

# PRASA

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

REDAKTOR—STANISŁAW KAUZIK

## TREŚĆ NUMERU:

	St	Str.
<b>ARTYKUŁY:</b>		
Zdzisław Dębicki — O podniesienie poziomu ideowego prasy . . . . .	1	Z życia prasy . . . . . 11
Stanisław Kauzik — Kryzys w przemyśle wydawniczym . . . . .	3	Z rejestru handlowego . . . . . 14
Franciszek Głowiński — Kryzys gospodarczy, a bezimienna reklama zbiorowa . . . . .	6	<b>RYNEK KRAJOWY.</b> . . . . . 14
<b>ŻYCIE ORGANIZACYJNE:</b>		<b>PRZEGLĄD USTAW I ROZPORZĄDZEŃ</b> 15
Z działalności Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism . . . . .	8	<b>KRONIKA ZAGRANICZNA:</b>
Z działalności Związku Syndykatów Dziennikarzy Polskich i Syndykatów Dziennikarzy . . . . .	9	Ogólna . . . . . 17
<b>KRONIKA KRAJOWA:</b>		Anglja . . . . . 17
Dwudziestopięciolecie „Świata” . . . . .	10	Francja . . . . . 18
Za 10 groszy... . . . .	10	Kanada . . . . . 18
		Niemcy . . . . . 18
		Watykan . . . . . 18
		<b>PRZEGLĄD PIŚMIENICTWA:</b>
		Rozbiory i sprawozdania St. Jarkowskiego i in. . 18
		Biblijografia . . . . . 19

ZDZISŁAW DĘBICKI

## O PODNIESIENIE POZIOMU IDEOWEGO PRASY

Podniesienie poziomu ideowego prasy—to jedno z najdonioślejszych zagadnień u nas, gdzie prasa odgrywa i powinna odgrywać daleko większą, niż gdzie indziej, rolę wychowawczą. Bo nie ludźmy się, że zasada dziennikarstwa francuskiego: „informować, informować, zawsze informować” może nam wystarczyć. Obok misji informowania o całym polskim życiu współczesnym i o tem, co dzieje się na szerokim świecie, ma prasa polska nlewałpliwy jeszcze obowiązek wychowywania i dokształcania obywatelskiego szerokiej mas czytelnicy. Te masy mają do prasy zaufanie. Wierzą one słowu drukowanemu w daleko większym stopniu, niż masy w innych krajach. To zaufanie zaś

i włara pociągają za sobą obowiązek czuwania nad tem, aby ich nie osłabić, aby tych ogromnych wpływów, jakie prasa posiada w społeczeństwie, nie używać na złe, ale pominąć przy ich pomocy dobro w Ojczyźnie.

Dobro to, polega dzisiaj przede wszystkim na tem, aby w sposób rozumny przeciwstawić się wszelkim prądom rozkładowym, podmywającym świat współczesny, krzewiąc w społeczeństwie poczucie ładu moralnego, opartego na prawie.

Ogól, który nie jest dostatecznie oświecony, aby mógł sam wybierać najlepszą i najprostszą drogę, prowadzącą do własnej pomyślności, który z drugiej strony łatwo daje



się podniecać nieuczciwej, demagogicznej agitacji, żerującej na pobudliwych namiętnościach ludzkich, potrzebuje w wielu dziedzinach i przypadkach życia „uczciwego doradcy”, któryby mu spokojnie, przedmiotowo i w sposób przekonujący wytłumaczył, gdzie jest słuszność, na czym polega ją korzyść, a na czym szkody dla narodu i państwa.

Doradcą takim, który codziennie obcuje ze swoim czytelnikiem i przez to codzienne obcowanie urabia sposób jego myślenia, ucząc go reagować na zjawiska życia publicznego, jest dziennik.

Rola jego w życiu każdego obywatela jest bardzo poważna, choćby z tego względu, że ogromna większość obywateli, zatrudnionych w rozmaitych zawodach, pochłoniętych przez wymagającą coraz większego wysiłku pracę na chleb, poza dziennikiem czyta bardzo niewiele. Dziela naukowe, roztrząsające gruntownie zagadnienia moralne, społeczne, polityczne czy gospodarcze, nie trafiają do ogółu. Trafia natomiast do niego zawsze dziennik, który jest pośrednikiem pomiędzy nim a społeczeństwem. Za pośrednictwem więc prasy my wszyscy, stanowiący społeczeństwo, porozumiewamy się z sobą codziennie, nie zdając sobie z tego sprawy. Nubieramy jednomyślności w osądzie pewnych faktów, potępiamy jedne, uznajemy i pochwalamy inne.

W dzienniku, prowadzonym obiektywnie, powinna odbijać się, jak w zwierciadle, każdoczesna chwila bieżąca, ukazując społeczeństwu prawdziwe swoje oblicze.

Ale nie wszystkie dzienniki prowadzone są obiektywnie. Są takie, w których to oblicze chwili bieżącej ukazuje się w postaci skażonej, wypaczonej, nieodpowiadającej prawdzie. Jedne fakty są tam wyolbrzymiane, inne pomniejszane, jeszcze inne, o ile dotyczą przeciwnego obozu politycznego lub innej grupy interesów materialnych, pokrywane milczeniem, jakby ich zupełnie nie było lub nawet określane fałszywie z wyraźną złą wolą.

Czytelnik takiego dziennika nie może dotuskać się prawdy. Jeżeli nie czyta innych gazet, to poprzestając na jednostronnej informacji, jest w ciągłym błędzie co do istoty rzeczy, zamaskowanej przed nim.

Za tą maską kryją się dwie zasadnicze pobudki — interes polityczny dziennika, który służy pewnemu obozowi czy partji politycznej i urabia dla nich zwolenników, albo interes przedsiębiorstwa przemysłowo-handlowego, jakim jest dziennik, oparty na zasadach wolnej konkurencji.

W obu tych wypadkach, gdy cel materialny stawiany jest na pierwszym planie, wszystko sprowadza się do rejestracji ujemnych faktów, do pogoni za sensacją, dotyczącą bądź przeciwników politycznych, bądź zjawisk negatywnych życia, a co za tem idzie do przepelniania lamów krzykliwemi na wzór amerykański informacjami. Fakty dodatnie natomiast nie znajdują dostatecznego uwzględnienia.

Metody te nabrały jeszcze cech specjalnie jaskrawych po wojnie.

Splycenie umysłowe, brak głębszych zainteresowań, rozsprzężenie moralne przy jednoczesnym stępieniu nerwów publiczności, która potrzebuje coraz silniejszych podnieć — wszystko to, razem wzięte, sprowadziło w całej Europie obniżenie się poziomu prasy codziennej.

Tak jest wszędzie, tak samo zaczyna być i u nas, aczkolwiek jesteśmy dopiero nowicjuszami w dziedzinie preparationa sensacji dziennikarskich w wielkim stylu.

Łatwy do zauważenia fakt obniżenia się poziomu ideowego prasy polskiej w latach powojennych, coraz niższy ton wszelkich dyskusji i polemik prasowych, gdzie już przestano liczyć się z dobrym obyczajem publicystycznym, gdzie napuść osobista zastępuje często argumenty, a słownictwo ulicy — język literacki, wreszcie coraz głośniejsze wyznawana zasada, że „dziennik nie jest kazalnica”, z czego jednak bynajmniej nie może wynikać rola dziennika, jako świadomego gorszyciela tłumów — stawia i u nas na porządku dziennym sprawę upadku prasy.

To też czynniki, którym prawidłowy rozwój społeczeństwa i jego zdrowie leżą na sercu, z niepokojem patrzają w jutro i radeby przywrócić polskiemu słowu drukowanemu powagę i czystość intencji, niezbędną do tego, aby mogło ono należycie spełniać swoją rolę kulturalną.

Dziennik w słusznym rozumieniu tych czynników jest produktem i posłannikiem kultury. Zadaniem jego jest tę kulturę w społeczeństwie szerzyć i wzmacniać, a nie prowadzić do jej osłabienia i zaniku.

Kultura, brana od wewnątrz, jest najwyższym dobrem każdej jednostki. Suma zaś tego dobra jest nazewną wykładnikiem wartości całego narodu. Według tej wartości, każdy naród zdobywa sobie miejsce na świecie, współdziałając pomnażaniu dóbr moralnych ludzkości, bądź zachowując się wobec tego pomnażania obojętnie lub nawet przeszkadzając mu przez swoją ciemnotę i uwsteczniczenie.

Prasa, informująca nas codziennie o tem, co się w kraju dzieje, jest z natury rzeczy miernikiem kultury tego kraju, miernikiem jego dóbr moralnych.

Miernik ten w ostatnich czasach wykazuje u nas wyraźną tendencję do obniżania swoich wymagań i nie ulega wątpliwości, że chociażby wyłącznie na podstawie prasy sądzić o współczesnej kulturze polskiej, ten musiałby dojść do bardzo pesymistycznych wniosków.

Ale nie cała prasa polska holduje zasadom, które chcą reprezentować nowoczesny prąd w dziennikarstwie, a dążą do obniżenia jego powagi i znaczenia w społeczeństwie.

Nie holduje tym zasadom przedewszystkiem ogromna większość tych, którzy prasę tworzą i zdają sobie sprawę z tego, że nie może ona być czynnikiem rozkładowym, ale powinna być czynnikiem konstrukcyjnym, wzmacniającym więź społeczną pomiędzy ludźmi.

To też dziennikarze zorganizowani, zgrupowani w syndykatach dziennikarskich i w Związku tych syndykatów postawili sobie za cel zasadniczy dążenie do podniesieniu poziomu prasy przez wprowadzanie do wszelkich informacji i dyskusji prasowych możliwie przedmiotowego tonu.

Należy cieszyć się, że podobny postulat wyszedł ze strony Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism<sup>1)</sup>, tylko bowiem współdziałanie tych dwóch poważnych czynników może sprawę postawić na właściwym gruncie.

A cóż jest dla niej właściwym gruntem?

<sup>1)</sup> Zob. „Prasa” zeszyt I artykuł Franciszka Głowińskiego p. t.: „O jednolitą organizację prasy”.



*Przedewszystkiem ustawa dziennikarska, która ujmowałaby i określała możliwie ściśle prawa i obowiązki dziennikarza równoległe z prawami i obowiązkami wydawcy.*

*Dziedzina wzajemnego stosunku obu tych stron nie jest dotychczas uregulowana prawnie i stąd płynie wiele ujemnych dla całego dziennikarstwa polskiego zjawisk, a między innymi zjawisko najniebezpieczniejsze — obfity w ostatnich czasach napływ do dziennikarstwa sił przejściowych, niewykwalifikowanych, niedostatecznie wykształconych, często zupełnie przypadkowych, których nie popierają i nie popierać nie mogą organizacje zawodowe. Pomimo to jednak, jako tania siła robocza, znajdują one popyt na rynku, odczuwającym ogólną depresję gospodarczą. Niewykwalifikowany pracownik jest niepożądany dla każdego rodzaju pracy, a cóż dopiero dla pracy dziennikarskiej, która wymaga obok talentu pisarskiego i temperamentu, zapewniającego zdolność szybkiego reagowania na każde zjawisko społeczne, polityczne i gospodarcze, także rozległej, coraz*

*rozleglejszej wiedzy, przy jednoczesnym wysokim wyrobieniu moralnym, które jest przedewszystkiem źródłem poczucia odpowiedzialności dziennikarza.*

*Bez tego poczucia niema dziennikarza, może być tylko „najmity pióra”, wyrobnik i nic więcej.*

*Jak zwykle, jak wszędzie, sprawa podniesienia poziomu ideowego prasy, sprowadza się zatem do sprawy c z ł o w i e k a. Im lepszy, im wyższy będzie gatunek tego c z ł o w i e k a w prasie, w obu jej sprzęgniętych z sobą dziedzinach — wydawniczej i redakcyjnej — im porozumienie wzajemne i zrozumienie wspólnego obowiązku społecznego u obu tych czynników będzie bliższe i na solidniejszych, niż dotychczas, oparte podstawach, tem większą możemy mieć nadzieję na to, że nastąpi u nas poprawa obecnych tak niebezpiecznych dla przyszłości prasy stosunków.*

*Przedewszystkiem jednak musi być obu stronnie podniesiony do właściwego znaczenia postulat zawodowości.*

STANISŁAW KAUKIK

## KRYZYS W PRZEMYSŁE WYDAWNICZYM

Kryzys gospodarczy, jaki blisko od dwóch lat w Polsce przeżywamy, przeszedł w końcu jesieni roku ubiegłego w stadium wyjątkowo ostre, kiedy zaczęły się już uewnętrzniać wyraźnie skutki trwającego od dłuższego czasu przesilenia rolnego oraz skutki spadku produkcji przemysłowej i zmniejszania się wywozu produktów polskich zagranicę, a w związku z tym — rezultaty wzmagającego się bezrobocia. Ujemne te objawy potęguje przytem fakt, że gnębiący Polskę ciężki kryzys finansowy — kryzys trudności kredytowych i trwającej ciągle wysokiej stopy procentowej nie tylko nie złagodniał, jak w innych krajach, lecz przechodzi również w ostre stadium.

Tempo więc produkcji w dalszym ciągu b. słabnie, już nawet w dziedzinie produkcji dóbr spożycia, zwiększa się fala protestów wekslowych, mnożą się licytacje, nadzory sądowe i upadłości, a w wyniku tych objawów potęguje się bezrobocie, zmniejsza się silnie konsumpcja, nawet konsumpcja artykułów pierwszej potrzeby.

Statystyka zaczyna już notować poważny spadek wskaźników spożycia; charakterystyczny jest pod tym względem spadek wskaźników zbytu tytoniu. Wymownem jest również znaczne zmniejszanie się cyfr, świadczących o zaspokajaniu przez ludność swych kulturalnych potrzeb.

W tych warunkach nic dziwnego, że przemysł wydawniczy przeżywa poważne trudności. Przesilenie w rolnictwie, przemyśle i handlu spowodowało wyjątkowo silne zmniejszenie się działów ogłoszeniowych dzienników i czasopism. Zubożenie zaś i nędza poważnych grup ludności zmusza częstokroć do wyrzeczenia się prenumeraty lub kupna dziennika i czasopisma, które od wielu lat stanowiły codzienną ich strawę duchową.

Ciężki stan w przemyśle wydawniczym potwierdza uważna obiektywna analiza cyfrowa zjawisk ściśle z przemysłem tym związanych. Brak cyfr, charakteryzujących tę dziedzinę pracy w całym Państwie, zmusza do sięgania

do materiałów ułamkowych oraz do materiałów opracowywanych na podstawie ankiet i badań indywidualnych. Lecz i te ułamkowe materiały aż nazbyt wyraźnie świadczą o powadze sytuacji.

Cyfrowe ujęcie rozmiarów kryzysu ogłoszeniowego przedstawia wyjątkowe trudności. W prasie codziennej mamy do czynienia z szeregiem wpływów ubocznych, przedewszystkiem ze zmieniającą się często siłą atrakcyjną dzienników, uzależnioną od poczytności, na którą oddziaływa wiele czynników, między innymi także prądy polityczne, nurtujące społeczeństwo. W prasie periodycznej jesteśmy świadkami poważnych przesunięć w wyniku licznych nowych, często konkurencyjnych, imprez wydawniczych. Eliminując te uboczne przyczyny wahań w dziedzinie ogłoszeń, stwierdzić musimy, że w wyniku kryzysu przeżywanego ma miejsce poważne kurczenie się działów ogłoszeniowych nawet w największych organach prasowych. Biorąc za podstawę powierzchnię działów ogłoszeniowych oraz porównując grudzień r. ub. z grudniem r. 1928. konstatujemy zmniejszenie się działów ogłoszeniowych o 5 — 10% w najpoważniejszych organach ogłoszeniowych, w innych zaś organach zmniejszenie się znacznie większe, dochodzące nawet do 45%, w szczególności w dziennikach prowincjonalnych oraz w fachowych czasopismach periodycznych. Przytem zjawiskiem, towarzyszącym zmniejszaniu się działów ogłoszeniowych jest przesuwanie się ogłoszeń z działów droższych do działów tańszych, oraz zmniejszanie się rozmiarów ogłoszeń. Pogorszenie się warunków płatności za te nieliczne ogłoszenia dopełniają obrazu głębokiego przesilenia, jakie większość wydawnictw przeżywa.

W słabszym stopniu, jednak również znacznie odbił się kryzys na liczbach nakładów dzienników i czasopism. Pod tym względem zaobserwować się daje niemal identyczne zjawisko, jak przy ruchu wskaźników zbytu arty-



kułów pierwszej potrzeby. Spadkowi wskaźników spożycia odpowiada prawie w równej mierze spadek sprzedaży dzienników i czasopism. Nie biorąc pod uwagę okresu wyborczego, podczas którego miała miejsce, specjalniemi względami wywołana, zwyczajka sprzedaży dzienników, a częściowo i czasopism, rok 1930 w zestawieniu z r. 1929 cechował dalszy spadek sprzedaży gazet i wydawnictw periodycznych. Spadek ten trwa już blisko od dwóch lat, uwydatniając się najsilniej przy sprzedaży w handlu ulicznym, w którym na podstawie ułamkowych obserwacji i obliczeń stwierdzić należy w tym okresie przeciętnie spadek 25%. Zmniejszenie się sprzedaży dzienników i czasopism miało również miejsce, choć w słabszym stopniu, w kioskach T-wa „Ruch”. Spadkowi uległy również liczby prenumeratorów. Eliminując wahania, spowodowane okresem wyborczym, skonstatować trzeba, że spadek w ostatnim tylko roku wynosi na podstawie porównania cyfr dochodów brutto ze sprzedaży w kioskach kolejowych około 6% dla dzienników i około 5% dla czasopism.

