 24 dzienniki i tyleż dzienników na prowincji Republiki Austriackiej. Nado Austria posiada 5 wydawnictw poniedziałkowych o typie dzienników, blisko dwieście czasopism, poświęconych sprawom polityczno-społecznym, ukazujących się raz lub dwa razy na tydzień, wreszcie około 1000 różnego typu i rodzaju wydawnictw periodycznych.

Ajencje i korespondencje prasowe w Wiedniu.

Z początkiem roku bieżącego w Wiedniu ukazywało się 125 korespondencji prasowych; większość z nich powstała po wojnie, głównie w ostatnich kilku latach. Piętnaście z pośród tych korespondencji poświęca się wyłącznie dostarczaniu informacji południowo - wschodniej Europie. Dwie korespondencje poświęcone są zagadnieniom reklamowym. Jedna tylko ajencja dostarcza fotografie, ilustracje i matryce ilustracyjne, gdyż w tej dziedzinie austriacki rynek wydawniczy opanowany jest niemal całkowicie przez import niemiecki.

Kłopoty ogłoszeniowe.

Organ austriackiego związku wydawców gazet, „Der Zeitungsverleger”, porusza w jednym z ostatnich numerów dotkliwą bolączkę prasy austriackiej. Szereg wielkich firm, prowadzących poważne kampanje reklamowe, począł w Niemczech, a następnie również w Austrii, tworzyć własne biura ogłoszeń; biura takie nietylko domagają się pełnych rabatów, z jakich dotychczas korzystają wyłącznie instytucje, będące istotnie ajencjami ogłoszeniowymi, ale usiłują zdobywać dla siebie dodatkowe, daleko idące ulgi. Ostatnio będące ze sobą w porozumieniu firmy Lever i Schicht zorganizowały w Wiedniu takiego właśnie typu „biuro ogłoszeń”. Od wielu wydawnictw nowe biuro zażądało powyżej 80% rabatu. Prasa austriacka postanowiła podjąć zdecydowaną walkę z tego rodzaju praktykami wielkich inserentów.

FRANCJA.

Kontrola nakładów we Francji.

Poza Holandją i Szwajcarią Francja jest jedynym krajem na kontynencie Europy, który za wzorem St. Zjednoczonych i Anglii posiada (częściową) kontrolę nakładów prasy periodycznej. O kontroli tej znajdujemy bliższe szczegóły w odczycie, wygłoszonym niedawno w paryskiej Izbie Handlowej przez sekretarza generalnego Biura Wykazywania Nakładów (Office de Justification des Tirages) p. M. J. Breuera.

Biuro zostało założone z inicjatywy ośmiu organizacji reklamowych (Izba Syndykacka Reklamy, Związek ogłaszających się, Stowarzyszenie ogłaszających się w przemyśle spożywczym, Koło ogłoszeniowców francuskich, Korporacja techników reklamowych, Syndykat techników reklamowych, Stowarzyszenie korporatywne reklamy, Grupa szefów reklamy) w grudniu r. 1922, w wyniku odbytego wówczas Tygodnia Reklamy. Kontrola nakładu przeprowadzana jest na żądanie zainteresowanego wydawnictwa i na jego koszt. Dokonywa jej komisja, złożona z 1 — 2 członków Biura (w skład którego wchodzi delegaci od wszystkich organizacji, które je założyły) z udziałem zaprzysiężonego sądownie rzeczoznawcy - buchaltera.

Kontrola, obejmująca okres co najmniej półroczny, polega na zbadaniu nakładu brutto i na obliczeniu nakładu netto przez sprawdzenie buchalteryjne sprzedaży komisowej i kolportażowej oraz zwrotów, przez skontrolowanie list prenumeratorów i wrywkowe badania kwitów kasowych, celem wyeliminowania prenumeratorów fikcyjnych, wreszcie przez uwzględnienie stałych odbiorców gratisowych: ci ostatni stanowią jedyny wyjątek od zasady przewodniej, iż do nakładu wlicza się tylko egzemplarze efektywnie sprzedane. Klient opłaca honorarium rzeczoznawcy, opłatę stemplową na protokole kontroli oraz skromną

takse na rzecz Biura (50 franków przy nakładzie, nieprzekraczającym 25.000 egzemplarzy oraz po 25 fr. za każde następne 25.000 egz.), wreszcie — o ile wydawnictwo znajduje się poza Paryżem — koszty podróży i utrzymania członków komisji. Dla kolonii przewidziano kontrolę przez miejscowych delegatów, dotąd jednak nie było ani jednego wypadku, w którymby ten przepis wszedł w życie.

Tyle, jeśli chodzi o organizację kontroli. Praktyczne jej rezultaty znajdujemy w ogłoszonej w „Revue officielle de la Chambre Syndicale de la Publicité” (numer z kwietnia b. r.) liście skontrolowanych wydawnictw, podającej wysokość nakładów i datę ostatniej kontroli.

Objęła ona dotąd wszystkiego 65 wydawnictw, co, jak na przeszło 7-letni okres istnienia Biura, jest rezultatem bardzo skromnym. Zwraca także uwagę fakt, że w liczbie tej znajdujemy tylko 11 wydawnictw, co do których kontrola została przeprowadzona w ciągu ostatnich 6 miesięcy. Dane dla 7 wydawnictw pochodzą z przed 7—12 miesięcy, wśród pozostałych 47 wydawnictw ostatnia kontrola była przeprowadzona: w 10 wypadkach przed 1—2 latami, w 14 wypadkach przed 2—3 latami, 23 zaś — wydawnictwa nie przeprowadzały ponownej kontroli od 3 lat i więcej, przyczem w 16 wypadkach cyfr nakładu, mające jeszcze i teraz być miarodajnymi, pochodzą z roku... 1925.

Drugi moment charakterystyczny, to zupełny bojkot Biura przez prasę codzienną paryską. Nawet wychodzące w stolicy Francji dzienniki amerykańskie opierają się kontroli Biura. Jedynym dziennikiem paryskim, figurującym na liście, jest organ emigracji rosyjskiej „Wozrozdzenie” (nakład 10 tys. 750 egzemplarzy).

Inaczej jest w prasie prowincjonalnej, wśród której 9 dzienników zgodziło się na ujawnienie przed Biurem swego nakładu. Nie jest to wiele, jednakże znajdujemy tu dzienniki poważne z „Dépêche de Toulouse” na czele (nakład 200.084 egz. w lutym 1925). „Petite Gironde” w Bordeaux (1927) ma 219.580 egz. nakładu, „L'Ouest Eclair” w Rennes (1925) — 177.343, „Reveil du Nord” w Lille (1925) — 136.671, „Dernières Nouvelles” w Strasburgu (1925) — 102.000, „L'Est - Republicain” w Nancy (1928) — 100.014, „Eclairereur de l'Est” w Reims (1929) — 63.529, „Journal de Mulhouse” (1928) — 48.166, „Moniteur du Puy-de-Dôme” w Clermont - Ferrand (1929) — 31.662. Zwraca uwagę fakt, że prawie połowa dzienników, i to najpoważniejszych, nie ponawiała kontroli od r. 1925.

Naogół jednak z kontroli Biura korzystają w znacznym stopniu wydawnictwa paryskie (40), niż w prowincji, gdzie poddało się kontroli razem 25 wydawnictw, rozrzuconych po 16 miejscowościach, przyczem nieobecnością świeci połowa większych miast z Lyonem i Marsylią na czele.

Większe niż w prasie codziennej, wykazała kontrola rezultaty co do czasopism (55). Znajdujemy tu jeden półdziennik (wychodzący 3 razy w tygodniu), 26 tygodników, 8 dwutygodników, resztę stanowią wydawnictwa miesięczne, dwumiesięczne i roczne. Wśród tygodników zauważamy obecność na liście „L'Illustration” (195.054 egz. nakładu wedle stanu z przed roku). Skala pism ujawniających nakład jest niezmiernie szeroka, gdyż sięga od 2.459 egz. dwutygodnika „Echo du Meuble” do 264.907 egz. miesięcznika „Peuple de France”.

Wszystkich 65 skontrolowanych wydawnictw miało łącznie 3.890.000 egz. nakładu, co daje średnią prawie 60.000 egz. na wydawnictwo. Z wydawnictw o nakładzie niedochodzącym do 10.000 poddało się kontroli 7, najliczniejsze grupy stanowią wydawnictwa o nakładzie 10—20 tys. (13) i 20—30 tys. (również 13). Z wydawnictw o nakładzie ponad 100.000 egz. poddało się kontroli 14, w tem, jak wspomnieliśmy wyżej, 6 dzienników. Warto zauważyć, że w tej ostatniej grupie aktualność cyfr nakładu jest stosunkowo największa: W 4 wypadkach kontrola była przeprowadzona w ciągu ostatnich 3 miesięcy, w 3 dalszych w ciągu 4—12 miesięcy.

Ogólne wrażenie, jakie się odnosi z przestudowania listy, zestawionej przez „Office de la Justification des Tirages” jest to, że ujawnianie nakładu kalkuluje się wydawnictwom bardzo rozmaicie — zależnie od zmian czasowych, od interesów lokalnych, od względów konkurencyjnych itp. Propaganda za kontrolą nakładów nie czyni we Francji zbyt poważnych postępów — zwłaszcza o ile chodzi o prasę codzienną.

W chwili oddawania numeru pod prasę otrzymaliśmy lipcowy numer „Revue Officielle”, zawierający wyniki kontroli z kwietnia i maja r. b. Znajdujemy w nim nowe dane dla 8 wydawnictw objętych wyżej omówioną listą, oraz 9 wydawnictw, które dopiero teraz stały się klientami Biura Kontroli — w tem 5 miesięczników, 3 tygodniki i 1 dziennik i to paryski. Jest nim „Le Soir”, w którym kontrola z 10 maja r. b. wykazała nakład 18.896 egz. Wśród wydawnictw skontrolowanych ponownie zauważamy: „Illustration” (w dniu 17 kwietnia b. r. 209.987 egz.), „Candide” (215.898 egz. w dniu 19 maja b. r., gdy poprzednia kontrola z 22 listopada 1928 wykazała 153.380 egz.) i dziennik „Reveil du Nord” w Lille, który 17 lutego b. r. wykazał nakład 182.229 egz. (wedle kontroli poprzedniej, z 2 kwietnia 1925 roku, nakład wynosił 136.671 egz.).

Nowa ta lista wskazywałaby, że w roku bieżącym działalność Biura rozwija się nieco w szybszym tempie niż poprzednio.

Agencja Havasa.

Agencja Havasa wykazała w roku 1929 czysty zysk 23.470.993 fr. (w r. 1928 — 21.042.996 fr.) a po dodaniu niepodzielonej reszty zysku z lat poprzednich — 29.068.973 fr. Kapitał akcyjny zwiększono w r. b. z 80 do 105 milionów fr. przez wypuszczenie 50.000 nowych akcji po 500 fr.

Bilanse dzienników paryskich.

Z bilansów wielkich dzienników paryskich za rok 1929 notujemy:

„Petit Parisien” — czysty zysk 9.950.129 fr., dywidenda 100 fr. od akcji (w r. z. 90 fr.).

