

387

**10 LAT PRACY**  
**POLSKIEGO**  
**ZWIĄZKU WYDAWCÓW**  
**DZIENNIKÓW I CZASOPISM**  
**1928 — 1938**

**PRASA**

ROK V NR. 2

1939



OKŁADKA WYKONANA

Z kartonu „Terra“

*Karton*

»TERRA«

na składzie 28 kolorów  
w 2-ch grubościach

MARKA  FABR.

SP. AKC. PRZEM. I HANDLU PAP.  
DAWIDOWICZ, KEMPINSKI I S<sup>KA</sup>  
WARSZAWA CHMIELNA 43.



# DZIESIĘCIOLECIE POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

**P**OLSKI Związek Wydawców Dzienników i Czasopism rozwojem swym potwierdza starą prawdę, że gromada to wielki człowiek!

Oczywiście nim Związek powstał, na polskim terenie wydawniczym nie brakło w ciągu ostatnich dziesiątków lat indywidualności, w tej dziedzinie wybitnych i twórczych. Historia prasy polskiej uwydatniła ogrom wysiłków, dokonanych przez wydawców polskich w uciążliwym okresie niewoli, gdy każdy dziennik polski i każde czasopismo polskie było ogniskiem jawnej lub utajonej propagandy narodowej i buntu. W walce o istnienie, którą trzeba było prowadzić uparcie i bez wytchnienia, wydawcy polscy swą rzutkością, energią i wytrwałością dobrze zasłużyli się ojczyźnie.

Lecz sprawiedliwości dziejowej stało się zadość. Polska odzyskała niepodległość.

Wydawnictwa codzienne i periodyczne polskie znalazły się wobec nowych zadań, nowych odpowiedzialności. Ścisłsza organizacja wysiłków była nieodzowna, lubo w realizacji

W takich warunkach powstał dziesięć lat temu Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism.

Dziś możemy śmiało powiedzieć: ten pierwszy okres Związku ziścił pokładane w nim nadzieje.

W Związku znalazły się wszystkie poważniejsze wydawnictwa polskie. We władzach Związku zasiadli czołowi przedstawiciele świata wydawniczego wszystkich dzielnic. Proces unifikacyjny został przeprowadzony szybko i bez zgrzytów. Zagadnienia i sprawy wydawnicze posiadały taki ciężar gatunkowy, że mimo różnic programów i poglądów, mimo przeciwności i zadawnionych uprzedzeń, elita wydawców polskich podjęła w całkowitej harmonii prace nad rozwiązaniem problemów, żywo świat wydawniczy obchodzących.

W procesie rozwojowym Związku, jego agendy i przedsięwzięcia, zawód wydawcy, przed tym nie zawsze dostatecznie określony, ustalał się, krzepł, nabierał właściwych kwalifikacji i powagi. W zespole wydawców i kierowników, którzy Związkowi

poświęcili tak wiele myśli, czasu i trudu, ujawniły się znakomite zasoby twórcze.

Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism nie tamował ani krępował zdrowego współzawodnictwa, które jest dźwignią postępu. Umiał poszczególnie wysiłki koordynować, obowiązujące zasady ogólne utrzymywać. Dyrektywą władz Związku była jasna świadomość zamierzeń i celów, zawsze uzgodniona z dobrem państwowym i społecznym.

Na tym bowiem polega osobliwy charakter akcji wydawniczej, że służy ona sprawom narodowym i państwowym, że jest organem użyteczności publicznej, a chcąc swój byt utrwalić i umocnić, musi przy tym baczyć, żeby interesy własne danego wydawnictwa nie ucierpiały, aby wszystkie zobowiązania wobec pracowników i dostawców były zawsze rzetelnie spełniane.

Niezależność prasy bywa w silnym stopniu warunkowana jej sytuacją finansową. O tym winni pamiętać ci, którzy szczerze pragną, aby prasa posiadała wysoki poziom moralny i kulturalny. Broniąc interesów materialnych prasy, Związek zarazem strzegł i strzeże jej godności, honoru i autorytetu moralnego.

Trudne i odpowiedzialne zadanie ułatwiała okoliczność, że już w tym pierwszym dziesięcioleciu swego istnienia Związek Wydawców nawiązał żywe, bliskie i życzliwe stosunki ze Związkiem Dziennikarzy R. P. Umowa zbiorowa, samorzutnie przeprowadzona przez te dwa wielkie zrzeszenia, reprezentujące całość prasy polskiej, jak również szereg innych wspólnych inicjatyw i organizacji, świadczą pomyślnie o zrozumieniu wagi solidarnego współdziałania.

Najkłopotliwsze, początkowe dziesięciolecie przebyte! Wiele w tym czasie dokonano, wiele innych rzeczy zapoczątkowano, wiele pozostaje do zrobienia. Ambicje zrzeszonych w Polskim Związku Wydawców mierzą wysoko. Prasa polska musi mieć w życiu państwowym i społecznym należyty jej autorytet. Utrzyma go, pogłębiając swe wartości duchowe i kulturalne.

Idziemy naprzód, ufni w przyszłość.



# ZADANIA I POSŁANNICTWO WYDAWCY POLSKIEGO

**J**EDNYM z najzawil-  
szych zagadnień w  
dziedzinie organizacji  
prasy jest stosunek  
wzajemny redaktora i  
wydawcy (czy też dyrektora wy-  
dawniczego), podział i układ ich  
wpływów i kompetencji.

Podejście do tego problemu win-  
na poprzedzić krótka choćby dy-  
gresja w najbliższą przeszłość.  
Gdzie i kiedy szukać początków  
organizacyjnych prasy nowocze-  
snej? Sądzę, że nie będą daleki od  
ściśłości, umieszczając ten etap na  
przełomie trzeciego i czwartego  
dziesiątka lat ubiegłego wieku. Pa-  
ryska rewolucja lipcowa wybuchła  
samorzutnie w obronie wolności  
prasy. Wydanie przez Karola X  
t. zw. „ordonnances“, t. j. dekretu,  
ograniczającego wolność pra-  
sy, było ostatnią kroplą goryczy,  
która przepełniła miarę. Okazało  
się, że w krajach demokratycznych  
wolność prasy należy do zdobyczy,  
na które porywać się nie wolno.  
Dał tym prawdom dobitny wyraz  
obecny prezydent Republiki Fran-  
cuskiej p. Albert Lebrun w prze-  
mówieniu, wygłoszonym w roku  
zeszłym na bankiecie Syndykatu  
Narodowego Dziennikarzy R. F. w  
Paryżu. Stwierdził raz jeszcze, że  
wolność prasy jest sensem i racją  
jej istnienia.

W roku 1836-ym Emil de Gi-  
rardin założył „La Presse“. Nowo-  
ścią tego dziennika paryskiego by-  
ła tania cena, mnogość i szybkość  
informacji, sensacyjne powieści w  
odcinku, umiejętne chwytnie w  
lot tematów, które doraźnie inte-  
resowały czytelnika, żywość szer-  
mierki polemicznej i niestety: —  
powiedzmy to otwarcie — brak  
skrupułów.

Opinia publiczna we Francji re-  
agowała na praktyki, nie licujące  
z powołaniem i godnością prasy.  
Balzac w swoich „Blaskach i nę-  
dzach kurtyzany“ napiętnował  
dziennikarzy, nie szanujących swe-  
go zawodu. W teatrze rozprawił  
się z nimi Augier w słynnym „Sy-  
nu Giboyer’a“.

Gdy obchodzono niedawno w  
Paryżu stulecie Girardin’a, p.

Bourdon, prezes głównej organiza-  
cji dziennikarskiej francuskiej nie  
zawahał się oświadczyć, że ów wy-  
borny dziennikarz, który wykazał  
tyle twórczej inicjatywy, zapo-  
czątkował również w prasie fran-  
cuskiej żalosne kompromisy.

Prasa polska nie zesła nigdy  
na takie bezdroża. W ciężkim  
okresie niewoli służyła z zapalem,  
wytrwałością i poświęceniem ce-  
lom i potrzebom narodowym.  
Szczególnie trudną była jej rola  
w zaborze rosyjskim, gdzie społec-  
zeństwu polskiemu odjęto wszy-  
stkie prawie organy życia publi-  
cznego: przedstawicielstwo polity-  
czne, samorząd, oświatę narodową,  
prawo zrzeczeń i zebrań, wolność  
drukowanego słowa. Jawny nurt  
życia zwięzał się do trosk i zabie-  
gów życia prywatnego. Mowa pol-  
ska publicznie odzywała się tylko  
w kościele i w teatrze. Jakże ską-  
py był zakres tematów, które wol-  
no było omawiać na szpaltach ów-  
czesnych dzienników i czasopism!  
Wszystko, co stanowiło najistot-  
niejszą treść duszy polskiej, — jej  
zamierzeń, pragnień i marzeń, —  
było zakazane. Wtedy to publicy-  
styka polska posiadała w sposób  
niezrównany sztukę pisania mię-  
dzy wierszami. Publiczność na-  
uczyła się odgadywać to, co pisarz  
chciał powiedzieć, a co musiał  
przemilczeć. Cenzorzy wściekali  
się, bo dowiadywali się o ukry-  
tym znaczeniu niewinnych napo-  
zór zwrotów — po niewczasie.

Dziennik i czasopismo w tym  
okresie były przede wszystkim  
placówkami utajonej walki z za-  
borcą. Przewaga wpływów przy-  
padała redakcji. Wydawca, który  
już wtedy potrafił samorzutnie  
uzgodnić zamierzenia ideowe i o-  
bowiązki społeczne z kalkulacją  
handlową, był zjawiskiem wyjąt-  
kowym.

Na naczelnym redaktorów po-  
woływano wtedy zazwyczaj gło-  
śnych literatów. Mniemano, że  
znakomity pisarz z natury rzeczy  
musi być również znakomitym  
redaktorem. W ten sposób Kra-  
szewski został w okresie przed-  
powstaniowym naczelnym redak-

torem „Gazety Polskiej“, Sienkie-  
wicz — w kilkanaście lat później  
— naczelnym redaktorem „Sło-  
wa“, Bolesław Prus — „Nowin“.  
Eksperymenty te, wynikające z  
niezrozumienia celów i zadań za-  
równo literatury, jak prasy, nie  
mogły dać wyników pomyślnych.

Na Zachodzie Europy i w Sta-  
nach Zjednoczonych, gdzie pano-  
wała wolność drukowanego słowa,  
prasa ustalała tymczasem nowe  
warunki swego rozwoju. Postępy  
oświaty zwiększały zastępy czy-  
telnicze. Nakłady rosły. Celem ob-  
niżenia kosztów produkcji, po-  
szczególne wydawnictwa jeły łą-  
czyć się w wielkie koncerty. Za-  
częły tworzyć się jednostki wy-  
dawnicze o charakterze potężnych  
przedsiębiorstw przemysłowo-hand-  
lowych. Od redaktorów żądano  
coraz wszechstronniejszej kompe-  
tencji i talentów. Technika dru-  
karska prześcigała się w doskona-  
leniu instalacji, maszyn, środków  
pomocniczych. Przedsiębiorstwa  
prasowe w tym nowym kształcie  
wymagały kapitałów, doskonałej  
znajomości stosunków, zwłaszcza  
politycznych i gospodarczych, a  
przede wszystkim sprężystego i  
umiejętnego kierownictwa naczeln-  
ego. Należne stanowisko osiąga w  
tym okresie wydawca — właściciel  
pisma, lub dyrektor wydawniczy,  
pełnomocnik właścicieli. Proces  
organizacyjny rozwija się szybko.

W coraz zawrotniejszym tempie  
życia nowoczesnego kompetencje  
i odpowiedzialności redaktorów  
naczelnym i kierowników po-  
szczególnych działów redakcyj-  
nych skomplikowały się w wyso-  
kim stopniu. Niemniej — zadania  
dyrekcji wydawniczych. Dziennik  
czy periodyk, nie przestając być  
organem opinii publicznej, rzecz-  
nikiem takich lub innych poglą-  
dów politycznych i społecznych, w  
miarę rozwoju swego zasięgu po-  
czytności staje się coraz większym  
przedsiębiorstwem przemysłowo-  
handlowym. Budżet wydatków ro-  
śnie. Skończyło się życie bez po-



śpiechu. Rozbudowały się lokale administracji wydawniczych, wypełniły się pracownikami, zaklekotały maszyny do pisania, do liczenia. Mnożyły się agencje informacyjne, ogłoszeniowe, po mieście zaczęły harcować mniej sferne hufce akwizytorów. Trzeba było zapewnić pismu prędkie druk, sprawną ekspedycję, — zabiegliwą propagandę dla zwiększenia prenumeraty, kolportażu i ogłoszeń. Przy kierownicy redakcyjnej zasiadł redaktor naczelny. Troskę o zagadnienia gospodarcze i techniczne przejął dyrektor wydawniczy.

W środowiskach zachodnio-europejskich i w Ameryce coraz powszechniej obejmują zwierzchnie kierownictwo główne czynniki nadrzędne, koncentrujące wszystkie decyzje, dotyczące całokształtu wydawnictwa i współpracy poszczególnych działów zarówno redakcji jak i administracji.

Te przeobrażenia, świadczące o żywotności procesu rozwojowego, nie odbywały się bez tarć. Starsze pokolenia nie godzą się łatwo ze zmianami, choćby te zmiany były koniecznością życiową. Wysuwano zarzut, że merkantylizacja prasy może podważyć jej autorytet moralny. Tu i ówdzie wytwarzał się dualizm władz niedość zharmonizowanych. Umysły zrównoważone, zarówno ze strony wydawniczej, jak dziennikarskiej, rozumiały jednak, że zużytych form nie wskrzesi żadna siła, że trzeba sięgać po nowe życie.

Rozwój prasy polskiej został opóźniony przez półtora wieku niewoli. Teraz musimy dodawać gazu. Możemy się pocieszyć, że gdy w Anglii i Francji tamtejsza prasa dochodzi już do maksymalnego nasycenia swoich rynków czytelniczych, prasa polska ma przed sobą daleko sięgające możliwości. Postępy oświaty przysparzają jej rok rocznie liczne nowe kadry czytelników. Niemniej pomysły horoskopy uwidaczniają się przed prasą polską w dziedzinie reklamy. Dotychczasowe wykorzystywanie łamów ogłoszeniowych w naszej prasie przez handel i przemysł nie odpowiada ani potrzebom kraju, ani wpływom prasy na masę czytelniczą.

Mimo różnego rodzaju trudności, prasa polska w Odrodzonej Ojczyźnie w oczach rośnie na siłach i ekspansji. Rozbudowują się wydawnictwa stołeczne. Prasa regionalna nie tylko nic nie traci ze swego stanu posiadania, lecz ra-

czej go rozszerza. Jak grzyby po deszczu jawią się nowe czasopisma, służące już to różnego rodzaju ideologiom, już interesom poszczególnych organizacji, zrzeczeń i instytucji, już wrzeszcząc — ambicjom osobistym. Przerost inicjatywy w tej mierze świadczy czasem o niedostatecznej ugodności do kumulowania usiłowań.

Nowoczesne konieczności rozwojowe przedsiębiorstw prasowych wywołały nieuniknioną ewolucję w ustosunkowaniu się wzajemnym dwóch głównych elementów: naczelnej redakcji i kierownictwa wydawniczego.

Najprostsze rozwiązanie odnajdywały wyjątkowe jednostki, które łączyły talent redaktorski z umiejętnością i rzutkością wydawniczą. Takimi u nas byli Wacław Szymanowski, Feliks Fryze, Erazm Piltz, Rudolf Starzewski.

Zazwyczaj wszakże w wydawnictwach przeważał — albo rozmiłowany w swych celach i w swym kunszcie redaktor, albo wybitny wydawca, pragnący zdobyć dla swego pisma jak najrozleglejszą poczytność.

Redakcja i kierownictwo wydawnicze musiały wejść na drogę uzgadniania swoich zamierzeń i zadań.

Wydawca, zakładający lub nabywający pismo, czyni to przeważnie:

1) aby rozpowszechnić pewne idee i programy. Niekiedy — aby zwalczać inne.

2) ażeby zdobyć wpływy i znaczenie,

3) aby uzyskać dla siebie warsztat pracy, oprocentować wyłożony kapitał, osiągnąć pewne zyski.

Redaktor, obejmując kierownictwo dziennika lub czasopisma, szuka zazwyczaj:

1) Możliwości wypowiedzenia się, wyładowania swej indywidualności, talentu, wiedzy i temperamentu.

2) Uzyskania warsztatu pracy, który by zapewnił mu utrzymanie, a w szczęśliwych warunkach — pozwalał myśleć o zabezpieczeniu starości.

Pomyślny rozwój dziennika czy periodyka warunkuje się rzetelnym, lojalnym stosunkiem redakcji do naczelnego kierownictwa wydawniczego. Stąd wynika, że cele i program wydawnictwa winny być jasne i wyraźnie określone.