O zmianach w liczbie prenumeratorów wnosić można z danych Ministerstwa Poczty i Telegrafów, dotyczących liczby czasopism nadanych i nadeszłych w ciągu każdego miesiąca na pocztę w 20 największych miastach Rzplitej. Dane te również świadczą o poważnym spadku czytelnictwa; w szczególności daje się zauważyć silny, bo dochodzący do 25% spadek liczby nadanych czasopism w wielu mniejszych miastach prowincjonalnych, co wskazuje na cięższą sytuację prasy prowincjonalnej w zestawieniu z prasą stołeczną i prasą większych ośrodków wydawniczych. Jeżeli chodzi o prenumeratę, większy odpływ daje się zauważyć przytem w prasie periodycznej, niż prasie codziennej.

Wprawdzie ogłaszane przez I. K. wskaźniki produkcji przemysłu papierniczego z końca roku ubiegłego mówią tylko o kilkuprocentowym zaledwo spadku produkcji w stosunku do r. 1929 i r. 1928 (prawdopodobnie w związku z zapotrzebowaniem okresu wyborczego), jednak ostatnio ogłoszone dane o stanie zamówień w fabrykach papieru wskazują już na silne powiększenie się cyfr złego stanu zamówień. W końcu roku nie było ani jednej fabryki, która miałaby dobry stan zamówień. Średni stan — miały fabryki, zatrudniające 39,7% robotników, podczas gdy zły stan zamówień — fabryki obejmujące 60,3%. W zestawieniu z końcem r. 1929, kiedy zły stan zamówień charakteryzowała cyfra 23,4%, widzimy rozmiary zarysowującego się kryzysu czytelnictwa.

Spadek silny ogłoszeń i spadek nakładów nie wyczerpuje jednak wszystkich bolączek przemysłu wydawniczego. Są to tylko rezultaty ogólnego kryzysu gospodarczego, przeżywanego przez kraj cały łącznie z całą niemal Europą i wszystkimi uprzemysłowionymi państwami pozaeuropejskimi. W Polsce przemysł wydawniczy przechodzi znacznie głębszy kryzys, niż inne przemysły, na co składają się specjalne dodatkowe przyczyny.

Przyczyn tych jest wiele i tak poważnych, że wielkiego wysiłku musłi trzeba będzie, aby uchronić prasę od klęsk, które obecnie chorobliwie objawy spowodować mogą. Do najpoważniejszych należą: nadmierne inwestycje szeregu wielkich przedsiębiorstw wydawniczych, przeprowadzone w przededniu kryzysu, nadmierna liczba zakła-

danych nowych dzienników i czasopism i związana z tym silna bezwzględna walka konkurencyjna, wielka liczba organów prasowych, nieprowadzących przemysłowej i kulturalnej kalkulacji, deprecjonujących ceny ogłoszeń i ceny w kolportażu, organów subwencjonowanych przez różnej kategorii organizacje, zrzeszenia lub związki, silna konkurencja zagranicznych periodycznych wydawnictw, w szczególności ilustrowanych i kobiecych, korzystających z bezcłowego, jak wiadomo, wwozu do granic Rzplitej, wreszcie nieuregulowane i liczne bolączki ogłoszeniowe, a także nieuporządkowane stosunki kolportażowe w Państwie. Jeśli do tego dodać brak dostatecznego, jak dotychczas, zrozumienia sytuacji i potrzeb przemysłu wydawniczego ze strony czynników rządowych i samorządowych, a także zbyt bezwzględne stosowanie środków prawnych względem prasy opozycyjnej, będziemy mieli w głównych zarysach obraz ciężkiego położenia, w jakim się przemysł wydawniczy obecnie znajduje.

Pierwsza z wyżej wymienionych specjalnych bolączek przemysłu wydawniczego dotyczy niewielkiej liczby, lecz poważnych i odgrywających dużą rolę przedsiębiorstw. W związku z zbyt silnymi inwestycjami przemysłu graficznego, jako takiego, nadmierne inwestycje maszynowe przemysłu wydawniczego spowodowały dla wydawnictw szereg trudności finansowych, gdyż w obecnym okresie należyte wyzyskanie tych inwestycji oraz ich amortyzacja są niemożliwe. O rozmiarach inwestycji przemysłu graficznego i wydawniczego w ostatnich czasach daje dokładne pojęcie cyfra wartości przywiezionych maszyn drukarskich w ciągu r. 1927 — 1929, przynosząca kwotę 12,5 miliona złotych. Dopiero rok 1930 przyniósł znaczne osłabienie tempa inwestycji.

W łączności z nadmiernymi inwestycjami przemysłu graficznego i wydawniczego, pozostaje druga specjalna bolączka przemysłu wydawniczego — nadmierna liczba zakładanych nowych dzienników i czasopism, która idzie w parze z objawem wyjątkowo groźnym, mianowicie z objawem szybkiego upadania nowozałożonych wydawnictw. Świadczą o tem najlepiej cyfry. Nowych dzienników i czasopism założono w r. 1925 — 647, w r. 1926 — 619, w r. 1927 — 698, w r. 1928 — 786, w r. 1929 — 712, a przestało wychodzić w tychże latach 444, 454, 494, 408 i 736 dzienników i czasopism. Jeśli zważyć, że liczba zakładanych rokrocznie czasopism wynosi przeciętnie około 35 — 40% ogólnej liczby czasopism wydawanych, a liczba zawieszanych — przynosi 25% tej ogólnej liczby, że każde niemal nowe czasopismo wprowadza zamęt w stosunki ogłoszeniowe i kolportażowe, nie cofając się nawet przed obniżką cen we wszystkich dziedzinach, nawet poniżej własnych kosztów, a każde upadające wydawnictwo najczęściej nie reguluje w pełni swych zobowiązań, podrywa wskutek tego w znacznym stopniu zaufanie do przemysłu wydawniczego — można dopiero wtedy uświadomić sobie to zło, które przyczyniają liczne nieogłędne imprezy wydawnicze.

W tej dziedzinie na specjalne jeszcze zaznaczenie zasługuje sprawa powstawania w końcu r. ub. i z początkiem r. b. codziennych pism 10-groszowych, które zakładane są lub przelastaczone z 20-groszowych z myślą opa-



nowania rynku dzięki niskiej cenie oraz dostosowaniu treści do wymagań najniższych sfer czytelników.

Analiza tych przedsięwzięć wydawniczych wskazuje, że niektóre z nich ze względu na strukturę redakcyjną i swą objętość (Kurjer Polski, Express Ilustrowany Łódzki) nie mają nic wspólnego z prawidłową kalkulacją przemysłową i kupiecką. Sięgają więc do arsenału niedozwolonych środków walki konkurencyjnej, zmuszając inne wydawnictwa do ostrych walk w momencie, kiedy tylko polityka porozumienia mogłaby złagodzić skutki katastrofy gospodarczej.

Z punktu widzenia walki konkurencyjnej niebezpiecznym również objawem, wprowadzającym wielki zamęt w stosunki wydawnicze, jest wyjątkowo duża liczba czasopism periodycznych subwencjonowanych przez różne organizacje, związki i towarzystwa, czasopism, wydawanych przeważnie w celach propagandowych. Wydawnictwa te, nie prowadząc żadnej kalkulacji kosztów wydawniczych i kosztów handlowych, deprecjonują wartość ogłoszeń, wyczerpują bez pożytku dla przemysłu i handlu poważny procent budżetów ogłoszeniowych, obciążają budżety jednostek znacznymi wydatkami na prenumeratę, nie przynosząc pożądanego skutku ani z punktu widzenia propagandowego dla tych organizacji i instytucji, ani z punktu widzenia podniesienia czytelnictwa i kultury, gdyż większość czasopism tej kategorii nie przedstawia dostatecznej siły atrakcyjnej, by były przedmiotem poważniejszego zainteresowania przymusowych przeważnie abonentów.

Wydawcy pism periodycznych polskich obok trudnych warunków pracy, ze względu na inflację czasopism subwencjonowanych, mają do zwalczania silną konkurencję czasopism periodycznych zagranicznych, w szczególności czasopism ilustrowanych, stojących na wysokim poziomie graficznym, a posiadających stosunkowo niską cenę, gdyż opartych o rynek wszechświatowy. Przywóz tych czasopism do Polski mimo potęgującego się kryzysu gospodarczego wzrasta silnie i systematycznie z roku na rok. Podczas gdy jeszcze w r. 1926 przywieziono czasopism obcych na sumę 1.670 tys., w r. 1927 wartość wprowadzonych czasopism wyniosła 3.079 tys. zł., w r. 1928 — 3.684, w r. 1929 — 3.909 milj. zł., a sądząc z cyfr pierwszych 11 miesięcy r. 1930, w roku tym przekroczy kwotę 4.000 tys. zł. Dopiero więc dokładne rozważenie warunków pracy wydawniczej w dziedzinie periodyków daje możliwość zrozumieć ciężką ich sytuację, w dobie kurczącego się silnie wskutek kryzysu gospodarczego rynku i tak już wyjątkowo mało pojemnego.

Wszystkie powyższe specjalne przyczyny kryzysu wydawniczego razem wzięte: zarówno nadmierna liczba powstających czasopism, jak i bezwzględna walka konkurencyjna oraz wielka liczba czasopism subwencjonowanych, nie prowadzących zdrowej kalkulacji, spowodują wyjątkowy zamęt w dziedzinie ogłoszeniowej. Określanie cen ogłoszeń poniżej ceny składu i wartości papieru, stosowanie wyjątkowo wysokich rabatów od cenników, podawanych do publicznej wiadomości, szafowanie kredytami, wyczerpywanie budżetów ogłoszeniowych najpoważniejszych przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych w znacznym procencie na nieprodukcyjne ogłosze-

nia — oto zjawiska niemal codzienne, z którymi uporać się muszą poważniejsze wydawnictwa w Polsce.

Przeżywając wyjątkowo głęboki kryzys ogłoszeniowy, prasa nie znajduje dostatecznego podtrzymania w dziedzinie kolportażu, który nie jest zorganizowany dotychczas na całym terytorjum Państwa w sposób zapewniający z jednej strony — dotarcie wszędzie do czytelnika, z drugiej strony — uzyskanie w określonych terminach należności z tytułu sprzedaży dzienników i czasopism.

Obraz głównych przyczyn kryzysu wydawniczego zamyka brak dostatecznego poparcia wysiłków wydawniczych przez Państwo, które, wydając olbrzymie sumy na szkolnictwo, czyni bardzo mało, aby ułatwić pracę wydawnictw, spełniających wytrwale misję podnoszenia poziomu kulturalnego i intelektualnego najszerszych warstw ludności.

Przemysł wydawniczy znajduje się więc w chwili obecnej w fazie rozpoczynającego się ostrego kryzysu, z którego wydostać się będzie mógł tylko dzięki systematycznym i konsekwentnym wysiłkom myśli i czynu. Kryzys gospodarczy zarówno w Polsce, jak i w innych państwach uprzemysłowionych nie minie szybko, zabójczym więc byłoby oczekiwanie na jego szybkie przejście lub złagodnienie. Warunkiem więc przetrwania i przyszłego rozwoju przemysłu wydawniczego w Polsce jest szybkie znalezienie dróg, choćby powolnego stopniowego wyjścia z trudności.

Pierwszym narzucającym się w tej sytuacji nakazem jest najdalej posunięta oszczędność w organizacji pracy redakcyjnej, administracyjnej i drukarskiej — oszczędność, z którą musi iść w parze rewizja zasadniczych składników kosztów produkcji wydawniczej, w szczególności tych elementów materialnych i pracy w kosztach produkcji, które w Polsce, dzięki specjalnym warunkom, wyrosły ponad poziom, zarówno spotykany zagranicą, jak i w innych dziedzinach przemysłu w kraju. Specjalnej analizie winny być przedewszystkiem poddane koszty zasadniczych materiałów używanych w produkcji wydawniczej, a więc papieru i farb, cena których w Polsce, wyjątkowo wysoka, dzięki wysokiej ochronie celnej, uległa z początkiem roku 1930 nieznacznej tylko zniżce, gdy zagranicą stwierdzamy zniżki 15-to procentowe i wyższe.

Najdalej jednak posunięta zniżka wszystkich elementów kosztów produkcji wydawniczej nie rozwiąże zagadnienia zwalczania kryzysu wydawniczego w Polsce, gdy nie będą uwzględniane zasadnicze postulaty współczesnej organizacji produkcji i handlu, polegające na daleko posuniętym podziale pracy, specjalizacji i racjonalizacji, dających w rezultacie zasadnicze potaniecie produkcji, dzięki celowemu wyzyskaniu środków technicznych, fachowego personelu, wszechstronnemu zużytkowaniu materiałów i t. p. Droga do tego prowadzi przez porozumienia wszelkiej kategorii, począwszy od luźnych porozumień w sprawach warunków sprzedaży (w sprawie ceny, rabatów, organizacji sprzedaży), po przez porozumienia, mające na celu złagodzenie walk konkurencyjnych, dopingujących poszczególne wydawnictwa w kierunku zwiększania wydatków i podnoszenia świadczeń na rzecz czytelników (porozumienia w sprawie objętości numerów, dodatków



etc.), kończąc na ścisłych porozumieniach (trustach), prowadzących do wspólnej organizacji, wspólnego kierownictwa, do silniejszego wyzyskania maszyn i urządzeń technicznych, aparatu informacyjnego, redakcyjnego i administracyjnego.

Trzeciej wreszcie kategorii środki zaradcze zależą od Państwa i samorządu. Uwzględnienie licznych postulatów przemysłu wydawniczego, przytoczonych w poprzednich

numerach *P r a s y*, pozwoliłoby na znaczne zmniejszenie kosztów wydawniczych oraz na wyjątkowo silne wzmoczenie czytelnictwa, a co za tem idzie, na szybsze podniesienie kultury kraju i podniesienie jakości, sprawności i wydajności pracy obywateli we wszystkich dziedzinach. Postulaty te jednak tylko wówczas będą zrealizowane, jeśli prasa działać będzie jako siła zorganizowana, zwarta i solidarna.

FRANCISZEK GŁOWIŃSKI

## KRYZYS GOSPODARCZY, A BEZIMIENNA REKLAMA ZBIOROWA

Jednym ze skutków i przejawów przeżywanego przez nas kryzysu gospodarczego jest stałe zmniejszanie przez handel i przemysł zakresu i rozmiarów stosowanej przez nie reklamy. Znękanie sytuacją gospodarczą, borykające się z poważnymi trudnościami pieniężnymi przedsiębiorstwa handlowo-przemysłowe skreślają całkowicie lub też zmniejszają do minimum swe wydatki na reklamę. Nie mamy pieniędzy na reklamę, wątpimy, czy wydatki poniesione na nią dałyby w obecnej sytuacji należyte rezultaty — oto stały refren, jaki przemysł i handel powtarza obecnie na ten temat.

Nie wdając się w tej chwili w rozważania nad tem, czy ten ostatni pogląd jest słusznym i uzasadnionym, skonstatować trzeba, że notorycznym faktem stał się gwałtowny ilościowy spadek wszystkich form reklamy, a m. in. również najważniejszego z nich, t. j. ogłoszeń prasowych.

A jest to zjawisko groźne i niebezpieczne nie tylko dla prasy, ale i dla życia gospodarczego kraju; zanik bowiem reklamy, potężnego nowoczesnego czynnika rozwoju tego życia, musi nieuchronnie przyczyniać się do dalszego pogłębiania zastoju w handlu i przemyśle.

W takim momencie godzi się przyponnieć tę stara, ale wiecznie żywą prawdę, iż częstokroć siłami zbiorowemi można dokonać tego, co przerasta możliwości jednostek, czy poszczególnych warsztatów pracy. W takim momencie zarówno nasze organizacje i zrzeszenia gospodarcze, jak i prasa, zwrócić winny baczniejszą, niż dotychczas, uwagę na szeroko zagranicą, a rzadko i słabo naogół w Polsce stosowany rodzaj bezfirmowej reklamy zbiorowej, przeprowadzanej przez poszczególne, zrzeszone gałęzie produkcji przemysłowej i organizacje handlowe.

Szczególnie rozpowszechnionym jest ten rodzaj reklamy w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, gdzie związki producentów i sprzedawców różnych towarów często przeprowadzają wspólnymi siłami wielkie kampanie reklamowe, celem spopularyzowania, rozpowszechnienia lub zwiększenia zbytu pewnych towarów i wyrobów.