„Petit Journal” — czysty zysk 1.211.695 fr. (w r. 1928 — 1.206.518 fr.).

„Illustration”.

Paryska „L'Illustration” postanowiła na tegorocznym walnym zebraniu podwyższyć kapitał zakładowy z 4.000.000 do 6.750.000 franków przez emisję 1.100 nowych akcji po 2.500 fr. Nabycie nowych akcji, emitowanych po kursie 6.500 fr., zastrzeżone zostało w całości dla dawnych akcjonariuszy. O doskonałym stanie wydawnictwa świadczy dywidenda za rok ubiegły, która wynosi 680.85 fr. od akcji imiennej i 646.50 fr. od akcji na okaziciela, a zatem 26 — 27 proc.

Co parę miesięcy „Illustration” ogłasza szczegółową statystykę swego nakładu i jego rozdziału między poszczególne kraje. Wykaz ostatni, wedle stanu z 1 marca b. r., podaje nakład ogólny 201.455 egz., z czego w samej Francji rozchodzi się 144.073 egz., w koloniach 11.507 (z Algierem na czele — 3.789 egz.), zagranicą 44.875. Wśród krajów zagranicznych pierwsze miejsce zajmuje Belgja (10.243 egz.), potem idą: Szwajcaria (3.945), St. Zjednoczone (2.944), Rumunia (2.736), Holandia (2.143), Hiszpania (2.104), Włochy (2.045) i Polska (1.934). W wykazie poprzednim (z 1 grudnia 1929 r.) Polska wykazywała 2.017 egz., zajmując szóste miejsce — przed Hiszpanją i Włochami.

Finał sprawy Coty'ego.

Epilog sądowy sporu między Federacją Dzienników Francuskich a Narodową Spółką Wydawniczą Coty'ego przyniósł obu stronom zarówno satysfakcję, jak i porażkę. Sąd I-ej instancji (w styczniu 1929 r.) przed którym Federacja, wraz z Syndykatem Prasy Paryskiej, oraz kilku dziennikami, występującymi indywidualnie, zaskarżyła Coty'ego, domagając się 6 milionów franków odszkodowania za straty, poniesione wskutek wydawania przezeń „Ami du Peuple” po 10 centimów za egzemplarz, a więc z naruszeniem obowiązującej powszechnie ceny 25 cent., nie uwzględniając żądania powództwa, natomiast przychylił się do skargi wzajemnej Coty'ego, zasądając na jego rzecz 1.200.000 fr. odszkodowania od Federacji za jej akcję bojkotową

wobec „Ami du Peuple”. W apelacji (w kwietniu b. r.) wyrok ten zatwierdzono i uzupełniono go w dwu jeszcze kierunkach: przyznając Coty'emu odszkodowanie dodatkowe w kwocie 200.000 fr. za straty, poniesione wskutek bojkotu w okresie po wyroku I-ej instancji, ale przyznając także Federacji od Coty'ego odszkodowania 300 tys. fr. za nielojalną konkurencję „Ami du Peuple”, który oczerniał stronę przeciwną, twierdząc, jakoby cena 10 centimów nie tylko kalkulowała się, ale nawet przynosiła zyski.

Nie cyfry jednak stanowią w tym wyroku rzecz najważniejszą. Są nią motywy. Salomonowy wyrok sądu apelacyjnego w określeniach, któremi uzasadnił swą decyzję, wypowiedział się wyraźnie przeciwko metodom walki ekonomicznej, zastosowanym w tym wypadku przez obie strony. Akcję Federacji i jej nacisk, wywarły na drukarnię Simarta, aby zerwała umowę o druk „Ami du Peuple”, na biuro Hachette'a, aby odmówiło kolportażu pisma, na hurtowników wreszcie i sprzedawców gazet oraz pośredników ogłoszeniowych, aby je bojkotowali — określono jako „obejście (detournement)” prawa o syndykatach, potępiając stanowczo bezwzględność represji, zastosowanych wobec osób trzecich, które nie powinny były cierpieć skutkiem walki, prowadzonej między potęgami wydawniczymi. Z drugiej strony atoli z potępieniem sądu spotkały się także metody walki, użyte przez Coty'ego, a dodatkowe odszkodowanie, które mu przyznano, jest wyraźnie obosieczne: przyznanie tego odszkodowania uzależniono bowiem od ustalenia przez władze wysokości strat, poniesionych przez Coty'ego. Dotychczas „Ami du Peuple”, twierdząc, iż nie jest deficytowy, uparcie jednak sprzeciwiał się jakiemukolwiek wglądowi w swoją rachunkowość. Teraz ma do wyboru: albo w tajemniczy eksperta sądowego w kalkulacyjną stronę przedsiębiorstwa i ujawnić, jak grube dopłaty ono pochłania — albo zrezygnować z dodatkowego odszkodowania, a tem samem przyznać się pośrednio, że jest pismem dumpingowym.

NIEMCY.

„Niemożliwe wschodnie granice”.

Nawet w ściśle zawodowej i organizacyjnej pracy niemieccy wydawcy znajdują miejsce i czas na podsycanie szowinistycznych, agresywnych dążeń swego społeczeństwa. W numerze 27 z dn. 5 lipca b. r. „Zeitungs Verlag”, organu Związku niemieckich wydawców gazet, znajdujemy polityczny artykuł dr. H. Krumbhaara, przewodniczącego Związku p.t. „Oswobodzonej Nadrenji”. Wyraziwszy radość z faktu, iż „ostatni obcy żołnierz opuścił ziemię ojczystą”, autor uważa, że nie oznacza to jeszcze pełnej wolności Niemiec, gdyż do osiągnięcia jej przeszkadzają „kajdany Traktatu Wersalskiego”.

W dalszych wywodach artykułu przywódca wydawców niemieckich

przechodzi do zagadnień wschodnich. Stwierdza, iż nie tylko sprawa okupacji i ewakuacji Nadrenji, ale również cały kompleks niemieckich zagadnień wschodnich do żywa porusza wszystkich Niemców. A ten kompleks zagadnień wschodnich to, według dr. Krumbhaara, „niemożliwe granice wschodnie, korytarz polski, Górny Śląsk, Gdańsk”. „Niedola Wschodu” — pisze z emfazą dr. Krumbhaar — jest ogólnoniemiecką niedolą. Zagadnienia wschodnie są dziejowymi zagadnieniami „całego niemieckiego narodu”. „Ciężkie rany, które dźwiga ciało niemieckiego ludu na wschodzie” wszyscy Niemcy muszą odczuwać, jako „własne rany i własne bóle”.

Tak brzmią wywody przewodniczącego niemieckich wydawców gazet. Odślaniają one tak dobrze polskiemu narodowi od wieków znane cechy germańskiej rasy: chciwości, zachłanności, żądzy zaboru polskiej ziemi. Prasa polska musi bacznie śledzić te objawy zaborczych instynktów i pełnić co do niej należy — budzić czujność na niebezpieczeństwo niemieckie i wpływać na podniesienie zdolności pokonania tego niebezpieczeństwa.

Zjazd wydawców niemieckich.

W ostatnich dniach maja odbył się w Bochum 36-ty ogólny zjazd Związku niemieckich wydawców gazet.

W ogłoszonym podczas zjazdu sprawozdaniu władz Związku za okres 1929/1930 uderza przedewszystkiem podkreślenie faktu, iż w łączności z kryzysem gospodarczym prasa niemiecka znalazła się w trudnej sytuacji, a warunki jej pracy były bardzo ciężkie. Mimo to liczba członków w okresie sprawozdawczym wzrosła i liczy obecnie w organizacji centralnej 202 członków, w związkach okręgowych około 2500. Bardzo wydawnie pracowało biuro Związku centralnego ze swymi wydziałami: prawnym, informacyjnym i pedagogicznym. Również rozległą pracę organizacyjną prowadziły związki okręgowe. Prasową ekspozyturą Związku był, jak w latach ubiegłych, tygodnik „Zeitungs-Verlag”.

Dużo uwagi kierownictwo Związku poświęcić musiało sprawom ogłoszeniowym. Już od szeregu lat w Niemczech obserwowany jest spadek ilości ogłoszeń prasowych. Aby przeciwstawić się temu niebezpiecznemu dla prasy procesowi, Związek podjął szereg środków zaradczych. W pierwszym rzędzie chodziło o zawarcie odpowiednich umów ze związkami biur ogłoszeń, gwarantujących ściśle w tej dziedzinie współdziałanie biur z prasą. Po nieudanych próbach z przed lat parę i dalszej, dwuletniej pracy przygotowawczej, w styczniu b. r. ustalono ostatecznie tekst odpowiednich umów. Dla spraw ogłoszeniowych Związek wyłonił specjalną komisję, która wspólnie z centralnymi władzami Związku stara się poprawić stan rzeczy w dziedzinie ogłoszeń drogą odpowiedniej propagandy, ochrony wydawnictw przed

stratami wynikającymi z udzielania kredytu i t. d.

Dalszemi ważniejszymi dziedzinami pracy Związku były sprawy: ubezpieczenia abonentów gazet, ustawodawcze, podatkowe, stosunku wydawców do pracowników oraz ujawnianie i uwierzytelnianie nakładów. Ta ostatnia sprawa, dla której utworzono specjalną komisję, jest rozważana w Związku już od roku 1928 i dotychczas, ze względu na jej skomplikowany charakter, nie zdołano zdecydować o ostatecznych, konkretnych sposobach jej załatwienia.

Podczas obrad Zjazdu w Bochum w szeregu przemówień zwracał uwagę ton skargi na trudną sytuację gospodarczą prasy niemieckiej, podkreślona w wstępie sprawozdania. Odnosnie spadku ogłoszeń na uwagę zasługuje podnoszony na zjeździe fakt, iż wiele gazet skutecznie broni się przeciw niemu przez pomysłową propagandę swych działań ogłoszeń.

Bardzo żywą dyskusję wywołała sprawa ujawniania i uwierzytelniania nakładów. Okazuje się z niej, iż dążenie do ogólnego ujawniania nakładów ma w prasie niemieckiej wielu gorących zwolenników, ale ma też i zdecydowanych, zasadniczych przeciwników; to też władze Związku z uwagi na jego spójność wewnętrzną, traktują bardzo oględnie tę kwestię, nasuwając wiele wątpliwości.

Ponadto zjazd obradował nad długim szeregiem spraw i zagadnień organizacyjnych, podatkowych, ustawodawczych, uposażenia pracowników przemysłu wydawniczego, ubezpieczeń, podziału ogłoszeń rządowych, stosunku do przemysłu graficznego oraz dokonał wyboru władz Związku.

Zjazdowe numery „Zeitungs Verlag”.