Nowe prawodawstwo francuskie

broni redaktorów przed niespodziankami zmian w kierunku ideowym pisma. Stwierdzenie takiego faktu zwalnia kierowników redakcji z przyjętych zobowiązań i zapewnia im rozwiązanie umowy z należnymi uprawnieniami. Zadaniem tych klauzul prawnych jest obrona przed żeglarzami, co zawsze chętni z wiatrem płynąć.

W praktyce nie znaczy to jednak, aby pismo w stosunku do raz ogłoszonego programu skazane było na dozgonną temu programowi wierność. Życie, to łańcuch nieustannie dokonujących się przeobrażeń.

Zarówno ten, co zakłada czasopismo, dostarcza nań środków i obejmuje dyrekcję wydawniczą, jak i ten, który bierze w swe ręce kierownictwo redakcyjne, winni jasno zdawać sobie sprawę, czego chcą, do czego dążą. Wydawca i naczelny redaktor, nim rozpoczną wspólną pracę, powinni dokładnie ustalić, jakie cele ich łączyły, — polityczne, społeczne, kulturalne, dla jakich warstw czytelniczych zamierzają swe pismo wydawać, jaki pragną mu nadać typ i charakter.

Niefachowy i niezaradny dyrektor wydawniczy zmarnuje wysiłki najznakomitszego redaktora. Redaktor nieudolny, niedostatecznie orientujący się w zawrotnym tempie nowoczesnego życia, nie potrafiący przy tym wykorzystać talentów i zdolności swoich współpracowników, może obrócić w niwecz najskuteczniejsze zabiegi dyrekcji wydawniczej.

Tam wszakże nawet, gdzie redaktor naczelny i wydawca posiadają odpowiednie kwalifikacje, brak scharmonizowanego współdziałania tych dwu czynników brak podporządkowania się jednolitej linii kierownictwa wydawnictwa może utrudnić i nawet unicestwić obustronne usiłowania.

Jeden z potentatów prasy paryskiej, Leon Bailby, właściciel dzienników „Le Jour“ i „L'Echo de Paris“, dowodzi, że nowoczesny dziennik musi opierać swą kalkulację w znacznym stopniu na dochodach z reklamy. Najwyższe nakłady nie opłacają wciąż rosnących kosztów.

Stwierdza również, że obecnie łatwiej zdobywają poczytność dzienniki i czasopisma o wyraźnej fizjonomii programowej. Oportunizm i kompromisowość nie znajdują w masach szerszego odzewu.



Z tych przesłanek łatwo wy-  
ciągnąć pouczenie, jak ważnym  
czynnikiem jest zgodne współdzia-  
łanie redakcji z kierownictwem  
wydawniczym. Każde odchylenie  
od tej zasady grozi perturbacjami.  
Równie niebezpieczną może oka-  
zać się preponderancja względów  
materialnych nad celami redak-  
cyjnymi, jak lekceważenie przez  
redakcję interesów finansowych  
pisma.

Jak dalece możliwą jest harmo-  
nijna współpraca czynnika wy-  
dawniczego z czynnikiem redak-  
cyjnym, świadczą w Polsce sto-  
sunki, panujące naogół w na-  
szych wydawnictwach prasowych.  
Świadczy również ustosunkowanie  
się wzajemne dwóch wielkich  
zrzeszeń, Polskiego Związku Wy-  
dawców Dzienników i Czasopism  
i Związku Dziennikarzy R. P.

Doniosłym dowodem głębokiego  
zrozumienia wspólnych celów, za-  
dań i odpowiedzialności, było po-  
wołanie do życia przez oba Związki  
— Komisji Orzekającej, która  
sprawuje pieczę nad poziomem  
etycznym i obyczajowością pole-  
mik prasowych — komisji złożo-  
nej z wydawców i naczelnych re-  
daktorów.

Piękne nadzieje budzi Towarzy-  
stwo Wiedzy Prasowej, zainicjo-  
wane przez Polski Związek Wy-  
dawców. Współdział w tej nowej  
organizacji, oprócz wydawców  
wzięli redaktorzy naczelni i wy-  
bitni publicyści, czołowi przedsta-  
wicieli Uniwersytetu i Wyższych  
uczelnii oraz tych instytucji, które  
z racji swej działalności są ściśle  
z prasą związane.

We współżyciu kierownictwa  
redakcyjnego z kierownictwem  
wydawniczym zbyt wiele groma-  
dzi się niepokojów, ambicji, entuz-  
jazmu i rozbieżnych interesów, by  
się mogło obyć bez przejściowych,  
doraźnych przeciwieństw, różnic  
w poglądach, sporów, nawet za-  
targów.

Ale to jest właśnie nowe życie.  
Pełnia życia! I dlatego ja, co mam  
za sobą czterdzieści z górą lat pra-  
cy dziennikarskiej, — redaktor-  
skiej i wydawniczej, — gdyby wy-  
roki Opatrzności kiedyś kazały mi  
jeszcze raz na ten padoł wrócić,  
bez wahania obrałbym sobie na  
nowo zawód redaktora i wydawcy.

Prasa nowoczesna wymaga od  
swych adeptów zarówno w redak-

cji, jak w kierownictwie wydaw-  
niczym: szacunku dla swego za-  
wodu, wiedzy fachowej, doświad-  
czenia, energii, poczucia obowią-  
zku i odpowiedzialności, wielu in-  
nych zalet. Nade wszystko zaś  
osobliwego daru, którego nie za-  
stąpią żadne nauki. Tym darem,  
nieodzownym zarówno dla redak-  
tora jak i dla wydawcy, jest zmysł  
dziennikarski, zmysł szczególny,  
który wypowiada się we wszech-  
stronności zainteresowań, w ruch-  
liwości wiecznie rozciekawionego  
umysłu, — we wrodzonej zdolno-  
ści wyczuwania prądów opinii,  
nurtujących społeczeństwo, — po-  
treb intelektualnych i emocjonal-  
nych czytelników, ich upodobań.

Te wszystkie talenty, mądrości  
i zalety wszakże nie wystarczą ani  
u redaktora, ani u wydawcy, jeśli  
nie będzie zagrzewał ich żar wiary  
w wyższe cele podejmowanej pra-  
cy. Niewiele osiągną w dzienni-  
karstwie serca zazięble! Dziennik  
czy periodyk, jakkolwiek jest za-  
kres ich zadań, dla tych, którzy go  
tworzą i nim kierują, jest służbą  
publiczną. Dla tych co głębiej swą  
misję pojmują, niezachwianie  
wierni ideałom wolności, prawdy  
i sprawiedliwości, staje się — po-  
słannictwem.

Wydawnictwo Kasy im. Mianowskiego — Instytutu Popierania Nauki

# NAUKA POLSKA

JEJ POTRZEBY, ORGANIZACJA I ROZWÓJ

Czasopismo poświęcone zagadnieniom naukoznawczym

wyd. pod redakcją Stanisława Michalskiego

Tom XXIV (str. X+587) obejmujący artykuły: P. Rybickiego: Nauka  
a element irracjonalny; K. Dobrowolskiego: Nauki humanistyczne a po-  
trzeby życiowe narodu; A. Krogha: Myślenie wzrokowe; W. Semkowicza:  
Życie naukowe współczesnego Krakowa c. d.

Tom uzupełniają: kronika polska i zagraniczna, recenzje dzieł poruszających  
zagadnienia naukoznawcze, bibliografia naukoznawcza za lata 1935-1936.  
(Materiały biograficzne dotyczące polskich pracowników naukowych).

Cena tomu XXIV — 12 zł.

Do nabycia w Kasie Im. Mianowskiego, Warszawa, Pałac Staszica, konto P.K.O. 1371 oraz we wszystkich księgarniach.



# WYTYCZNE ORGANIZACJI I DZIAŁALNOŚCI ZWIĄZKU WYDAWCÓW

**R**OK 1928 — rok powołania do życia Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism — był okresem najwyższego stanu ożywienia gospodarczego w Polsce, podniesienia się na najwyższy poziom wszystkich wskaźników koniunkturalnych. Koniunktura ta znalazła swój wyraz również w wyjątkowo ożywionym ruchu wydawniczym; nasilenie jego w tym czasie doszło do punktu kulminacyjnego. Lecz całokształt stosunków wydawniczych nie dawał obrazu pomyślnego, normalnego rozwoju przedsiębiorstw prasowych. W strukturze prasy zaczęły wówczas zaznaczać daleko idące przeobrażenia. Przede wszystkim więc na okres ten przypada wielki rozwój prasy codziennej o typie prasy informacyjnej z wyraźną przewagą charakteru sensacyjnego. Dzienniki tego typu zdobywały coraz większą poczytność lecz zaczęły wypierać prasę polityczną oraz prasę poważniejszą o charakterze opiniotwórczym. W dziedzinie czasopiśmienniczej ożywiony ruch założycielski doprowadził do powstania ogromnej liczby czasopism, z których nieliczne tylko potrafiły zdobyć sobie samodzielny byt finansowy.

Wraz z wielkim rozwojem prasy wyłaniały się liczne zagadnienia gospodarczo-wydawnicze które, wobec braku zorganizowanej samoobrony ze strony prasy, nie znajdowały rozwiązania.

Koszty „produkcji wydawniczej” kształtowały się na coraz wyższym poziomie, bowiem wskutek zwiększonego popytu i wysokiej koniunktury ogólnej, rosły ceny surowców (papieru i farb), rosły też płace pracownicze.

Brak przedstawicielstwa interesów prasy jako całości, był przyczyną, że źródłem poważnych trudności dla wydawnictw był rów-

nież szereg zarządzeń władz państwowych, które nie zawsze brały pod uwagę potrzeby i interesy prasy. W szczególności transportowe i komunikacyjne potrzeby prasy nie znajdowały należytego zrozumienia. Również na innych odcinkach, jak sprawy skarbowe i celne, słuszne interesy prasy nie znajdowały częstokroć właściwego uwzględnienia.

Indywidualne wystąpienia wydawnictw, zmierzające do przeprowadzenia zmiany tych czy innych uciążliwych dla prasy przepisów, lub do uzyskania dla przedsiębiorstw wydawniczych pewnych ulg lub ułatwień, spotykały się przeważnie ze strony władz ze stanowiskiem negatywnym, umotywowanym koniecznością generalnego załatwienia danej kwestii. Dawano do zrozumienia, że brak wystąpień prasy, jako całości stoi przede wszystkim na przeszkodzie do zrozumienia i szczegółowego oraz uważnego rozpatrzenia postulatów prasy.

Brak organizacji, któraby reprezentowała interesy całego przemysłu wydawniczego, dawał się również odczuwać w dziedzinie zagadnień ustawodawczych. Okres o którym mowa, zaznaczył się rozległą akcją ustawodawczą. Poszczególne dziedziny życia gospodarczego, zorganizowane w zrzeszeniach i związkach, — walczyły o zabezpieczenie swych praw i interesów, o uzyskanie najdogodniejszych warunków działalności i rozwoju. Tylko prasa, niezorganizowana, bezradna, przyglądała się biernie jak stanowiono o niej — bez niej.

Jaskrawym dowodem bezsilności prasy w okresie, poprzedzającym powstanie Związku Wydawców, jest fakt, iż nie porozumiewano się z nią w sprawie jednolitego dla całego Państwa prawa prasowego, które wydano w formie dekretu Prezydenta Rzeczypospolitej z dn.

10 maja 1927 r. Dowodem bezsilności prasy jest również fakt, że dekret ten, niesłuchanie uciążliwy dla prasy, po uchyleniu go uchwałą sejmową z 19 września 1927 r., obowiązywał nadal, w ciągu blisko 3-ich lat — aż do dnia 28 lutego 1930 r., tego dnia bowiem dopiero uchwała Sejmu została ogłoszona w Dzienniku Ustaw.

## *Inicjatywa zorganizowania prasy i główne cele organizacji.*

W tej tak trudnej sytuacji w jakiej znalazła się cała prasa polska, nieliczne grono wydawców warszawskich podjęło w połowie 1928 r. akcję mającą na celu stworzenie powszechnej organizacji przemysłu wydawniczego\*).

Z obszernych dyskusji nad ówczesną sytuacją prasy w Polsce, które poprzedziły właściwą pracę organizacyjną, wyłonił się szereg zasadniczych tez, które stać się miały podstawą organizacji i działalności Związku. Przyjmując — jako cel zasadniczy organizacji — udoskonalenie prasy polskiej i zapewnienie jej najlepszych warunków rozwoju, uświadomiono sobie, iż jednym z warunków najbardziej zasadniczych niezależności i rozwoju prasy — jest zapewnienie prasie niezależności gospodarczej i finansowej. Konsekwencją tej tezy było uznanie, że obrona interesów gospodarczych prasy i dążenie do zapewnienia wydawnictwom rentowności winny być wśród głównych zadań tworzącej się organizacji.

Uświadomiono sobie również, że ważne funkcje państwowe i społeczne jakie prasa polska ma do

\*) O licznych próbach zorganizowania Związku Wydawców oraz o inicjatorach pracy na polu organizacji wydawniczej zob. dział sprawozdania pt. Prace nad utworzeniem i rozwojem Związku Wydawców na str. 26.



spełnienia, wymagają podniesienia poziomu redakcyjnego prasy, w szczególności zaś — wyeliminowania z jej łamów wszelkich elementów, obniżających powagę prasy w społeczeństwie.

#### Prace nad Statutem

Prace nad ustaleniem konstrukcji organizacyjnej Związku musiały uwzględnić powyższe wytyczne, wymagały też rozwiązania szeregu zagadnień skomplikowanych. Zasadnicza trudność wynikała z konieczności pogodzenia postulatu powszechności organizacji ze względami, związanymi ze znacznym zróżniczkowaniem prasy pod względem politycznym i gospodarczym. Założeniem więc było skupienie w szeregach Związku całego ruchu wydawniczego w Polsce, a więc zarówno wydawnictw dzienników jak i wydawnictw czasopism, zarówno wielkich koncernów prasowych, istniejących w głównych ośrodkach kulturalnych kraju, jak i mniejszych wydawnictw prowincjonalnych.

Oczywista, zgrupowanie w Związku całej prasy, tak silnie zróżniczkowanej pod względem politycznym, wymagało przede wszystkim przyjęcia zasady całkowitej apolityczności organizacji. Zasada ta, choć nie sformułowana wyraźnie w Statucie, stała się jedną z „żelaznych“ reguł działalności Związku. Zasada ta jest kardynalnym warunkiem istnienia Związku Wydawców, a zarazem podstawą siły i znaczenia tej organizacji.

Jedyną polityką uprawianą przez Związek była i jest polityka obrony interesów Państwa. To stanowisko przejawiało się w całej późniejszej działalności Związku — w żywym ustosunkowaniu się do wszystkich zagadnień o znaczeniu ogólnopaństwowym, wymagających poparcia prasy.

Poważniejsze trudności stanowiło rozwiązanie zagadnienia zróżniczkowania wydawnictw pod względem wielkości. Wymagało to stworzenia specjalnej konstrukcji, któraby zapewniała wydawnictwom najpoważniejszym wpływ na działalność Związku, odpowiadający ich znaczeniu w świecie wydawniczym, któraby z drugiej strony uwzględniała interesy słabszych finansowo jednostek wydawniczych i umożliwiała rozwiązanie zasadniczego dla nich zagadnienia podniesienia ich potencjału finansowego i wydawniczego.

Wprowadzono więc w Statucie postanowienia o systemie pluralnym głosowania, polegającym na tym, że każde z wydawnictw członków Związku rozporządza na ogólnym zebraniu, stanowiącym najwyższą władzę Związku, ilością głosów proporcjonalną do wielkości wydawnictwa. Koncepcja ta zrealizowana została praktycznie w ten sposób, że ustalono 15-cie klas wielkości wydawnictw, zależnie od liczby stałych pracowników. Zaliczenie wydawnictwa do jednej z tych klas decyduje o ilości głosów na ogólnym zebraniu a jednocześnie o wysokości składki na rzecz Związku.

Poza tym rozwiązanie zagadnienia wpływu wielkich przedsiębiorstw na rządy w organizacji oparto na wzorach Instytucji Genewskiej. Zagwarantowano mianowicie udział przedstawicieli największych przedsiębiorstw prasowych we władzach Związku przez wprowadzenie instytucji członków wirylnych w Radzie, która jest ciałem, decydującym o polityce Związku. Jako wiryliści, zasiadają mianowicie w Radzie Związku przedstawiciele wszystkich wydawnictw, należących do najwyższej, 15-ej klasy (wydawnictw posiadających ponad 100 pracowników). Celem zapewnienia poszczególnym grupom mniejszych wydawnictw odpowiedniego uwzględnienia ich odrębnych interesów i potrzeb wprowadzono w Statucie przepis, iż „Wybór niestających członków Rady, winien być dokonany w taki sposób, aby w Radzie uwzględniona była reprezentacja interesów zasadniczych grup przedsiębiorstw prasowych całego Państwa Polskiego“.