P. O. Langer w swej pracy „Zasady ogłaszania“ podaje interesujące przykłady zbiorowej reklamy, stosowanej w Ameryce. Korzystają tam z niej banki, zachęcające ogół do lokowania w nich oszczędności. Posiłkują się nią: producenci materiałów ceramicznych (budownictwo

z cegły), wytwórnie cementu (budownictwo cementowe), przemysł metalowy, przemysł skórzany (walka w obronie skóry przeciw podeszwom gumowym), związki producentów i sprzedawców lakierów, złączeni dla wspólnej akcji reklamowej z pokrewnymi gałęziami handlu i przemysłu. „W ten sposób — pisze p. O. Langer — producenci kartek z życzeniami świątecznymi, fabrykanci lodów, ogrodnicy, piekarze i inni mali wytwórcy mogą prowadzić kampanie ogłoszeniowe, kosztujące setki tysięcy dolarów rocznie i przynoszące należyte wyniki poszczególnym członkom związku“.

Również w Europie Zachodniej reklama zbiorowa znajduje częste zastosowanie. W końcu ub. roku w Niemczech — jak o tem informuje „Zeitungsverlag“ — został zorganizowany tydzień zbiorowej propagandy niemieckiego przemysłu obuwniczego. W ostatnim również czasie organizacje przedsiębiorców fryzjerskich w Anglii wyasygnowały znaczne sumy na swą propagandę zawodową.

Jeden z ostatnich zeszłorocznych numerów paryskiej „La Publicité“ przynosi bardzo ciekawe przykłady skutecznej reklamy zbiorowej. W Stanach Zjednoczonych doskonale rezultaty dała propaganda zbiorowa hodowców i sprzedawców kwiatów, podjęta pod hasłem: „Powiedzcie to przy pomocy kwiatów“. W Anglii w pewnym momencie hodowcy i sprzedawcy owoców rzucili w społeczeństwo hasło: „Jedzcie więcej owoców“; wydawszy na ogłoszenia 40.000 funtów szterlingów, już w pierwszym roku stosowania tej propagandy zwiększyli sprzedaż owoców o 2.000.000 funtów szterlingów; na koszty ogłoszeń odeszło więc z tej sumy tylko 2%. We Francji Syndykat Wytwórców Czekolady prowadzi wielką propagandę ogłoszeniową na rzecz zwiększenia spożycia czekolady.

Podkreślić należy, iż główną podstawę każdej zbiorowej akcji propagandowej, przeprowadzanej zagranicą, stanowi reklama prasowa.

W Polsce ta metoda zbiorowej, bezimiennej propagandy nie miała do niedawna prawie zupełnie zastosowania, aczkolwiek nasz przemysł i handel mógłby przy jej pomocy w wielu dziedzinach zwiększyć zapotrzebowanie i spożycie różnych kategorii towarów.

Zdumiewającą jest np. rzeczą, że nasz przemysł włókienniczy nie wsparł i nie wspiera akcją ogłoszeniową, samorzutnie zbudzonego w społeczeństwie prądu popierania, w związku z naszą sytuacją gospodarczą, krajowych wyrobów włókienniczych. Niemniej zdumiewają-



cem jest. Iż polski przemysł obuwniczy nie zdobył się na żadną niemal, poza drobnymi wyjątkami, akcją reklamową w momencie groźnej dla niego inwazji taniego obuwia czeskiego.

Nie korzystają w Polsce z reklamy zbiorowej zupełnie, lub stosują ją tylko w bardzo wąskim zakresie, tak do niej predystynowane gałęzie przemysłu i handlu, jak: browarnictwo, towarzystwa ubezpieczeniowe, gazownictwo, przemysł elektrotechniczny, producenci krajowych win, owoców, ryb, konserw owocowych, zdrownictwo krajowe, przemysł maszyn rolniczych, pewne gałęzie przemysłu chemicznego oraz metalowego i wiele, wiele innych.

Przemysł cementowy, przemysł urządzeń zdrowotnych i śląskie huty żelazne, stosując pewne formy propagandy zbiorowej, nie doceniają znaczenia prasy dla wszelkiej akcji reklamowej.

Na niewielką skalę stosują reklamę zbiorową, uwzględniając w niej przedewszystkiem prasę: księgarstwo polskie, propagujące zbiorowo w okresach przedwiazdkowych i przedwakacyjnych nabywanie książek, a dalej producenci esencji octowej, zrzeszeni w biurze sprzedaży „Chemkomis” i przemysł nawozów sztucznych; z inicjatywy Wydziału Ogłoszeń Polskiej Agencji Publicystycznej próby zbiorowej reklamy podejmował w roku ubiegłym przemysł radiotechniczny.

Za pierwszą jednak istotnie na wielką skalę pomyślaną i planowo przeprowadzoną w Polsce akcją reklamy zbiorowej uważać należy podjętą przez przemysł cukrowniczy propagandę spożycia cukru. Lata ostatnie przyniosły w Polsce, zresztą tak samo jak i zagranicą, bardzo poważny spadek spożycia cukru. Przeciwdziałając temu groźnemu dla siebie zjawisku, przemysł cukrowniczy zorganizował w pierwszych miesiącach ub. r. Biuro Propagandy Konsumcji Cukru i przystąpił do szerokiej akcji reklamowej na rzecz spożycia cukru, używając do niej w pierwszym rzędzie łamów prasy; w dziennikach i czasopismach ukazywać się zaczęły liczne ogłoszenia, wzmianki i artykuły o cukrze; również przy pomocy prasy spopularyzowano szereg ankiet i konkursów, dotyczących spożycia cukru.

Zręcznie zorganizowana i przeprowadzona, według planów i projektów red. M. Wańkowicza, akcja szybko wydawać zaczęła pozytywne rezultaty. Bo oto, jak to cyfrowo wykazała „Gazeta Handlowa” (Nr. 177 z r. 1930), już od kwietnia ub. r., mimo wzrostu kryzysu gospodarczego, krajowa konsumpcja cukru poczęła stale, z miesia-

ca na miesiąc wydatnie zwiększać się i to o tysiące tonn w stosunku do odnośnych miesięcy ubiegłych lat.

Ciekawy artykuł p. t. „Słodka propaganda” poświęcił tej sprawie w Nr. 36 z r. ub. „Świat”, prezes Polskiego Związku Reklamowego, p. dyr. St. Z. Zakrzewski, który potwierdza również doskonałe rezultaty kampanii reklamowej w sprawie spożycia cukru.

W tymże artykule p. Zakrzewski przytacza szereg wymownych przykładów skutecznej, zbiorowej reklamy. Autor artykułu przypomina, jak to w swoim czasie redagowana przez niego „Gazeta Kaszubska” zainicjowała w prasie polskiej akcją propagandystyczną na rzecz spożycia ryb z polskiego morza; akcja ta dała wynik bardzo pomyślny, dobroczynnie wpływając na los polskich Kaszubów.

„W Rzeszy Niemieckiej — pisze p. Zakrzewski — prowadzą obecnie kampanję w celu podniesienia spożycia żyta. Italia prowadzi dziś ożywioną kampanję na rzecz włoskich win. Norwegia zarzuca rynki tranem i sardynką, zawdzięczając jej dobrobyt kraju. A spożycie idzie wszędzie w ślad za ożywioną i skuteczną propagandą, bądź reklama, używającą całej dynamiki argumentów w celu wzmocnienia konsumpcji”.

Te tak liczne przykłady i wzory zagraniczne oraz pomyślne wyniki polskiej propagandy spożycia cukru powinny w Polsce zwiększyć zrozumienie doniosłości i skuteczności reklamy zbiorowej.

Jeszcze jeden wzgląd czyni znaczenie tej kategorii reklamy niezmiernie doniosłym. Toruje ona drogę i przygotowuje grunt dla skuteczności reklamy indywidualnej poszczególnych firm, zachęca je do niej, zapewnia większą skuteczność reklamie indywidualnej. Z tego punktu widzenia jest bardzo pożyteczną i korzystną zarówno dla poszczególnych przedsiębiorstw handlowo-przemysłowych, jak i dla prasy.

To też nasze zrzeszenia przemysłowe i handlowe właśnie obecnie winny bliżej zainteresować się zagadnieniem reklamy zbiorowej.

Z drugiej strony prasa wogóle, a gospodarcza i fachowa w szczególności powinna krzewić i popularyzować wśród sfer gospodarczych myśli o częstszym i wydatniejszym niż dotychczas stosowaniu u nas tej metody reklamy.

Otwiera się tu wreszcie piękne pole do działania dla ambitnych, pragnących wydajnie i twórczo pracować biur i agencji reklamowych.

**Nr. 1—3 PRASY z r. 1930 są do nabycia w Administracji — Warszawa, Krakowskie Przedmieście 40, m. 4 — w cenie 4 zł. za trzy zeszyty.**

**ZESZYTY 1—3 PRASY ZAWIERAJĄ NASTĘPUJĄCE ARTYKUŁY:**

- Nr. 1. *Stefan Krzywoszewski*. Na progu naszej pracy.  
*Franciszek Głowiński*. O jednolitej organizacji prasy.  
*Wincenty Trzebiński*. Nauka o dziennikarstwie.  
*Jerzy Szapiro*. Trusty prasowe (Angl.).  
 Nr. 2. Przed wojnami.  
*Stanisław Jarkowski*. Najważniejsze daty z zarania prasy.  
*Jerzy Szapiro*. Trusty prasowe (Niemcy).

Prasa i poczta (sposrządzenia i uwagi *Zygmunta Pierrickiego*).

*Jerzy Gutscbe*. Ilustracja w prasie codziennej.

- Nr. 3. *Ksawery Świerkowski*. Prasa powstania listopadowego.  
*Eustachy Czekalski*. „Świat” — jubilat.

*Józef Bero*. Z działalności biura prasowego Rządu Narodowego w 1831 r.

Kryzys oświeceniowy w Anglii.

Ponadto w każdym numerze zwykle rubryki bieżące.

Objętość ogólna zeszytów Nr. 1 — 3 tworzy 104 str.



# ŻYCIE ORGANIZACYJNE

## Z DZIAŁALNOŚCI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

### Posiedzenie Prezydium Zarządu Głównego Związku.

W dniu 18 grudnia r. ub. odbyło się posiedzenie prezydium Zarządu Głównego Związku Wydawców z udziałem pp. *Stefana Krzywoszewskiego*, *Antoniego Lewandowskiego* i *Mieczysława Niklewicza*, w obecności prezesa Rady Związku p. *Feliksa Mrozowskiego*, poświęcone sprawom organizacyjnym Związku oraz ustaleniu planu najbliższych prac.

Na posiedzeniu tem jeszcze raz rozważano sprawę systemu prac w Sekcjach Związku i zdecydowano zwoływać Sekcje tylko po gruntownym przygotowaniu wniosków przez fachowe komisje względnie przez referentów.

Z uwagi na wyjątkowe pogorszenie się sytuacji w przemyśle wydawniczym, w związku z potęgującym się przesileniem gospodarczym kraju, uchwalono zwołać szereg zebrań wydawców dzienników i czasopism, zaczynając od wydawców warszawskich, celem szczegółowego rozważenia sytuacji i obmyślenia środków na złagodzenie skutków tego kryzysu.

Na temże zebraniu dyskutowano i ustalono terminy najbliższych zebrań Zarządu Głównego oraz Rady Związku.

### Zebranie wydawców warszawskich w sprawie kryzysu w przemyśle wydawniczym.

W dniu 9 stycznia r. b. odbyło się pod przewodnictwem prezesa Zarządu Głównego Związku p. *Stefana Krzywoszewskiego* liczne zebranie wydawców dzienników i czasopism warszawskich poświęcone rozważeniu ciężkiej sytuacji w przemyśle wydawniczym z udziałem pp. *W. Buchnera* (Mucha), *K. Eydziatowiczu* (Dzień Polski), *W. Gebuthnera* (Tygodnik Ilustrowany), *E. Grocholskiej* (Kobieta Współczesna), *A. Lewandowskiego* (Prasa Polska S. A.), *Koprowskiego* (Der Moment), *M. Łazęckiego* (Gazeta Rolnicza), *M. P. Magnuskiego* (Kurjer Poranny), *F. Mrozowskiego* (Kurjer Warszawski), *M. Niklewicza* (Gazeta Warszawska), *Orłowskiego* i *K. Nowackiego* (Rzeczpospolita), *Z. Pierackiego* (Błuszcz), *D. Rozenkweiga* i *N. Szwalbeego* (Nasz Przegląd), *Jerzego Szapiry* (Robotnik), *A. Szczepanika* (Gazeta Handlowa) oraz p. *Fr. Głowińskiego* (Express Lubelski). Usprawiedliwili swą nieobecność przedstawiciele ABC i Gazety Polskiej.

Po zagajeniu zebrania przez prezesa Zarządu Głównego Związku p. *Stefana Krzywoszewskiego*, dyrektor Związku p. *Stanisław Kuzik* wygłosił referat na temat „Sytuacja obecna przemysłu wydawniczego na tle sytuacji gospodarczej Państwa”. Treść tego referatu oraz główne wnioski, przedstawione na tym zebraniu, zawarte są w artykule p. *St. Kuzika* p. t. „Kryzys” w niniejszym numerze *Prasy*. Po referacie wywiązała się ożywiona dyskusja, w której brali udział niemal wszyscy obecni, charakteryzując rozmiary przeżywanego kryzysu;

specjalna uwaga poświęcona przytem została sprawie powstawania dzienników 10-cio groszowych.

W wyniku dyskusji uchwalono powołać specjalną komisję, której zadaniem byłoby szczegółowe zanalizowanie kosztów produkcji wydawniczej w Polsce oraz przedstawienie wyników swej analizy i wniosków, płynących z tej analizy, na następnym plenarnym zebraniu wydawców dzienników i czasopism warszawskich oraz zebraniu ogólnem członków Związku.

Do składu komisji powołano pp. *F. L. Fryzego*, *A. Lewandowskiego*, *F. Mrozowskiego*, *M. Niklewicza*, *Z. Pierackiego*, *J. Szapirę*, *N. Szwalbeego* oraz uproszono p. *E. Grocholską* o przedstawienie wniosków w sprawie propagandy czytelnictwa i p. *F. Głowińskiego* o przedstawienie wniosków w sprawie propagandy działów ogłoszeniowych dzienników i czasopism.

### Prace Komisji powołanej dla zbadania kosztów produkcji wydawniczej.

Komisja powołana przez zebranie wydawców dzienników i czasopism warszawskich dla szczegółowego zanalizowania kosztów produkcji wydawniczej obradowała w dniu 9, 16 i 21 stycznia r. b. pod przewodnictwem p. *Feliksa Mrozowskiego*, przy udziale pp.: *A. Lewandowskiego*, *M. Niklewicza*, *Z. Pierackiego*, *J. Szapiry*, *N. Szwalbeego* oraz pp. *F. Głowińskiego*, *T. Kobyłańskiego* i *St. Kuzika*. Na posiedzeniach tym rozpatrzone zostały sprawy następujące: ceny papieru, koszty drukarskie, koszty redakcyjne oraz koszty materiałów agencyjnych. Następne posiedzenie komisji odbędzie się w dniu 3 lutego r. b.

### 1-sze (13-te) posiedzenie Zarządu Głównego Związku.

W dniu 22 stycznia r. b. odbyło się pierwsze w roku bieżącym (13-te z rzędu) posiedzenie Zarządu Głównego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism pod przewodnictwem prezesa p. *Stefana Krzywoszewskiego*, poświęcone głównie sprawom finansowym Związku: rozpatrzeniu bilansu Związku na dzień 31 grudnia 1930 r., rozpatrzeniu budżetu biura Związku Wydawców oraz wydawnictwa Prasa na r. 1931.

Na posiedzeniu tem postanowiono zwołać posiedzenie Rady Związku Wydawców Dzienników i Czasopism na dzień 16 lutego r. b. i poświęcić je przedewszystkiem rozważeniu środków zaradczych na złagodzenie kryzysu wydawniczego w Polsce.

W poczet członków Związku przyjęto na tem posiedzeniu p. *J. Orłowskiego* i *H. Szczepkowskię*, jako przedstawicieli „Rzeczypospolitej” i p. *F. Głowackiego*, jako przedstawiciela „Polski Zachodniej”; wydawnictwo „Buchalter Polski” oraz p. *A. Szylera* jako przedstawiciela tego wydawnictwa, tudzież wydawnictwo „7 dni” oraz p. *M. Reicha* i *S. Czyhaka*, jako przedstawicieli wydawnictwa „7 dni”.



## Z DZIAŁALNOŚCI ZWIĄZKU SYNDYKATÓW DZIENNIKARZY POLSKICH SYNDYKATÓW DZIENNIKARZY ORAZ INNYCH ORGANIZACJI DZIENNIKARSKICH

### Zjazd Związku Syndykatów Dziennikarzy Polskich.

D. 18 b. m. pod przewodnictwem prezesa Zdzisława Debickiego, odbył się w lokalu klubu Sprawozdawców Parlamentarnych walny zjazd Związku Syndykatów Dziennikarzy Polskich.