W łączności z odbytym w maju roku bież. w m. Bochum ogólnym Zjazdem Związku niemieckich wydawców gazet, organ tego Związku „Zeitungs Verlag” wydał dwa zwiększone numery. Nr. 20 obok artykułów poświęconych ogólnemu i prasowemu życiu Nadrenji, gdzie zjazd obradował, zawiera szczegółowe sprawozdanie roczne z działalności Związku. Numer 21-y jest wielkim stustronicowym zeszytem. Po artykułach wstępnych o Nadrenji i mieście Bochum następuje cykl artykułów poświęconych zagadnieniu: Czytelnik i jego gazeta. Na cykl ten m. in. składają się takie artykuły: Psychologia czytelnika gazet, Niezadowolony czytelnik, Głód rycin, Uczony jako czytelnik gazet, Artysta, Życie i gazeta, Prasa i mieszkańcy wsi, Młodzież szkolna i prasa, Mieszkaniec małego miasteczka i jego gazeta, Minister i prasa, Człowiek życia gospodarczego, jako czytelnik gazety, Wielki i małomiejscy amerykańscy czytelnicy gazet, Propaganda czytelnictwa w Anglii i t. d. Uzupelnia 21-y numer „Zeitungs-Verlag” czterdzieści stronic ogłoszeń.

Reklama i dzienniki.

Związek niemieckich agencji ogłoszeniowych (Verband deutscher Annoncen - Expeditionen) na ostatnim walnym zebraniu, odbytem w Kolonii 6 czerwca b. r., powziął uchwałę za jak najszybszym zakończeniem rokowań o wspólną umowę, prowadzonych ze Związkiem niemieckich wydawców dzienników (Verband deutscher Zeitungsverleger). W dyskusji podnoszono konieczność usunięcia istniejących obecnie anormalnych stosunków w dziedzinie ogłoszeniowej i wprowadzenia porządku, na solidnej podstawie opartego. Wyrażono również życzenie, aby umowa objęła także wydawców czasopism ilustrowanych i technicznych (Verband deutscher Zeitschriftenverleger).

Przykład do naśladowania.

Zakłady chemiczne „Linger Werke” w Dreźnie zaproponowały szeregowi dzienników niemieckich pomieszczenie serji dziesięciu niewielkich ogłoszeń, z zastrzeżeniem, iż ogłoszenia te mają ukazywać się, jako jedyne inseraty na stronie tekstowej. Czujna, fachowa prasa wydawców niemieckich wzywa dzienniki do nie przyjmowania tak uwarunkowanych zleceń ogłoszeniowych. Dzienniki polskie aż nazbyt często mają do czynienia z podobnymi żądaniami, sprwadzającymi się do ogromnego uprzywilejowania poszczególnych ogłoszeń. Warto by i w Polsce pomyśleć o przeciwstawianiu się takim żądaniam, zmierzającym do uzyskania za normalną cenę tekstową specjalnego kosztownego przywileju.

Zjazd dziennikarzy niemieckich.

W końcu maja i w pierwszych dniach czerwca b. r. odbył się w Monachjum doroczny, walny zjazd dziennikarzy niemieckich, zrzeszonych w Państwowym Związku Prasy Niemieckiej. Zjazd poświęcony był w głównej mierze wewnętrznym prawom organizacyjnym, metodom pracy Związku sprawie materialnego uposażenia i warunków pracy dziennikarzy niemieckich wogóle, a w szczególności tych, którzy, niemając stałych pensji, pobierają honoraria od sporadycznie wykonywanych prac; omawiano też kwestję pośrednictwa pracy. Na zjeździe była nadto żywo omawiana sprawa izb prasowych, o której piszemy na innym miejscu.

O Izby Prasowe w Niemczech.

Na łamach prasy fachowej i w kołach dziennikarskich Rzeszy Niemieckiej żywą dyskusję wywołuje w ostatnich czasach projekt utworzenia w Niemczech Izby Prasowych, pomysłańnych jako instytucje o prerogatywach publiczno - prawnych.

Sprawa ta zajęła dużo miejsca w obradach odbytego ostatnio w Monachjum zjazdu dziennikarzy niemieckich. Referentem tej sprawy na zjeździe był

wybitny prawnik, prezydent Wyższej Izby Sądowej w Monachjum dr. Meyer. Prelegent jest gorącym propagatorem koncepcji Izby prasowych. Podnosi on, iż Izby te są koniecznością zarówno dla dziennikarzy i wydawców, gdyż będą najlepszym regulatorem ich wzajemnych stosunków, jakoteż dla państwa i jego interesów. Izby Prasowe, zorganizowane na wzór Izby lekarskich i adwokackich, uporządkują sprawy zawodowe dziennikarzy i wydawców, przyczynią się do podniesienia fachowego i moralnego obu grup, pozwolą usunąć z nich elementy szkodliwe, staną się wyposażonym w odpowiednie sankcje autorytetem, decydującym o sporach wewnętrznych świata prasowego i o uchybieniach fachowych lub moralnych jego przedstawicieli.

Z ożywionej dyskusji, jaka na zjeździe wywiązała się, wynika, iż sprawa ta jest szeroko dyskutowana zarówno w prowincjonalnych organizacjach dziennikarskich, jak i w sferach rządowych. Dyskusja prowadzona na zjeździe wykazała, iż niemiecki świat dziennikarski wypowiada się za Izbami prasowymi. Podnoszone na zjeździe projekty przewidują m. in. zjednoczenie w Izbach wydawców i dziennikarzy, utworzenie Izby prowincjonalnych i naczelnej Izby państwowej, jako instytucji zwierzchniej oraz wyposażenie Izby w szerokie prerogatywy publiczno - prawne i odpowiednie sankcje. W przyjętych przez zjazd rezolucjach zasadniczo popierających koncepcję Izby, postanowiono w sprawach związanych z ich utworzeniem porozumiewać się z wydawcami, oraz propagować ideę Izby wśród członków rządu i parlamentu, jakoteż popularyzować ją drogą akcji prasowej wśród społeczeństwa niemieckiego.

Zjazdowy numer „Deutsche Presse”

Z okazji odbytego ostatnio zjazdu dziennikarzy skupionych w Państwowym Związku Prasy Niemieckiej, organ tego związku „Deutsche Presse” wydał 106-cio stronicowy numer. Otwiera numer kilkanaście bogato ilustrowanych artykułów poświęconych życiu społecznemu, kulturalnemu, artystycznemu i architekturze Bawarii oraz Monachjum, w którym to mieście obradował tegoroczny zjazd dziennikarzy niemieckich. Na drugą część numeru składa się kilkanaście artykułów, omawiających stosunek poszczególnych zawodów do prasy. Zamyka numer czterdzieści stronic materiału reklamowego; oprócz kilku ostatnich stronic zwykłych ogłoszeń na materiał ten złożyły się artykuły informacyjne na następujące m. in. tematy: obrót czeski poczty niemieckiej, radiotechnika niemiecka, wystawa higieniczna w Dreźnie, niemiecki Touring-Klub, Zjednoczenie Niemieckich Towarzystw Ubezpieczenia Chorych, droga wodna Ren — Dunaj i t. p.

Dom prasowy w Berlinie

Dzięki pomocy okazanej przez rząd niemiecki wspaniała pałacowa willa

przy Tiergartenstr. 16 w Berlinie została odpowiednio przebudowana i oddana do użytku organizacji prasowych. Wykwintnie i reprezentacyjnie urządzone willa mieści m. in. klub prasowy, licznie odwiedzany oprócz przedstawicieli prasy, również przez polityków, wyższych urzędników, sfery gospodarcze i t. p. Z pośród organizacji prasowych w nowym gmachu znalazły goście: Państw. Związek Prasy niemieckiej i Związek Prasy berlińskiej. Natomiast Związek Niemieckich Wydawców Gazet mieści się nadal w swym okazałym „Presse-Haus” przy Mattäikircherstr. 3a.

Zjednoczenie prasoznawcze.

Na jeździe odbytym w Niemieckim Instytucie Prasoznawczym w Berlinie pod przewodnictwem prof. M. Spahna z Kolonii, zostało utworzone Zjednoczenie Prasoznawcze, którego zadaniem ma być udzielanie poparcia wszelkim wysiłkom i badaniom prasoznawczym. Zarząd Zjednoczenia stanowią profesorowie Dovifat z Berlina, d'Estier z Monachjum i Eokardt z Heidelbergu.

Prasa niemiecka w cyfrach.

Ciekawe dane statystyczne odnośnie ruchu pocztowego dzienników i czasopism niemieckich ogłosił „Börsenblatt für den deutschen Buchhandel”. Z podanych zestawień wynika, że podczas gdy w roku 1927 zgłoszono w Niemczech do przesyłki pocztą 10.070 wydawnictw, w r. ub. liczba tych wydawnictw wzrosła do 10.686, a więc o 6,1%. Z powyższych wydawnictw przypada: 7.102 na wydawnictwa ukazujące się dwa razy na tydzień lub rzadziej, 590 — trzy razy tygodniowo, 66 — cztery razy, 18 — pięć, 2645 — sześć, 211 — siedm, 1 — jedenaście, 41 — dwanaście i 12 — trzynaście i więcej razy na tydzień. Nowopowstałych pism zgłoszono w r. 1928—1582; zamknięto w tymże roku 966 wydawnictw; 3419 zmieniło cenę, terminy wychodzenia i t. d. Ogólnie liczba rozpowszechnionych za pośrednictwem poczty niemieckich wydawnictw wyniosła w r. 1928 — 1.844.952.000 egz. i zmniejszyła się w stosunku do r. poprzedniego o 0,2%.

Z nadanych na pocztę w tym roku w Niemczech 1.836.911.000 egzemplarzy gazet zagranicę wysłano 32.260.000 egzemplarzy, podczas gdy z zagranicy do Niemiec przywieziono 8.041.000 egzemplarzy. Wysyłka gazet niemieckich zagranicę wzrosła w r. 1928 w stosunku do r. 1927 o 74,7%, a przywóz gazet do Niemiec o 14,9%.

Niemcy wydają coraz więcej czasopism technicznych.

W referacie, wygłoszonym na ostatnim walnym zebraniu Niemieckiego Zjednoczenia Związków Naukowych, dyrektor biblioteki wyższej szkoły technicznej w Berlinie Dr. Predeek okre-

ślił liczbę wydawanych corocznie, na całym świecie książek na 160.000, z czego, zaledwie 10-ta część dotyczy techniki i przyrody. Natomiast wedle tegoż D-ra Predeeka wychodzi na świecie obecnie aż 25.000 czasopism technicznych i ilość ich stale wzrasta, szczególnie w Niemczech.

125 lat pracy wydawniczej.

W dn. 10 czerwca b. r. obchodziła w Kolonii 125-lecie swego istnienia znana firma wydawnicza M. Du Mont Schenberg, która od początku swego istnienia jest m. in. właścicielką znanego w całej Europie, wielkiego dziennika „Kölnische Zeitung”.

Jubileusz

„Berliner Börsen Zeitung”.

W dn. 1 lipca znany berliński dziennik „Berliner Börsen Zeitung” obchodził 75-lecie swego istnienia. Założył go w r. 1855 prawnik berliński, dr. T. H. Killisch von Horn, który do końca swego życia pełnił w piśmie funkcje zarówno wydawcy, jak i naczelnego redaktora. „B. B. Z.” początkowo poświęcona tylko sprawom giełdowym, z biegiem czasu przeistoczyła się w wielki, wszystkie dziedziny życia obrazujący, dziennik, ze szczególnem uwzględnieniem spraw gospodarczych. Z okazji swego jubileuszu „B. B. Z.” wydała okazowy specjalny numer, obrazujący jej rozwój na przestrzeni 75-ciu lat.