#### Linie wytyczne działalności Związku.

Podniesienie prasy w Polsce na najwyższy szczebel pod względem redakcyjnym, graficznym i organizacyjnym i zapewnienie najlepszych warunków rozwoju stanowiło, jak wspomnieliśmy, główny cel organizacji wydawców. Rozwiązanie tego zagadnienia jest znacznie trudniejsze w dziedzinie przedsiębiorstw prasowych niż we wszystkich innych dziedzinach produkcji i handlu. Przedsiębiorstwo prasowe ma wprawdzie charakter przedsiębiorstwa przemysłowego\*) ale przedsiębiorstwa o

\*) Prawo przemysłowe nie zalicza „wydawnictwa pism“ do przemysłu.

cechach bardzo specjalnych. Prasa ma bowiem dwa oblicza; jedno to przedsiębiorstwa, które produkuje i sprzedaje, drugie — to organu opinii publicznej, reprezentującego określoną ideologię lub kierunek polityczny, a więc wartości z dziedziny zjawisk społecznych i kulturalnych. Stąd cele wydawnictwa są zawsze dwojakie: obok interesu materialnego — dążenia ideowo-polityczne lub kulturalne. W większości wypadków zysk jest nie tyle celem wydawnictwa, ile środkiem służącym do realizacji celów natury ideowej — w drodze rozwijania i ulepszania pisma.

Zasadniczym warunkiem osiągnięcia zamierzonych celów natury ideowej jest stworzenie niezależnego bytu finansowego przedsiębiorstw wydawniczych; głównym więc kierunkiem działalności Związku Wydawców musiało być stworzenie warunków dla rentownej pracy tych przedsiębiorstw. Pismo tylko wtedy pełnić będzie należycie swe obowiązki względem państwa i społeczeństwa, gdy niezależność jego sądu i stanowiska nie będzie zagrożona ze strony finansów przedsiębiorstwa. Deficytowy budżet to największe niebezpieczeństwo dla wolności prasy.

Wnioski z tego są oczywiste. Prasa polska stosunkowo od niedawna — dopiero od chwili odzyskania niepodległości — korzysta z warunków, umożliwiających rozwój i ekspansję. Pracuje zaś w warunkach gospodarczych bardzo trudnych, gdyż w kraju, liczącym duży odsetek mniejszości narodowych, poważną liczbę analfabetów, w kraju, gdzie słaby stopień rozwoju gospodarczego utrudnia osiągnięcie większych dochodów z ogłoszeń. Brak wreszcie liczniejszych kadr doświadczonych, wytrawnych fachowców w dziedzinie pracy wydawniczej. To wszystko sprawia, że w Polsce trudności w uzyskaniu przez pisma rzetelnej samodzielności gospodarczej są znacznie większe niż gdzie indziej. Pokonać te trudności, stworzyć warunki bardziej sprzyjające rozwojowi pism, uwolnić od zależności finansowej — może tylko akcja zbiorowa. Akcją taką podjął przed 10-ciu laty Związek Wydawców. Aby poziom prasy polskiej podciągnąć, rozwój jej przyspieszyć potrzeba olbrzymich wkładów — wkładów nadzwyczajnych na inwestycje, a także na propagandę.



Wydatkom tym prasa polska sprostać musi, czyniąc te nadzwyczajne nakłady z dochodów zwyczajnych.

W ujęciu Związku Wydawców, dochodowość przedsiębiorstwa wydawniczego nie jest celem, lecz środkiem realizacji innych, wyższych celów, jakie stoją przed prasą polską, środkiem ważnym, kardynalnym, lecz nie jedynym. I dlatego Związek Wydawców, zadania swe wobec prasy polskiej rozumiejąc bardzo szeroko, nigdy nie ograniczał swych prac jedynie do odcinka zagadnień prasowych ściśle gospodarczych. Wprawdzie wiele energii poświęconej zostało na przestrzeni 10-ciu lat ubiegłych sprawie rewizji kosztów produkcji wydawniczej, sprawom podniesienia kolportażu, sanacji rynku ogłoszeniowego itp., lecz nie mniej wysiłków absorbowały inne zagadnienia prasowe, nie związane ściśle z kwestiami gospodarczo-wydawniczymi. Do tej kategorii zagadnień należą: sprawa statutu organizacyjnego prasy jakim jest ustawodawstwo prasowe, sprawa podniesienia poziomu redakcyjnego prasy, rozwój akcji prasy na rzecz interesów państwowych i ważnych interesów społecznych, pogłębienie znajomości spraw prasowych w Polsce i inne.

#### Akcja na rzecz interesów Państwa i ważnych interesów społecznych

Prasa polska w daleko silniejszym stopniu reprezentuje czynniki polityczno-ideowe niż to ma miejsce na Zachodzie Europy. To wiąże czytelnika z pismem, wzbudza w nim zaufanie, a samą prasę chroni od zbytnej merkantylizacji, od przewagi interesu materialnego nad ideowym. Dlatego prasa polska, ciesząc się dużym zaufaniem wśród czytelników, wywiera na nich wpływ bardzo znaczny, znaczniejszy niż to na ogół sądzi się w sferach politycznych i gospodarczych, a nawet w sferach prasowych.

Swe wielkie możliwości propagandowe prasa chętnie stawia do dyspozycji w wypadkach, gdy akcja o charakterze ogólnym zasługuje na poparcie. Jednak rola prasy jako organu propagandowego na rzecz poczynań, mających na celu dobro społeczne, nie jest dotychczas w Polsce dostatecznie wykorzystywana.

Z tych przesłanek wychodząc,

Związek Wydawców przez cały czas swego istnienia starał się oddziaływać na prasę w kierunku koordynacji poczynań propagandowych na rzecz poszczególnych akcji społecznych. Nadto w licznych wypadkach sam ze swej strony inicjował kampanie propagandowe o charakterze państwowym i społecznym. Pożyczka Narodowa i Inwestycyjna, Pomoc Zimowa, Dar Narodowy 3 Maja, Zbiórka na Fundusz Szkolnictwa Polskiego Zagranicą, Miesiąc Likwidacji Analfabetyzmu, imprezy L. O. P. P. i Ligi Morskiej i Kolonialnej i inne — oto akcje, które korzystały, względnie korzystają, z pomocy propagandowej prasy, organizowanej i koordynowanej przez Związek Wydawców.

W momentach szczególnie doniosłych z punktu widzenia państwowego i narodowego Związek Wydawców, jako organizacja, obejmująca pisma wszystkich kierunków politycznych, manifestował wobec kraju i zagranicy jednolite stanowisko polskiej prasy. Uchwały Związku Wydawców, manifestujące takie jednolite stanowisko w okresie zatargu polskoliteńskiego oraz w okresie, poprzedzającym odzyskanie Śląska Zaolziańskiego, opublikowane w całej prasie polskiej oraz podane do wiadomości zagranicznych organizacji prasowych, były aktem planowego działania Związku na rzecz interesu państwowego.

#### Ustawodawstwo prasowe

Jednym z ważniejszych zadań Związku było przygotowanie statutu organizacyjnego prasy jakim jest prawo prasowe. Dążeniem Związku w tej dziedzinie było stworzenie takich warunków prawnych bytu prasy w Polsce, któreby, dając Państwu całkowitą gwarancję ochrony jego interesów oraz tworząc odpowiednie tony przeciw nadużywaniu wolności słowa, zapewniały z drugiej strony prasie wolność i niezależność oraz dawały jej możliwość nieskrępowanego rozwoju. A więc wolność prasy w granicach, zakreślonych dobrem powszechnym. To stanowisko, sformułowane przez Związek w pierwszych latach jego istnienia, było konsekwentnie broni-  
2

Walka poglądów w sprawie ograniczenia wolności prasy trwała wiele lat. Związek Wydawców brał w niej czynny udział, bro-

niąc systematycznie swego stanowiska zarówno w stosunku do czynników rządowych, jak i opinii za pośrednictwem łamów „Prasy”. Szczegółowa historia tych zmagania znajduje się w części sprawozdawczej. Tutaj należy tylko stwierdzić, że wynik tej walki ideologicznej przyniósł jednak częściowe zwycięstwo stanowisku, które reprezentował Związek Wydawców wraz z całym polskim światem prasowym. Dekret prasowy z r. 1938, choć posiada liczne wady i braki oraz niebezpieczne dla wolności prasy uprawnienia władz administracyjnych, — jednak stoi na gruncie zasady wolności prasy. Sądzić należy, że wady dekretu zostaną prędzej czy później skorygowane. Fakt jednak respektowania wolności prasy przez dekret przesądza na długi czas kierunek ewolucji ustawodawstwa prasowego w Polsce. Obowiązkiem Związku jest usunięcie niepotrzebnych zapór na drodze normalnej pracy wydawniczej.

#### O podniesieniu poziomu redakcyjnego prasy

Ważna dziedzina działalności Związku to podniesienie poziomu redakcyjnego prasy. Akcja, mająca na celu rozwiązanie tego zagadnienia, szła w czterech kierunkach: 1) usprawnienia i podniesienia obsługi agencyjnej, 2) zapewnienia możliwie większej ilości własnych materiałów informacyjnych przez stworzenie warunków dogodnej, taniej i szybkiej transmisji informacji, 3) czuwania nad poziomem etycznym w pracy dziennikarskiej, 4) podniesienia poziomu wykształcenia i wiedzy fachowej wśród dziennikarzy.

Pod względem etycznym prasa polska stoi niewątpliwie wyżej od prasy większości innych krajów. Tym niemniej Związek Wydawców zawsze uważał za swój obowiązek pilnie czuwać nad poziomem etycznym prasy i przeciwdziałać w granicach swych możliwości wszelkim objawom, mogącym pośrednio wpłynąć na jego obniżenie. Jedną z ważniejszych akcji Związku w tej dziedzinie była walka z niewłaściwymi formami polemiki prasowych. Akcja ta, uwieńczona zawarciem przez dzienniki warszawskie i ważniejsze pozawarszawskie porozumienia w sprawie unikania niewłaściwych



form polemik oraz w sprawie odpowiednich reakcji w wypadku naruszenia ustalonych zasad (Komisja Orzekająca), winna obejmować stopniowo coraz szersze kręgi. Na gruncie międzynarodowym Związek Wydawców żywo zajmował się sprawą prostowania fałszywych informacji prasowych, inicjując umowę w tej sprawie między związkami wydawców.

Zagadnienia obsługi informacyjnej prasy polskiej wymagały i wymagają ze strony Związku systematycznej akcji, umożliwiającej dalsze podnoszenie jej poziomu oraz gwarantującej zwiększenie ilości oryginalnych własnych informacji wreszcie uniezależnienie od źródeł zagranicznych. Walka o pierwszeństwo obsługi i obniżenie kosztów telefonów i telegramów prasowych stanowi zasadniczy rozdział w wysiłkach Związku.

W akcji na rzecz podniesienia poziomu redakcyjnego prasy, Związek wielką wagę przykładał do stworzenia warunków, jak najbardziej sprzyjających wydajnej i wysoko pod względem jakościowym stojącej pracy personelu redakcyjnego. Temu celowi służy zawarty ze Związkiem Dziennikarzy zbiorowy układ pracy w zawodzie dziennikarskim, stabilizujący warunki pracy i płacy w redakcjach i dający dziennikarzom szereg przywilejów natury gospodarczej, a także określający warunki dla nowych aplikantów.

Niedość jednak zapewnić pracownikom redakcyjnym odpowiednie warunki finansowe, należy jeszcze umożliwić im podnoszenie ich kwalifikacji zawodowych, dalsze kształcenie się zawodowe. Związek zainicjował i doprowadził do powstania Towarzystwa Wiedzy Prasowej, które jako cele postawiło sobie, obok pracy naukowej nad kwestiami prasowymi, szeroko zakreśloną działalność instruktoryjną wśród dziennikarzy i pracowników administracji.

#### Obniżka kosztów produkcji

Przeważający okres działalności Związku przypada na lata kryzysu gospodarczego, który prasę polską dotknął w stopniu bardzo silnym. Zrozumiałe więc jest, że starania o zmniejszenie wydatków, związanych z produkcją pisma, wobec koniecznej niżki cen dzienników i czasopism, stanowiły zasadniczy odcinek akcji Związku

w okresie 1930 — 1935. Sytuacja prasy była tak ciężka, iż tylko dzięki bardzo radykalnym cięciom w dziedzinie cen papieru, robocizny drukarskiej i innych pozycji, prasa kryzys przetrwała bez zbyt poważnych strat.

Umiar, zachowywany przez Związek przy rozwiązywaniu najważniejszych zagadnień gospodarczych prasy, był wyrazem dążenia do rozwiązań, respektujących interesy obu stron, jako jedynie trwałych i korzystnych na długą metę.

#### O podniesienie czytelnictwa

Powszechna jest świadomość, że poziom czytelnictwa w Polsce jest bardzo niski, powszechne też są narzekania na ten stan rzeczy. Z narzekaniami tymi nie łączy się jednak zrozumienie wagi tego ujemnego zjawiska dla państwa i społeczeństwa. Dotychczas bowiem brak ogólnie przyjętego, realizowanego przez rząd i społeczeństwo, konstruktywnego programu akcji na rzecz rozwoju czytelnictwa w Polsce, w szczególności czytelnictwa pism, jako jego najbardziej elementarnej formy. Realizacja tego celu w polskich warunkach jest zadaniem wyjątkowo trudnym, przerastającym niewątpliwie możliwości samej prasy. Wymaga ona współdziałania czynników państwowych, które mogą odegrać olbrzymią rolę w rozpowszechnieniu prasy przez odpowiednią konstrukcję tariff pocztowych, kolejowych, przez pomoc w rozwoju sieci kolportażowej.

Zagadnienie rozwoju czytelnictwa Związek usiłuje rozwiązać z jednej strony po przez inicjatywę i udział w organizowaniu odpowiednich akcji propagandowych, z drugiej strony przez uzyskanie współdziałania czynników państwowych w akcji na rzecz rozwoju prasy. Druga dziedzina, obejmująca sprawę stosunku Państwa do zagadnień rozwoju prasy, była i jest przedmiotem niezwykle intensywnych prac Związku.

Jednak wiele jest jeszcze do zrobienia. Na przeszkodzie do osiągnięcia stoi brak zrozumienia całości kształtu zagadnienia propagandy czytelnictwa ze strony wielu czynników. Dzieje się to z wielką i niepowetowaną szkodą zarówno dla prasy, jak i dla Państwa, gdyż te trudności działają hamująco na tempo rozwoju prasy polskiej.

#### Sprawy kolportażowe i ogłoszeniowe

Związek Wydawców, stawiając jako jedno ze swych naczelnych zadań podniesienie poziomu gospodarczego prasy w Polsce, nie ograniczył swej działalności wyłącznie do zagadnień, związanych z kosztami produkcji wydawniczej, lecz objął nią również całość spraw, dotyczących dochodów pism, a więc zarówno sprawy kolportażowe, jak i sprawy ogłoszeniowe. Szczególnie ta druga dziedzina była przedmiotem prac wyjątkowo intensywnych. Wytyczne tych prac omówione są na innym miejscu niniejszego numeru.

#### Akcja zagraniczna

Od pierwszych chwil istnienia Związek Wydawców systematycznie rozbudowywał stosunki z zagranicznymi organizacjami prasowymi, krajowymi i międzynarodowymi. Działalności tej poświęcały trzy cele: oddziaływanie na organizacje i prasę zagraniczną w kierunku korzystnym dla polskich interesów państwowych, uzyskiwanie informacji w dziedzinie zagadnień zawodowych, wreszcie wystąpienie na płaszczyźnie międzynarodowej z całym szeregiem zasadniczych postulatów prasy polskiej (na zjazdach międzynarodowych), jak obniżka tariff telekomunikacyjnych międzynarodowych, sprawa legitymacji międzynarodowych i inne postulaty, omówione w części sprawozd. Charakteryzując wytyczne akcji zagranicznej, należy podkreślić, iż stosunki zagraniczne Związku wielokrotnie wykorzystywane były z pożytkiem dla Państwa w momentach gdy ważnym było oddziaływanie w odpowiedni sposób na opinię zagraniczną.

Ubiegłe dziesięciolecie przyniosło wiele ważnych osiągnięć dla prasy polskiej. Stanowi to jednak zaledwie drobny ułamek programu, jaki zakreślony został przez inicjatorów i twórców Związku. Cel zasadniczy — wielka państwowa, narodowa i społeczna rola prasy, jako głównego czynnika upowszechnienia kultury, jako wielkiego wychowawcy i nauczyciela cnót narodowych i obywatelskich, wreszcie jako potężnego propagatora podniesienia życia gospodarczego — pozostaje terenem dalszych wielkich wysiłków zrzeszonych wydawców.



# PRASA POLSKA W OSTATNIM DWUDZIESTOLECIU

**P**RZYSTĘPUJĄC do bilansu minionego 20-lecia prasy polskiej, przede wszystkim trzeba rozpatrzeć rolę prasy w całokształcie życia narodu, we wszystkich jego dziedzinach i przejawach. Pod tym względem bilans minionego 20-lecia znamionuje, jak zresztą i w całym naszym życiu, przemiana bardzo głęboka i zasadnicza, wynikała z ewolucji, jakiej uległy stosunki polityczne.