W zjeździe wzięli udział delegaci wszystkich zrzeszonych syndykatów, reprezentujący po 1 głosie na każdym 20 członków syndykatu. Syndykat warszawski miał 11 głosów, jego sekcja żydowska—6, Kraków—2, Lwów—3, Poznań—5, Wilno—2, Łódź—5, G. Śląsk i Zagłębie Dąbrowskie—2, Pomorze—3, Gdańsk 1. Ogółem delegatów przybyło 44, reprezentujących 40 głosów. W jeździe wziął oczywiście udział dotychczasowy Zarząd.

Po zaznajomieniu się z gromadzeniem z obszernym sprawozdaniem z działalności Zarządu za czas od 16 czerwca 1929 r. do 18 stycznia 1931 r., zebranie uchwaliło jednomyślnie absolutorjum dla ustępującego zarządu.

Po dyskusji nad sprawozdaniem, uchwalono też następujący wniosek: „Walne Zgromadzenie Z. S. D. P. po rozważeniu sprawozdania Zarządu, a w szczególności z jego akcji w sprawie zamykania drukarni i represji, stosowanych do poszczególnych pism i dziennikarzy, stwierdza, że uważa dalej za konieczną wytrwałą i niezłomną akcję wszystkich syndykatów i władz zrzeszonego dziennikarstwa w obronie praw moralnych dziennikarzy”.

Dłuższą dyskusję wywołały zgłoszone przez różnych delegatów rezolucje w sprawie brzeskiej. Na wniosek Wydziału Wykonawczego, większością głosów rezolucje te zostały zdjęte z porządku dziennego.

W sprawach organizacyjnych Zjazd jednomyślnie uchwalił powołać do życia ogólnozwiązkową komisję statutową, złożoną z delegatów wszystkich syndykatów z udziałem 2 członków zarządu. Komisja ta ma rozpocząć prace najdalej w ciągu 4 tygodni, a zakończyć je najpóźniej w ciągu trzech kwartałów.

Powzięto też jednomyślną uchwałę, że wobec rewizji statutu i statutów lokalnych, żadne nowe zgłoszenia organizujących się lokalnych syndykatów nie będą uwzględniane.

Wreszcie dokonano wyboru władz Związku na nową kadencję. Wyniki wyborów są następujące: Prezes — Zdzisław Debicki (Warszawa), wiceprezesa Beaupré (Kraków), Bazylewski (Warszawa), Grostern (Warszawa), członkowie zarządu — J. Krawczyńska (Warszawa), St. Czornowski (Warszawa), H. Wierzyński (Warszawa), H. Gottlieb (Warsza-

wa — sekcja żydowska). L. Feldman (Kraków), B. Jarochoński (Poznań), Roman Wasilewski (Pomorze), Renik (G. Śląsk), M. Szydłowski (Wilno), Cz. Gumkowski (Łódź), T. Szenberg - Górski (Łódź). Poza to do zarządu wejdzie przedstawiciel syndykatu lwowskiego, którego wydeleguje organizacja miejscowa, a także powołany jednomyślną uchwałą Zjazdu prezes komisji statutowej — p. Roman Kordys (Kraków).

O różnych zagadnieniach, poruszonych w sprawozdaniu Zarządu, w dyskusji i uchwałach Zjazdu, poinformujemy obszerniej w następnym zeszycie „Prasy”.

### Ze Związku Syndykatu Dziennikarzy Polskich.

W końcu r. 1930 w poszczególnych Syndykatach, należących do Związku, odbywały się doroczne walne zgromadzenia, na których dokonywano wyboru władz na nową kadencję.

Na posiedzeniu Syndykatu Krakowskiego w dniu 21 grudnia został obrany następujący Zarząd: prezes dr. Józef Flach (Świątówid), wiceprezesa: Roman Woyczyński (IKC) i dr. Wilhelm Berkelhammer (Nowy Dziennik), członkowie Zarządu: Kazimierz Dobija (IKC), Leon Feldman (Naprzód), Emil Haecker (Naprzód), Roman Kordys (IKC), Zygfryd Mozes (Nowy Dziennik), Marian Skalski (Czas), Tadeusz Szydłowski (Czas), Ludwik Strojek (PAT), Janusz Śmiechowski (IKC) i Leon Tomaszewicz (IKC).

Na posiedzeniu Syndykatu Krakowskiego w uznaniu wybitnych zasług wieloletniego ustępującego prezesa red. d-ra Antoniego Beauprégo postawiono wniosek o mianowanie go członkiem honorowym Syndykatu Dziennikarzy Krakowskich. Ze względów formalnych wniosek ten przekazano nowemu wydziałowi dla przedstawienia go na nadzwyczajne walne zgromadzenie. Odbyte w parę dni później walne zgromadzenie wniosek ten jednomyślnie uchwaliło.

Walne zgromadzenie Syndykatu Krakowskiego aprobowало stanowisko Zarządu w sprawie zajęć z organami policji na dworc kolejowym w dniu 30 listopada roku zeszłego i poleciło nowemu Zarządowi wniesienie odpowiedniego memoriału do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych.

Syndykat Dziennikarzy Polskich Śląska i Zagłębia Dąbrowskiego w sprawozdaniu z działalności za 1930 r. stwierdza, że liczba członków wzrosła o 7 i wynosi osób 50. Władze Syndykatu w roku sprawozdawczym stanowili: Henryk Sławik — prezes, Władysław Kubisz — wiceprezes, Józef Renik — sekretarz, Henryk Sperling — skarbnik i Ste-

fan Arnold — członek Zarządu. W Syndykacie Śląskim znajduje się jeden dziennikarz Niemiec, a mianowicie naczelny redaktor dziennika socjalistycznego „Volkswille“ w Katowicach. Kwestia przyjmowania dalszych zgłoszeń dziennikarzy niemieckich pozostaje w zawieszaniu.

Syndykat Dziennikarzy Polskich we Lwowie w sprawozdaniu z działalności za 1930 r. stwierdza, że liczy członków 57. Skład władz Syndykatu jest następujący: prezes red. Zygmunt Fryling, wiceprezesa: Michał Rolle, Bronisław Laskownicki, Henryk Heszles, Bronisław Skalak, członkowie Zarządu — Kozłowski, Hausnerowa, Kupczyński, Blaustein, Świrski, Gottlieb, Nechay, Weinstock, Szenderowicz i Cennik.

W Syndykacie Pomorskim, w którym, jak donosiliśmy już w ubiegłym roku 1930 na skutek starań ZSDP doszło do zjednoczenia dwu organizacji, działających na tym terenie, zrezygnował z prezesury red. Józef Teska i prowizorycznie pełni funkcje prezesa dotychczasowy wiceprezes pos. Stefan Sacha.

Na posiedzeniu Syndykatu Dziennikarzy Wileńskich w dn. 7 grudnia r. ub. został obrany następujący zarząd: prezes Marian Szydłowski (kierownik oddziału P. A. T-a), Ludwik Abramowicz (Kurier Wileński), Stanisław Kodź (kor. Kurjera Warszawskiego), Józef Mackiewicz (Słowo) i Józef Jurkiewicz (Kurier Wileński). Do sadu rozjemczego wybrani zostali posłowie na Sejm, pp.: Aleksander Zwierzyński i Stanisław Mackiewicz oraz red. p. Kazimierz Okulicz, zaś do Komisji Rewizyjnej pp.: Józef Batorowicz, Piotr Kownacki i Kazimierz Luboński.

W innych Syndykatach zebrania sprawozdawcze i wybory Zarządu odbyła się w miesiącach maju i czerwca.

Na najbliższych posiedzeniach Zarządu ZSDP rozważane być mają zgłoszenia, które wpłynęły do Związku z Nowogródka, gdzie utworzyła się lokalna organizacja, jednocząca miejscowych literatów i dziennikarzy.

Jak słyhać, ze względu na ściśle wymagania statutu, który zastrzega prawnie do organizacji wyłączenie współpracowników pism codziennych dziennikarzy może być mowa tylko o utworzeniu lokalnej sekcji nowogródzkiej przy Syndykacie Dziennikarzy Wileńskich.

### Klub Sprawozdawców Parlamentarnych.

W dniach 14 i 19 stycznia odbyło się w gmachu Sejmu walne zgromadzenie Klubu Sprawozdawców Par-



lamentarnych, na którym wysłuchano sprawozdania zarządu z działalności w ciągu roku ubiegłego, przyjęto kilka zmian w regulaminie wewnętrznym klubu i dokonano wyboru nowego zarządu w składzie następującym: prezes — p. Mieszysław Szczyński, wiceprezes — p. Hieronim Wierzyński, skarbnik — p. Zofia Osbergerowa, sekretarz — p. Władysław Besterman, członkowie — pp.: Zygmunt Sachnowski, Stanisław Zacharjasiewicz i Bernard Zynger.

Chcąc uczcić zasługi, położone dla dobra klubu oraz dla obrony interesów zawodowych stanu dziennikar-

skiego w całej Polsce przez wieloletniego prezesa klubu p. Władysława Bazylewskiego, walne zgromadzenie nadało mu jednogłośnie uchwałą godność członka honorowego i postanowiło zawiesić jego portret w lokalu klubowym.

Nowoobрани prezes p. Mieczysław Szczyński, dziękując za wybór, wygłosił do zgromadzonych krótkie przemówienie, w którym podkreślił apolityczny charakter klubu oraz konieczność utrzymywania stosunków wzajemnej życzliwości i lojalności z władzami obu izb ustawodawczych.

#### Stypendja dziennikarskie.

Komisja regulaminowa - prawna warszawskiej Rady Miejskiej przyjęła statut stypendiów, które miasto zamierza corocznie nadawać dziennikarzom i publicystom na studia specjalne w kraju i zagranicą w zakresie zawodowej pracy dziennikarskiej. Kandydatów do stypendiów przedstawiać będzie Syndykat Dziennikarzy Warszawskich. Komisja zmniejszyła proponowaną pierwotnie sumę 10.000 zł. do 6.000 zł., tak, że zamiast 3-ech stypendiów po 3.333 zł., udzielane będą corocznie dwa stypendia po 3.000 zł.

## KRONIKA KRAJOWA

### DWUDZIESTOPIĘCIOLECIE „ŚWIATA“

#### Bankiet ku czci redaktora „Świata“ Stefana Krzywoszewskiego.

W dniu 11 stycznia r. b. w salo-  
nach Resursy Kupieckiej odbył się bankiet, którym liczne grono przyjaciół ze świata wydawniczego, dziennikarskiego, literackiego i artystycznego stolicy uczciło 25-lecie działalności redaktorskiej p. Stefana Krzywoszewskiego, a zarazem 25-lecie założonego przez niego i redagowanego przezeń bez przerwy tygodnika „Świat“.

Podczas uczty w serdecznych słowach przemawiali, podnosząc zasługi jubilata: prezydent m. stoł. Warszawy Stomiński, prezes rady Związku Wydawców p. F. Mrozowski, prezes Syndykatu dziennikarzy warszawskich p. W. Giełżyński oraz pp.: dyr. J. Lorentowicz, dyr. L. Sol-ski, W. Grubiński, L. Chrzanowski, E. Czekalski, M. Borzęcki, M. Cwiklińska i I. Dygas.

Prezes Rady Związku Wydawców

Dzienników i Czasopism, p. Feliks Mrozowski podniósł w swem przemówieniu fakt, że mimo licznych obowiązków redakcyjnych, oraz prac literackich, wreszcie mimo absorbujących prac dla szeregu Związków i organizacji red. Stefan Krzywoszewski nie wahał się stanąć blisko półtora roku temu na czele Zarządu Głównego Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism i oddał wiele już czasu i energii poświęcił dla dobra całego czasopiśmiennictwa w Polsce. Przemówienie swe p. Feliks Mrozowski zakończył, składając red. Stefanowi Krzywoszewskiemu życzenia długich lat dalszej owocnej pracy nad podniesieniem ideowym i materialnym czasopiśmiennictwa w Polsce, co stanowi jeden z głównych celów Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism.

#### Jubileuszowy numer „Świata“.

Z okazji 25-lecia „Świat“ wydał obszerny (5 arkuszy druku) numer jubileuszowy, który zarówno wyglądem zewnętrznym, jak i treścią, stanowi wartościową księgę pamiątkową. Numer otwiera artykuł red. Stefana Krzywoszewskiego, wspominający założenie pisma i obrazujący jego dzieje; następują artykuły wybitnych publicystów i literatów, współpracowników „Świata“, a mianowicie Eustachego Czekalskiego, Witolda Giełżyńskiego, Stanisława Strońskiego, Wicentego Rzymowskiego, Juliusza Kaden-Bandrowskiego, Wacława Grubińskiego, Wojciecha Baranowskiego, Kornela Makuszyńskiego, Kazimierza Wroczyńskiego, Stanisława Sierosławskiego, Józefa Jankowskiego i in. Szereg ilustracji, w tem kilka barwnych, o wysokim poziomie, stanowi artystyczną ozdobę numeru, dającego w linjach konturowych przegląd życia polskiego na przestrzeni ubiegłych 25 lat.

#### ZA 10 GROSZY...

W dobie ciężkiego kryzysu gospodarczego, który szczególnie silnie dotyka prasę polską, borykającą się w coraz trudniejszych warunkach o wypełnienie swych zadań kulturalno-społecznych, na specjalne omówienie zasługuje pojawienie się na rynku paru nowych wydawnictw 10-groszowych, które w życie naszej prasy wnoszą elementy ze wszech miar niezdrówne. Mamy na myśli „Kurier Polski“ i łódzki „Express Ilustrowany“.

Dwa problemy zasadnicze masuwają się przy wzięciu do ręki egzemplarza jednego z tych pism: kwestja kalkulacji i poziomu.

W kalkulacji dzieła 10-groszowego pozycję najważniejszą stanowi rabat sprzedażny, gdyż jeśli pisma 20-groszowe przeznaczają na ten cel

mniej więcej 25 proc. ceny sprzedażnej (około 5 groszy), to przy 10-groszówkach, zmuszonych dotrzymywać im kroku dla uzyskania poparcia ze strony kolporterów i pośredników w sprzedaży, tych 5 groszy stanowi już 50 proc. ceny, a w niektórych wypadkach rabat ze względów propagandowych jest nawet wyższy. Z pozostałych zaś 5 groszy lwią część pochłania koszt papieru. Na podstawie dokładnego obliczenia wagi pojedynczego numeru, przyjmując 40-procentowe straty z tytułu zwrotów (co przy intensywności masowego kolportażu wcale nie jest odsetkiem za wysokim), otrzymujemy jako koszt papieru na 1 egzemplarzu:

„Express Ilustrowany“ (31 gramów) 2.25 + 0.90 = 3.15 groszy,

„Kurier Polski“ (32 gramy) 2.31 + 0.92 = 3.23 groszy.

W porównaniu z istniejącymi już dziennikami 10-groszowymi, koszt papieru w obu omawianych pismach, które z reguły ukazują się w objętości 8-stronic druku, jest o 50 — 100 proc. wyższy. W numerach zaś świętecznych, mających objętość większą, koszt ten odpowiednio wzrasta.

Cóż pozostaje na pokrycie kosztów składu i druku, redakcji i administracji oraz kosztów handlowych? Około 1% grosza od egzemplarza, czyli mniej więcej jedna dziesiąta część tego, co na ten cel przeznaczają dzienniki 20-groszowe! Jeżeli zaś uwzględnimy, że z tych 1% grosza za egzemplarz trzeba w pierwszej linji opłacić drukarnię, która w związku z



objętością pisma kosztuje 50 — 100 proc. więcej, niż w innych 10-groszówkach, dysponujących przecież na ten cel kwotą znaczniejszą około 3 — 3½ grosza (od egzemplarza), to widzimy jasno, że samo opędzenie kosztów drukarskich możliwe jest dopiero przy bardzo wysokim nakładzie, przed jego zaś osiągnięciem druk stanowi pozycję deficytową. Cóż mówić o pozostałych wydatkach, przedewszystkiem o kosztach redakcyjnych?

Ba — ale kiedyż właśnie „Kurjer Polski”, przechodząc na cenę 10 groszy, dokonał jednocześnie rekonstrukcji redakcyjnej, ogłaszając o pozyskaniu do współpracy „szeregu najwybitniejszych piór polskich i zagranicznych”! Mamy tu zatem w samej już podstawie organizacyjnej pisma deficytowość postawioną jako punkt wyjścia. Czyli: najklasyczniejszy dumping — i to w bardzo jaskrawej formie.

Co zaś najbardziej przytem dziwne, to fakt, że dumping ten wprowadzony zostaje w stosunki prasowe przez sfery gospodarcze — te same, które w każdej innej dziedzinie życia jaknajbardziej tej niezdrowa formie ekspansji zwalczają, kwalifikując ją jako błąd i przestępstwo gospodarcze... Czyż można solidna prace w kierunku pozytywnym i twórczym łączyć z tak ciężkim grzechem pierworodnym?