SZWAJCARJA.

Zjazd wydawców szwajcarskich.

W maju roku bież. odbył się w m. Frauenfeld doroczny ogólny zjazd Szwajcarskiego Związku Wydawców gazet. Na wstępie zjazd załatwił szereg spraw statutowych, poczem przeszedł do szczegółowych obrad nad zagadnieniami ogłoszonymi, przeciwstawiając się m. in. coraz częstszemu zabiegom różnych instytucji i organizacji o bezpłatną reklamę w dziale redakcyjnym gazet. Omówiono również szczegółowo sprawę rewizji Konwencji Berneńskiej o ochronie praw autorskich. Prezes Związku, dyr. E. Rietman, wygłosił dyskusyjny referat w sprawie zagadnień bilansowych w przemyśle wydawniczym.

Jubileusz „Neue Züricher Zeitung”.

Na początku roku bieżącego, liberalna „Neue Züricher Zeitung”, jedna z najpoważniejszych gazet szwajcarskich, obchodziła uroczystość 150-lecia swego istnienia. „N. Z. Z.” została uruchomiona w roku 1780 przez wydawnictwo Orell, Gessner, Füssli et Co.; rozwijając się stale i pomyślnie „N. Z. Z.” oddawna należy do kierowniczych organów prasy szwajcarskiej, cenionych i czytanych również za granicą. Szefem wydawnictwa „N. Z. Z.” jest obecnie dyr. Rietman, prezes szwajcarskiego Związku Wydawców

gazet; stanowisko redaktora naczelnego zajmuje dr. Klötzli. Z okazji swego jubileuszu „N. Z. Z.” wydała 396-cio stronicowy numer, z 16 wspaniałymi całostronicowymi ilustracjami.

Wykłady propagandy.

Na wydziale nauk ekonomicznych i społecznych Uniwersytetu geneńskiego utworzono katedrę nauki o propagandzie. Wykłady objął docent prywatny, dr. H. Tanner, szef działu reklamy firmy Laiteries Réunies w Genewie.

STANY ZJEDNOCZONE A. P.

Kontrola nakładów w Ameryce.

Reklama prasowa niewątpliwie najsilniej jest rozwinięta w Stanach Zjednoczonych, i tam też najpilniej badano sprawę ustalenia i ogłoszenia nakładów pism.

Praktyczni Amerykanie nie szukali pomocy w tej sprawie u władz administracyjnych czy sądowych. Rozwiązali zagadnienie w ten sposób, że założyli rodzaj spółdzielni wszystkich czynników zainteresowanych w reklamie prasowej — wydawców, biur ogłoszeniowych i klientów ogłaszających się, i od 1914 roku posiadają sprawnie działające i oddające duże korzyści „Audit Bureau of Circulation” — Biuro kontroli nakładów, zwane pod skróconą nazwą A. B. C.

Mamy przed sobą najświetniejsze wydanie statutu A. B. C. z komentarzami i uzupełnieniem. Na podstawie tych „Rules and Regulation: Together with By-Laws and Glossary of Terms”, jakoteż na podstawie kilka ostatnich sprawozdań z corocznych zjazdów Biura nietrudno odtworzyć obraz działalności tej instytucji.

„Zadaniem Biura — powiada artykuł pierwszy statutu — będzie ogłaszać ujednostajnione oświadczenie o nakładzie, złożone przez wydawców członków biura; sprawdzać liczbę, podawane w tych oświadczeniach przez upoważnionych kontrolerów, zapomocą zbadania wszelkich sprawozdań, które biuro będzie uważało za właściwe; oraz podawać liczbę nakładu wyłącznie dla użytku ogłaszających się, agentów ogłoszeniowych i wydawców. Wszelkie sprawozdanie do użytku członków powinno obejmować sprawdzone liczby i fakty dotyczące jakości, ilości, podziału nakładu i środków korporatażu, umożliwiając w ten sposób poznanie zarówno jakościowej jak i ilościowej wartości nakładu. Jedynie fakty mają być podawane do wiadomości bez komentarzy”.

Biuro utrzymywane jest przez członków: agencje ogłoszeniowe, klientów i wydawców. Składka dla agencji i ogłaszających się obliczona jest w stałej wysokości, podczas gdy stawki dla wydawców zależne są od wysokości nakładów. 1.900 członków liczy obecnie ta spółdzielnia, w tem najpoważniejsze wydawnictwa, biura

i największe budżety ogłoszeniowe mające przedsiębiorstwa Stanów Zjednoczonych i Kanady.

Zarząd złożony jest w ten sposób, że właściwa większość stale należy do klientów ogłoszeniowych: na 13 przedstawicieli konsumentów reklamy wchodzi do zarządu 4 przedstawicieli wydawnictw codziennych oraz po 2 z następujących kategorii: agencji wydawnictw rolniczych, pism fachowych i miesięczników.

W ciągu kilkunastu lat swego istnienia ABC oddało szerokie usługi przemysłowi reklamowemu w Ameryce. Powołanie się na ABC przy ogłaszaniu nakładu, jest typowym świadectwem prawdy.

Wydawcy, członkowie biura, po sprawdzeniu ich danych co do nakładu, mają prawo do wydawania dwa razy do roku deklaracji wydawcy, poświadczoną przez ABC. Sprawozdania te zawierają liczby nakładu i dane co do rozpowszechnienia pisma według zajęć czytelników, według miejscowości według dzielnic miasta.

Ważną niezmiernie rzeczą jest metoda ustalania wysokości nakładu. Bierze się pod uwagę rzecz jedną tylko, płatne egzemplarze, dostarczone pocztą lub w inny sposób za opłatą nie mniej niż 50% oznaczonej na piśmie, nie zalegająca dłużej niż 3 miesiące. Określa się przytem dodatkowo wartość tej stałej prenumeraty, czy zachętą były premie czy też zawartość pisma etc.

Statut Biura zawiera rzeczowe przepisy, uniemożliwiające nadużycia zarówno w podawaniu dat, jak i w korzystaniu tych danych, które się otrzymuje z Biura.

22.269 dzienników i czasopism.

Według danych książki adresowej „Directory of Newspapers and Periodicals”, w r. 1929, w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej i Kanadzie wychodziło 22.269 dzienników i czasopism; łączny ich nakład wynosił 44.110.094 egzemplarzy.

Prasa niemiecka w Ameryce.

Z okazji otwarcia Domu Niemieckiego w St. Louis, urządzone tam wystawę niemieckiej prasy zamorskiej. Z pośród 300 wydawnictw reprezentowanych na wystawie, 240 wychodzi w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej; nakład wspólny tych wydawnictw przekracza — według obliczeń organizatorów niemieckiej wystawy — półtora miliona egzemplarzy.

Czy można odmówić przyjęcia ogłoszenia?

„New York Times” podaje następujących 12 zasad co do ogłoszeń, których nie będzie przyjmował do druku:

- 1) Ogłoszenia podstępne lub wątpliwe.
- 2) Ogłoszenia, proponujące różne rzeczy „darmo” albo zawierające przesadę lub fałsz.

3) Ogłoszenia, których tekst może wprowadzić publiczność w błąd.

4) Ataki osobiste i ogłoszenia atakujące konkurentów.

5) Ogłoszenia przyobiecujące przesadne korzyści.

6) Ogłoszenia, dotyczące kulisy życia finansowego.

7) Ogłoszenia nieprzyzwoite, prostackie, sugestywne lub odrażające — tak pod względem przedmiotu jak i sposobu zredagowania.

8) Reklamy masażu, oferty matrymonialne, awanturki miłosne.

9) Ogłoszenia lekarskie, proponujące bezpłatne leczenie albo zawierające reklamę sprzeczną z faktami powszechnie znanymi.

10) Reklamy narkotyków i środków, mogących wywołać skutki zgubne dla zdrowia.

11) Oferowanie próbek towarów za pieniądze.

12) Wszelkie wogóle ogłoszenia, które mogłyby czytelników „Timesa” przyprawić o stratę pieniędzy, szkodzić ich zdrowiu lub ich moralności, albo też nasunąć przypuszczenie, że „Times” nie utrzymuje na należnym poziomie ogłoszeń, które publikuje.

Ogłoszenia prasowe w Ameryce.

Obrót ogłoszeniowy dzienników i czasopism w Stanach Zjednoczonych w r. 1929 obliczony został na 850 milionów dolarów. Głównym dostawcą ogłoszeń dla prasy Stanów Zjednoczonych jest przemysł automobilowy, po którym idzie bezpośrednio przemysł radiotechniczny; trzecie miejsce zajmuje przemysł tytoniowy; według informacji kierowniczych koncernów tego ostatniego przemysłu, w roku bieżącym zwiększy on poważnie swą akcję reklamową, zwłaszcza jeśli chodzi o reklamę cygar.

Przewyciężony bojkot ogłoszeniowy.

Według informacji prasy wydawców amerykańskich, na początku roku bieżącego w Pittsburgu doszło do ostrego zatargu w sprawie cen ogłoszeń między prasą a miejscowymi domami towarowymi. Domy towarowe dążyły do obniżenia cen ogłoszeń a napotkawszy na zdecydowany opór ze strony prasy, podjęły bojkot ogłoszeń prasowych; do bojkotu przystąpiło 11 wielkich domów towarowych. Ale już wkrótce przekonały się one, iż z dnia na dzień, wskutek braku reklamy prasowej, obroty ich maleją. Po paru tygodniach bojkotu domy towarowe kapitulowały; wydawcy odnieśli pełne zwycięstwo. A walczyć było o co, gdyż w roku ubiegłym domy towarowe dostarczyły prasie pittsburskiej za 4,4 miliona dolarów ogłoszeń.

Ogłoszenia bankowe.

Jak informuje „United Press” 15 nowojorskich dzienników pomieściło w ciągu 1929 roku za 13 milionów dola-

rów ogłoszeń banków i instytucji finansowych. W stosunku do roku 1928 ilość ogłoszeń tych instytucji wzrosła w dziennikach nowojorskich o blisko 25%. A w Polsce? Jedna tylko instytucja finansowa — P. K. O. — zaczyna przejawiać zrozumienie wagi reklamy prasowej, ograniczając ją zresztą niemal wyłącznie do terenu warszawskiego i do dzienników, a ignorując większość prasy prowincjonalnej oraz prasę periodyczną. Inne instytucje finansowe i banki nie nauczyły się jeszcze od swych zagranicznych kolegów tego, że ogłoszenie prasowe może być dla banku takim samym czynnikiem rozwoju, jak dla przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych.

Ford a reklama prasowa.