## *Prasa i polityka.*

Przed 20 laty żyliśmy jeszcze pod wrażeniem atmosfery przedwojennej, kiedy to w okresie niewoli prasa obok literatury była przewodniczką narodu, a praca w niej stała w całej pełni pod znakiem walki, idei, ofiary. To nastawienie psychiczne pod kątem służby publicznej wniosła prasa z sobą także do wolnego państwa, gotowa nadal inicjować, propagować, walczyć. Rozszerzyło się jednak pojęcie służby publicznej; urzędy, parlament, wojskowość — odebrały prasie jej poprzednie niemal monopolistyczne stanowisko. Z podmiotu więc poczęła coraz częściej stawać się przedmiotem, zwłaszcza gdy po przemianach pierwszych lat, wypełnionych jeszcze sprawami wielkimi — wojnami o granice, plebiscytami, ustalaniem ustroju państwa — na plan pierwszy wysunęła się wewnętrzna walka o władzę.

Perypetie tej walki stanowiły zarazem ramy dla ogólnych warunków, w jakich poruszało się życie prasy, znajdującej się w szczytach frontowych (przykładem dzieje dekretu prasowego z roku 1927). Zmierzch jednak demokracji parlamentarnej odbił się na prasie tylko przejściowo i w zmniejszonym stopniu. Osłabłe zainteresowanie publiczności dla zagadnień politycznych wyrównał głód informacji innego rodzaju, w miarę zaś słabnięcia życia politycznego wzrastało także znaczenie prasy jako wyrazicielki lub

przynajmniej barometru nastrojów społecznych. Stąd wzmożone w czasach ostatnich zainteresowanie prasą, stąd z drugiej strony — nowy dekret prasowy.

## *Pod znakiem pytania.*

Wobec charakteru przejściowości, jaki ma w chwili obecnej obraz życia politycznego w Polsce, nie można przesądzać dalszego rozwoju rzeczy, a zatem i ostatecznego wyjaśnienia roli prasy w ustroju Polski dzisiejszej. Zapatrywania i prądy są rozbieżne, a nie jest bez wpływu także nader modna obecnie w wielu krajach wiara we wszechmoc propagandową radia. Nie jest więc wykluczone, że na ewolucji prasy w Polsce i jej znaczenia zaważy jeszcze przejściowo i ten czynnik, zanim nie skończy się wreszcie na odzyskaniu przez prasę tej roli w życiu zbiorowym, jaka jej z samej natury przynależy.

Zwraca zresztą uwagę jeszcze jeden moment. Odmienne od ogromnej większości innych krajów w życiu politycznym Polski — zwłaszcza o ile chodzi o wybitniejsze stanowiska — dziennikarze grali i grają rolę minimalną. Rok 1926 nic w tym nie zmienił, bo i w czasach demokracji parlamentarnej, opartej na numerowanych listach wyborczych, o wiele łatwiej wybijali się na czoło dobrzy mówcy wiecowi (jak obecnie t. zw. działacze społeczni), niż tak typowi przedstawiciele twórczego indywidualizmu, jakimi są dziennikarze. Tak było i na ławach poselskich i na fotelach rządowych. A kto wie, czy w tym niedostatecznym stopniu związania prasy z czynnym życiem politycznym nie należy szukać wytłumaczenia wielu dotychczasowych chromań u obu tych czynników (brak poczucia odpowiedzialności, zjawiający się niekiedy u ludzi prasy oraz, bodaj znacznie częstszy, brak należytego wycucia rzeczywistości u ludzi polityki) i czy zejście z tej fałszywej drogi nie przyczyniło by się do uzdrowienia całokształtu

naszych stosunków wewnętrznych?

## *Organizacja prasy.*

O ile chodzi o organizację świata prasowego, to tempo rozwoju było tu nierównomierne. Dziennikarze dość szybko wyzyskali nowe warunki polityczne po wojnie, aby się zorganizować zawodowo w szeregu lokalnych czy okręgowych syndykatów; później natomiast, bo dopiero po 5 latach, doszło do aktywności na terenie ogólnopolskiej organizacji dziennikarskiej. Organizowanie się wydawców nastąpiło dopiero w trzeciej linii. Obecnie znajdujemy się od paru lat na czwartym odcinku etapowym: wyłaniania się coraz liczniejszych form współpracy dziennikarsko - wydawniczej w organizowaniu i obronie interesów prasy i interesów zawodowych dziennikarzy.

## *Czytelnictwo potencjonalne...*

Przechodząc od moralnych ku materialnym fundamentom bytu prasy, należy przede wszystkim uwzględnić element ludzki, czytelniczy, oraz trawiącą nas jeszcze chorobę — analfabetyzm. Niepodległość przyczyniła się do znacznego spadku odsetka analfabetów, który z 33 proc. w roku 1921 obniżył się do 23 w roku 1931, a w roku 1941, przy trzecim spisie ludności, wynosić będzie przypuszczalnie już tylko 15 proc. albo niewiele więcej. Jeśli zaś z obliczenia tego, odnoszącego się do wszystkich mieszkańców państwa, wyłączyć mniejszości, to dla ludności polskiej odsetek analfabetyzmu wyniesie tuż po wojnie ok. 25 proc., a w chwili obecnej ok. 10 proc. Odliczając dalej ludność poniżej 20 lat wieku, jako prawie nie wchodzącą w rachubę przy czytelnictwie gazet, otrzymujemy ilość potencjonalnych czytelników prasy polskiej (tj. umiejacząc czytać ludność polską powyżej 20 lat) w wysokości około 7 i pół milionów głów tuż po woj-



nie, a około 12 milionów w chwili obecnej. Stanowi to przyrost 60-procentowy.

#### ...i faktyczne.

Czy z tak ogromnego zwiększenia się swej potencjonalnej klienteli prasa polska skorzystała w należytej mierze? Niestety, tylko częściowo. Nie wiemy, w jakim stopniu — czy w połowie, czy tylko w jednej czwartej, albo mniej jeszcze — ale to wiemy, że czytelnictwo na wsi, mimo spadku analfabetyzmu, wzrosło nader niedostatecznie, głównie z powodu biedy. Lepiej jest w miastach. Wprawdzie i tu pewien jeszcze odsetek ludności nie doszedł do standardu życiowego, na którym codzienne przeczytanie gazety (choćby cudzej) stało się nieodzowną koniecznością, ale nie ulega wątpliwości, że w ciągu 20-lecia niepodległości analfabetyzm prasowy (że tak to nazwiemy) spadł wśród ludności miejskiej bardzo silnie. Mówią o tym cyfry kolportażu, zwłaszcza w województwach centralnych, w których ma się wrażenie, iż ekspansja prasowa na odcinku miejskim o wiele lepszymi może się wykazać bilansami, niż na wiejskim. Atoli jak jest dokładnie, a także jak jest w innych dzielnicach oraz w państwie, jako całości, tego nie wiemy: ta terra incognita czeka dopiero na badania prasoznawcze.

Było by rzeczą pouczającą porównać przypadającą na głowę ludności (a raczej tej jej części, która stanowi potencjonalną klientelę prasową) konsumpcję papieru gazetowego tuż po wojnie — albo raczej jeszcze tuż przed jej wybuchem — i w chwili obecnej. Brak materiałów dla punktu wyjściowego nie pozwala na takie zestawienie, wyczuwa się jednak, że o ile wzrost czytelnictwa w miastach jest, zwłaszcza w latach ostatnich, bardzo poważny, to na wsi jeszcze nie dotrzymuje on kroku spadkowi analfabetyzmu. Rozwój czytelnictwa prasy w Polsce zależy nie tylko od stopnia oświaty, ale i od poziomu stopy życiowej ludności, jego przyszłość wiąże się nierozłącznie z zagadnieniem przebudowy gospodarczo-społecznej.

#### Ruch wydawniczy.

Dokładniejszy materiał cyfrowy mamy, jeśli chodzi o ilość czasopism. Są to właściwie jedyne cyfry statystyczne, dające się roz-

piąć na kanwie całego omawianego okresu (jeśli mianowicie brakuje cyfry tuż po wojnie zastąpimy znanymi cyframi z roku 1914, a dla chwili obecnej zgodzimy się poprzestać na roku 1935 czy 1936)\*). Jakież z nich bilans?

Oczywista, niepodległość ożywiła ruch wydawniczy. Jeśli przeprowadzimy porównanie z ostatnim 10-leciem przedwojennym i zważymy, że w ciągu jego ilość wydawnictw polskich na ziemiach Polski dzisiejszej podwoiła się (z 523 do 1053), to stwierdzamy, że po upływie znowu 10 lat pokojowych po wojnie (w okresie 1919—1929 r.), a więc przed kryzysem, liczba wydawnictw polskich (przy dokładniejszych, bo już oficjalnych, obliczeniach) osiągnęła cyfrę 1928. Wobec spadku liczby wydawnictw podczas wojny do połowy stanowiło to wzrost liczby wydawnictw polskich w okresie 1919—1929 r. blisko 4-krotny. W stosunku do stanu przedwojennego stanowiło to jednak przyrost 80 proc.

#### Przesunięcia terytorialne.

Ale co więcej. Badając sytuację dzielnicami, spostrzegamy na przestrzeni lat 1914—1929, że ilość wydawnictw podwoiła się wprawdzie z okładem w b. zaborze pruskim, a potroiła w b. zaborze rosyjskim (tu i tam wyraziła się w ten sposób zasadnicza zmiana stosunków politycznych), w Małopolsce jednak doznała ubytku — prawie o 30 proc. w Krakowie, a we Lwowie nawet o 40 proc. Przy takim spadku cyfr absolutnych tym bardziej spadły procentowo: gdy przed wojną Lwów skupiał w sobie 21 proc. ogółu wydawnictw polskich w kraju, po wojnie ten odsetek spadł do 7 proc. Natomiast udział Warszawy podniósł się w tym czasie z 26 do 35 proc.

Jest to jednak nie tylko wynikiem nierównomiernego po wojnie rozwoju poszczególnych dzielnic, ale także postępujących tendencji koncentracyjnych. Rola Warszawy w stosunku do całego państwa stale wzrasta, rośnie także, choć w mniejszym stopniu, rola większych ośrodków prowincjonalnych w stosunku do otaczają-

\*) Najświeższe cyfry, ogłoszone oficjalnie w Małym Roczniku za rok 1938, zresztą bardzo tylko sumaryczne, dotyczą stanu z przed dwóch lat, na 31 grudnia 1936; cyfry zaś bardziej szczegółowe, zawarte w specjalnym zeszycie „Statystyki druków“; pochodzą niestety jeszcze z roku 1935.

cych je okolic, natomiast wychodzą stopniowo z rachunku miasta mniejsze. Między końcem roku 1932 i końcem roku 1935, przy ogólnym wzroście ilości czasopism o 19 proc., wynosił przyrost w Warszawie 29 proc., w 5 innych wielkich miastach 23, w miastach mniejszych tylko 7 proc. Dzięki temu udział procentowy Warszawy w sumie ogólnopaństwowej podniósł się z 35 do 38 proc., innych wielkich miast z 29 do 30, udział zaś miast mniejszych spadł z 36 do 32 proc.

#### Dzienniki i czasopisma.

Drugim rysem zasadniczym jest przesuwanie się stosunku między poszczególnymi kategoriami czasopism. Jak wykazuje porównanie okresu lat 1926—1935, ilość dzienników utrzymuje się bez zmiany lub nawet spada, ilość tygodników i dwutygodników doznaje tylko nieznacznego zwiększenia, natomiast rośnie grupa miesięczników i kwartalników; na przestrzeni wspomnianego 10-lecia udział jej w ogólnej sumie wydawnictw prasowych podniósł się z jednej trzeciej do połowy. Do pewnego stopnia jest to wynikiem tendencji koncentracyjnych, najsilniej występujących w prasie o częstym wychodzeniu. Jaki charakter ma wzrost ilościowy w grupie czasopism rzadziej się ukazujących trudno odpowiedzieć. Nasza urzędowa statystyka druków podająca ostatnie dane za r. 1935 w ograniczonej tylko mierze da się użyć do celów prasoznawczych z powodu niemożności udzielenia odpowiedzi na wiele pytań bardzo istotnych. Poza tym głębokość przemian gospodarczych w latach ostatnich utrudnia syntezę: rok 1935 bowiem był pierwszym dopiero po przejściu „dna kryzysu“, a dla późniejszych lat jeszcze cyfr nie znamy.

#### Czy koncentracja?

Wreszcie trzeci rys charakterystyczny to przegrupowania w zakresie treści. Tak więc np. w okresie 1927—1935 wzrosła przeszło w dwójnasób liczba czasopism religijnych, naukowych i dla młodzieży (lub przez młodzież) wydawanych, podwoiły się spisy czasopism prawniczych, kobiecych, sportowych i gospodarczych, o wiele już mniejszego powiększenia doznała grupa prasy ogólnoinformacyjnej i poświęconej sprawom artystycznym, w czasopis-



mach zaś urzędowych i wychowawczych zaznaczył się nawet spadek. Niewątpliwie wyraża się tu, obok nierównomiernej dla poszczególnych działów koniunktury, także wpływ koncentracji względnie kryzysowych likwidacji — wpływ zresztą stosunkowo dość słaby. Jakkolwiek bowiem kryzys pochłonął wiele starych i wartościowych placówek wydawniczych, to nowe na ich miejsce powstałe, choćby słabe i podstawami i ciężarem gatunkowym, w tablicach statystycznych wypełniają jednak pozornie powstałe wyrwy.

I dlatego unikamy zbyt dalekiego zapuszczania się w dokładne zestawienia cyfrowe, aby pod wpływem zapatrzenia w ilość a zlekceważenia jakości nie wpaść na trzęsawiska błędnych konkluzji. Niemożność operowania nakładami, choćby w sumarycznych tylko lub przybliżonych cyfrach konsumpcji papieru, utrudnia ogromnie orientację.

Znowu więc trzeba wrócić do formuł hipotetycznych lub pozbawionych dokumentacji cyfrowej, stwierdzając, że wedle tych wrażeń, jakie się odnosi, ruch koncentracyjny nie ogranicza się do przewagi miast większych nad mniejszymi, ale obejmuje także cyfry nakładu: drobniejsza prasa prowincjonalna ledwie utrzymuje swój stan posiadania, natomiast rozwijają się głównie pisma wydawane w ośrodkach większych. Postępuje także dość wyraźnie ruch koncentracyjny w postaci koncernów wydawniczych.

#### Finanse.

Trudno było by, bez monograficznych badań, ustalić jakieś wnioski co do zagadnień wydawniczo-gospodarczych. Ogólnie można powiedzieć, że w prasie codziennej coraz bardziej ugruntowuje się zasada samostarczalności wydawniczej, nie oglądającej się na inne dochody, natomiast czasopiśmiennictwo w dość sporej części utrzymuje się dzięki subwencjom. O samostarczalność jest tu o wiele trudniej, a i ofiary kryzysowe były znacznie dotkliwsze niż w prasie codziennej.

Piętą Achillesową prasy polskiej, o ile o jej podstawy finansowe chodzi, jest impas ogłoszeniowy. Zacołanie Polski na polu reklamy, zwłaszcza prasowej, jest wprost uderzające i ta pozycja jest jednym z największych minusów w bilansie 20-lecia. Poprawa tych stosunków jest nie tylko zależna funkcjonalnie od ogólnej poprawy gospodarczej, ale w znacznym stopniu od czynników psychologicznych — zmiany bardzo jeszcze na ogół prymitywnych metod, stosowanych w naszym życiu gospodarczym.

#### Aktywa bilansu.

Że w tych ciężkich warunkach ekonomicznych rozwój prasy polskiej jest taki, jaki jest — to już położyć należy na karb niewątpliwych plusów, jakie stwierdzamy, jeśli od dziedziny materialnej przejdziemy ku moralnej. Nie ma powodu prasa polska, bilansując to 20-lecie, wstydzić się swoich

nakładów (w porównaniu z średnimi nawet krajami zagranicy), ale raczej ma wszelkie prawo być dumna, że mając ciężkie warunki materialne, potrafi się borykać z życiem, tyle przejawiać charakteru, zrozumienia interesu publicznego, tyle ofiarności i siły aktywnej, nawet w okresach największej apatii społecznej.

Odnosi się to zresztą nie tylko do strony moralnej. Także pod względem poziomu technicznego stwierdzić trzeba, że, jak na nasze zasoby materialne, dość dobrze dotrzymujemy kroku postępowi światowemu. Modernizacji wielu naszych wydawnictw zaszła dość daleko, inne potrafią sobie dawać radę nawet przy przestarzałych urządzeniach, gdy zaś chodzi o wydawnictwa charakteru specjalnego, potrafimy nieraz stanąć nawet na najlepszym poziomie zagranicznym.