Bo patrzmy na rzeczywistość w sposób realny. W krajach, mających czytelnictwo rozwinięte, pomysł „Kurjera Polskiego” nie miałby cech objawu niezdrowego, gdyż osiągnięcie nakładu, zapewniającego pokrycie kosztów nie byłoby zgoła czemś nieosiągalnym. Ale w stosunkach polskich, w których tak trudno o opłacalność nawet w wydawnictwach 20-groszowych? Dwie są w polskim społeczeństwie główne grupy czytelników gazet: warstwy w pełni uświadomione politycznie i t. zw. szerokie masy. Dzienniki tamie zwracają się przede-wszystkiem ku tej drugiej grupie, ku pierwszej tylko o tyle, o ile dostarczają aktualnej sensacji politycznej. „Kurjer Polski” zaś, wyrzekając się z góry tej sensacji politycznej, wybiera drogę godzenia z sobą najskrajniejszych przeciwników, z jednej strony uprawiając solidną publicystykę, z drugiej zwracając się także ku bruko-

wej sensacji: w rezultacie stanowi to tylko obniżenie dotychczasowego poziomu pisma — i to z niewielką szansą powodzenia, gdyż tego rodzaju polowiczność nie może zadowolić ani jednej ani drugiej grupy czytelników.

Z artykułu, jaki „Kurjer Polski” ogłosił o sprawie Coty'ego, możnaby wnioskować, że pewną dłoń zachętą był przykład paryskiego króla perfum. Ale zważyć należy, że stosunków paryskich żadną miarą nie da się porównywać z warszawskimi. Na paryskim rynku dziennikarskim, gdzie dzienniki kalkulację swoją opierają nie tylko na wpływach ze sprzedaży, ale w poważnym stopniu na wpływach z działów ogłoszeniowych, oraz są ekspozyturami całego spłotu interesów gospodarczych i finansowych i skutkiem tego zależne są całkowicie od wpływów sfer finansowych, pojawienie się „Ami du Peuple” było poprostu zgłoszeniem się jeszcze jednego czynnika gospodarczego, żądającego dla siebie równego z innymi prawa głosu, a zarówno cała walka Coty'ego z resztą prasy, jak i zawarte ostatecznie porozumienie toczyły się tylko formalnie na na terenie dziennikarskim, naprawdę zaś rozgrywały na terenie finansowym. Nadto wydawnictwa Coty'ego, notorycznie deficytowe, mają pokrycie tego deficytu częścią w budżecie reklamowym firmy, częścią zaś w prywatnej szkatule wielkiego bogacza, który pewną część dochodów osobistych przeznaczają na — zdobywanie osobistej popularności. W Polsce jednak stosunki są zgoła odmienne: prasa naogół nie jest u nas funkcją interesów gospodarczych, ale w pierwszej linii wyraża prądy polityczne i społeczne, a więc niema tych warunków podstawowych, na tle których dumping Coty'ego miał swoje logiczne uzasadnienie. Tem bardziej nie ma tutaj tych, które tam grały rolę, motywów ambicji personalnej. Rezultatem dumpingu wprowadzonego przez „Kurjer Polski” może być tylko jedno: wprowadzenie pewnego zamętu w stosunki wydawnicze, nikomu korzyści nie przynoszące.

Z dumpingu innego rodzaju mamy do czynienia w łódz. „Expressie

Ilustrowanym”. Tu nie mamy do czynienia z żadnymi wygórowanymi ambicjami pod względem redakcyjnym, a zatem i ze wzrostem kosztów z tego powodu — natomiast bardzo wyraźnie rysuje się plan zdobycia jak najszerzych kręgów czytelnictwa zapomocą bezceremonjalnego obniżenia poziomu pisma. Już warszawskie „Ostatnie Wiadomości”, które, mając ze wszystkich 10-groszówek najtańszą kalkulację co do papieru i kosztów redakcyjnych, poszły zdecydowanie drogą najbrudniejszej sensacji, byle zdobyciem nakładu zapewnić sobie nietylko opłacalność, ale i zyskowość. „Express Ilustrowany” idzie całkiem wyraźnie po tejże linii. Na jego politykę w kierunku zdobycia czytelnictwa, rzuca ciekawe światło prospekt, wydany w styczniu b. r., a zapowiadający druk powieści „Rasputin i Caryca”. Prospekt zapowiada, że powieść zawierać będzie „dzieje podłości i wielkości ludzkich dusz” i da „porywający film życia”: tyle w niej (m. in.) „płomiennej erotyki”. Kim jest Rasputin? Według prospektu „największy erotoman i sadysta świata... u-wodzieńcy królów, gwałcońcy królewien... Wielkie bydle Rosji i najcudniejszy wykwit utajonych sił, drzemających w ludzkiej istocie”. A kim Caryca? M. in. jest to „niewiasta o niezaspokojonych instynktach ciała”. Powieść — czytamy — „da wszystko, czego żąda od niej nowoczesny czytelnik... Tyle wspomnianej liryki i potężnego, łamiącego wszelkie konwenanse erotyzmu... Nie zawiedzie oczekiwania czytelnika, a odwrotnie, przewyższy je stokrotnie” i wreszcie: „zdobędzie dla Expressu drugie sto tysięcy czytelników”. Właśnie!

A więc? Kalkulacja wydawnicza „Expressu”, któremu oparcie o „Republikę” redukuje do minimum kosztów personalne, opiera się całkiem wyraźnie na zdobyciu aktywnego bilansu i zyskowości przedsięwzięcia drogą zwabiania czytelników — zerowaniem na najbezwzględniejszej seksualnej sensacji. To trzeba stwierdzić zupełnie obiektywnie.

Objawy tego rodzaju w prasie polskiej są w najwyższym stopniu niezdrowe i szkodliwe.

## Z ŻYCIA PRASY

### W Sejmie o prasie.

Dotychczasowe obrady sejmowe dały kilkakrotnie sposobność do zajmowania się — jakkolwiek tylko incydentalnego — sprawami dotyczącymi prasy. W szczególności podczas ogólnej dyskusji budżetowej oraz dyskusji nad zmianą regulaminu na posiedzeniu Sejmu z 16 grudnia przedstawiciele opozycji, omawiając listopadowe wybory, skarżyli się

także na wzmózone represje prasowe. Obszerniej poruszano sprawy, mające związek z prasą na posiedzeniu sejmowej komisji budżetowej w dniu 9 stycznia, z okazji omawiania budżetu Ministerstwa Spraw Wewnętrznych.

I tak pos. Czapiński (P. P. S.) skarżył się na niereagowanie policji przeciwko napadom na dzienniki („A. B. C.” w Warszawie, „Dziennik Ludowy” we Lwowie). Pos. Rymar

(Str. Narodowe) omawiał pobicie przez policję red. Mechlińskiego w Skarszewie w dniu 15 grudnia r. z. oraz pobicie w okresie wyborczym szeregu dziennikarzy w Krakowie, a także w innych miastach. Pos. Maksymilian Malinowski (Wyzwolenie — obecnie Klub Posłów Chłopskich) protestował przeciwko tolerowaniu przez władzę nawałnywań „Nowej Kadrowej” do zamachu. Pos. Trampczyński (Str. Nar.) oma-



wiał zamknięcie przez władze administracyjne w okresie wyborczym prawie wszystkich drukarni, w których drukowały się pisma jego stronnictwa, zaznaczając, że motywem zamknięcia było rzekome nieodpowiadanie urzędów tych drukarni przepisom policyjnym, jednakowoż po wyborach zarządzenia te pocofano i drukarnie zostały z powrotem otwarte.

Odpowiadając na te zarzuty, p. Minister Spraw Wewnętrznych gen. Składkowski przedstawił znane już motywy zamknięcia drukarni Literackiej w Warszawie (drukującej „A. B. C.”), zaznaczając, że wskutek skarg mieszkańców domu już w roku 1929 proponowano drukarni wprowadzenie pewnych zmian, których jednak nie wykonała, wobec czego administracja nie miała dalej powodu tolerować tego stanu rzeczy dlatego tylko, że to był okres wyborczy. Co do represji prasowych, oświadczył p. Minister, że w r. 1930 zostały one zatwierdzone przez sądy w 95 proc., co jest odsetkiem wyższym, niż w latach poprzednich.

Druga sposobność do poruszenia spraw prasowych dała w dniu 21 stycznia dyskusja nad budżetem Prezydium Rady Ministrów.

Pos. Czapiński (P. P. S.) omawiając błędy cenzury, zapowiedział wniesienie wkrótce interpelacji, w której zawarte będą wszystkie fakty, na razie zaś przytoczył parę najjaśniejszych wypadków, jak: sprawa artykułu p. Żuławskiego p. t. „Cmentarz polski”, który posłany równocześnie do „Naprzodu” i „Robotnika”, został skonfiskowany w piśmie warszawskiem, a ukazał się w krakowskim, gdzie dopiero skonfiskowany został po nadejściu wiadomości o konfiskacie w Warszawie, przyczem sąd nie znalazł innego motywu do zatwierdzenia konfiskaty jak ten, że był to przedruk z „Robotnika”, co jednak nie było prawdą, — dalej niemożliwość wydrukowania złożonego w Sejmie wniosku Klubu Ukraińskiego o t. zw. pacyfikacji, który mógł się ukazać tylko w streszczeniu w lwowskiej „Chwili”, ale w tymże tekście w „Dile” został skonfiskowany. Zwracając uwagę na wzrost aparatu prasy prorządowej, mówca pytał, z jakich funduszków go się popiera, gdyż opinia głosi, że z funduszków dyspozycyjnych via wojewódzkie wydziały bezpieczeństwa. Podniósł wreszcie fakt kierowania ogłoszeń urzędowych jedynie do prasy obozu rządowego i zacytował wypadek, że w Ministerstwie Skarbu za danie ogłoszenia do „Gazety Warszawskiej” urzędniczka została zredukowana, a jej przełożony przeniesiony do Łodzi. Poruszając wreszcie sprawę agencji „Iskra”, mającej charakter półoficjalny, pytał p. Czapiński, z jakich funduszków utrzymuje

się ta agencja i czy Rząd w tem partycypuje.

W odpowiedzi na to, zastępujący Premiera p. Minister Pieracki oświadczył, że nic mu nie wiadomo, aby jakieś mniejsze lub większe sumy szły na subwencje dla prasy lub agencji.

Dyskutowano również nad sprawą P. A. T.

Sprawozdawca budżetu pos. Hutten-Czapski, zauważając, że deficyt P. A. T. byłby mniejszy, gdyby go przekształcić w spółkę akcyjną, podniósł zmniejszenie się deficytu w nowym budżecie o 10 proc., wzrost obrotów instytucji, rozszerzenie sieci informacyjnej zagranicą i w kraju, a w związku z tem zwiększenie prawie dwukrotne objętości służby i zaprowadzenie szeregu nowych biuletynów, wreszcie znaczne wzmoczenie wydajności pracy.

Pos. Czapiński, poruszając wielki deficyt tej instytucji, podkreślił, że aparat od r. 1924 wzrósł z 86 pracowników do 140, głównie w Warszawie, zapytywał, ile jest prawdy w pogłosce o zamierzonem przejściu do pensji ponadetatowych dla zwiększenia uposażeń urzędników, zarzucał dodatkom filmowemu charakter ściśle personalny i oficjalny, działalność zaś informacyjnej P. A. T. tendencyjność polityczną, co uzasadniał kilku przykładami.

Pos. Kornecki (Str. Narodowe) kwestionował realność zmniejszenia deficytu P. A. T., dodając w wątpliwość, czy preliminowana suma zwiększonych dochodów z produkcji filmowej (o 300.000 zł.) rzeczywiście wpłynie poczem wyraził zadowolenie, że istnieje wspomniany przez referenta zamiar utworzenia z tej instytucji spółki akcyjnej, co by zmniejszyło podatnika od dotychczasowej, zwłaszcza, że dział informacyjny nie odwołuje potrzebom całego społeczeństwa.

Pos. Rosmarin (Klub Żydowski) wyraził żal, że P. A. T. niektórych wiadomości dostarcza prasie prowincjonalnej o 24 godziny później od prasy warszawskiej. P. A. T. tłumaczy się wprawdzie, że przesyłanie tych wiadomości wcześniej jest byliby połączone ze zbyt wielkimi kosztami, jednakże nie może być dwóch kategorii ohywatelli—jedni warszawscy, drudzy prowincjonalni.

Odpowiadając na podniesione zarzuty, p. Minister Pieracki zauważył, że w wytykaniu przez prasę P. A. T.-owi całego szeregu błędów i usterek nic niema dziwnego, gdyż „na terenie siódmego mocarstwa, jakim jest prasa i w tak delikatnej dziedzinie, jak służba informacyjna dla prasy żadna omyłka nie ukryje się przed argusem okiem dziennikarza” i nieraz z drobnej rzeczy robi się wielka afera; „nie będę twierdził — oświadczył p. Minister — że

wszystkie błędy P. A. T. są tego rodzaju, ale bez wątpienia większość z nich naprawdę jest wyolbrzymiana. Tam, gdzie krytyka stwierdziła istotne niedomagania, tam zawsze przedsięwzięto badania dla usprawnienia działalności agencji w zakresie organizacji i techniki obsługi informacyjnej”. P. Minister stwierdził, że działalność administracyjna P. A. T. wykazuje poprawę, jeżeli zaś są jeszcze duże braki, których nie można wszystkich kłaść na karb administracji, to wynikają z technicznych warunków pracy, które nie są idealne: pomieszczenie i narzędzia pracy nie są odpowiednie, nie stać agencji na opłacanie odpowiednie sił fachowych; dopiero w bieżącym roku zrównano płace redaktorów z t. zw. płacą minimalną, ustaloną przez Syndykat Dziennikarzy i tylko trzech kierowników otrzymuje pobory wyższe od tego minimum. Być może, że przejście na spółkę akcyjną usunęłoby znaczną część tych braków, w każdym razie dopłatę ze Skarbu Państwa zmniejszono w nowym budżecie o 10 proc.

Co do drukarni państwowych, którym w dyskusji zarzucono (pos. Kornecki), że prowadzi w znacznej części żywot suchotniczy i niepotrzebnie robią konkurencje warsztatom prywatnym, zapowiedział p. Minister likwidację drukarni zbędnych stojących poza przedsiębiorstwem „Drukarni Państwowych”, oraz reorganizację drukarni niezbędnych. Wśród zarzutów, stawianych drukarniom państwowym—nie tylko w prasie, ale nawet w podręcznikach i skryptach uniwersyteckich — snotykamy nieraz zarzuty niesłuszne, oparte na niesprawdzonych i bałamutnych informacjach.

### Dzień P. A. T.

Wzorem wielkich zagnanicznych agencji telegraficznych, wydających raz do roku dla zobrazowania swej działalności informacyjnej, ukształt biuletynu dawnego do użytku prasy w ciągu jednego dnia, wystąpiła także Polska Agencja Telegraficzna z okazji dyskusji nad jej budżetem na sejmowej komisji budżetowej z dziennikiem — jednodniówką pod tytułem „Dzień Polskiej Agencji Telegraficznej”. W artykule wstępnym dyr. Roman Starzyński zaznacza, że „ta jednodniówka zapozna czytelnika z całością naszej pracy, naocznie przekonana, co P. A. T., pracując bez przerwy w dzień i w nocy, dostarcza codziennie prasie polskiej”. Jednodniówka, ułożona w formie dziennika, zawiera biuletyn P. A. T. z przeciągu jednej doby, od 16 stycznia w południe do 17 stycznia, również w południe. I dzięki sprawozdaniom z posiedzenia Sejmu oraz z obrad genewskich wypadła bardzo pokaźnie pod względem obję-



tościowym. Urozmaicenie jedno-dniówki stanowi (również jednodniowy) serwis ilustracyjny i fotsy niektórych filmów, wydawanych przez P. A. T., nie weszły do wydawnictwa jedynie rzeczy takie, jak „codzienny dziennik radjowy”, komunikat dla placówek i korespondentów zagranicznych, depesze wysyłane z granicę oraz codzienny francuski buletyn informacyjny dla agencji sprzymierzonych.

„Dzień” zawiera 16 stron formatu prasy czerwonej, w czym nieco ponad 5 stron ogłoszeń stałych klientów agencji. Przeglądając jej treść, można poczynić wiele ciekawych spostrzeżeń co do działalności P. A. T. Najważniejszą uwagę, jaka się przytem nasuwa, poza stwierdzeniem bogactwa i wszechstronności materiałów informacyjnych, jest spostrzeżenie kierowników najpoważniejszych dzienników, że w agencji tej zbyt dużemu rozrostowi uległy pewne dziedziny, wchodzące w zakres normalnej pracy poszczególnych redakcji. Ponadto nasuwa się uwaga, że służba zagraniczna, polityczna i gospodarcza nie została jeszcze przez PAT w pełnej mierze rozwinięta.

#### W świetle wydawniczym.

Z dniem 1 stycznia b. r. w „Kurjerze Polskim” dokonana została reorganizacja wewnętrzna, w związku z wejściem do wydawnictwa grupy gospodarczej, związanej z Centralnym Związkiem Polskiego Przemysłu, Górnictwa, Handlu i Finansów. Komunikat od wydawnictwa w numerze noworocznym zawiadamia, że pismo wchodzi na nowe zupełnie tory i stawia sobie jako program „koncentrację wysiłków państwowo-twórczych”, aby „łączyć to, co pozytywne i twórcze, skupiać i jednoczyć, a nie jątrzyć i judzić”, oświetlając „problemy, związane z życiem gospodarczym Polski”. Nad wykonaniem tego planu czuwa komitet redakcyjny, z ramienia którego pismem kieruje dotychczasowy redaktor naczelny p. Zygmunt Łempicki, nadto dział gospodarczy objął p. Feliks Młynarski, b. wiceprezes Banku Polskiego.