Wyrekłszy się udziału w ostatniej nowojorskiej wystawie automobilowej Henryk Ford zorganizował w czasie jej trwania własną, na olbrzymią skalę zakrojoną, akcję propagandową. Oprócz wystaw najnowszych modeli swych wozów, urządzonych we wszystkich większych miastach Stanów Zjednoczonych, rzucił Ford milion dolarów na ogłoszenia prasowe. Rozpoczęło kampanję całostronicowe ogłoszenie w niedzielnych numerach wszystkich większych gazet; ogłoszenie to powtórzone następnie wielokrotnie w wydaniach z dni powszednich; znalazło się ono w 27,628,000 egzemplarzach gazet niedzielnych i 41,211,000 egzemplarzach wydań z dni powszednich. Dzięki temu nie było prawie w Stanach Zjednoczonych człowieka, któryby nie zwrócił uwagi na nowe modele wozów Forda. Olbrzymi, ogłoszeniowy obstalunek Forda otrzymała prasa amerykańska zupełnie niespodziewanie. Wogóle należy to do charakterystycznych objawów taktyki propagandowej Forda, iż o jego zleceniach ogłoszeniowych prasa dowiaduje się na dzień, lub najwyżej na dwa dni przed terminem pomieszczenia ogłoszeń; bardzo często zlecenia ogłoszeniowe Forda nadchodzą do prasy drogą telegraficzną.

Ogłoszenie za 122.000 dolarów.

Z okazji 50-ciolecia lampy żarowej w jednym z dzienników nowojorskich ukazało się ogłoszenie, zajmujące 17 stron; treścią ogłoszenia była ilustrowana historia światła. Kosztowało ono 122.000 dolarów, było więc bezwątpienia najdroższym ogłoszeniem świata. Donosi o niem jeden z ostatnich numerów wiedeńskiego czasopisma „Der Zeitungsverleger”.

**NASTĘPNY NUMER
PRASY
WYJDZIE WE WRZEŚNIU
1930 R.**

PRZEGLĄD PIŚMIENICTWA

ROZBIORY I SPRAWOZDANIA

Paul de Sury d'Aspremont, professeur du cours privé de journalisme à l'université de Fribourg (Suisse). „La Presse”. Paris-Brugge, Desclée de Brouwer et Cie. 1930.

Książka ta dedykowana jest p. Pawłowi Verschaeye, dyrektorowi szkoły dziennikarskiej przy uniwersytecie katolickim w Lille. Dedykacja ta mówi o tendencji przewodniej autora, utrzymanej na wysokim poziomie idealizmu etycznego w stosunku do politycznych i społecznych zadań prasy.

Autor analizuje prasę czterech krajów: Francji, Niemiec, Anglii i Stanów Zjednoczonych A. P. Podział treści utrzymany jest w systemie jednolitym. Najpierw idzie historia prasy danego kraju od czasów najdawniejszych, potem stan obecny, charakterystyka tego stanu (przeważnie bardzo krytyczna), prawo prasowe, wreszcie — dane statystyczne, dotyczące chronologii pism, wysokości ich nakładów, podziału na kategorie, specjalizacja itd. Zamyka książkę zestawienie funkcjonowania prasy w krajach produkujących. Zastępują na bliższe poznanie opinie autora o prasie poszczególnych krajów.

O prasie francuskiej pisze p. de Sury, że „staje się ona coraz bardziej prasą informacyjną, lub też oddaną na usługi partji, albo interesów prywatnych. Interesy („l'affairisme”) wyparły idealizm, sensacja przytłumiła głos opinji publicznej, zainteresowanie nie budzi już idea, lecz eksploatacja skandalu, zbrodni. Kroczymy ku systematycznemu uprzemysłowieniu prasy, uważanej już nie za posłannictwo, lecz za przedsiębiorstwo, eksploatowane w sposób handlowy. Ta dekadencja jest w innych krajach jeszcze bardziej szybka, niż we Francji... Zabawienie i ton doktryny są charakterystyczne dla prasy francuskiej, usiłującej wpoić w czytelnika przede wszystkim opinie i poglądy redakcji. Francuz jest bardzo wymagający pod względem formy; rzecz ładnie wypowiedziana często więcej się podoba, niż rzecz głęboko pomyślana. Niemoralność, osłonięta draperją stylową, będzie z łatwością wybaczona, a nawet może aprobowana, wyrażenie trywjalne natomiast uważane będzie za błąd nie do darowania. Uczucie gra także wielką rolę i bywa też odpowiednio eksploatowane”.

Charakterystyka prasy niemieckiej wypadła nieco inaczej.

„Prasa niemiecka, naogół, stara się zachować ton poważny. Jest ona dobrze poinformowana we wszystkich dziedzinach. Pominąwszy prasę szwiniarską, której przesada jest jednako we wszystkich krajach, prasa niemiecka traktuje ze znacznym obiektywizmem sprawy polityczne i ekonomiczne. Prasa niemiecka nie jest dok-

trynalna w tem znaczenia, jak prasa francuska, ale ma skłonność do doktryny w innym kierunku: usiłuje wszystko wyprowadzić z jakiegoś systemu. Fakt nie jest dla Niemca oderwanym czynnem indywidualnym, lecz konsekwencją ogólnej przyczyny, która nieodwrotnie musi być związana z teorią, lub doktryną. Francuz usiłuje wpoić swój ekskluzywizm, Niemiec rozwija swój system”.

Cechą znamioną prasy angielskiej jest, podług autora, to, że wywiera ona wpływ na cały naród. Jednocześnie jest ona odbiciem opinji całego narodu. Lord Rosebery wyraził się z tego powodu w sposób następujący: „Prasa angielska prowadzi nas, mężów stanu, i komunikuje nam idee i pragnienia narodu. Gdyby prasa nie wypełniała tych dwóch swoich zadań, nie zasługiwałaby na uznanie, jakim się cieszy”. Prasa angielska ma specjalny kult dla osoby. Dziennik angielski stara się przedewszystkiem o informacje. Prasa W. Brytanji — to codzienny, wielki kinematograf życia angielskiego i stała reklama dla wielkiej ojczyzny angielskiej. Charakter bezosobowy jest jedną z różnic zasadniczych między prasą francuską i angielską. W dzienniku francuskim wielką rolę gra styl, argumentacja, sposób przedstawienia tematu; w dzienniku angielskim przedewszystkiem idą fakty, wydarzenia. Pogoń za informacjami jest niezmordowana i niekiedy genialna. Niestety, jak pisze p. de Sury, prasa angielska coraz więcej się amerykanizuje i „uprzemysławia”.

Z góry już można przewidzieć, że sąd autora o prasie Stanów Zjednoczonych A. P. będzie ujemny. Oto rysy zasadnicze tej prasy: większa troska o szybkość, niż o dokładność informacji, której usiłuje się nadać zabarwienie możliwie najbardziej sensacyjne. Mechanizacja redakcji pisma. Olbrzymie znaczenie i rozwój reklamy płatnej. Możliwie największy zysk w możliwie najkrótszym czasie.

**

Jak widzimy, sąd p. Sury d'Aspremont o prasie współczesnej są, naogół dość ostre. Wypływają one konsekwentnie z zasadniczego założenia autora, że prasa codzienna ma do spełnienia — „posłannictwo”. Gdyby autor wyszedł był z założenia skromniejszego, ale za to bardziej realnego, że głównym zadaniem prasy współczesnej jest nie tyle ideowe posłannictwo, ile uczciwe i sumienne pośrednictwo w komunikowaniu opinji i informacji — sąd byłby, zapewne, o wiele pobłażliwszy...
W. Trz.

Otto Groth. „Die Zeitung, ein System des Zeitungskunde (Journalistik)”. Drei Bände. 1928 — 1930.

Verlag J. Bensheimer, Mannheim, Berlin, Leipzig.

Specjalnością fachowego piśmiennictwa niemieckiego jest opracowywanie wielotomowych „Hand-u. Lehrbüchern”, „Systemów”, leksykonów, podręcznych encyklopedyj i t. d. W dziełach tego typu autorzy usiłują „wyczerpać temat”, przedstawić nietylko syntezę i ogólne pojęcia z danej dziedziny wiedzy, lecz zgromadzić możliwie jak najwięcej szczegółów, cytat, dat historycznych, nazwisk.

Do dzieł tego rodzaju należy trzatomowa, licząca przeszło dwa tysiące stron dużego formatu, praca dr. Ottona Grotha. Dotyczy ona stosunków niemal wyłącznie niemieckich, ale obejmuje wszystkie działy prasy codziennej: redakcję, administrację, reklamę, dział techniczny, finanse.

„Czasy demokratyczne” — pisze autor na wstępie — „wzniosły prasę codzienną na stopień potęgi, rozciągającej swą moc na wszystkie dziedziny życia kulturalnego; jednakże ta potęga musi staczać codzienną walkę o uznanie. Wielcy tego świata spoglądają na prasę z góry, tłum uważa się za jej pana — ale i ci wielcy i tłum chętnie poddają się jej rozkazom. Prasa nie posiada swojej ustawy konstytucyjnej, nie mniej przeto na prasie opiera się porządek i autorytet w państwie. Jak sporne jest stanowisko prasy codziennej, tak sprzeczne są jej metody pracy i jej istota. Sprawując funkcje publiczne, prasa jest związana z przedsiębiorstwem prywatnym; opierając się na masach, prasa żąda od swych sług silnej indywidualności. Wyjaśniając, lub wprowadzając w błąd, będąc w zależności jedynie od siebie samej, lub w zależności służalczej, działając dobroczynnie i niosąc różdżkę oliwną, lub też szercząc kłeski i nieszczęście — prasa jest tu chwalebna, tam ganiona, tu unikana, tam poszukiwana; w zmienionych wirze wydarzeń miotana w różne strony, pozbawiona form stałych i trwałych, nieskończenie wielokształtna, nie da się opancerzyć w formuły i zamknąć w szufladki, nie zdobędzie jednorodzącej, powszechnie uznanej opinji. Zewnętrzny, skory do szybkich sądów obserwator staje się skłonny do spostrzegania tylko jednej, ku niemu zwróconej strony zjawisk prasowych i jego powierzchniowy sąd i orzeczenie prześlizgują się obok bogactwa form i kształtów, które zawiera w sobie dziennik”.

Wiedza ściśła, lub za taką pragnąca uchodzić, przez długi czas zachowywała się wobec prasy, jako przedmiotu badania, z wyniosłą obojętnością. Dopiero Karol Bücher, Albert Schäffle, Max Weber otworzyli dla socjologów drogę badań nad prasą. Badaniom tym nadano charakter empiryczny.

P A R W P O L S C E

założony w roku 1919, posiada obok biur centralnych w Poznaniu i w Warszawie, Oddziały w Bydgoszczy, Katowicach, Krakowie, Lwowie i Toruniu, reprezentacje we wszystkich większych miastach polskich, oraz oparte na wzajemności zastępstwa we wszystkich krajach europejskich

DZIAŁ GŁÓWNY: (BIURO OGŁOSZEŃ)

Dla prasy polskiej niezbędne pośrednictwo przy werbowaniu ogłoszeń tak w kraju, jak zagranicą. Przeprowadza kampanje reklamowe czasopism specjalnych i wydawnictw nadzwyczajnych. Informuje handel i przemysł o rozwoju prasy i nowościach wydawn.