Poprzestańmy na tych kilku ogólnych rysach charakterystycznych. Jeśliby się komu z czytających wydawały zbyt pesymistycznie ujęte, niech sobie zada pytanie, czy nie nazbyt często bywa u nas stosowana, przy rzucaniu okiem wstecz, metoda poniekąd toastowa i czy nie ustosunkowujemy się do zbyt wielu przejawów życia polskiego jak rodzice do pieszczonych dzieci, które zawsze i we wszystkim są „cudowne“. Po latach jednak dwudziestu, gdy młodzieniec już jest pod wąsem, pora myśleć raczej o tym dalszym życiu, jakie go czeka.

## „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny“

Wyszedł z druku I zeszyt „Ruchu Prawniczego, Ekonomicznego i Socjologicznego“ za rok 1939. Na treść zeszytu składają się: Ankieta na temat reformy ordynacji wyborczej do Sejmu i Senatu. — Artykuły: Prof. J. Sułkowski: W sprawie wykładni oraz zasięgu mocy obowiązującej art. 196 kod. ubezp. społ.; Prof. St. Błachowski: O psychologii zeznawania dzieci o przestępstwach przeciw obyczajności; Prof. H. Gliwic: Specjalizacja a autarkia; Doc. A. Wakar: Zakres teorii handlu zagranicznego; Doc. St. Rychliński: Warstwy społeczne. — Przegląd piśmiennictwa: 54 recenzji i sprawozdań krytycznych z zakresu prawa, ekonomii, nauk handlowych i socjologii oraz bogata bibliografia literatury polskiej i obcej. — Zobowiązania międzynarodowe Polski. — Sądownictwo: Przegląd orzecznictwa karnego i cywilnego Sądu Najwyższego i Najwyższego Trybunału Administracyjnego dla wszystkich ziem polskich, orzecznictwo Najwyższego Sądu Wojskowego. — Kronika gospodarcza i socjalna.



# O ROZWÓJ REKLAMY PRASOWEJ W POLSCE

**P**OZORNIE, ale tylko pozornie, zagadnienie rozwoju reklamy prasowej w Polsce — jest sprawą wewnętrzną prasy. Bliższe i głębsze wniknięcie w to zagadnienie wskazuje wyraźnie, iż ma ono znaczenie wielokrotnie szersze, ogólnopolskie i ogólnogospodarcze. A to z dwu bardzo ważnych przyczyn.

## ROZWÓJ PRASY A REKLAMA PRASOWA

Pierwszą z tych przyczyn jest ścisły i bezpośredni związek zachodzący między stanem reklamy prasowej a wzrostem i rozwojem prasy, tego tak niezmiernie ważkiego czynnika nowoczesnego życia politycznego, społecznego, gospodarczego i kulturalnego. Zrozumienie wagi tego czynnika jest dość silnie ugruntowane wśród kierowniczych sfer społeczeństwa. Każdy człowiek oświecony zdaje sobie sprawę z tego jak wielką rolę odgrywa w życiu współczesnym prasa. Rzadkimi natomiast są — nawet wśród sfer kierowniczych — objawy zrozumienia potrzeby takiego kształtowania spraw, wiążących się z pracą i działalnością prasy, któreby umożliwiało prasie należyty rozwój. Państwu i społeczeństwu potrzebna jest prasa stojąca na należytych poziomach, sprawnie pracująca; taki zaś stan swój w pełni osiąga prasa tylko tam i tylko wtedy, gdy jest gospodarczo samowystarczalna; gorsze z reguły rezultaty daje system pieniężnego, z zewnątrz, wspierania organów prasowych. Jednym zaś z fundamentów finansowej samowystarczalności prasy oraz jej organizacyjnej sprawności i zdolności osiągania odpowiedniego w swej pracy poziomu — jest dostatecznie silny dopływ ogłoszeń, a to ze względu na rolę, jaką w gospodarce wydawniczej odgrywa ogłoszenie.

Normalna, racjonalna gospodarka wydawnicza wymaga oparcia budżetu wydawnictwa w wielkiej,

jeśli nie w głównej mierze, na ogłoszeniach. Tacy badacze stosunków prasowych za granicą, jak Bücher, Löbl, Buschman, Blau, Kohut, Wolf stwierdzają, iż wpływy z ogłoszeń należyte prowadzonych, mających racjonalną kalkulację i rentujących się dzienników i czasopism powinny wynosić od co najmniej 40-u do 80-ciu procent ogólnych wpływów wydawnictwa. Jest to zrozumiałe, jeśli się zważy, że produkcja należyte postawionego, dostosowanego do obecnych wymagań czytelników, dziennika czy czasopisma jest tak kosztowna, iż tych kosztów nie może pokryć opłata, jaką wnosi nabywca wydawnictwa. Ogłoszenia jako główne źródło dochodów dzienników i czasopism tłumaczą ten fakt, iż częstokroć koszt samego papieru poszczególnych numerów wielkich wydawnictw zagranicznych przekracza cenę, jaką płaci za nią czytelnik. K. v. Stutterheim, autor ciekawej pracy o rozwoju i stanie obecnym prasy angielskiej, stwierdza, że w prasie tej przeciętne wpływy z ogłoszeń kilkakrotnie przekraczają dochód ze sprzedaży i prenumeraty dziennika lub czasopisma. Podobnie sytuacja przedstawia się w prasie amerykańskiej. Cyfry ogłaszane w „Handbuch der deutschen Tagespresse“ wykazują, iż ogromna większość gazet z całego niemieckiego obszaru językowego (dawna Rzesza, dawna Austria, niemiecka Szwajcaria) ma niskie nakłady (od paru set do 10.000 egz.), a więc niewielkie wpływy ze sprzedaży i prenumeraty; mimo to ogromna większość tych wydawnictw jest samowystarczalna i stoi na odpowiednio wysokim poziomie; jest to możliwe tylko dzięki wielkiej ilości ogłoszeń, którymi prasę niemiecką zasilają życie gospodarcze. Rola, jaką odgrywa ogłoszenie w racjonalnej gospodarce wydawniczej szczególnego znaczenia nabiera w Polsce, gdzie, z uwagi na warunki naszego rynku czytelniczego, prasa przez dłuższy jeszcze czas będzie musiała liczyć się z niedostatecznie wysokim kon-

tyngentem nabywców dzienników i czasopism.

W świetle tych faktów jasne się staje, że sprawa dania Polsce dobrej, na należytych poziomach stojącej, odpowiednio spełniającej swe doniosłe zadania prasy — ściśle się wiąże z zagadnieniem rozwoju reklamy prasowej i dlatego to ostatnie zagadnienie zasługuje na baczną uwagę nie tylko prasy, ale i tych wszystkich czynników, które zdają sobie sprawę z wagi oraz państwowego, społecznego i kulturalnego znaczenia prasy.

## WPLYW REKLAMY PRASOWEJ NA ŻYCIE GOSPODARCZE

Drugą, ważną przyczyną tego, że rozwój reklamy prasowej musi być traktowany nie jako wewnętrzno-prasowe, ale znacznie szersze zagadnienie, jest rola, jaką w nowoczesnym życiu społecznym i gospodarczym odgrywa propaganda i reklama oraz najważniejszy i najskuteczniejszy środek tej reklamy, tj. ogłoszenie prasowe.

Zwą prasę jednym z najpotężniejszych mocarstw świata. Jest ona istotnie potęgą. Wprawdzie nie w sensie władzy i egzekutywy, ale dzięki temu olbrzymiemu wpływowi, jakim dysponuje i którym nawskroś przenika całe współczesne życie.

To też bezsporną dla fachowców jest dziś rzeczą, że prasa jest czołowym, niezastąpionym czynnikiem i instrumentem wszelkiej akcji propagandowej i reklamowej; badania psychologiczne stwierdzają niezbicie, iż wśród wszelkich środków propagandowego i reklamowego oddziaływania, ze względu na swój specyficzny i niezastąpiony charakter, najbardziej skuteczna jest propaganda i reklama prasowa. To też doniosłość i szeroki, publiczny charakter zagadnienia rozwoju reklamy prasowej, jako głównego środka każdej racjonalnej akcji propagandowej i reklamowej — jasne są dla każdego, kto zna i rozumie znaczenie jakie w nowoczesnym życiu posiada — niedo-



ceniana niestety w Polsce, propaganda i reklama.

Doświadczenia poczynione na przestrzeni kilkudziesięciu ostatnich lat w szeregu krajów — coraz powszechniej czynią zrozumienie twórczej roli propagandy i reklamy w życiu nowoczesnych społeczeństw, zwłaszcza jako instrumentów postępu i rozwoju gospodarczego poszczególnych narodów i państw. Na szerokim świecie stało się już aksjomatem przeświadczenie, iż bardzo istotnym i niezmiernie ważnym czynnikiem i regulatorem życia społecznego i gospodarczego jest umiejętność posługiwania się propagandą i reklamą.

Głównym tego wyrazem są ogłoszone ostatnio przez tak kompetentną w tej dziedzinie instytucję, jak Międzynarodowa Izba Handlowa prace wybitnych specjalistów prof. Uniwersytetu w Brukseli, G. de Leenera i dyr. Agencji Havasa, P. Argence'a, poświęcone sprawie pobudzania konsumpcji i roli, jaką w tym względzie odgrywa propaganda i reklama. Obaj autorzy nie tylko przy pomocy głęboko ujętych i uzasadnionych wywodów teoretycznych, ale również na podstawie mnóstwa praktycznych przykładów dowodzą niezbicie, iż propaganda i reklama znakomicie przyczyniają się do racjonalnego, zdrowego i opartego na mocnych fundamentach rozwoju produkcji i konsumpcji. Wysiłki propagandowe i reklamowe prof. Leener uważa „za podstawowy czynnik poprawy w życiu gospodarczym“.

Jednym z głównych czynników, którym państwa Zachodu zawdzięczają wysoki poziom swego życia gospodarczego jest bezwątpienia racjonalnie stosowana propaganda i reklama. W pełni zdają sobie z tego sprawę za granicą zarówno rządy, jak i sfery gospodarcze. Wyrazem tego jest szczególna uwaga, jaką zagadnienia propagandy i reklamy otaczane są w szeregu państw, w pierwszym zaś rzędzie w tych państwach, które, jak Rzesza Niemiecka i Italia, wykazują w latach ostatnich specjalną prężność i rozmach w swej pracy gospodarczej.

W Niemczech dla zadań propagandowo-reklamowych powołano specjalną państwową instytucję kierowniczą: Radę Reklamową Niemieckiego Gospodarstwa. Podporządkowany Radzie olbrzymi aparat propagandy społeczno-gos-

podarczej działa w kierunku należytego organizowania propagandy zbytu, obrony i samowystarczalności gospodarczej państwa oraz odpowiedniego regulowania form życia gospodarczego ludności Rzeszy. Już w r. 1935 pracowało w Niemczech w dziedzinie reklamy przeszło 50 tys. osób, trudniących się reklamą jako zawodem głównym. W r. 1937 wydatkowano w Rzeszy Niemieckiej na reklamę z górą miliard dwieście pięćdziesiąt milionów marek. Gdy w końcu roku 1937 zorganizowany został w Berlinie wielki zjazd państwowy zjednoczenia organizacji fachowych, pracujących w różnych dziedzinach reklamy, czołowe referaty na tym zjeździe wygłosili następujący działacze, zajmujący wysokie stanowiska w życiu politycznym i społeczno-gospodarczym Rzeszy: podsekretarz stanu Walter Funk (Znaczenie reklamy gospodarczej), podsekretarz stanu Herbert Backe (Polityka żywnościowa a propaganda), prezes Kurt Lange z Urzędu Surowców (Plan czteroletni i propaganda), radca min. Konrad Gottschick (Przyjaciele i wrogowie propagandy), R. Rienhardt z Dyrekcji Izby Prasowej (Gospodarka publiczna a prasa), dr Schnitzler, przewodniczący Wydziału dla propagandy Grupy Wielkiego Przemysłu (Aktualne zadania propagandy przemysłowej), dr Quirin z Dyrekcji Grupy Państwowej Handel (Handel a propaganda i reklama), dr Schüller, sekretarz generalny Państwowego Kierownictwa Rzemiosła (Reklama i propaganda rzemiosła), radca min. prof. dr Hunke (Niemiecka polityka propagandowa) i inni. We wszystkich grupach fachowych, w których skupione jest kierownictwo poszczególnych działów życia gospodarczego (wielki przemysł, przemysł mniejszy, handel hurtowy, handel detaliczny, rzemiosło), rozwijana jest intensywna i szeroka działalność, zmierzająca ku zachęcaniu całych branż i poszczególnych przedsiębiorstw do jak najbardziej wydatnego korzystania z reklamy. W Rzeszy Niemieckiej w latach ostatnich osiągnęła najwyższy swój poziom i najszersze zastosowanie nowa, od kilkunastu lat zaledwie użytkowana forma reklamy: bezimienna zbiorowa reklama.

Oto najciekawsze przykłady niemieckich kampanii zbiorowej bezimiennej reklamy: tygodnie zbiorowej propagandy niemieckie-

go przemysłu obuwniczego, kampania na rzecz zwiększenia spożycia żyta, tygodnie propagandy wyrobów aluminiowych, tygodnie propagandy niemieckiego rzemiosła; wielkie akcje propagandowe organizowane przez państwo na rzecz zwiększenia spożycia: ryb, jaj, mięsa, owoców i drzewa; akcje poszczególnych gałęzi produkcji rolnej, przemysłu i handlu na rzecz zwiększenia zbytu: mleka, win zwykłych, wina musującego, stali, wyrobów złotniczych, gazu, wyrobów lnianych, wyrobów tytoniowych; reklama zbiorowa banków niemieckich; zbiorowa propaganda na rzecz ubezpieczeń dobrowolnych; zbiorowa reklama zachęcająca publiczność do kupowania zegarów i zegarków; także reklama fabrykantów wyrobów ze stali solingenowskiej; zbiorowa propaganda 7.500 zrzeszonych aptek niemieckich i wiele, wiele innych.

Również Italia, na przestrzeni ostatnich lat, zwłaszcza zaś od pamiętnego 1935 r. sankcji przeciw włoskich, jest widownią wielkich akcji zbiorowej propagandy i reklamy, stosowanej w rozmaity sposób na rzecz rozmaitych dziedzin produkcji przemysłowej i usług publicznych. Akcje te ożywione są wspólną ideą i koncepcją: dążenia do możliwie najpełniejszej samowystarczalności gospodarczej Italii, do stałego rozwoju produkcji włoskiej, zwłaszcza w tych jej dziedzinach, które są specjalnie ważne dla państwa. W ostatnim czasie ogromnie naprzekład wzmogła się w Italii akcja propagandowa na rzecz nowego typu tkanin krajowych oraz nowych krajowych materiałów budowlanych. Kontynuowana jest zbiorowa reklama na rzecz hodowli i spożycia ryżu oraz na rzecz spożycia cukru, produkowanego z plantowanych w granicach Imperium: trzciny cukrowej i buraków cukrowych. Wydatnie korzystają z reklamy państwowe koleje włoskie. Na szeroką skalę zakrojone są też akcje zbiorowej reklamy poszczególnych gałęzi włoskiego przemysłu chemicznego, produkcji konserw i marmolad, przemysłu opakowań drewnianych, krajowego przemysłu perfumeryjnego, wytwórni kawy słodowej; ostatnio podjęto kampanię na rzecz wzmocnienia zbytu krajowych wód mineralnych i stołowych. Bardzo poważnie przedstawia się akcja reklamowa na rzecz ubezpieczeń,



organizowana pod egidą Instytutu Narodowego dla spraw ubezpieczeniowych.

W obu państwach o ustroju totalnym kierownictwo wielkich, wyteżonych prac w dziedzinie stosowania propagandy i reklamy gospodarczej spoczywa w rękach państwa. Ale również i w tych krajach, gdzie państwo nie ingeruje tak silnie w dziedzinę życia gospodarczego — zarówno czynniki państwowe jak i kierownicze sfery gospodarcze składają nieustanne dowody niezmiernie żywego, czynnego interesowania się rozwojem propagandy i reklamy.

Dobitnym tego dowodem jest np. życie gospodarcze Francji na przestrzeni lat ostatnich. Francuskie instytucje państwowe, zwłaszcza zaś koleje, państwowy monopol tytoniowy, poczta, telegraf i telefon w wielkiej mierze posługują się reklamą. Wspaniale rozwija się we Francji bezimienna reklama zbiorowa. Oto garść jej przykładów: zbiorowa akcja reklamowa Syndykatu Wytwórców Czekolady na rzecz spożycia czekolady; wielka, przeprowadzona na terenie całej Francji kampania rządu Indochin na rzecz zwiększenia zbytu ryżu indochińskiego; propaganda na rzecz spożycia cukru i na rzecz zwiększenia zbytu piwa; akcja reklamowa podjęta i przeprowadzona w okresie spadku eksportu win szampańskich, a zmierzająca do wzrostu spożycia tych win we Francji; akcja reklamowa Instytutu Kawy na rzecz zwiększenia spożycia kawy brazylijskiej; dowcipna propaganda wytwórców rekawiczek; wielka zbiorowa akcja reklamowa przemysłu filmowego i in.