Równocześnie z dokonaną reorganizacją „Kurjer Polski” obniżył cenę sprzedażną z 20 do 10 groszy, nie zmieniając jednak objętości ani formatu. W związku z tem zmienił się także wewnętrzny wygląd pisma, w którym obok poważnej publicystyki i informacji, znajdujemy także typową treść pism bulwarowych.

Również od Nowego Roku przeszedł na cenę 10 groszy „Przegląd Wieczorny”, zmniejszając objętość z 6 do 4 stron. Nowy nagłówek pisma brzmi: „dziś przegląd wieczorny 10 gr.”. Dokonaną zmianę motywuje redakcja w numerze sylwestrowym konkluzją z wprowadzenia także w Polskę „tych form, jakie niemal już

wszędzie w środowiskach stołecznych znalazły zastosowanie”, a polegają na tem, że „na zachodzie normalny typ wielkiego dziennika przedstawia się tak, że rankiem czytelnicy otrzymują główne i obszerne, a więc w cenie droższe wydanie—natomiast w ciągu dnia zostają zaopatrzeni w pisma mniejsze objętościowo, ale za to tańsze”.

Wśród istniejących w stolicy w r. 1930 czterech 10-groszówek, zaszły jeszcze w ciągu grudnia, pewne zmiany. Zawieszono zostały poranne „Wiadomości Codzienne”, w których miejsce pojawiła się południowa „Gazeta za 10 groszy”; po dwóch tygodniach przestała ona jednak również wychodzić.

Natomiast obok porannych „Ostatnich Wiadomości”, które w czasach ostatnich rozwinęły silną propagandę za rozszerzeniem zbytu także na prowincji, pojawił się na rynku warszawskim wydawany w Łodzi przez „Republikę” 10-groszowy „Express Ilustrowany”, rozpoczynający także obliczoną na całą Polskę kampanję kolportażową. Niezbyt udana na terenie warszawskim z powodu konkurencji miejscowej, kampanja ta dała większe rezultaty w okręgu łódzkim, kieleckim, radomskim, a także w zagłębiu dąbrowskim, oraz w części Zachodniej Małopolski.

Z pośród inowacji również zanotować należy szereg nowych poczynań, podjętych przez S. A. „Prasa Polska” w Warszawie. Należący do tej spółki dziennik popołudniowy 20-groszowy „Kurjer Czerwony”, zatrzymując cenę, część numeru wydaje w formie wkładki drukowej wkładki ilustracyjnej; od d. zaś 4 stycznia r. b. rozpoczął wychodzić 10-groszowy „Dzień Dobry”, w wyglądzie zewnętrznym podobnym do „Dobrego Wieczoru”.

Jednocześnie zaczęły się na prowincji ukazywać następujące wydawnictwa lokalne, pozostające w łączności ze S. A. Prasa Polska: w Lublinie—Gazeta Lubelska, i w Białymstoku — Gazeta Białostocka; już wcześniej uruchomione zostały tego samego typu wydawnictwa: Gazeta Wileńska w Wilnie i Express Mazowiecki w Pułtusku.

\* \* \*

Tygodnik „Gazeta Chłopska”, organ Stronnictwa Chłopskiego, przestał wychodzić z końcem 1930 r.

\* \* \*

Spółka wydawnicza „Dziennik Lwowski” postanowiła w dniu 28 października 1930 przeprowadzić likwidację. Termin zgłaszania się wierzycieli upływa 31 stycznia 1931 r.

\* \* \*

Z końcem grudnia r. z. „Lwowski Kurjer Poranny” zmienił tytuł i wychodzi odtąd jako „Kurjer Lwowski”.

\* \* \*

Od dłuższego czasu krążyły pogłoski o zamierzonej przez p. Stanisława Burtana sprzedaży będących w jego posiadaniu 60 proc. udziałów w wydawnictwie krakowskiego „Głosu Narodu”, przyczem podawano rozmaite błędne wersje. Ostatecznie własność wspomnianych udziałów nabyła od p. Burtana krakowska Kurja metropolitalna.

#### Spór o tytuł.

Komitet Floty Narodowej wniósł przeciwko redakcji czasopisma „Flota Narodowa” skargę sądową, domagając się zmiany tytułu przez pismo, które nie mając nic wspólnego z Komitetem, nadużywało jednak jego firmy dla własnej korzyści, zbierając ogłoszenia od instytucji dobroczynnych, które udzielały chętnie zamówień w przekonaniu, że w ten sposób popierają Komitet Floty Narodowej. Po rozpoznaniu sprawy wydział handlowy warszawskiego sądu okręgowego wydał w dniu 22 grudnia wyrok, zakazujący redaktorowi „Floty Narodowej”, p. Radosławowi Krajskiemu używania na przyszłość tego tytułu.

#### Nagroda literacka.

Nagroda literacka warszawskiego Towarzystwa Literatów i Dziennikarzy w kwocie 2.000 zł. przyznana została w dniu 9 stycznia znanemu krytykowi literackiemu i teatralnemu, p. Janowi Lorentowiczowi.

#### 10-lecie „Słowa Pomorskiego”.

W dniu 18 grudnia 1930 wychodzące w Toruniu „Słowo Pomorskie” obchodziło 10-lecie swego istnienia. Dzięki umiejętnej redakcji p. Stefana Sachy oraz sprawności administracji „Słowo” stało się jednym z najpoważniejszych organów prasowych w dzielnicy pomorskiej. W artykule poświęconym 10-leciu, redakcja podkreśla, że pismo nie miało nigdy żadnych subwencji ani zapomóg, a pokonać wszelkie trudności zdołało tylko dzięki poparciu społeczeństwa. U progu drugiego 10-lecia składamy „Słowu Pomorskiemu” najlepsze życzenia dalszego równie pomyślnego rozwoju.

#### 50-lecie „Gazety Świątecznej”.

Cicho i skromnie — zwykłym nabożeństwem w kościele — obchodziła redakcja tygodnika „Gazeta Świąteczna” w dniu 3 stycznia r. b. 50-lecie swego istnienia. Jubileusz ten jednak przekracza znacznie ramy święta ściśle redakcyjnego, dla całej bowiem prasy polskiej ukazanie się pierwszego numeru „Gazety Świątecznej” stanowi pewnego rodzaju etap; od tego czasu datują się początki prasy ludowej na terenie b. zaboru rosyjskiego.



Niestrudzony i niezmiernie zasłużony pracownik na polu oświaty ludowej, Konrad Prószyński (Kazimierz Plomyk), zakładając swoją „Gazetę” w Warszawie, w styczniu r. 1881, pokusił się pierwszy o szerzenie uświadczenia politycznego wśród ludu wiejskiego i drobnego mieszczaństwa, gdzie dotąd niemal wcale niczego nie czytano, a dokąd dopiero w następnym dziesięcioleciu miał dotrzeć tajny ruch oświatowy. Już po kilku latach istnienia „Gazeta Świąteczna” zaczęła naprawdę do-

bywać wieś i wywierać na nią swój dobroczynny wpływ, borykając się z niesłychanymi trudnościami ze strony cenzury rosyjskiej, w której oczach wszystko było niebezpieczne i niedozwolone, a pożądanym jedynie — dalsze podtrzymywanie ciemnoty ludu. Z niespożytą energią pracował niezapomniany Promyk na czele swego pisma, które coraz trwalej przywiązywało do siebie masy ludowe, aż do śmierci w r. 1908, po nim objął redakcję syn, Tadeusz, nadto nader intensywna współpra-

cowniczką była (1890 — 1929) ś. p. Amelja Bortnowska. Od roku 1927, po śmierci ś. p. Tadeusza Prószyńskiego, redakcją kieruje p. Wanda Konradowa Prószyńska.

Zasłużonemu pismu, które potrafiło przez pół wieku pełnić z tak wielkimi powodzeniami pracę uświadczenia ludu i budzenia w nim poczucia obywatelskiego oraz miłości ojczyzny, składamy najserdeczniejsze życzenia: Szczęść Boże w dalszej pracy!

## Z REJESTRU HANDLOWEGO

(Dane, ogłoszone w okresie 15 grudnia 1930 r. — 15 stycznia 1931).

### WARSZAWA.

„Wydawnictwo „Zorza” Jan Zaluska”, Al. Jerozolimska 17 m. 5. Wydawanie czasopisma p. t. „Zorza” oraz książek. Istnieje od 1914 r. Właściciel Jan Zaluska udzielił prokury Stanisławowi Sikorskiemu.

Zakłady Graficzne B. Zjawński i S-ka, sp. z ogr. odp. Przedsiębiorstwo zostało zlikwidowane.

„Zakłady Graficzne Towarzystwo B. A. Bukaty”, Wspólna 46. Udzielono prokury Piotrowi Grobickiemu, Apollinary Thieme i Józef Leszczyński ze spółki wystąpili, cedując swe udziały na rzecz Lucyny Czosnowskiej, do spółki zaś w charakterze współników przyjęci zostali Piotr i Jakób Grobicki. Do reprezentowania spółki upoważnieni zostali: Lucyna Czosnowska, Stanisław Bukaty i Jakób Grobicki. Wszelkie zobowiązania i dokumenty podpisuje pod stemplem firmy Lucyna Czosnowska, łącznie ze Stanisławem Bukaty lub Jakóbem Grobickim.

„Towarzystwo Wydawnicze Polska Zjednoczona” sp. z ogr. odp. Dzien-

nik „Polska Zbrojna” wraz ze wszystkimi ruchomościami, należącymi do wydawnictwa i do redakcji, jak również z prawem do używania nadal nazwy rzeczonego dziennika i wydawnictwa, z prawami do lokalu przy ul. Orlej 6, sprzedane zostało 17. III. 1927 r. Maciejowi-Tadeuszowi Kuhnke, zaś spadkobiercy Macieja-Tadeusza Kuhnke wspomniany dziennik i wszystkie odnoszące się do niego przedmioty, nabyte przez Kuhnkego, sprzedali 8. I. 1930 r. Leonowi Puławskiemu, który takowy prowadzi nadal pod firmą: „Polska Zbrojna Leon Puławski”.

### KATOWICE.

„Hermes” Międzynarodowe Biuro Reklam i Wydawnictw J. Matula i J. Trabert; jawna spółka handlowa. Osobiście odpowiedzialnymi spółnikami są Jadwiga Matula i Juliusz Trabert. Spółka rozpoczęła swe czynności 10. IX. 1930 r. Do zastępstwa spółki są upoważnieni tylko obaj spółnicy łącznie.

### SOSNOWIEC.

„Sosnowieckie Zakłady Graficzne” sp. z ogr. odp., ul. Warszawska 8. Celem spółki jest prowadzenie przedsiębiorstwa przemysłowo-handlowego, a w szczególności prowadzenie zakładów graficznych, wydawnictw książkowych, introligatorni i fabryki opakowań. Firma istnieje od 16. I. 1930 r. Kapitał zakładowy wynosi 56.000 zł., podzielony na 112 udziałów po 500 zł. Zarząd stanowią: Jan Antoni Kłos, jako dyrektor zarządzający, Kazimierz Grec — członek zarządu i Józef Hojewski jako zastępca członka zarządu.

„Dąbrowsko-Śląskie Zakłady Drukarskie i Wydawnicze”, sp. z ogr. odp. Wykreślono z rejestru firmy upadłość oraz współników: Stanisława Adamczyka i Adama Wyżykowskiego i ich uprawnienia. Dokonano wpisu: Zarząd interesami spółki należy do Mieczysława Kozińskiego i Bolesława Ojdanowskiego.

## RYNEK KRAJOWY

### Papier.

Związek papierni obniżył od stycznia ceny papieru rotacyjnego o 2 grosze na 1 kg. Cena ta netto wynosi 0,65 złotych. Wszystkie inne gatunki papierów drukowych i piśmiennych są bez zmiany, według cennika, natomiast uchwalono udzielać większych, niż dotychczas rabatów odbiorcom, jak również poczyniono nowe udogodnienia w warunkach płatności. Zmiany te podyktowane są ogólnie ciężką sytuacją rynku wydawniczego oraz coraz gorzej przedstawiającymi się horoskopami na przyszłość.

Ceny papierów bezdrzewnych w/g centrali papierniczej „Emkaes”, syndykatu fabryk Mirkowskiej, Kluczewskiej i Soczewka pozostają na-

dal niezmienione, natomiast, licząc się z potrzebami rynku, wprowadzono do sprzedaży nowe specjalne gatunki.

Od cen syndykackich udzielane są rabaty od kilku do kilkunastu procent w zależności głównie od rozmiarów zakupu i warunków płatności. Dział ten znajduje się w ciężkiej sytuacji finansowej, chociaż odbiorcy wywiązują się stosunkowo zadowolająco; protesty należą tutaj do rzadkości.

### Makulatura.

Rynek makulatury nosi na sobie piętno panującego kryzysu. Podaż towaru jest wielka, tak, iż odbiorcy skarżą się, iż z trudem lokują towar w fabrykach. W wyniku tej situa-

cji znacznie obniżono ceny, płacone redakcjom. Za towar zwykły gazetowy (makulatura) płać przeciętnie 28 groszy za 1 kg., za makulaturę ilustracyjną około 35 gr., ścinki drukarskie większe i w lepszym stanie ceną się 6 groszy. Regulacja należności odbywa się wyłącznie gotówką. Są to najbardziej używane gatunki w handlu makulaturą, zaznaczamy jednak, że towar gazetowy o gorszym wyglądzie nie osiąga ceny 28 groszy.

### Farby drukarskie.

Dział farb nie wykazuje zmian cen, natomiast poczyniono odbiorcom udogodnienia w formie przystosowania produkcji do potrzeb przez wypuszczenie na rynek pewnych nowych gatunków, jak również przez



rozszerzenie rabatów i prolongat terminów płatności.

Z nowych gatunków farb wyróżnia się produkcja srebrnej i złotej, przez co unika się t. zw. bronzowania. Następnie produkcja nowych farb przebitkowych czarnej i zielonej (płaskiej) oraz farb do druków wklęsłych. Te ostatnie są obecnie produkowane w różnych odcieniach; z uwagi na ich tanią oraz efektowne rezultaty

z korzyścią używane są dla wydawnictw popularnych. Stosowane są również przez szereg pism do tygodniowych dodatków ilustrowanych, do tygodników i t. p. Dają one znacznie lepszy efekt, niż rotacyjne, a dzięki swej taniości wytrzymują kalkulację drukarską. Ceny tych gatunków już od dnia ukazania się ich uległy pewnemu obniżeniu, a ponieważ są to gatunki nowowpro-

zione, stale udoskonalane, ceny ich ulegną niewątpliwie dalszej niżce, tak, że ściśle ich jeszcze nie podajemy.

Dział maszyn drukarskich, szczególnie opracowany, odkładamy do numeru następnego (lutowego) naszego wydawnictwa.

## PRZEGLĄD USTAW I ROZPORZĄDZEŃ

### Sprawozdania z obrad Izb Ustawodawczych.

Sejm uchwałą z dnia 16 grudnia 1930 r. uzupełnił swój *regulamin* przez dodanie nowego ustępu w art. 33, który brzmi: „protokół i stenogram są wyłącznym stwierdzeniem przebiegu obrad w Sejmie”. Senat uchwałą z dnia 17 grudnia taki sam uzupełniający przepis w art. 22 swego regulaminu.

### Sprawy prasowe w Prezydium Rady Ministrów.

Na podstawie nowego statutu organizacyjnego Prezydium Rady Ministrów (Monitor Polski Nr. 288/30). *Biuro Prezydialne Prezesa Rady Ministrów* załatwia sprawy prasowe i wykonywa nadzór polityczny nad działalnością P. A. T. a i Wydawnictwami Państwowymi.

### Sprawy prasowe w Ministerstwie Pracy i Opieki Społecznej.

*Minister Pracy i Opieki Społecznej* wydał dnia 27 września 1930 r. *okólnik* (opublikowany dopiero niedawno) w sprawie załatwiania spraw prasowych. Według tego *okólnika*, Wydział Prezydialny (referat sprawozdawczo-prasowy) załatwia wszystkie sprawy prasowe w Ministerstwie P. i Op. Sp. jakoteż ma wyłączne prawo podawania prasie wiadomości o działalności i zamierzeniach Ministerstwa oraz Centralnych władz i urzędów, Ministerstwu podległych. Jedynie tylko w razie nagłej potrzeby udzielenia ustnej konkretnej informacji fachowej, można skierować przedstawiciela prasy do odpowiedniego urzędnika, aby ten udzielił potrzebnej informacji. Udzielanie wywiadów prasowych należy wyłącznie do Ministra i Podsekretarza Stanu. W wyjątkowych wypadkach dyrektorzy departamentów mogą udzielić wywiadu osobiście tylko za uprzednią zgodą Ministra lub Podsekretarza Stanu. Celem ułatwienia wydziałowi prezydialnemu (ref. spr. pras.) gromadzenia materiałów dla informacji prasowych, *okólnik* wprowadza urzędników łącznikowych w poszczególnych departamentach. Do

obowiązków tegoż wydziału należy stale przeglądanie prasy codziennej oraz nadsyłanie prasie sprostowań błędnych lub niezgodnych z prawdą informacji na podstawie danych dostarczonych przez poszczególne departamenty. (Dodatek miesięczny do kwartalnika Praca i Opieka Społeczna Nr. 9 str. 257).