D Z I A Ł R E K L A M R Ó Ż N Y C H

jak tramwajowe, teatralne, plakatowe, świetlne, na kandelabrach miejskich, biletach tramwajowych i t. d.

DZIAŁ WYDAWNICTW WŁASNYCH

Księgi adresowe i statystyczne jak: *Katalog Prasowy Para*, rocznik VI, *Spółki Akcyjne w Polsce*, *Księga Adresowa Gospodarstw Rolnych*, *Przewodniki po miastach, zdrojowiskach i wystawach*, *Spisy Abonentów Telefonicznych* i t. d. Czasopisma zawodowe: *Przegląd Stolarski*, *Gazeta Malarska*, *Warsztat Metalowy*, *Powszechna Gazeta Fryzjerska*, *Przegląd Krawiecki*. Z dziedziny teatralnej: *Świat Kulis*, dwutygodnik, dodawany stale do programów Teatrów Miejskich w Poznaniu. Streszczenia oper i operetek.

W Ł A S N A D R U K A R N I A W P O Z N A N I U

Dzieło dr. Grotha składa się z 2-ech części. Pierwsza obejmuje „teorię dziennikarstwa”, t. j.: pojęcie i istotę dziennika, publiczności, opinii publicznej, wzajemnego oddziaływania prasy i publiczności; druga poświęcona jest badaniom nad prasą różnych krajów w jej rozwoju historycznym i w stanie obecnym, porównuje wyniki tych badań i mierza do wniosków ogólnych. Obie części obfitują w szereg wyjątkowo ciekawych informacji i uwag.

W rozdziale o „mechanicznym rozpowszechnianiu prasy” poświęca autor ciekawe uwagi o oddziaływaniu radja na rozwój prasy. „Gazeta radjo ma wszelkie cechy zwykłej gazety: periodyczność, powszechność treści, aktualność; stała się ona poważnym czynnikiem w kształtowaniu się opinii publicznej. Radjo ma wszystkie działy, wszystkie informacje gazet — nawet dział reklam płatnych (anonów), co wywołało gorące protesty wydawców gazet w niektórych krajach. W grudniu r. 1925 rada instytutu dziennikarskiego w Birmingham zwróciła uwagę na niebezpieczeństwo, w jakim związany jest dla zawodu dziennikarskiego dalszy rozwój „gazety, mówionej przez radjo”. Rada zwróciła się z prośbą do komisji rządowej, aby nadal nie udzielała informacji dla radja. W Ameryce wielki rozwój radja okazał się groźnym dla gazet; w niektórych miastach, w których dawniej wychodziło po sześć gazet, obecnie ukazują się już tylko jedna...”

Rozwój prasy utworzył przed wydawcami i dziennikarzami także wiele innych trudności, między innymi zaś należy do nich ustalenie, co najwięcej zajmuje publiczność? Olbrzymie nakłady gazet uniemożliwiły bezpośredni kontakt między producentami gazet a jej odbiorcami. Aby odgadnąć gust swego czytelnika, wydawca musi być subtelnym psychologiem.

Autor podkreśla z naciskiem, że wielki dziennik współczesny musi posiadać cechy wielkiego przedsiębiorstwa i ma być odpowiednio do tego prowadzony. Nawet partyjne dzienniki chętnie stosują metody przedsiębiorstw handlowych, aby zwiększyć rentowność gazety, lub, co jest prawdopodobniejsze, zmniejszyć straty. Uwzględniając element przedsiębiorstwa przemysłowego, czy handlowego, tkwiący w dzienniku współczesnym, autor daje następujące określenie gazety: *Jest to publikacja, wydawana przez przedsiębiorstwo handlowo-przemysłowe, składające się z numerów, rozpowszechnianych mechanicznie, ukazujących się periodycznie i w możliwie najmniejszych odstępach czasu. Publikacja ta musi zawierać treść powszechną, interesującą, aktualną. Jej zadaniem jest informowanie i kształcenie publiczności.* Z tego określenia wypływa pewien dualizm gazety, która, zdaniem autora, ma twarz Janusową: jedna strona tego oblicza patrzy w kierunku osiągnięcia możliwie najwyższego zysku materialnego, a druga — wyraża pragnienie zdobycia

możliwie największego wpływu duchowego na masy. Organizacja psychiczno-fizyczna — duch i ciało.

W tomie trzecim, poświęconym głównie analizie administracyjnych i technicznych urządzeń dziennika, podaje autor interesujące szczegóły o fotograficznej maszynie do składania, będącej połączeniem linotypu z aparatem fotograficznym. Jest to wynalazek inżynierów londyńskich: J. Augusta i E. Huntera. Podobno wykonuje ona pracę linotypu dwa razy prędzej i dwa razy taniej. W zakresie godnych uwagi wynalazków i udoskonaleń w dziedzinie stereotypji wspomina autor o aparaturze, złożonej z dwóch przyrządów odlewniczych i maszyny do wykańczania odlewów; aparatura ta daje na godzinę sto dwadzieścia wykończonych odlewów. Największa maszyna rotacyjna drukarska czynna jest w Ameryce. Zakłada się na nią jednocześnie dwadzieścia cztery role papieru. Wydajność tej maszyny na godzinę wynosi 216 tys. numerów 32-kolumnowych. Również amerykańską osobliwością jest przytoczona przez autora informacja, że niektórzy wydawcy w Nowym Jorku podzielili swe wielkie, scentralizowane drukarnie na drukarnie pomniejsze, rozsiane w różnych dzielnicach miasta, aby w ten sposób możliwie jaknajbardziej przyspieszyć moment doręczenia numerów odbiorcom. Tym sposobem osiąga się tam większą szybkość, niż przy korzystaniu z najbardziej spiesznej komunikacji nowojorskiej.

Analizując osobowość prawną wydawnictw pism codziennych, autor wypowiada się przeciwko spółkom akcyjnym i za spółkami z ograniczoną odpowiedzialnością.

Na uwagę zasługuje zestawienie o odwrotnym stosunku ceny prenumeraty i sprzedaży pojedynczej w Niemczech i we Francji. Prenumerata wielkiego niemieckiego dziennika prowincjonalnego, wychodzącego trzy razy na dobę, kosztowała kwartalnie przed wojną 5 mk. t. j. 2,1 fen. pojedynczy numer, zaś numer pojedynczy tegoż dziennika w sprzedaży cząstkowej — 5 fen. (wyd. popołudniowe, albo wieczorne) lub 10 fen. (wyd. poranne). Natomiast prenumerata kwartalna *Martin'a* paryskiego kosztowała 5 fr., co się równa 5 i pół, albo 6 i pół cent. za numer, który w sprzedaży pojedynczej można było nabyć za 5 cent.

Analizując metody zdobywania prenumeratorów, autor w sposób zdecydowany potępia rozpowszechniony w Anglii system przyciągania prenumeratorów przez ubezpieczanie ich od nieszczęśliwych wypadków za zwykłą prenumeracyjną opłatą. System ten może jednak abonentów, ale w ostatecznym obliczeniu przynosi straty.

Dzieło dr. Grotha obfituje w różne, powyższego rodzaju interesujące informacje. Ale obejmuje także szersze horyzonty, syntezę poglądów na społeczne zadania dziennikarstwa, obfity dział historyczny i t. d.

W. Trz.

Leon Levrault, professeur au Lycée Condorcet: „Le Journalisme”. — Paris, Librairie Mellottee, 1930.

Treść tej niewielkiej, ale zajmująco i z werwą prawdziwie galijską napisanej książki wypełnia niemal wyłącznie historia prasy francuskiej — niestety, doprowadzona tylko do r. 1881. Wykład popularny, przeznaczony raczej dla szerszego ogółu. Literatura przedmiotu dosyć obfita, jednak nieco przestarzała i niemal wyłącznie francuska.

W. Trz.

Katalog prasowy PAR-a. 1930, Rocznik szósty. Poznań, Wydawnictwo Biura Ogłoszeń P. A. R.

Spis gazet i czasopism Rzeczypospolitej Polskiej, oraz Poradnik Reklamowy 1929 r. Warszawa, Biuro Ogłoszeń Teofil Pietraszek.

W okresie ciągle wzmagającej się walki o rynek zbytu dla stale rosnącej liczby artykułów konkurujących ze sobą, firm przemysłowych i handlowych, wzrasta zrozumienie wartości reklamy, jako czynnika sprzedaży.

Reklama przybiera przeróżne formy, za najskuteczniejszą jednak uznana została reklama za pośrednictwem prasy.

Stąd wypływa rola, jaką w tych stosunkach odegrać muszą katalogi prasowe, podające wyczerpująco wykaz pism, ich podział według specjalności i zainteresowań, których są wyrazem; bliższe informacje, dotyczące kierunku pism, układu i cen działów ogłoszeniowych, a także wiadomości o stopniu nasycenia poszczególnych ośrodków i dzielnic kraju w słowo drukowane.

Dobrze opracowany katalog prasowy w dzisiejszych warunkach staje się pożądanym i poszukiwanym przewodnikiem i informatorem o prasie, jej wpływach, rozpowszechnieniu, i, co z tego wypływa, znaczeniu, jakie jej łamy odgrywać mogą w dziedzinie reklamy i propagandy handlowej.

Warunkom tym prawie całkowicie odpowiadają wydawane od szeregu już lat i stale ulepszone katalogi prasowe — wydawnictwa firm: Teofil Pietraszek (Warszawa) i „PAR” (Poznań).

Cechuje je staranna praca nad dokładnością informacji i celowością układu.

W katalogu T. Pietraszka należy podnieść duże praktyczne znaczenie działu: „Wykaz gazet i czasopism w alfabetycznym porządku miast”, zaś w katalogu „PAR-a” działów: „Wykaz rocznych kalendarzy książkowych i kieszonkowych” oraz „Mapa gazetowa Polski”.

Szkoda tylko, że w dziale tekstowym obu zarazem katalogów, a więc w dziale, za którego dokładność nie kto inny, jak ich wydawcy, ponosić muszą odpowiedzialność, umieszczone zostały cyfry nakładów poszczególnych pism, nie zaopatrzone choćby tylko w komentarz: „cyfry te podajemy na odpowiedzialność zainteresowanych wydawnictw”.

Tadeusz Malewski,

Prasowe wydawnictwa informacyjne w Niemczech.

Niemcy są krajem prasy bardzo licznej, zasobnej i odznaczającej się wielką różnorodnością typów i odmian; każdy okręg i większa miejscowość, każda dziedzina życia, każdy zawód i każda sfera interesów posiada w Niemczech szereg odpowiedników prasowych. Większość przytem prasy niemieckiej, oparta o szeroko rozwinięte czytelnictwo i wysoki poziom życia gospodarczego kraju, jest racjonalnie zorganizowana, ma mocne podstawy finansowe i pracuje według metod nowoczesnych przedsiębiorstw. To też obserwowanie prasy niemieckiej może dostarczyć każdemu fachowcowi z dziedziny pracy wydawniczej, wielu cennych spostrzeżeń i wskazówek.

Dotarcie do prasy niemieckiej i pomocniczych warsztatów jej pracy ułatwia szereg starannie opracowanych wydawnictw informacyjnych.