W Danii do najpoważniejszych klientów różnych środków wszelkiej reklamy, w pierwszym zaś rzędzie reklamy prasowej, należą koleje państwowe. W Szwajcarii dający się tam odczuwać spadek dochodowości gospodarstw rolnych zwalczany jest przy pomocy zbiorowej reklamy, zachęcającej ogół do spożywania mleka. Taką propagandę przeprowadzono ostatnio w Belgii. W Szwecji Państwowy Związek Gospodarstw Folwarcznych przeprowadza systematycznie akcje reklamy zbiorowej na rzecz spożycia mleka. W tejsze Szwecji na ogromną skalę posługują się reklamą zbiorową zrzeszenia spółdzielcze; od dwunastu już lat zrzeszony szwedzki przemysł, handel i rzemiosło elektrotechni-

czne przeprowadzają doroczne akcje zbiorowej reklamy na rzecz zwiększenia zastosowania elektryczności; akcje te są stosowane mimo to, iż 85% mieszkań w Szwecji posiada oświetlenie elektryczne oraz że elektryczność znajduje masowe zastosowanie w przemyśle, handlu i rzemiosle.

Również w szeregu innych krajów Europy (Belgia, Francja, Niemcy, Węgry, Holandia, Szwajcaria i in.) stale przeprowadzane są wielkie akcje reklamy zbiorowej na rzecz spożycia elektryczności. W Norwegii Związek Właścicieli Gospodarstw Mlecznych i organizacje rolnicze, dzięki zręcznej zbiorowej kampanii reklamowej, doprowadziły w latach ostatnich do poważnego wzrostu spożycia masła.

Krajem potężnego, wspaniałego rozwoju akcji reklamy i propagandy, organizowanych przez instytucje państwowe i zrzeszenia gospodarcze, jest Anglia. Świetne rezultaty przy pomocy reklamy osiągnęły w ostatnich latach poczta, telegraf i telefony angielskie. W dziedzinie bezimiennej reklamy zbiorowej Anglia była w latach ostatnich widownią olbrzymich akcji na rzecz zwiększenia zbytu: owoców, herbaty, ryb, jarzyn, mięsa, węgla, miedzi, cementu, masła, sera, konserw owocowych, piwa, a nawet kartofli i chleba.

Do największych rozmiarów doszły i opierają się na olbrzymich środkach finansowych wielkie akcje zbiorowej reklamy przeprowadzane w Stanach Zjednoczonych A. P. przez: zrzeszenia banków, producentów materiałów ceramicznych, wytwórnie cementu, przemysł metalowy, przemysł skórny, producentów i sprzedawców lakierów, producentów środków leczniczych, plantatorów pomarańcz, dostawców łososi, producentów szparagów, ogrodników, piekarzy, hodowców kwiatów, zrzeszonych lekarzy dentystów, a dalej przez związki muzyków, gazownie, elektrownie, przemysł stalowy, drzewny, cementowy, cukrowy, dostawców mleka, dostawców mięsa itd., itd.

Wszystkie wyżej zacytowane przykłady, których liczbę można by, gdyby nie brak miejsca, wielokrotnie zwiększyć — są wymownymi dowodami wielkiego, czynnego interesowania się na Zachodzie reklamą i propagandą przez

czynniki państwowe i zrzeszenia gospodarcze. Zbędnym natomiast byłoby bliższe omawianie ogromnych rozmiarów i zakresu, jaki przybrało we wszystkich krajach zachodnich korzystanie z reklamy przez indywidualne warsztaty pracy przemysłowej, finansowej, handlowej i rzemieślniczej. Każdy, kto zna bodaj powierzchownie gospodarcze stosunki zagranicą wie dobrze, jak silnie i wydatnie posługują się przedsiębiorstwa zagraniczne reklamą; powszechnie znane są imponujące cyfry wydatków ponoszonych tam przez przedsiębiorstwa na reklamę.

Wszędzie zaś tam, gdzie nauczono się już w sposób celowy i należyty posługiwać się propagandą i reklamą w ogromnej wielkości kampanii reklamowych czołowym, najważniejszym ich środkiem jest reklama prasowa. Stałe, masowe, wydatne posługiwanie się reklamą prasową i innymi środkami reklamy, łożenie na ten cel olbrzymich funduszy, zużytkowywanie dla należytego organizowania reklamy wielkich zasobów energii, doświadczenia i wiedzy fachowej — wszystko to dlatego ma miejsce na szerokim świecie, iż rozumiano tam od dawna, jak potężnym czynnikiem rozwoju i postępu gospodarczego jest reklama w ogóle, a reklama prasowa w szczególności. U podstaw tych wszystkich zjawisk leży świadomość, iż w nowoczesnych stosunkach gospodarczych dla osiągnięcia dobrych rezultatów rozwojowych konieczne jest posługiwanie się reklamą.

I dlatego również w Polsce konieczne jest zdanie sobie sprawy i ustalenie tego, że zagadnienie rozwoju najważniejszego i najlepszego środka reklamy, jakim jest bezwątpienia ogłoszenie prasowe, zasługuje na uwagę nie tylko prasy, ale i wszystkich państwowych i prywatnych, kierowniczych czynników naszego życia gospodarczego.

#### PAŃSTWO I SFERY GOSPODARCZE A REKLAMA PRASOWA

W świetle powyższych rozważań, przesłanek i faktów, jasną i wyraźną zdaje się być potrzeba i konieczność bliższego zainteresowania się zagadnieniem rozwoju reklamy prasowej ze strony polskich czynników państwowych i naszych kierowniczych sfer gospodarczych. Można i należy apelo-



wać do tych czynników o zainteresowanie się tym zagadnieniem w imię tego, że interes prasy jest w tej dziedzinie zgodny z bardzo istotnymi potrzebami i interesami państwa oraz życia gospodarczego. Śmiało twierdzić można, że podjęcie szerokich wysiłków zmierzających ku wzmoczeniu reklamy prasowej w Polsce, byłoby wejściem na drogę walki z dotkliwym niedorozwojem ogromnie ważnego odcinka naszych stosunków gospodarczych, działającego hamująco na należyty rozwój życia gospodarczego w Polsce.

O tym, jak silnym jest u nas niedorozwój tego ważnego odcinka propagandy i reklamy wymownie świadczą zarówno obserwacje z codziennego życia, jak i pewne cyfry porównawcze, które można w tej dziedzinie ustalić. Ktokolwiek obserwuje, bodaj powierzchownie, stan i poziom propagandy i reklamy za granicą i u nas — łatwo zaobserwuje, jak niewspółmiernie mało, w stosunku do zagranicy, którą się u nas z tych świetnych instrumentów, dających innym krajom doskonałe rezultaty, przyczyniających się tam skutecznie do postępu i rozwoju życia gospodarczego. Bardzo wiele z pośród naszych, zarówno państwowych jak i prywatnych przedsiębiorstw wcale lub w niewielkim zaledwie stopniu korzysta z ogłoszenia prasowego oraz innych środków propagandy i reklamy. Cyfrowe zestawienia porównawcze z zagranicą dają pod tym względem obraz wprost rewelacyjny, a dla nas wysoce ujemny. Na przykład Niemcy, jak to już wyżej zostało wspomniane, wydają rocznie na propagandę i reklamę około jednego i ćwierć miliarda marek; Francja wydaje co roku na reklamę z górą dwa miliardy franków; podobnie, w odpowiednich proporcjach, przedstawia się w tej dziedzinie stan rzeczy w innych państwach Zachodu. W Polsce nie dysponujemy dokładnymi cyframi, dotyczącymi wydatków na reklamę, sfery fachowe określają jednak te wydatki w przybliżeniu na sumę kilkudziesięciu zaledwie milionów złotych, z czego wydatki na reklamę prasową wahają się w granicach 18—20 milionów rocznie. Ale nie chodzi o zestawienia cyfr bezwzględnych, które wobec poziomu i struktury życia gospodarczego Polski nie są miarodajnymi. Bardziej wymownym jest zestawienie cyfr propor-

cjonalnych: stosunku wydatków na reklamę prasową do dochodu społecznego w państwie; otóż zestawienie tych cyfr odnośnie Francji i Polski wykazuje, iż podczas gdy we Francji wydatki na reklamę prasową stanowią 1,12% dochodu społecznego, u nas wynoszą one zaledwie około 0,12 — 0,14%. A więc przy całkowitym uwzględnieniu naszych słabszych możliwości rozwój reklamy prasowej u nas bardzo daleki jest od tej skali, jaka nawet w naszych warunkach powinna być osiągana. Życie gospodarcze bowiem i wszelkie dziedziny usług publicznych nie przywykły jeszcze do należytego i dostatecznego posługiwania się ogłoszeniem prasowym. Waga i rola reklamy prasowej oraz płynący z niej pożytek nie są jeszcze należycie w Polsce oceniane ku szkodzie nie tylko prasy, ale również ku szkodzie państwa i życia gospodarczego.

Wielkie i dodatnie rezultaty mogłoby w tej dziedzinie dać bliższe zainteresowanie się tym zagadnieniem ze strony czynników kierujących odpowiednimi dziedzinami gospodarki państwowej. W stosunkach obecnych państwo dysponuje wielką ilością środków ingerencji bezpośredniej i pośredniej, środków, które silnie, a częstokroć decydująco oddziałują na różne dziedziny życia gospodarczego. Ważną byłoby rzeczą, aby we wszystkich sprawach, mających związek ze sprawami reklamowymi, uwzględniana była potrzeba oddziaływania w kierunku rozwijania w Polsce propagandy i reklamy w ogóle, a ogłoszenia prasowego w szczególności. Istnieje w Polsce szereg gałęzi produkcji i usług publicznych, otoczonych, z uwagi na interesy ogólne, opieką, życzliwością i poparciem prawodawstwa gospodarczego i doraźnych zarządzeń gospodarczych państwa; pożądane i wysoce pożyteczne byłoby, aby do zakresu zagadnień w powyższy sposób przez czynniki państwowe traktowanych włączona została także sprawa rozwoju reklamy prasowej.

Ponadto, i to już ściśle bezpośrednio, mógłby zaważyć na rozwoju reklamy stosunek czynników państwowych do tej sprawy jeszcze i z tego względu, że pod bezpośrednim zarządem lub decydującym wpływem znajduje się w Polsce wielka ilość potężnych instytucji usług publicznych i przed-

siębiorstw; dość przypomnieć w tym względzie koleje państwowe, pocztę, telegraf i telefon, monopole państwowe, lasy państwowe oraz dziesiątki wielkich przedsiębiorstw i instytucji finansowych, przemysłowych i handlowych państwowych lub od państwa bezpośrednio uzależnionych. Instytucje i przedsiębiorstwa te odgrywają olbrzymią rolę w życiu gospodarczym Polski, ich zainteresowanie się reklamą prasową (dotychczas, z niewielkimi wyjątkami, bardzo nisko) mogłoby decydująco zaważyć na racjonalnym rozwoju reklamy prasowej w Polsce, dając zarazem instytucjom i przedsiębiorstwom dodatnie i pożyteczne rezultaty, osiągnięte na tej drodze przez analogiczne instytucje i przedsiębiorstwa zagranicy.

Nie mniej ważny, jeżeli chodzi o posunięcie naprzód sprawy rozwoju propagandy i reklamy w Polsce, jest stosunek do tego zagadnienia kierowniczych sfer naszego prywatnego życia gospodarczego. W przeciwności do zagranicy kierownicze organizacje naszego przemysłu, handlu, produkcji rolnej, finansów i rzemiosła nie interesują się tymi zagadnieniami zupełnie, lub też poświęcają im zbyt mało uwagi, a niejednokrotnie nawet przeciwstawiają się rozwojowi reklamy. Najdobitniejszym tego dowodem jest całkowity niemal brak w Polsce inicjatywy w dziedzinie tak wspaniale rozwijającej się za granicą bezimiennej reklamy zbiorowej, która z natury rzeczy musi mieć swe źródło i oparcie w zrzeszeniach gospodarczych i organizacjach branżowych. Podczas gdy za granicą zrzeszenia gospodarcze są ośrodkami żywego zainteresowania i czynnej pracy nad szerokim i wydatnym rozwojem propagandy i reklamy — u nas częstokroć zrzeszenia i organizacje te są terenem umów skłaniających poszczególne przedsiębiorstwa do unikania reklamy; na rynku znane są dość liczne przykłady tego typu umów. Ten stan rzeczy jest dziwnym i niezrozumiałym paradoksem gospodarczym w kraju, który tak wiele, jak Polska, potrzebuje wysiłków i aktywności dla przewyciężenia niskiego poziomu konsumpcji i prymitywnych warunków bytowania jego ludności, kraju, w którym tak wiele jest do osiągnięcia właśnie przy pomocy odpowiednich wysiłków propagandowych. To też sprawa zerwa-



nia z dotychczasowym stosunkiem naszych kierowniczych sfer gospodarczych do zagadnień reklamowych jest jednym z najbardziej koniecznych i pilnych zadań na drodze do racjonalnego rozwoju życia gospodarczego w Polsce, nadania mu odpowiedniego do potrzeb państwa rozmachu i aktywności.

#### ZADANIA PRASY

Obok czynnego, pozytywnego stosunku do reklamy prasowej ze strony rządów i sfer gospodarczych — decydującą za granicą wają, rzecz oczywista, także światłą rolę w rozwoju tej reklamy odgrywa, wyteżone wysiłki samej prasy, jako czynnika bezpośrednio w tej sprawie zainteresowanego. Zarówno zrzeczenia wydawców zagranicznych, jak i ogromna większość wydawnictw dzienników i czasopism przejawia w tej dziedzinie, od długich lat, stałą i wielką aktywność.

To też i u nas prasa nie może biernie wyczekiwać na nadejście momentu, gdy w kierowniczych sferach naszego państwowego i prywatnego życia gospodarczego nastąpi pomyślny zwrot w kierunku należytego oceniania i wydatnego korzystania z reklamy prasowej. Do pilnych i ważnych zadań prasy należy działanie w kierunku przyspieszenia tego momentu. Wielkie i ważne w tej dziedzinie stoją przed prasą zadania.

Pierwszym z nich jest działanie w kierunku obudzenia i zwiększenia wśród państwowych i prywatnych kierowniczych sfer gospodarczych w Polsce świadomości, iż korzystanie z reklamy prasowej leży nie tylko w interesie prasy, ale również w interesie publicznym, a przede wszystkim w interesie rozwoju życia gospodarczego w państwie i wzmożenia tempa naszej wymiany gospodarczej. Ktokolwiek ma do czynienia z tymi sprawami, na każdym kroku spotyka się z faktami, stwierdzającymi, iż unikanie reklamy prasowej w Polsce w przeważnej i głównej mierze ma swe źródło w tym, że zainteresowane sfery nie zdają sobie sprawy, jak dodatnie i wielkie rezultaty mogą być przy pomocy reklamy prasowej osiągnięte. Przeprowadzenie odpowiednich akcji

informacyjnych i propagandowych, rzucających jasne, pełne światło na zagadnienia reklamy prasowej, jej wielką rolę i jej znaczenie — mogłoby, jeśli prowadzone będzie konsekwentnie i stosowane na dłuższą metę, decydująco zaważyć na zmianie stosunku sfer zainteresowanych do reklamy prasowej. Akcje takie musiałyby być prowadzone wszystkimi odpowiednimi po temu i wypróbowanymi zresztą za granicą z dobrymi rezultatami drogami; odpowiednie wystąpienia publicystyczne, popularyzowanie materiałów informacyjnych, dotyczących roli i znaczenia oraz skuteczności reklamy prasowej, kontakt i współpraca w tej sprawie z odpowiednimi zrzeszeniami i organizacjami gospodarczymi, przedstawianie odpowiednich materiałów czynnikiem państwowym, wreszcie uruchomienie wszystkich odpowiednich środków propagandy i reklamy dla propagowania znaczenia i skuteczności reklamy prasowej — oto najważniejsze z tych środków i dróg.

Popularyzując, rzecz oczywista, przede wszystkim ogłoszenie prasowe — prasa nie może zaniechać bliskiego interesowania się i popierania rozwoju propagandy i reklamy w ogóle. Pozycja ogłoszenia prasowego, jako najlepszego i najskuteczniejszego środka reklamy, jest w całościach tych środków tak mocna, iż ogólny rozwój propagandy i reklamy zawsze automatycznie pociąga za sobą rozwój ogłoszenia prasowego; mogą być tu i ówdzie popełniane błędy w ocenie stopnia wartości ogłoszenia prasowego i innych środków reklamy, ale prędzej czy później błędy te praktyka i doświadczenie ujawnia i ten, kto chce się reklamować racjonalnie, musi w pierwszym rzędzie korzystać z reklamy prasowej. Rzecz jasna, iż pozytywny stosunek prasy do innych środków reklamy winien kończyć się tam, gdzie zauważyć się daje szkodnictwo reklamowe, polegające na stosowaniu niewłaściwych i niecelowych środków reklamy, lub stosowanie środków poszczególnych w nieodpowiedni sposób i w niewłaściwych proporcjach. Popierając rozwój nie tylko ogłoszenia prasowego, ale reklamy w ogóle — prasa ma nie tylko prawo, ale i obowiązek

przeciwstawiania się faktom podsuwania życiu gospodarczemu niewłaściwych i niecelowych metod propagandy i reklamy. W Polsce, wobec braku dostatecznego w tych dziedzinach doświadczenia sfer gospodarczych i chaosu, panującego na rynku reklamowym, więcej niż gdziekolwiek indziej jest marnotrawstwa wydatków reklamowych na środki niecelowe lub mniej celowe niż ogłoszenie prasowe. Wypowiadając tym objawom zdecydowaną walkę prasa odda wielkie usługi życiu gospodarczemu i racjonalnemu rozwojowi reklamy w Polsce.