### Legitymacje fotografów.

*Komisarz Rządu m. stol. Warszawy* wydał w grudniu r. ub. zarządzenie, by fotografowie, obsługujący poszczególne dzienniki i czasopisma, byli zaopatrzeni w książeczkową legitymację (z fotografią), wystawioną przez Zarząd wydawnictwa i poświadczoną przez oddział prasowidowiskowy Komisariatu Rządu m. stol. Warszawy.

### Okólnik w sprawie publikowania ogłoszeń płatnych władz i urzędów państwowych.

*Okólnik Ministra Sprawiedliwości* z dnia 12-go grudnia 1930 r. Nr. 1590/II. GS/30 skierowany do władz i urzędów podległych Ministerstwu Sprawiedliwości w całym Państwie. (Dz. Urzęd. Min. Sprawiedl. Nr. 23 z r. 1930 str. 480), przytacza wszystkie wydane w tej sprawie obowiązujące zarządzenia i rekapitulując je wyjaśnia co następuje:

Przyznane Polskiej Agencji Telegraficznej *wyłączne prawo pośrednictwa* we wszystkich płatnych ogłoszeniach i reklamach władz i urzędów państwowych, nakłada na sądy i urzędy sądowe obowiązek przesyłania wszelkich ogłoszeń do pism za pośrednictwem wspomnianej Agencji wszędzie, gdzie istnieje miejscowe oddziały tej Agencji, w razie zaś przesyłania ogłoszeń bezpośrednio administracji czasopisma (tam, gdzie oddziałów P. A. T. niema), sądy i urzędy sądowe obowiązane są w myśl *okólnika* Nr. 1224/II.GS/26 zawiadamiać o tem centrale P. A. T. w Warszawie zapomocą pisma wzór Nr. 3, dołączonego do *okólnika* Nr. 1224/II.GS/26. Wyjątek stanowią obwieszczenia sądowe, zamieszczone w do-

datku do Dziennika Urzędowego Ministerstwa Sprawiedliwości.

Co się tyczy *wyboru czasopisma*, w którym mają być umieszczone ogłoszenia, to o ile ogłoszenia te mają charakter wyłącznie administracyjny, sądy i wszelkie urzędy państwowe nie mogą w myśl uchwały Rady Ministrów z dnia 26 maja 1926 r. stawiać wobec Polskiej Agencji Telegraficznej żądań o umieszczenie tych ogłoszeń w tem lub innym czasopiśmie, albowiem wybór pod tym względem zastrzeżony został Prezesowi Rady Ministrów, który jedynie ma prawo udzielać Agencji odpowiednich wskazań.

Zasada powyższa nie może natomiast mieć zastosowania do ogłoszeń sądowych w tych wszystkich przypadkach: 1) gdy ustawa lub rozporządzenie obowiązujące wprost przewiduje, w jakim czasopiśmie winno być zamieszczone ogłoszenie, 2) gdy ustawa lub rozporządzenie obowiązujące przewiduje jaka mianowicie instytucja biera pismo dla ogłoszeń danego rodzaju i 3) gdy pismo wymienione jest w decyzji lub wyroku sądowym, podlegającym wykonaniu, wybór więc czasopisma przez Polską Agencję Telegraficzną możliwy jest tylko o tyle, o ile wybór ten nie jest zastrzeżony ustawowo czy to danemu pismu (wydawnictwu urzędowemu) czy też danej osobie urzędowej, lub wreszcie nawet osobie prywatnej, gdy osoba ta wyraźnie zastrzegła sobie taki wybór.

W szczególności zaznaczam, że niezależnie od ogłoszeń przewidzianych w art. 1033 ros. ust. post. cyw. w myśl art. 1037 teje ustawy, tak egzekwujący jak i dłużnik mają prawo ogłosić każdy na swój koszt ułożone przez komornika obwieszczenia o sprzedaży i wówczas prawo wyboru odpowiedniego czasopisma przysługuje oczywiście ogłaszającemu, o ile tenże z prawa tego nie rezygnuje i zechce z niego korzystać. Te same zasady stosują się i do nieruchomości, oszacowanych powyżej 500 rb. (1000 zł.), stosownie do art. 1149 cyt. ustawy.

Przeciwnie, ogłoszenia komorników w okręgach sądów apelacyjnych po-



znańskiego i toruńskiego oraz w okręgu sądu okręgowego katowickiego powinny być, wobec braku ustawowych w tym względzie ograniczeń, kierowane wyłącznie do piśm, wskazanych przez Polską Agencję Telegraficzną.

Co się tyczy ogłoszeń o wpisach do rejestru handlowego, sprawa ta dla okręgów sądów apelacyjnych lubelskiego, warszawskiego i wileńskiego uregulowana została dekretem z dnia 7 lutego 1919 Dz. Pr. Nr. 14, poz. 164. Według art. 8 tego dekretu każdy wpis do rejestru podlega ogłoszeniu w gazecie urzędowej i w jednej z miejscowych gazet, wyznaczonych corocznie przez sędziego rejestrowego, obwieszczeniem zaś Departamentu Sprawiedliwości z dnia 18 sierpnia 1917 r. Dz. Urz. Nr. 1/1917 zarządzono, że o ile ustawy postępowania sądowego przewidują drukowanie ogłoszeń w wydawnictwach urzędowych, ogłoszenia te będą zamieszczane w Dzienniku Urzędowym Departamentu Sprawiedliwości (obecnie w „Obwieszczeniach”, stanowiących dodatek do Dziennika Urzędowego Ministerstwa Sprawiedliwości).

W okręgach sądów apelacyjnych poznańskiego i toruńskiego oraz w okręgu sądu okręgowego w Katowicach wpisy do rejestru handlowego mają być ogłaszane w myśl §§ 10 i 11 niem. ustawy handlowej z 10 maja 1897 r. (Dz. U. Rz. str. 219) w Dzienniku Urzędowym (Reichsanzeiger) i przynajmniej w jednej innej gazecie. Sąd ma corocznie wskazać te gazety, w których mają być zamieszczone ogłoszenia w następnym roku. Powyższe przepisy pozostają w mocy a ogłoszenia sądowe zamieszczane są obecnie w Monitorze Polskim i w jednej gazecie, wskazanej przez sąd. Wykaz tych gazet jest corocznie ogłaszany w Monitorze Polskim w myśl § 10-go rozp. z dn. 7 listopada 1899 (Dz. Urz. Min. Sprawiedliwości str. 313).

Wreszcie, co się tyczy wszystkich ogłoszeń sądowych w okręgach sądów apelacyjnych krakowskiego i lwowskiego oraz w okręgu sądu okręgowego cieszyńskiego, w sprawie tej obowiązuje rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 21 listopada 1921 r. (Dz. U. Nr. 93, poz. 691) które brzmi:

§ 1. Wszelkie ogłoszenia, które w myśl ustaw i rozporządzeń mają być dokonywane przez sądy w publicznych czasopiśmiech lub w dzienniku, przeznaczonym do urzędowych obwieszczeń, winny sądy zamieszczać nadal w dzienniku „Gazeta Lwowska”.

§ 2. Ogłoszenia, które w myśl przepisów ustawy (§ 424 i 493 austr. p. k. § 16 i 29 austr. ustawy notar.) mają być ogłaszane w Dzienniku Urzędowym, w gazecie urzędowej, lub w krajowej gazecie urzędowej winny sądy zamieszczać w Dzienniku Urzędowym Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski”.

Biorąc zatem pod uwagę obowiązujące w Państwie ustawy i rozporządzenia, które pozostawiają uznanie sądu, wybór czasopiśm przeznaczonych na ogłoszenia sądowe, należy zaznaczyć, że wskazywanie sądom tych czasopiśm w sposób obowiązujący *byłoby oczywiście pozbawione wszelkiej prawnej podstawy*, w wypadkach tych nie jest jednak wykluczona możliwość uprzedniego dobrowolnego porozumienia się sądu z Polską Agencją Telegraficzną w sprawie tego wyboru i jakkolwiek opinia P. A. T. nie może być dla sędziego wiążąca, a ostateczna decyzja należy niewątpliwie do sądu, to jednak porozumienie takie należałoby uznać za pożądane wówczas, gdy może ono być osiągnięte bez uchybienia obowiązującemu prawu.

#### Zezwolenie Komisarza Rządu m. stoł. Warszawy na prawo kolportażu.

Poza dwudziestoma zezwoleniami na prawo kolportażu, które zostały udzielone w listopadzie i grudniu r. ub. przez p. Komisarza Rządu m. st. Warszawy i przytoczone w Nr. 3 Prasy (z r. 1930) żadne nowe pozwolenia w końcu ubiegłego miesiąca i I połowie bieżącego miesiąca nie zostały wydane. Natomiast zamotować należy, że uległa likwidacji spółdzielnia Gazeciarzy przy ulicy Ogrodowej 16.

#### Ulgi celne na maszyny i papier.

Rozporządzeniem Ministrów Skarbu, Przemysłu i Handlu oraz Rolnictwa, z dnia 30 grudnia 1930 r. (Dz. U. R. P. Nr. 94, poz. 739), zostało zarządzone, iż przy przywozie maszyn i aparatów niewyrabianych w kraju, o ile stanowią część składową nowoinstalowanych kompletnych urządzeń oddziałów zakładów przemysłowych lub mają służyć do obniżenia kosztów, względnie zwiększenia produkcji przemysłowej lub rolnej, może być stosowane cło ulgowe, wynoszące 35% cła normalnego (autonomicznego). Minister Skarbu w porozumieniu z Ministrem Przemysłu i Handlu orzeka, iż przy przywozie papieru wymienionego w poz. 177 p. 6 b) II i III (papier bez zawartości masy drzewnej, lub z zawartością masy drzewnej 30% i poniżej) opłaca się za każdorazowym pozwoleniem Ministerstwa Skarbu cło ulgowe, którego wysokość w stosunku do cła normalnego (autonomicznego) wynosi 20%. Rozporządzenie to weszło w życie 1. I. 1931 r. i obowiązuje do 30. VI. 1931 r.

#### Ulgowa taryfa na papier rotacyjny.

Rozporządzeniem Ministra Komunikacji z dnia 24 grudnia 1930 r. (Dz.

taryf i zarządzeń kolejowych Nr. 41/30 r. poz. 418), przedłużona została do dnia 31 marca 1931 r. moc obowiązująca ulgowej taryfy kolejowej, ustanowionej od 1 października 1929 r. na przewóz papieru rotacyjnego w rolach od stacji: Bielso, Częstochowa, Myszków i Poznań do wszystkich stacji P. K. P. przy nadawaniu do przewozu przez fabryki papieru.

#### Poczta lotnicza.

Z dniem 20 grudnia 1930 r. weszła w życie konwencja lotnicza między Polską a Rumunią (Dz. U. R. P. Nr. 93, poz. 725), zawierająca przepisy eksploatacji linii lotniczej Warszawa — Bukareszt. Poczta lotnicza będzie przewożona na warunkach ustalonych w umowach między koncesjonowanymi przedsiębiorstwami a rządami pocztowymi obydwóch krajów.

#### Ulgowa opłata dla paczek z książkami o charakterze wydawnictw periodycznych.

W związku z rozporządzeniem Ministra Poczt i Telegrafów z dnia 23. VIII. 1930 r. o ulgowej opłacie dla paczek z książkami, Ministerstwo Poczt i Telegrafów wyjaśnia (Monitor Polski Nr. 267/30), że paczki z książkami, przesyłane za ulgową opłatą pocztową, nie mogą zawierać wydawnictw periodycznych, nawet o charakterze książkowym, zgłoszonych do prenumeraty za pośrednictwem poczty i wymienionych w cenniku czasopiśm. Zastrzeżenie powyższe dotyczy tylko wydawnictw periodycznych z bieżącego okresu, gdyż wydawnictwa o charakterze książkowym z ubiegłych okresów prenumeraty utraciły już charakter wydawnictwa periodycznego i winny być traktowane narówni z nieperiodycznymi wydawnictwami księgarskimi.

#### Odbiór debitu.

Na mocy rozporządzenia powołanych władz, zakazany jest przywóz do Rzeczypospolitej Polskiej, rozpowszechnianie w kraju i przewóz zagranicę następujących wydawnictw: Osteuropäische Korrespondenz (Berlin), Ekran (Moskwa), Vorwärts (Czerniowce), Young Worker. (Dz. Urz. Min. Poczt i Telegr. Nr. 23/30 r. i Nr. 24/30 r.)

#### Obowiązek odstępowania pojazdów mechanicznych i rowerów dla celów obrony Państwa.

Rozporządzenie wykonawcze Ministra Spraw Wewnętrznych i Ministra Spraw Wewnętrznych w tej sprawie z dnia 23 marca 1928 r. (Dz. U. R. P. Nr. 44 poz. 425) zostało uzupełnione nowym rozporządzeniem z dnia 3-go



grudnia 1930 r. (Dz. U. R. P. Nr. 94, poz. 740). W razie zarządzenia poboru, obowiązani są właściciele lub posiadacze pojazdów mechanicznych i rowerów, podlegających poborowi, dostarczyć je wraz z przedmiotami niezbędnymi do ich utrzymania i pra-

widłowego użytkowania. Za takie przedmioty w stosunku do pojazdów mechanicznych uważane są: zapas materiałów pędnych i smarów, wystarczający na przebycie 150 klm. oraz normalnie należące do pojazdu narzędzia, akcesoria, gumy i t. d.

—w stosunku do rowerów—należące do rowerów narzędzia, akcesoria, gumy itd. Właściciele (posiadacze) powinni w miarę możliwości przedstawić również komisji poborowej dowody, stwierdzające wartość (cenę nabycia) przedmiotu świadczenia.

## KRONIKA ZAGRANICZNA

### OGÓLNA

#### Ochrona prawna ogłoszonych wiadomości dziennikarskich

Konferencja rzeczoznawców prasowych, zwołana z inicjatywy Ligi Narodów w Genewie w sierpniu 1927 roku, obok szeregu innych spraw zajmowała się też ochroną własności ogłoszonych wiadomości dziennikarskich. W tej sprawie ustaliła ona w odrębnej rezolucji ogólną zasadę, iż ogłoszenie jakiegokolwiek wiadomości jest dopuszczalne tylko w tym wypadku, o ile wiadomość została otrzymana w drodze regularnej i uznanej, a nie dzięki czynności, podpadającej pod pojęcie nieożajalnej konkurencji. Ochrona wiadomości już ogłoszonych należy do kompetencji zainteresowanych państw, które winny się tą sprawą zająć na wniosek swej prasy. Jednakże przepisy o tej ochronie powinny zezwalać na przedruk wiadomości po pewnym czasie, pod warunkiem wskazania źródła i odpowiedniej opłaty.

Rezolucje konferencji zostały przesłane członkom Ligi Narodów z prośbą o wyrażenie opinii. Dotychczas nadeszły odpowiedzi od Francji, Holandji, Szwajcarii, Danii i Czechosłowacji (Polska — odpowiedzi jeszcze nie udzieliła).

Rząd francuski uważa, że ochrona tego rodzaju winna być ograniczona do krótkiego terminu, gdyż byłoby sprzecznym z interesem publicznym, gdyby taka ochrona szkodziła informowaniu publiczności, które jest

pierwszorzędnym zadaniem prasy. Istnieje nadto trudności określenia własności w tej materii.

Rząd holenderski wystąpił z zastrzeżeniami w sprawie projektu opłat za przedruk wiadomości wydrukowanych, uważając, iż w praktyce byłoby to trudnym do zastosowania.

Odpowiedź Szwajcarii zaznacza, że powstaje pytanie, czy ochronie mają podlegać wszelkie wiadomości prasowe, czy też tylko otrzymywane od specjalnych korespondentów lub agencji telegraficznych, jako pociągające za sobą znaczne wydatki. Byłoby pożądanym, ażeby w ciągu kilku godzin od chwili pierwszego ogłoszenia prawo do przedruku było uwarunkowane tylko opłatą i wskazaniem źródła przedruku. Rząd szwajcarski miałby jednak zastrzeżenia, o ileby Konferencja uważała, iż przedruk nawet po pewnym okresie i przy wskazaniu źródła, mógłby mieć miejsce tylko za stosowną opłatą.

Rząd duński podkreśla, iż w Danii utarła się praktyka, iż o ile dziennik zabrania przedruku treści z działu: telegramy z zagranicy, to taki zakaz jest stale przestrzegany. Oprócz tego istnieje w judykaturze Sądu Najwyższego wyrok, ustalający, że wybranie do dziennika telegramów agencji telegraficznej stanowi pracę redakcyjną, uprawiającą do analogicznej ochrony, jaka stosowana jest względem pracy autorów.

Rząd czechosłowacki oświadcza, iż w zasadzie zgadza się na poglądy,

zawarte w rezolucji. (Dalsze odpowiedzi spodziewane są w najbliższym okresie).