W pierwszym ich rzędzie wymienić należy wychodzący od lat 55 w Lipsku dokładny katalog prasowy Sperlinga p. n. „Sperlings Zeitschriften und Zeitungs Adressbuch”. Katalog Sperlinga zawiera adresy i informacje o wszystkich ważniejszych codziennych i perjodycznych wydawnictwach niemieckich wychodzących w Niemczech, w Austrii, w niemieckich kantonach Szwajcarii, w Czechosłowacji i w innych krajach. Przejrzysty układ oraz szereg pomysłów ujętych i starannie opracowanych skorowidzów ułatwia szybkie odszukanie każdego, interesującego czytelnika wydawnictwa.

Uzupełniają katalog Sperlinga spis i adresy wydawców niemieckich, biur adresowych, biur wycinków prasowych, biur tłumaczeń, agencji i korespondencji prasowych, instytutów prasoznawczych, wydawców dodatków do gazet oraz biur ogłoszeń; tego ostatniego spisu nie zawierają inne podobnego typu wydawnictwa niemieckie.

Poważne miejsce zajmuje w rzędzie, wspomnianych prac informacyjnych wydawany od trzech lat w Berlinie „Jahrbuch des Tagespresse”, książka informacyjna poświęcona specjalnie gazetom niemieckim wychodzącym na całym świecie. Oprócz spisu wydawnictw gazetowych „Jahrbuch” przynosi ciekawe informacje o obecnym stanie i placówkach prasoznawstwa w Niemczech oraz o organizacjach niemieckich wydawców i dziennikarzy. Ponadto „Jahrbuch” zawiera oprócz spisu biur telegraficznych oraz agencji i korespondencji prasowych spis i adresy przedstawicieli i korespondentów pism niemieckich za granicą oraz prasy zagranicznej w Niemczech.

Specjalnie źródłom pomocniczym pracy wydawniczej poświęcone jest ukazujące się o dr. 1928 w Stuttgarcie wydawnictwo „Der Pressedienst. Handbuch der deutschen und wichtigen ausländischen Pressendienste

der amtlichen Pressestellen, der Pressephotographen und Illustrationsbüros”.

„Der Pressedienst” daje pełny, szczegółowy, zaopatrzone we wszelkie niezbędne objaśnienia i wskazówki wykaz wszystkich przygotowawczych i pomocniczych źródeł pracy wydawniczej; obfitość i wszechstronność tych źródeł dostosowana jest do liczebności i rozwoju prasy niemieckiej; każdemu typowi wydawnictwa odpowiada w Niemczech szereg agencji i korespondencji, tanio i sprawnie zaopatrujących wydawnictwa w materiał redakcyjny, informacyjny, piśmienniczy i ilustracyjny. Specjalne agencje ułatwiają wydawcy niemieckiemu własne kampanie propagandowe.

Wydawca polski, mogący nieraz z pożytkiem dla siebie uciekać się do pomocy tych źródeł niemieckich, musi, rzecz oczywista, korzystać z nich oględnie i krytycznie, ze względu na ich odrębny charakter etniczny i tendencje polityczne.

Wreszcie na długo jeszcze ciekawym źródłem informacji o prasie nietylko niemieckiej, ale i wszechświatowej pozostanie Katalog Kolońskiej Międzynarodowej Wystawy Prasowej „Pressa, Köln 1928, „Amtlicher Katalog”. Katalog ten jest interesująco opracowanym przewodnikiem po „Presse”, która zgromadziła w roku 1928 w Kolonii ekspozycję prasowe kilkunastu państw Europy, Ameryki i Azji.

fg.

Zakrzewski Stanisław Zenon. Drogi i Manowce Reklamy. Warszawa, 1929.

Pod tym tytułem ukazała się w roku ubiegłym książka o stukilkudziesięciu stronach druku — poświęcona reklamie. Praca ta to jakby cykl feljetonów dziennikarskich, które czyta się łatwo i z zajęciem. Czytelnik, obeznany ze stosunkami wydawniczymi i ogłoszeniowymi w Polsce, może mieć pewne zastrzeżenia co do niektórych twierdzeń autora, jak naprz. w rozdziale poświęconym analizie prasy. Na usprawiedliwienie autora można byłoby powiedzieć, że w świecie wydawniczym i reklamowym nastąpiły w Polsce w ostatnich latach znaczne zmiany i przegrupowania, to też dzisiaj punkt widzenia autora na te sprawy byłby prawdopodobnie odmienny, niżli wówczas, gdy książka była pisana.

Praca p. S. Z. Zakrzewskiego nie jest dziełem naukowym, jest raczej ilustracją stosunków panujących u nas w dziedzinie reklamy. Autor wytyka błędy, ale nie poucza, choć twierdzi, że „podczas gdy przemysł i kupiectwo całej prawie kuli ziemskiej zaprzęga ją (reklamę) jak niewolnika, do rydwanu — u nas trwa jeszcze przedziwny „romans z reklamą”.

Ponieważ w Polsce literatura poświęcona reklamie jest niesłychanie uboga, książka ta uaktualniona w dziele analizy prasy i uzupełniona fachowymi radami i wskazówkami, mogłaby i powinna się ukazać w drugim wydaniu. Dopóki jednak następnego wy-

dania niema, każdy interesujący się reklamą winien książkę tę przeczytać. H. S.

Franz Bauer: „Zeitungsbilderdruck”. Klimsch, Frankfurt a/M. 1929, str. 220.

Wprowadzenie klisz autotypijnych oraz dodatków rotograwiurów do prasy codziennej zmusiło dziennikarza, zwłaszcza redaktora technicznego, do dokładniejszego poznania techniki ilustracyjnej. W polskiej literaturze fachowej niema ani jednego dziełka, któreby odpowiadało wymaganiom praktyki prasowo-dziennikarskiej. W zagranicznej literaturze techniczno - dziennikarskiej, co prawda też nieliczne stosunkowo są książki w tym przedmiocie. Fuchs'a „Technik im modernen Zeitungsbetrieb” (Heidelberg 1913) jest już przestarzała; popularne dziełko Ungra „Wie ein Buch entsteht” (Teubner, Lipsk. 1927) zawiera stosunkowo za mało wiadomości praktycznych. Z książek w języku angielskim: „Practical Journalism” Edw. Shuman'a i „The Handbook of Journalism” N. Fowler'a (1919) uwzględniają niemal wyłącznie stosunki amerykańskie. Stosunkowo najlepsza jest niewielka ale treściwa praca belgijskiego autora, Ant. Seyl'a „La technique du journal”.

Książka Bauera „Zeitungsbilderdruck” to podręcznik techniki ilustracyjnej. W dwudziestu sześciu rozdziałach autor omawia szczegółowo organizację i technikę pracy redaktora ilustracyjnego, technikę retuszu, przygotowanie kliszy, technikę matryc i płyt metalowych, zastosowanie papieru i farby w technice drukarsko-ilustracyjnej, sprawę dodatków ilustrowanych oraz prawo autorskie w zastosowaniu do ilustracji. Książka zawiera więc wszystko, co nowoczesny dziennikarz wiedzieć powinien. Dział techniczno - drukarski jest wszakże nieco przeładowany szczegółami, które dotyczą wyłącznie drukarzy i retuszerów. Są one nawet zbędne w książce przeznaczonej jako poradnik dla dziennikarzy. Pierwsze cztery wszakże rozdziały zawierają materiał informacyjny pierwszorzędnej wagi. Autor kładzie szczególną uwagę na współpracę redaktora z kierownikiem kliszarni, wskazując, jak praca ta powinna wyglądać. Jako były profesor wiedeńskiej szkoły nauk graficznych, autor uwzględnił przedewszystkiem stronę graficzno - drukarską, zaniebując niesłychanie ważny czynnik — artystyczny. To też czytelnik może z omawianej książki poznać tylko zasady techniczno - graficzne, natomiast wzory artystyczne czerpać musi z innych źródeł oraz z czasopism ilustrowanych.

Książka spełnia w zupełności zadanie poradnika przeznaczonego dla dziennikarza i ilustratora prasowego. Tekst objaśniający liczne ilustracje.

Jerzy Gutsche.

BIBLIOGRAFJA

Jarkowski Stanisław: Najstarsze pokolenie prasowe w roku 200-lecia prasy w Polsce. Warszawa, T-wo Wyższej Szkoły Dziennik. 1930, str. 16.

Jarkowski Stanisław: Najnowsza literatura o prasie i jej nauce w Polsce. Warszawa, T-wo Wyższej Szkoły Dziennikarskiej, 1930, str. 32.

Pamiętnik Instytutu Bałtyckiego. Serja: Balticum, Zeszyt 3, Toruń, 1930 r.:

Ruecker Emil: Stan prasy w Prusach Wschodnich i na Pomorzu, str. 119 — 130.

Bierowski Tadeusz: Potrzeba

stałej służby informacyjno - prasowej o Pomorzu, str. 143 — 152.

Perraud Charmantier. André: De droit de réponse en matière de presse. Paris, Editions Godde, 1930.

Potulicki Michel: Le régime de la presse. (Etude de législation pénale comparée). Paris, Libr. du Recueil Sirey, 1929, str. 210.

Smogorzewski Casimir: La presse en Pologne. Paris, Gebethner et Wolff, 1930, str. 16.

Vienna Antony: Le quatrième pouvoir. La Presse. Son évolution. Son Influence. Bruxelles, Maison d'Édition „L'Englantine” 1930, str. 166.

Krabbe Olof H.: Das dänische Pressrecht. Ola fur Larusson: Das isländische Pressrecht. (Pressgesetze d. Erdballs Nr. 3, Berlin, Stilke 1930, str. 40.

OGŁOSZENIA DROBNE

KOREKTOR rutynowany potrzebny, zgłoszenia pisemne: „Prasa Polska S. A.”, Marszałkowska 3/5.

REDAKTOR samodzielny na prowincję poszukiwany, zgłoszenia pisemne: „Prasa Polska S. A.” Marszałkowska 3/5.



RUCHLIWY KONKURENT

**- TO NAJWIEKSZE NIEBEZ
PIECZENSTWO W REKLAMIE
NIE DAJ SIĘ WYPPZEDZIC
W POMYSŁACH REKLAMO
WYCH
CZY WIESZ, ZE NIEWYCZER
PANEM ZRODŁEM KONCEP
CII REKLAMOWYCH JEST
ATELIER GRAFICZNE
ZAKŁADÓW GRAFICZNYCH
E. i D. K. KOZIANSKICH**

warszawa
krak. przedm.
66



PRASA ukazywać się będzie w r. 1930 jako dwumiesięcznik, od początku 1931 r. — jako miesięcznik.

Prenumerata: za 3 zeszyty tegoroczne (lipcowy, wrześniowy i listopadowy 1930) — z przesyłką pocztową 4 zł. — **Cena zeszytu pojedynczego 1 zł. 50 gr.**

Cena ogłoszeń: Zwyczajne 1 str. — 200 zł.; $\frac{1}{2}$ str. — 110 zł.; $\frac{1}{4}$ str. — 60 zł. **W tekście oraz na 2-ej i 4-ej stronie okładki o 50% drożej.** Od tych cen klienci otrzymują przy 3-krotnym ogłoszeniu — 5% rabatu, przy 6-ciokrotnym — 10%, przy 12-tokrotnym — 15% rabatu.