Obok tych zadań, wymagających zbiorowych wysiłków zrzeszonych wydawców, wielką do odegrania rolę posiadają wysiłki indywidualne poszczególnych wydawnictw. Do świetnego rozwoju reklamy prasowej za granicą w ogromnej mierze przyczyniła się ruchliwość i aktywność, przejawiana tam na odcinku ogłoszeniowym przez poszczególne warsztaty pracy wydawniczej. Postawienie na odpowiednim poziomie działów ogłoszeniowych, wydadna, energiczna a rzeczowa propaganda na rzecz jednania dla wydawnictw klientów ogłoszeniowych, własny, odpowiednio zmontowany aparat akwizycyjny — oto zadania w tej dziedzinie poszczególnych wydawnictw. Suma takich indywidualnych, a racjonalnie traktowanych wysiłków daje w rezultacie wyniki pozytywne i dodatnie. Szczególnie dużo na tej drodze zdziałać można w Polsce jeśli chodzi o przyciąganie do reklamy prasowej średniego i drobnego przemysłu oraz poważnych placówek handlu detalicznego i rzemiosła.

Dużo jest w ogóle jeszcze w Polsce do zdziałania w dziedzinie rozwoju reklamy prasowej. Perspektywy tego rozwoju są ogromne. Jeśli wszystkie czynniki, które zagadnieniem tym interesować się powinny, zdadzą sobie z tego należyte sprawy i wyciągną z tego praktyczne wnioski — propaganda i reklama w ogóle, a ogłoszenie prasowe w szczególności, szybko zajmą w naszym życiu gospodarczym pozycję, która umożliwi uzyskiwanie przy ich pomocy wielkich, ważnych i wysoce pożytecznych dla naszej państwowej i prywatnej gospodarki osiągnięć.



# PERSPEKTYWY ROZWOJOWE PRASY POLSKIEJ

**R**OK UBIEGŁY zamknął pierwsze dwudziestolecie po odzyskaniu niepodległości. Był to okres w życiu prasy polskiej zupełnie wyjątkowy: z prasy narodu, pozbawionego wolności, rozdartego między trzy państwa zaborcze, przekształciła się w prasę wielkiego państwa. Ta zmiana warunków politycznych wywołała żywiołowy rozwój prasy w Polsce, rozwój podsycony stale postępującym krzepnięciem państwa i uspołecznieniem szerokich mas. Wzrosła liczba pism i ich różniczkowanie, kilkakrotnie powiększył się zasięg prasy, bardzo znacznie wzrosło czytelnictwo.

W zeszycie „Prasy“, poświęconym w znacznej części podsumowywaniu bilansu prasy w pierwszych dwudziestu latach niepodległości, nie od rzeczy będzie poświęcić nieco miejsca na rozważania nad perspektywami dalszego jej rozwoju. Rozważania takie nie będą, oczywiście, próbą snucia przewidywań czy konstruowania horoskopu co do dalszych losów prasy w Polsce. Eliminując niemal całkowicie z tych uwag tak zasadnicze dla bytu prasy kwestie, jak kształtowanie się sytuacji gospodarczej i politycznej kraju, pragniemy jedynie zwrócić uwagę na pewne czynniki, działające na rzecz rozwoju prasy. Czynniki te — wzrost czytelnictwa i reklamy prasowej — są najpotężniejszymi z sił, które razem składają się na to, co w statystyce nazywane jest trendem dodatnim, t. j. ogólną tendencją rozwoju danego zjawiska, w naszym wypadku — prasy. Dodatnie czy ujemne wahania w linii rozwojowej prasy polskiej, spowodowane wpływami sytuacji gospodarczej — to wahania o charakterze koniunkturalnym. Trend natomiast to zjawisko bardziej stałe, liczone na dziesiątki lat a nie na lata, jak wahania koniunktury. Najbliższe parę dziesiątków lat niewątpliwie przyniesie szereg kolejnych zastojów i ożywień życia gospodarczego, odbijających się na sytuacji prasy. Natomiast kierunek w jakim po-

czą rozwój czytelnictwa i rozwój reklamy prasowej najprawdopodobniej w tym okresie zmianie nie ulegnie.

## Proces likwidacji analfabetyzmu.

Truizmem jest stwierdzenie, że poziom czytelnictwa pism w Polsce jest niski, niższy znacznie niż na Zachodzie i że główną tego przyczyną jest analfabetyzm, ogarniający w r. 1931 23,1% ludności Polski w wieku 10 lat i więcej\*). Nie jest to jednak jedyna przyczyna. Wszak 20 milionów ludności umiejącej czytać (r. 1938) kupuje dziennie tylko ok. 2 miliony egzemplarzy dzienników. Odpowiada to stosunkowi 1 egzemplarza gazety na 10 osób, umiających czytać. W Niemczech analogiczny stosunek wynosi 1 egzemplarz na 3—4 osób, w Anglii — 2 egzemplarze na 3 osoby. Z tego porównania wynika jasno druga przyczyna słabego rozwoju czytelnictwa pism w Polsce: niski poziom konsumpcji słowa drukowanego wśród umiających czytać.

Ten stan rynku czytelniczego jest jedną z głównych przyczyn obecnej sytuacji prasy polskiej, której daleko jeszcze do nakładów pism Zachodniej Europy. Ale jednocześnie otwiera przed prasą perspektywy wielkiej ekspansji i rozwoju w przyszłości. Akcja likwidacji analfabetyzmu choć powoli posuwa się jednak naprzód. Mimo niedociągnięć w realizacji nauczania powszechnego liczba analfabetów w okresie dziesięcioletnia 1921—1931 spadła z 7,5 miliona (37,2% ogółu ludności) do 5,5 milionów. Co ważniejsze w tym samym okresie ilość umiających czytać wzrosła niemal o 50%: z 12,6 miliona na 18,3 miliona

\*) Interesujące jest zestawienie procentu analfabetów wśród ludności Polski zależnie od wyznania: wśród ludności wyznania rzymsko-katolickiego i ormiańskiego-katolickiego analfabetów jest 17,2%, wśród greko-katolików i wyznawców obrządku wschodniego — 34,5%, wśród prawosławnych — 53,2%, wśród ewangelików — 9,9%, wśród wyznawców religii mojżeszowej — 15,4%.

osób. Dowodzi to, że oświata nie tylko walczy skutecznie z analfabetyzmem już istniejącym, lecz również w dużej mierze zdołała uchronić od tej klęski polski przyrost naturalny. W walce z analfabetyzmem sojusznikiem jest samo życie, które skazuje na wymarcie starsze roczniki, nie znające szkoły; dopomaga szkole armia, tępiąca analfabetyzm powrotny, pomagają organizacje oświaty pozaszkolnej.

Chwila całkowitego usunięcia plagi analfabetyzmu jest jeszcze daleka. Ale każdy rok zbliża nas do tego celu, przysparzając prasie nowe zastępy czytelników.

## Popularyzacja gazety wśród mas.

Niski poziom konsumpcji pism wśród umiających czytać jest niewątpliwie w znacznej mierze wywołany ubóstwem ludności. Z pośród tych milionów ludzi, którzy, umiając czytać, gazet nie kupują, niewątpliwie większość często gazety czyta. Obieg sprzedanego egzemplarza dziennika jest w Polsce fantastyczny: na prowincji, po wsiach i miasteczkach wędruje on z domu do domu, z rąk do rąk. Tego rodzaju czytelnicy, kto wie czy w Polsce nie najliczniejsi, wyłączeni są z kręgu nabywców jedynie naskutek ubóstwa.

Obok tej głównej przyczyny działa jednak jeszcze druga, której znaczenia nie należy lekceważyć. Jest nią brak zainteresowania dla gazety. To zjawisko można nazwać rozmaicie: niskim poziomem kulturalnym, brakiem uspołecznienia czy zaściankową psychiką — istota pozostanie ta sama: brak zainteresowania dla tego, co stanowi istotę gazety, t. j. wiadomości z okolicy, kraju i świata. Człowiek tego typu zna głód fizyczny. Jego śpiąca mentalność nie zna głodu wiadomości. Brak zainteresowania, któreby przemogło niechęć do wydatku czy fadygi, związanych z nabyciem piśma.

Ten stan psychiczny mas niewątpliwie stopniowo ulegać będzie zmianie. W tym kierunku pracuje



szkolnictwo, armia, setki organizacji i dziesiątki tysięcy pracowników społecznych. Dźwignięcie ludności na wyższy poziom życia społecznego i kulturalnego — toć to główny cel wysiłków świadomej części narodu od lat 20. Ta praca daje wyniki, może na razie skromne, ale z każdym rokiem wyraźniejsze i znaczniejsze. Fakt mnożenia się w ostatnich latach pism tanich o poziomie redakcyjnym bardzo popularnym i sukces tych pism świadczy nie tylko o zubożeniu ludności, ale również o narastaniu nowych warstw czytelnichych pierwotnych jeszcze i niewyrobionych. Gdyby zachodziło tu tylko zjawisko ekonomiczne, wystarczałoby obniżyć cenę egzemplarza, a typ pisma zostawić bez zmiany. Symptomatyczny jest też stały rozwój sieci kolportażowej, wskutek czego pismo dociera dziś i jest kupowane tam dokąd przed kilku laty mógł dotrzeć tylko egzemplarz prenumerowany. Powoli bardzo powoli przyzwyczajają się w Polsce czytać pisma; w dużych miastach proces ten przebiega szybciej; w stolicy np. ostatnie dziesięciolecie przyniosło wyraźne zupełnie pogłębienie penetracji dziennika w masę; stał się on już artykułem pierwszej, codziennej potrzeby. Wieś trudniej uczy się czytać, ale, jak świadczą głosy prasy i działacze ludowych, i tam mnożą się objawy świadczące o powolnej ewolucji stosunku do gazety i czasopisma.

#### Państwowe i społeczne znaczenie czytelnictwa pism.

Ten proces popularyzacji pisma wśród szerokich mas raz zapoczątkowany toczyć się będzie z wrażliwą intensywnością. Jego jak najszerszy zasięg i jak największa skuteczność leżą bowiem nie tylko w interesie prasy, leżą w interesie państwa i społeczeństwa. Prasa jest najpotężniejszym środkiem działającym w kierunku uspołecznienia mas. Gazeta, czasopismo przynoszą czytelnikowi obraz życia jego miasta, prowincji, kraju i całego świata, informują go, podsycają jego zainteresowania, wiążą go ze społeczeństwem i ludzkością. Treść gazety odrywa go od osobistych, codziennych spraw, kieruje myśl do spraw większych i wielkich, do spraw życia zbiorowego, budzi poczucie łączności narodowej.

We wszystkich niemal krajach Europy widzimy dowody zrozumienia roli prasy, jako środka prze-

twarzania luźnych mas w zwarte szeregi świadomych członków narodu i obywateli państwa. Intensywnie więc popierany jest rozwój prasy. Wydawnictwa i pracownicy redakcyjni otaczani są przez państwo szczególną opieką; korzystają z licznych ulg, przywilejów i świadczeń. Państwo współdziała z prasą w rozprzestrzenianiu pism, ustanawiając specjalnie niskie opłaty kolejowe i pocztowe. Organy państwowe ułatwiają prasie jej służbę informacyjną. W szkołach państwowych propagowane jest czytelnictwo pism; w wielu krajach gazeta jest stałą pomocą szkolną, specjalne wykłady poświęcane są prasie i jej znaczeniu. W Polsce państwowa i społeczna doniosłość roli prasy nie jest jeszcze należycie pojmowana. Ale nie brak objawów świadczących o wzrastającym zrozumieniu dla tych zagadnień. Niedaleka jest zapewne chwila gdy sprawa rozwoju czytelnictwa pism uznana zostanie przez całe społeczeństwo za zagadnienie o wadze państwowej, którego rozwiązanie wymaga zbiorowego wysiłku społecznego.

Z dotychczasowych rozważań wypływa wniosek ogólny co do rozwoju czytelnictwa pism w Polsce. Na skutek równoległe postępujących dwóch procesów: wzrostu ludności przy jednoczesnej likwidacji analfabetyzmu oraz popularyzacji pism wśród umiejących czytać, pojemność polskiego rynku czytelniczego będzie w przyszłości wzrastać. W konsekwencji tych zjawisk przed prasą polską stoją perspektywy poważnego zwiększenia nakładu.

#### Reklama prasowa w Polsce.

Drugim czynnikiem, który decyduje, obok czytelnictwa, o tendencjach rozwojowych prasy to rozpowszechnienie reklamy prasowej. Przy obecnej strukturze i stopniu rozbudowy organizacji przedsiębiorstwa wydawniczego wpływ z ogłoszeń jest równie ważnym elementem w budżecie jak wpływ ze sprzedaży. W wydawnictwach Zachodniej Europy często ważniejszym; np. dziennik londyński o nakładzie 2 milionów egzemplarzy i objętości 20 kolumn otrzymuje przeciętnie ze sprzedaży 1.600 tys. funtów szterlingów, za ogłoszenia 1.800 tys. funtów szterlingów rocznie. Również w wielkich pismach francuskich wpływ z działu ogłoszeń jest największą pozycją w budżecie. W Polsce stosunki kształtują się od-

miennie. Naogół biorąc ogłoszenia przynoszą mniej od sprzedaży; w każdym razie jest to pozycja bardzo poważna, ważąca na budżecie pisma.

Ogólna suma wydawana rocznie na reklamę prasową w Polsce wynosi według przybliżonych obliczeń 18—20 milionów złotych. W porównaniu z analogicznymi wydatkami życia gospodarczego Francji (2 miliardy franków), Niemiec (ponad 200 milionów marek), czy Ameryki (560 milionów dolarów) suma ta jest znikoma. Nie tłumaczy całkowicie tego zjawiska okoliczność, że Polska jako organizm gospodarczy ustępuje znacznie każdemu z tych krajów. Bliższa analiza wykazuje bowiem, że w Polsce stosunek wydatków na reklamę do dochodu społecznego jest znacznie niższy niż w krajach Zachodniej Europy i Ameryce Półn. Wniosek stąd jasny: przemysł i handel krajów produkujących w gospodarce światowej rozumie doniosłość i użyteczność propagandy prasowej i nie waha się wydawać na nią sum olbrzymich. Polskie sfery gospodarcze nie rozumiały jeszcze w całej pełni co im dać może racjonalna propaganda, w szczególności propaganda prasowa. W tej dziedzinie pojęć panują jeszcze wśród znacznej części polskich przemysłowców i kupców poglądy przestarzałe, wręcz sprzeczne z nowoczesnymi metodami działalności gospodarczej.

Nie wiemy jak ukształtuje się, nawet w bliskiej przyszłości, sytuacja ekonomiczna Polski. Natomiast niewątpliwie wydaje się, że nawet zła koniunktura nie powstrzyma naturalnego procesu podciągania się polskiego życia gospodarczego do poziomu zagranicy pod względem metod i jakości pracy. Ten proces trwa wciąż; żaden uważny obserwator nie zaprzeczy, że okres kryzysu, lata od 1928—1936, były w tej dziedzinie krokiem naprzód. Pod naporem konieczności, w obliczu zagadnienia istnienia czy zagłady przedsiębiorstw, polskie życie gospodarcze dokonało wielkiego wysiłku, w kierunku usunięcia niedomagań właśnie pod względem metod działalności gospodarczej. Oczywiście, osiągnięte rezultaty są bardzo skromne, daleko im do charakteru radykalnego unowocześnienia metod pracy polskich przedsiębiorstw. Ale pierwszy krok został uczyniony i leży w logice rzeczy, w elementarnym interesie świata gospodarczego, wreszcie w intere-



się ogólnym aby ten proces rozwi-  
jął się dalej. Działają zresztą w  
tym kierunku wszystkie czynniki  
odpowiedzialne za nadzór nad ży-  
ciem gospodarczym i za kierowa-  
nie nim — państwo oraz samo-  
rząd, organizacje i szkolnictwo.