#### Spis skrótów tytułów czasopism.

Podkomisja nauk i bibliografii stworzona przy Instytucie Współpracy Umysłowej w Paryżu na jednym z ostatnich swych posiedzeń uchwaliła wystąpić z wnioskiem, ażeby Instytut wydał ogólny spis skrótów tytułów wydawnictw periodycznych.

#### Definicja czasopisma.

Według informacji Dziennika Urzędowego Ligi Narodów, Stały Komitet Prawniczy Ligi Narodów ma przystąpić do rozpatrzenia, przy współudziale przedstawicieli czynników zainteresowanych, zagadnienia międzynarodowej definicji czasopisma. Inicjatywy wyszła ze strony Europejskiej konferencji w sprawie transportu dzienników i czasopism, która odbyła się w Genewie w listopadzie zeszłego roku.

### ANGLJA

#### Złagodzenie walk konkurencyjnych.

Jeden z czołowych organizatorów pracy wydawniczej w Anglii, Esmond E. Harmsworth, na ostatnim walnym zebraniu „Daily Mail Trust Ltd.” wygłosił wysoce znamienne mowę. Sir Harmsworth stwierdził wprawdzie, iż sprawy ogłoszeniowe w dalszym ciągu kształtują się niepomyślnie

## INTERPRINT

# BRONISŁAW S. SZCZEPKI

MASZYNY, FARBY I PRZYBORY  
DLA PRZEMYSŁU GRAFICZNEGO

W A R S Z A W A

NOWY ADRES:

ul. SZPITALNA 12  
tel. 683-38



nie, ale wysoce pocieszającym objawem jest bardzo poważne złagodzenie ostrych walk konkurencyjnych, jakie w ostatnich latach toczyły między sobą wydawnictwa gazet angielskich. Znosi się na to, że wydawcy angielscy, a zwłaszcza londyńscy, przystępują do zgodnego, przyjaznego załatwiania wspólnych dla całej prasy angielskiej problemów.

### Siedemdziesięciolecie „The Universe“.

Kierowniczy katolicki tygodnik Anglii, pozostający pod zwierzchnictwem kard. Bourne „The Universe“, obchodził niedawno siedemdziesięciolecie swego istnienia i pracy. Do roku 1917 „The Universe“ wychodził w bardzo skromnej, jak na angielskie stosunki, ilości 8.000 egz. i wskutek tego znajdował się stale w trudnej sytuacji finansowej. We wspomnianym wyżej roku przejął wydawnictwo sir Martin Melvin, doskonali organizator prasowy. Dzięki jego pomysłowości i pracy wydawnictwo doszło do obecnego nakładu 108.000 egz.

## FRANCJA

### Pokój w prasie paryskiej.

Długotrwała, gwałtowna, często nieprzebierająca w środkach walka, jaka toczyła się we Francji między znanym wydawcą „Ami du Peuple“ Coty'm, a federacją narodową dzienników francuskich została wreszcie zakończona. W pierwszym dniu Bożego Narodzenia 1930 r. podpisany został przez Coty'ego i federację układ, likwidujący i zamykający tę walkę.

W myśl tego układu, nawiązującego zresztą do wyroku sądowego, o którym pisaliśmy już w Prasie, Tow. Narodowe wydawniczo-ogłoszeniowe, wydające „Ami du Peuple“, zatrzymuje dotychczasową cenę sprzedaż-

na swych dzienników 10 centymów i zachowuje zorganizowany przez siebie aparat dystrybucyjno-sprzedażny, Federacja zaś, „potwierdzając swoją już przedtem powziętą decyzję, pozwoli bez ograniczeń na sprzedaż dzienników Towarzystwa Narodowego wydawniczo-ogłoszeniowego we wszystkich kioskach, agencjach, bibliotekach, księgarniach i składach hurtowych, wymienionych we wspomnianym wyroku“. Co do ogłoszeń—„strony układające zgodziły się na oparcie stosunków wzajemnych, z osobami trzecimi, poczynając od daty podpisania niniejszego aktu, na zasadach całkowitej równości i bezwzględnej wolności, o ile chodzi o ogłaszającą się klientelę“. Umowa postanawia zawiadomienie o zawartem porozumieniu wszystkich biur ogłoszeniowych, reguluje sprawę odškodowań, należnych Towarzystwu od Federacji i sposób załatwiania wynikłych stąd kwestii spornych, zawiera obustronne zrzeczenie się na przyszłość używania drogi sądowej i postanawia, iż obie strony ogłoszą tekst układu bez dodawania jakichkolwiek komentarzy.

W ten sposób bojkot kolportażowo-ogłoszeniowy dzienników Coty'ego został zakończony.

Z okazji zawarcia ugody p. Coty ofiarował na fundusz Kasy Pensyjnej/Prasy Francuskiej kwotę 3 milionów franków, płatną w 4-ech rocznych ratach, poczynając od 31 lipca 1931 r.

### Instytut Dziennikarstwa w Paryżu.

W grudniu został w Paryżu otwarty Instytut Dziennikarstwa („Institut de Journalisme“). Założycielami Instytutu są wielkie francuskie wydawnictwa codzienne i periodyczne oraz Akademia Paryska (Academie de Paris). W honorowym Komitecie Instytutu zasiadają m. in. kierownicy szeregu wydawnictw. Instytut prowadzi teoretyczne i praktyczne wy-

kłady prasoznawcze oraz zamierza wydawać własne czasopismo p. t. „Bulletin officiel de l'Institut de Journalisme de Paris“.

## KANADA

### Cła na czasopisma.

W związku z przeprowadzaną obecnie rewizją przepisów celnych rząd kanadyjski zamierza obłożyć cłem przywożone z zagranicy do Kanady czasopisma, zwłaszcza te, których działy ogłoszeniowe zawierają propagandę zagranicznych towarów. Cła te ostrzem swem zwrócić się przedewszystkiem przeciwko tygodnikom, wychodzącym w Stanach Zjednoczonych i importowanym stamtąd do Kanady.

## NIEMCY

### Prasa w parlamencie niemieckim.

Ścisły związek, zachodzący między polityką a pracą dziennikarsko-wydawniczą sprawia, iż tak samo jak w Polsce, również w parlamentach innych państw licznie zasiadają przedstawiciele prasy. Jak donosi „Deutsche Presse“ w nowym parlamencie niemieckim, wybranym na jesieni ubiegłego roku, zasiada 40 posłów zawodowo zatrudnionych w prasie. Największą liczbę posłów dziennikarzy dało parlamentowi niemieckiemu stronnictwo socjal-demokratyczne.

## WATYKAN

### Perłodyk watykański.

Jak donoszą z Rzymu, od świąt Bożego Narodzenia w Państwie Papieskiem zaczął się ukazywać ilustrowany dwutygodnik p. t.: „Illustrazione Vaticana“. Uruchamia nowe czasopismo Conte della Terra, wydawca „Osservatore Romano“. Nowe wydawnictwo będzie poświęcone nie tylko sprawom watykańskim, ale również sztuce i historii religii.

# PRZEGLĄD PIŚMIENNICTWA

## ROZBIORY I SPRAWOZDANIA

**Baranowski Wojciech.** „Prasa jako czynnik samodzielny“. W numerze jubileuszowym „Świata“ p. Wojciech Baranowski występuje z ostrą krytyką podporządkowania się prasy polskiej polityce partyjnej, co jego zdaniem obniżyło poziom i godność prasy, gdyż rzadkie wydawnictwo marzy dziś o tem, by „znaczyć coś samo przez się, by zachować prawo wolnego sądu o rzeczach i wnosić własny wkład myślowy do ogólnej skarbnicy rozważań społeczeństwa“, a przeważnie zajmują się pracą narzucania mu gotowych i banalnych formułek i spełniania propagandy politycz-

nej. Autor oświadcza jednak, że masy czytające mają dość już tego rodzaju prasy i pragną „pisać dla siebie, nie dla wojujących obozów“, chcą „prasy, któraby odzyskała swoje własne oblicze i stała się znów czemś sama przez się“.

Nutą przewodnią artykułu p. Baranowskiego jest propaganda indywidualizmu. Niestety, rozwój życia idzie w kierunku wprost przeciwnym. I porównując prasę naszą z obcemi, możemy chyba tylko wyrazić zadowolenie, że w Polsce nie doszło jeszcze do tego, co gdzieindziej, gdzie prasa „nastraja“ już nie w imię jakichś „programów“ ideo-

wych, ale pro prostu i wyłącznie—interesów.

**Stanisław Osada.** „Prasa i publicystyka polska w Ameryce w treściwym referacie, opracowana z okazji 200-go jubileuszu prasy w Polsce i 60-lecia jej w Ameryce“. Nakładem i drukiem „Pittsburczanina“. Pittsburgh, 1930.

Ów istotnie treściwy i bardzo ciekawy referat stanowi tylko część pierwszą pożytecznej książki p. red. Osady i informuje o teni, „jak powstała prasa polska w Ameryce“, oraz daje „ogólną jej charakterystykę“. Natomiast książka poza tym re-



feratem, który uważać można za wstęp syntetyczny, składa się jeszcze z dwóch innych części i paru rozdziałów dodatkowych.

Część druga, zatytułowana „Nasze pisma”, wypełniają zestawione w porządku chronologicznym, jakby curricula vitae gazet i innych czasopism polskich w Ameryce północnej (St. Zjedn. i Kanada), poczynając od nieistniejącego obecnie, najdawniejszego wydawnictwa polskiego za Oceanem z lat 1863 — 5, p. t.: „Echo z Polski”, które było zawiązkiem naszej prasy na drugiej półkuli. Nadto w części tej znalazło się ciekawe zestawienie statystyczne liczebności amerykańskiej prasy polskiej w ciągu minionych jej sześciu dziesiątków lat ze wskazaniem ilości wydawnictw, które utrzymały się przy życiu do roku 1930 z pośród ok. 365 prób wydawniczych, czynionych między r. 1870 a r. 1929. Jako uzupełnienie tej części, autor podał notatkę o współczesnej prasie polskiej w Brazylii, pomijając, niestety, zupełnie „dni minionie” tej prasy.

Część trzecia książki p. Osady jest ułożonym również chronologicznie zbiorem informacji i notat biograficznych o tych, którzy prasę polską w Ameryce Północnej tworzyli i w niej pracowali oraz dotychczas pracują. Część tę uzupełnia notatka o literaturze, dotyczącej Polonii amerykańskiej.

Umieszczony następnie „rozdział IV” jest właściwie zapewne częścią IV. Autor podaje w nim szereg infor-

macji o próbach zrzeszania się polskich pracowników pióra w Ameryce w przeszłości i w dobie obecnej oraz o istniejących tam od niedawna dwóch organizacjach: o Syndykacie Dziennikarzy Polskich, założonym w r. 1928 w Chicago i liczącym ok. 70 członków, oraz o Stowarzyszeniu Wydawców, założonym w marcu r. 1929 na zjeździe „Wydawców dzienników obozu, znanego p. n. Piłsudczyków”.

Osobną część książki stanowi wykaz adresowy 129 organów prasy polskiej, istniejącej w r. b. w Ameryce północnej, osobno dzienników (w liczbie 15), pół gazety (jednej), wydawanej dwa razy w tygodniu, tygodników (64-ch), dwutygodników (4-ch) i miesięczników (41) oraz kwartalników (3).

Nadto, jakby uzupełnienie do części III-ej, osobną część tworzy skrowidz alfabetyczny nazwisk literatów, publicystów, dziennikarzy i korespondentów polskich w Ameryce.

Zamyka książkę spis rzeczy i parę uzupełnień zarówno do części II, jak i III.

Całość zatem książki, objętości zgóra 100 stron druku formatu 8-ki, wykracza poza ramy referatu i jest w znacznym stopniu b. ciekawym, dość wyczerpującym zbiorem wiadomości o prasie polskiej w Ameryce, tem cenniejszym, że ułożonym przejrzysto.

Książka p. Osady, jako pierwsza próba zebrania materiału informacyjnego o tej prasie na 70-letnim blisko

odcinku czasu i syntetycznego ujęcia go w jedną całość — pierwsza od czasu wyczerpania się broszury Henryka Nagla, wydanej w r. 1894 i obejmującej tylko 30-letnie dzieje tej prasy, — naogół zadanie swoje spełniać może z zupełnym powodzeniem, ponieważ wypełnia lukę, jaka dawała się dotkliwie odczuwać od kilkunastu lat w naszym piśmiennictwie z powodu braku nowszych prac o prasie naszego wychodźstwa za oceanem.

S. Jarkowski.

#### „Reklama”.

Ukazał się numer 5-ty tego wydawnictwa, zawierający m. in. artykuły pp.: St. Z. Zakrzewskiego o kongresie reklamowym, odbytym w lipcu b. r. w Brukseli, O. Langerera o znaczeniu jakości towaru dla wyboru rodzaju kampanii reklamowej, Z. Jablńskiego o zaletach systemu „tanich sprzedaży”, J. Rozgórskiego o paryskim biurze reklamowym „Dam”, H. Löwego o zagadkach premijowych, jako środkach reklamy. „Reklama”, pozostająca pod wytrawnym kierownictwem Z. Zakrzewskiego, coraz skuteczniej rozwija swoją działalność propagandową dokoła udoskonalenia reklamy w Polsce, szczególną zaś wartość wydawnictwa stanowią doskonale dobrane i bardzo pouczające ilustracje, w których plastycznie przemawia do czytelnika nie tylko to, co należy naśladować, ale także — czego należy unikać.

## B I B L I O G R A F J A

**Baum Stefan:** Handel uliczny w Warszawie. Nakł. Wyższej Szkoły Handlowej w Warszawie. Warszawa, 1930 r., str. 66.

**Caro Leopold:** Solidaryzm i jego zasady, dzieje i zastosowania. Lwów, 1931, str. 423.

**Rosenband Stefan:** Wolność słowa we Francji wobec prawa (Palestra 1930 Nr. 10, str. 476 — 496).

**Flelus Max, Delsaux H., Mann J., Moschopoulos N.:** Bibliographie de la presse, Paris, 1930, 32 str.

**Valot Stéphen:** Le journalisme d'aujourd'hui. Bibliotheque d'histoire et de politique. Paris, 1930, 165 str.

**Kohut, Dr. Oswald A.:** Zeitungen und Zeitschriften als Handelsgut. Verlag Waldheim Eberle, Wien, 1930, 245 str.

**Michlignk, Paul:** Das Abrechnungswesen im Zeitungs- und Zeitschriften Verlag. Organisations - Praktikum. Bd. I. Berlin o. J. Lehrmittel-Verlagsgesellschaft.

**Nord und Süd. Monatschrift für internationale Zusammenarbeit.** Herausgeber pr. Dr. Ludwig Stein — Nr. 9 z r. 1930, całkowicie poświęcony sprawom prasowym. Zawiera 10 artykułów o prasie głównych mocarstw świata. O prasie w Polsce napisał K. Smogorzewski.

**Wolff Max:** Rechtliche Garantien für die Unabhängigkeit des Redakteurs. Verlag Albert Löwenthal, Berlin, 1930.

PRASA ukazywać się będzie w r. 1931 jako miesięcznik.

**Prenumerata:** z przesyłką pocztową rocznie 12 zł., kwartalnie 3 zł.

**Cena ogłoszeń:** Zwyczajne 1 str. — 200 zł.; 1/2 str. — 110 zł. 1/4 str. — 60 zł. 1/8 — 30 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.



mas. 2190/2/1

**J E D Y N I E T E N Z N A K**

**GWARANTUJE DOBROĆ I WYDAJNOŚĆ  
FARB GRAFICZNYCH**

**P O L S K I E T O W A R Z Y S T W O K S I Ę G A R N I K O L E J O W Y C H****SP. AKC. „RUCH“ SP. AKC.****Warszawa, Aleje Jerozolimskie № 63****Zarząd 668-61,****Hurtownia 670-87,****Buchalterja 668-73,****Ekspedycja pism 668-70 i 668-41.****PRZYJMUJE DO SPRZEDAŻY****w księgarniach kolejowych, kioskach mlejskich i w uzdrowiskach****DZIENNIKI I CZASOPISMA****oraz prowadzi****HURTOWNIĘ PISM****dla kolporterów prowincjonalnych****PRZYJMUJE WYŁĄCZNA EKSPEDYCJĘ DZIENNIKÓW I CZASOPISM****Uskutecznia terminową wysyłkę koleją, autobusami i samolotami****Wydawnictwa, mające swe siedziby w okręgach działalności Oddziałów Tow. „RUCH“, mogą załatwiać wszelkie sprawy związane z kolportażem z temi Oddziałami****Ekspedycja pism czynna od 4 rano do 1 w nocy.****Biura Centrali czynne od 8,30 do 4,30 po poł.****O D D Z I A Ł Y:****Poznań, ulica Ratajczaka № 36, telefon 20-81.****Lwów, ulica Sykstuska № 46, telefo 7-07.****Kraków, ulica Szczepańska № 9, telef. 103-69.****Wilno, ulica Ludwisarska № 5, telefon 5-81.****Gdańsk, Kaszubski Rynek № 21, telef. 279-00.****Łódź, ulica Zachodnia № 46, telefon 181-49.**