Ogłoszenia drobne po 30 gr. za wyraz. Przy ogłoszeniach drobnych żadnych rabatów nie udziela się.

Adres Redakcji i Administracji: Krakowskie Przedmieście 40 m. 4.

Skrót telegraficzny Warszawa — Wydawcy. Telefon 540-00. Konto P. K. O. 18606.

WYDAWCA: POLSKI ZWIĄZEK WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM.

REDAKTOR STANISŁAW KAUZIK

STEINHAGEN I SAENGER

FABRYKI PAPIERU I CELULOZY

SPÓŁKA AKCYJNA

KAPITAŁ AKCYJNY 40.000.000 ZŁ.

FABRYKI PAPIERU W MYSZKOWIE, PABJANICACH I WŁOCŁAWKU

wyrabiają na 10 maszynach papierniczych
papiery rotacyjne i płaskie gazetowe, dru-
kowe, piśmienne drzewne i bezdrzewne,
obiciowe, manufakturowe, ustnikowe, pako-
we matowe i jednostronnie gładzone,
techniczne i t. p.

ROCZNA PRODUKCJA 66.000 TON

FABRYKA CELULOZY WE WŁOCŁAWKU

WYRABIA CELULOŻE SIARCZYNOWĄ BIELONĄ
I NIEBIELONĄ

ROCZNA PRODUKCJA 42.000 TON.

ZARZĄD I CENTRALNE BIURO SPRZEDAŻY
W WARSZAWIE, ULICA SMOLNA 17.

ADRES TELEGRAFICZNY: „PAPIERNIE — WARSZAWA”

POLSKIE TOWARZYSTWO KSIĘGARNI KOLEJOWYCH

„RUCH“ S. A.

WARSZAWA, AL. JEROZOLIMSKIE 63.

ADRES TELEGR. RUCH

TELEFONY:

ZARZĄD I SEKRETARJAT — 68-61, BUCHALTERJA — 68-73, EKSPEDYCJA PISM — 68-70 i 68-41.

przyjmuje do kolportażu

w księgarniach kolejowych
na stacjach P.K.P.

oraz

dla kolporterów stołecznych i prowincjonalnych

dzienniki i czasopisma

Uskutecznią terminową wysyłkę koleją, autobusami i samolotami.
Wydawnictwa mające swe siedziby w okręgach działalności Oddziałów T-wa „Ruch”
mogą załatwiać wszelkie sprawy związane z kolportażem z temi Oddziałami.

EKSPEDYCJA PISM

czynna od 4 r. do 1 w nocy

BIURA CENTRALI

czynne od 8 r. do 4 ppół

ODDZIAŁY:

POZNAŃ, ul. Ratajczaka Nr. 36,

tel. 20-81.

LWÓW, ul. Zielona Nr. 6

„ 7-07.

KRAKÓW, ul. Szczepańska Nr. 9

„ 103-69.

WILNO, ul. Ludwisarska Nr. 5

tel. 5-81.

GDANSK, Kaszubski Rynek Nr. 21

„ 279-00.

ŁÓDŹ, ul. Zachodnia Nr. 46

„ 181-49.

HILARY JUNGGERMAN

Warszawa, Miodowa 23, Telefon 148-84.

MASZYNY I PRZYBORY

DLA PRZEMYSŁU GRAFICZNEGO, INTROLIGATORSKIEGO I PUDEŁKARSKIEGO.

GENERALNE PRZEDSTAWICIELSTWO:

Odlewnia Bauera, Frankfurt N/M czcionki, linje mosiężne, ornamenty i t. p.

Falz & Werner, Lipsk kompletne urządzenia foto-chemigraficzne

August Fomm, Lipsk maszyny do krajania papieru, jak również wszelkie maszyny introligatorskie

A. Hogenforst, Lipsk pedały i inne

Johannisberg, Geisenheim maszyny drukarskie, offsetowe, do wkłesłodruku i litograficzne

Kless & Gerlach, Stuttgart maszyny do wyrabiania jedno i dwukolorowych pieczętek

Preusse & Co A. G. Lipsk maszyny introligatorskie i pudełkarskie

Vogtlaendische Maschinenfabrik A. G. maszyny rotacyjne i offsetowe

ZAWIADOMIENIE

Mamy zaszczyt zawiadomić, że Wydawnictwom, Księgarniom, Instytucjom Rządowym Społecznym i Samorządowym dostarczamy najnowsze wydanie naszej KSIĘGI ADRESOWEJ POLSKI na rok 1930 za cenę zł. 90.— z potrąceniem rabatu 20%, t. j. za zł. 72.— bez doliczenia kosztów przesyłki.

Księga nasza zawiera: około 1.000.000 najaktualniejszych adresów handlu, przemysłu, rzemiosł i rolnictwa oraz przedstawicieli wolnych zawodów, ułożonych w alfabetycznym porządku 40.000 miejscowości, opis tych miejscowości; specjalny dział branż oraz dział ekonomiczno-społeczny, obejmujący wszystko, co tylko może interesować przemysłowca i kupca.

TOWARZYSTWO REKLAMY MIĘDZYNARODOWEJ
SP. Z O. O.

Jen. Repr. **RUDOLF MOSSE**

WYDAWNICTWO:

KSIĘGI ADRESOWEJ POLSKI DLA HANDLU,
PRZEMYSŁU, RZEMIOSŁ I ROLNICTWA

Warszawa, Al. Jerozolimskie 33.
Tel. 423-54, Konto P. K. O. 18.208.

BIURO TECHNICZNE „GRAFIKA” ALB. PIECZARSKIEGO

WARSZAWA, UL. SIENKIEWICZA 14.

TELEFON 140-09

ADR. TEL. „GRAFIKA”

JENERALNE PRZEDSTAWICIELSTWA NA RZECZPOSPOLITĄ POLSKĄ:

KOENIG & BAUER,
fabryki w Würzburgu i Mödlingu

Maszyny rotacyjne, płaskie, tiefdruckowe oraz stereotypje.

FABER & SCHLEICHER,
Offenbach n/M.

Maszyny litograficzne i offsetowe.

KLEIM & UNGERER,
Lipsk

Samonakładacze „Universal” do wszystkich maszyn.

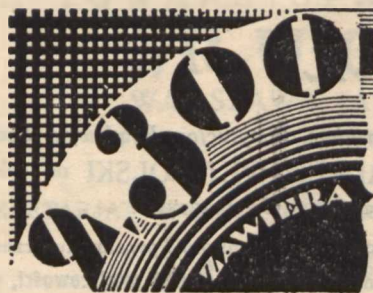
BERGER & WIRTH,
Lipsk.

Farby drukarskie, litograficzne, offsetowe oraz specjalne.

DOSTARCZAMY: Pedaly, Bostonki, Maszyny do szycia, Bronzówki, Gumiarki, Maszyny Intro-ligatorskie, Szlifierki, Maszyny do linjowania, Silniki elektryczne i t. d.

URZĄDZAMY Całkowicie: Zakłady drukarskie, litograficzne i intro-ligatorskie.

ODLEWAMY WALCE i dostarczamy MASĘ WALCOWĄ pierwszorzędnej jakości, jakoteż Metal stereo i lito w każdej ilości.



INFORMACJE • ADRESY
NAKLADY • CENY
PRASA POLSKA ZAGRANICĄ

**SPIS GAZET I CZASOPISM
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
ORAZ PORADNIK REKLAMOWY**
NAKLADEM BIURA OGŁOSZEN
TEOFIL PIETRASZEK
WARSZAWA - MARSZAŁKOWSKA 115 - TEL. 509-78 509-73
W KSIĘGARNIACH I U WYDAWCY - CENA ZŁ. 5,50

ROK ZAŁOŻENIA 1869.

ODLEWNIĄ CZCIONEK
I FABRYKĄ LINJI

Stanisława JEŻYŃSKIEGO

WARSZAWA, OGRODOWA 50

TELEFONY: 5-50 i 5-70.

POSIADA STAŁE NA SKŁADZIE
DUŻY WYBÓR PISM,
ORNAMENTÓW I MATERJAŁU
DRUKARSKIEGO.

KATALOGI WYSYŁA SIĘ NA ŻĄDANIE.

DOM HANDLOWY
ZYCHER I SZAUTE

SKŁAD PAPIERU

WARSZAWA

TŁOMACKIE 3.

TELEFON 111-76, 51-67, 298-58.





3



**ZALETY POSIADAJĄ
FARBY GRAFICZNE SP. AKC.**

DR. RATTNER

**WYDAJNOŚĆ
DOSKONAŁOŚĆ
W D R U K U
C Z Y S T O Ś Ć
B A R W**

Farby rotacyjne. Farby do autotypji i dwutonowe.

Farby do wkłęsłodruku. Farby dziełowe i ilustracyjne.

**Maszyny rotacyjne WINKLER'a
oraz pomocnicze do stereotypji,
urządzenia do produkcji firmy PAUL DREWS,
oryginalne szwajcarskie matryce INTERPRINT,
angielskie gummy do cylindrów**

BRONISŁAW S. SZCZEPSKI

Tel. 257-76

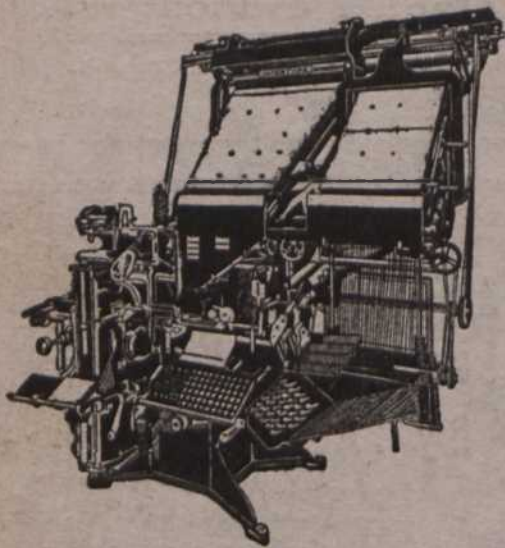
WARSZAWA

Al. Ujazdowskie 28

INTERTYPE

FABRYKI INTERTYPE CORPORATION,
NEW-YORK-BROOKLYN U. S. A.

Nowoczesne maszyny do składania i odlewania wierszy zwykłych oraz skombinowanych układów wielokrotnie mieszanych



Każdy nowoczesnie urządzony zakład graficzny winien posiadać najlepszą, najszybszą i bezkonkurencyjną maszynę zecerską do składania

„INTERTYPE“

Wydawnictwo SPS
wydano z dubliów

JENERALNE PRZEDSTAWICIELSTWO NA RZPLITĄ POLSKĄ:
BIURO TECHNICZNE GRAFIKA ALB. PIECZARSKIEGO

Warszawa,
ul. Sienkiewicza 14

Telefon Nr. 140-09. Adres telegraficzny: Grafika — Warszawa