W miarę wzrostu kultury gospo-  
darczej automatycznie wzrastać  
będzie zrozumienie dla propagandy  
handlowej i jej najskuteczniejszego  
środka — reklamy prasowej.  
Wzrastać będzie jej rozpowszechnie-  
nie. Czy dochód społeczny  
zwiększy się czy też pozostanie na  
obecnym poziomie wydatki na re-  
klamę prasową będą rosły, zwięks-  
szając swój udział w ogólnej sum-  
mie wydatków społeczeństwa.

Najbliższe dziesięciolecie winny  
przynieść poważny wzrost czytelnictwa  
pism i znaczny rozwój reklamy  
prasowej. Otwarte zostaną w ten  
sposób wielkie możliwości ekspansji  
prasy na nowe tereny i wielkie  
możliwości jej rozwoju.

W znacznym stopniu od prasy  
samej zależy kiedy te możliwości  
staną się realną rzeczywistością.  
Prasa może stać się jednym z naj-  
poważniejszych czynników w walce  
z analfabetyzmem jeśli odda na  
usługi tej akcji swe olbrzymie mo-  
żliwości propagandowego oddziały-  
wania na społeczeństwo. Prasa  
może zorganizować i przeprowadzić  
przy współudziale całego spo-  
łeczeństwa, wielką, skuteczną ak-  
cję propagandy czytelnictwa pism

wśród umiejących czytać. Wresz-  
cie może prasa w drodze odpow-  
iedniej akcji propagandowej  
przyczynić się poważnie do przy-  
śpieszenia ewolucji poglądów sfer  
gospodarczych na rolę i znaczenie  
reklamy prasowej, może zainicjo-  
wać nową formę propagandy pra-  
sowej, — bezimienną propagandę  
zbiorową.

Jeśli powodzenie każdej z tych  
akcji zależy nie tylko od prasy  
lecz również od innych czynników  
społecznych — to wyzyskanie  
przyszłych możliwości rozwoju za-  
leży tylko od prasy — zależy od  
tego, jaki poziom zawodowy i  
etyczny reprezentować będzie  
działalność wydawnicza i redak-  
cyjna prasy polskiej.

JÓZEF STEMLER

## KARYGODNE UPOŚLEDZENIE

**Z**YJĄCY współcześnie  
młodzieniec lub doro-  
sty — nie umiejący  
czytać — jest upośle-  
dzonym. Upośledzenie  
to dziś, w okresie labiryntu ustaw  
i rozporządzeń regulujących ży-  
cie i pracę, w czasach niezwykle  
skomplikowanych okoliczności,  
decydujących o przydatności czło-  
wieka do twórczej roli w rodzinie,  
gromadzie, narodzie i państwie,  
— jest upośledzeniem karygodnym.

Nie będziemy się torturować  
statystyką. Jeślibyśmy twier-  
dzili, że mamy w Polsce sześć mi-  
lionów analfabetów, to byłoby z  
rzeczywistością niezgodne. Jest  
więcej. A najbardziej upośledze-  
ni i nieszczęśliwi, zaś w sensie o-  
brony państwa mało, jeśli zupeł-  
nie nie przydatni, są ci powrotni  
analfabeci, co ze szkoły wiejskiej  
najniższego stopnia organizacyj-  
nego już po trzecim lub czwar-  
tym roku nauczania odeszli i po  
kilku latach stali się powrotnymi  
analfabetami. Tego się nie  
obliczy, ani cyfrą nie ustali. Za to  
przy zetknięciu się bezpośrednim  
z takim „surowcem“, przy stwier-  
dzeniu naocznym narastającej  
świadomości tej rzeczywistej czy  
urojonej, zawinionej czy niepo-  
pełnionej krzywdy, przez takich  
ludzi odczuwanej i ujawnianej, —  
najczarniejsze snują się myśli...

Ile energii zmarnowanej? Ile

robót nie ulepszonych? Ile żyć  
zepchniętych w loch duchowej  
ciemnicy?

A co się robi, aby zlikwidować  
analfabetyzm w Polsce? Obliczyli  
fachowcy, i nie sądzą, aby się my-  
lili, że jeśli likwidacja analfabe-  
tyzmu będzie szła dotychczasowym  
torem i „rozmachem“, to  
Polska nie będzie miała już  
analfabetów około 2100 roku! Czy  
nie zadługo trzeba na to czekać?...

Wiadomo, że z pieniędzy podat-  
kowych nie uzyska się zwiększe-  
nia sum na akcję likwidacji anal-  
fabetyzmu, przynajmniej w naj-  
bliższych latach. Ten czy inny  
Minister Skarbu, układając taką  
czy inną hierarchię potrzeb pań-  
stwowych, nie postawi preliminarza  
oświaty powszechnej na tym  
samym poziomie co budżetu o-  
brony narodowej. Te dwie pozycje  
będą zawsze miały inny ciężar  
gatunkowy, a nawet trudno  
przewidzieć czy skala odległości  
oświaty, idącej za obroną, nie bę-  
dzie się zwiększać! Można być fa-  
natycznym oświatowcem, ale mi-  
mo to, przytomność obowiązuje...

Trzeba więc szukać ratunku na  
innych drogach, a wierzyć należy,  
że one są. Przede wszystkim trze-  
ba dokonać rewolucyjnego prze-  
wrotu pojęć o tym, że czytać, pi-  
sać i rachować można się uczyć  
tylko w szkole.

To nieprawda! Tych elementar-  
nych umiejętności można się nau-

czyć w domu, w lokalu organiza-  
cyjnym, w świetlicy fabrycznej,  
w domu parafialnym, w remizie  
strażackiej, na ławce w parku a  
nawet w lesie i na pastwisku.  
A uczyć może każdy, kto sam  
gruntownie i porządnie sztukę  
czytania opanował. Setki, tysiące  
przykładów da tej prawdzie świa-  
dectwo.

Na tej płaszczyźnie można wy-  
bitnie akcją likwidacji anal-  
fabetyzmu i rozbudzenie samouctwa  
naprzód posunąć.

Społeczna inicjatywa nie wy-  
starczy. Próba zrobiona przez  
Polską Macierz Szkolną dowiodła,  
że możliwości realne są, ale bez uję-  
cia tej akcji w łożysko wielkiego  
ruchu, prowadzonego przez czyn-  
niki państwowe, samorządowe i  
społeczne, w naszych warunkach  
i przy naszym usposobieniu, —  
nie osiągnie się niezbędnej pow-  
szechności i skuteczności akcji.  
W grę winny wejść odpowiednie  
formy tej akcji, a nadto i pewne  
sankcje, z nagrodami włącznie.

Świat pióra i druku nie powi-  
nien i nie może na zagadnienie to  
patrzeć obojętnie. O milionową  
rzeszę nowych czytelników, re-  
krutujących się z dzisiejszych  
analfabetów, warto i trzeba wal-  
czyć. Warto i trzeba mieć spe-  
cjalnych referentów tej sprawy, i  
nieustannie torować drogi myśli,  
za którą winien pójść czyn. War-  
to — bo trzeba...



# NAJWAŻNIEJSZE NORMY PRAWNE DOTYCZĄCE PRASY

Aby uzyskać pełny obraz warunków, w jakich pracuje prasa polska, konieczną jest rzeczą uprzytomnić sobie, jakim normom prawnym prasa ta podlega. Normy te bowiem stanowią — obok sytuacji politycznej i gospodarczej kraju oraz poziomu kultury społeczeństwa — jeden z zasadniczych czynników, decydujących o rozwoju prasy.

Ogół przepisów prawnych dotyczących prasy, który w artykule niniejszym nazywać będziemy „ustawodawstwem prasowym“ nie jest bynajmniej jakimś jednolitym kodeksem. Zasadniczym zespołem norm, stanowiących ramy prawne działalności prasy, jej konstytucją jakgdyby — jest prawo prasowe, zunifikowane ostatnio dekretem Prezydenta z dnia 21 listopada 1938 r. Jednakże bardzo wiele i to zasadniczych zagadnień uregulowanych jest bądź to w ustawach i rozporządzeniach specjalnych, bądź to w ustawodawstwie ogólnym.

Ustawodawstwo prasowe stanowi dziedzinę bardzo obszerną. W krótkim artykule niepodobna nie tylko omówić, ale nawet wymienić wszystkich przepisów, które ustawodawstwo to stanowią. Dlatego też w naszym krótkim przeglądzie zajmiemy się tylko najważniejszymi działami tego ustawodawstwa, a mianowicie: dekretem o prawie prasowym, układem zbiorowym pracy w dziennikarstwie, prawem autorskim i wreszcie — przepisami podatkowymi. Wydaje się, iż dokonanie takiego przeglądu jest potrzebne choćby z tego względu, że w ciągu ostatnich lat kilkunastu ustawodawstwo w tych dziedzinach uległo wielu i to zasadniczym przeobrażeniom.

## PRAWO PRASOWE \*)

Stan prawny w zakresie ustawodawstwa prasowego w ściślejszym znaczeniu od dawna już do-

\*) Stanisław Kauzick: Nowe prawo prasowe. „Palestra“ Nr 1/39. Witold Gostomski: Nowe prawo prasowe. „Prasa“ Nr 1/39.

magali się gruntownego i zasadniczego uporządkowania. Do chwili wejścia w życie dekretu z dn. 21.XI.1938 r. na ziemiach polskich istniały równoległe 3 różne zupełnie systemy prawa prasowego. W b. zaborze pruskim obowiązywała niemiecka ustawa prasowa z r. 1874, uzupełniona rozporządzeniem Ministra b. dzielnicy pruskiej z 1921 r.; w b. zaborze austriackim — ustawy austriackie z lat 1862, 1868, 1894 i 1914 oraz procedura z roku 1873; w b. dzielnicy rosyjskiej — przepisy dekretu Naczelnika Państwa z 7.II.1919 r. oraz pozostałe w mocy artykuły kodeksu karnego rosyjskiego z 1903 r. Ta różnorodność ustaw, często rozbieżnych w ujęciu najbardziej zasadniczych zagadnień, ustaw w większości przestarzałych, nieodpowiadających ani potrzebom Państwa ani interesom prasy, stwarzała chaos, który dawał się odczuć dotkliwie tak prasie jak i władzom, powołanym do sprawowania nad nią dozoru. Naczelne władze państwowe, oceniając ten stan rzeczy jako niezmiernie szkodliwy z punktu widzenia interesów Państwa, od szeregu lat już prowadziły prace nad unifikacją prawa prasowego. Prasowały również nad tym zagadnieniem władze Związku Wydawców. Już w r. 1930 władze Związku przedstawiły rządowi szczegółowo opracowany projekt jednolitej ustawy o prawie prasowym. Projekt ten stał się podstawą do opracowania projektu rządowego, całkowicie uzgodnionego z przedstawicielami świata prasy, który jednak nie doczekał się realizacji. W latach następnych władze Związku przedstawiały właściwym czynnikom poglądy i dezyderaty zrzeszonej prasy w odniesieniu do wszystkich, kolejno opracowywanych projektów. Szefowie rządów, którym postulaty te były przedstawiane, P. P. Premierzy Bartel, Kościółkowski i gen. Sławoj-Składkowski podkreślali wielokrotnie, iż utrzymanie kontaktu z zainteresowanymi organizacjami prasowymi w toku prac nad ustawą prasową

wą uważają za rzecz potrzebną i pożyteczną.

W ostatniej jednak fazie prac przygotowawczych, która poprzedziła ogłoszenie dekretu z 21.XI.1938 r., t.j. w drugiej połowie r. 1938, organizacje prasowe nie były o nich powiadomione. Projekt dekretu — w ogólnym zarysie przedstawiony został prasie na konferencji u Pana Premiera w dniu 18 listopada t.j. na 3 dni przed podpisaniem dekretu przez Pana Prezydenta.

## Charakterystyka ogólna.

Zasadniczą wytyczną dekretu — jak to stwierdził p. min. Grabowski w swym referacie, wygłoszonym na wspomnianej konferencji — jest usiłowanie pogodzenia zasady wolności prasy z troską o dobro powszechne. Wyrazem tej dążności jest art. 1 dekretu, który nawiązując do art. 5 konstytucji, mówi, iż „Granica wolności prasy jest dobro powszechne“, przez które rozumieć należy, — jak sądzimy — ustalony przez Państwo porządek prawny.

## Wolność prasy i jej ograniczenia.

Wolność prasy znajduje w nowym prawie prasowym swój wyraz w tym, iż prawo to: 1) nie uzależnia wydawania pism od uzyskania koncesji, lub złożenia kaucji, 2) nie przewiduje możliwości odebrania drukiem krajowym debitu, 3) nie wprowadza cenzury prewencyjnej, 4) nie wymaga zezwolenia władz na prowadzenie kolportażu.

Jednakże obok tych norm zasadniczych, służących interesom wolności prasy, dekret wprowadza szereg przepisów szczególnych, których celem jest umożliwienie Państwu wykonywania w imię „dobra powszechnego“ dodatkowego — niejako — nadzoru nad prasą przez władze administracyjne, niezależnie od represyj karnych, mających zastosowanie w wypadkach naruszenia przez prasę określonych przepisów.

Jako narzędzie wykonywania owego nadzoru, ograniczające w znacznej mierze wolność prasy,



służyć mają przepisy, uprawniające władze administracyjne do:

1) wstrzymania w wypadkach określonych rozpoczęcia działalności wydawnictwa, m. in. w wypadku gdy nowe pismo ma się *nieznacznie* różnić od pisma zawieszonego, 2) zarządzenia zajęcia druku (prewencja administracyjna) w wypadkach — „gdy zachodzi przestępstwo ścigane z urzędu i mające pociągnąć za sobą konfiskatę“ — zajęcie więc zarządzane być może nawet w wypadku wykroczenia porządkowego lub małej wagi wykroczenia w treści druku. Szczególne zastrzeżenia budzi dalej fakt, iż kwalifikacja czynu z punktu widzenia ustawy karnej — co wymaga fachowej wiedzy i znacznego doświadczenia sędziowskiego, a przynajmniej prokuratorskiego — powierzona została urzędnikom administracyjnym, nastawionym z reguły na inny zupełnie typ działalności; 3) zabronienia ulicznej sprzedaży pism kolporterowi, który szerzy „uliczną agitację polityczną“ lub wywołuje „zamęt publiczny“. Mimo wyjaśnienia okólnikiem Ministerstwa Spraw Wewnętrznych, iż za uliczną agitację polityczną nie może być uważane wywoływanie tytułu i kierunku politycznego pisma, sformułowanie powyższego przepisu daje możliwość bardzo szerokiej i dowolnej interpretacji.

Podobnie ogólnikowy i niesprecyzowany jest przepis, na mocy którego sąd może orzec zawieszenie pisma, w którego treści stwierdzono znamiona zbrodni lub szczególnej wagi występku, jeżeli z wielokrotnych konfiskat tego pisma wynika, że dalsze jego wydawanie zagrażałoby porządkowi publicznemu. Ratuje tutaj sytuację fakt, iż przepis ten interpretować będą sądy. Jednak ta właśnie konieczność interpretacji zbyt luźno ujętej dyspozycji budzi obawy przed możliwymi rozbieżnościami w wyrokowaniu.

Zabezpieczeniu interesów Państwa służą ponadto 2 grupy przepisów: 1) o komunikatach urzędowych, których umieszczanie w pismach zarządzić może Prezes Rady Ministrów, 2) o sprostowaniach urzędowych, które nie podlegają ograniczeniom, przewidzianym dla sprostowań prywatnych. Wszystkie te przepisy stanowią potencjalne tylko ograniczenie swobody prasy. Sposób i zakres użycia tych przepisów należy będzie od uznania czynników administracyjnych.

#### Przedmiot odpowiedzialności.

Nadzór administracyjny nad prasą, o którym mówiliśmy wyżej, ma charakter przeważnie prewencyjny.

Główną jednak bronią przeciwko nadużyciom wolności przez prasę, jest represja karna. Dekret różni 3 kategorie przestępstw prasowych: 1) przestępstwa popełnione treścią druku, 2) przestępstwa dopuszczenia — przez redaktora — przez nieoględność, do ogłoszenia utworu o treści przestępczej, 3) przestępstwa porządkowe.

Za przestępstwa, popełnione treścią druku odpowiada autor utworu. Niezależnie jednak od tego, redaktor czasopisma względnie działu, w którym utwór przestępczy się ukazał — redaktor rzeczywiście kierujący danym działem odpowiada za nieoględność, o ile oczywista, nie znajdując do niego zastosowania przepisy ogólne o sprawstwie, pomocnictwie lub podżeganiu. W rezultacie więc mamy odpowiedzialność podwójną — autora i redaktora za jedno i to samo — w gruncie rzeczy — przestępstwo. Konstrukcja ta, wzorowana na niemieckim systemie t. zw. *Fahrlässigkeitsstraffen*, ma na celu zmuszenie redaktorów do ścisłego kontrolowania materiału redakcyjnego. W pośpiechu pracy dziennikarskiej, kontrola taka nie zawsze jest możliwa, dla tego też przepis powyższy budzi zrozumiałe obawy w sferach dziennikarskich.

Konstrukcja odpowiedzialności za nieoględność znajduje logiczne uzupełnienie w nowych przepisach, ustalających zasady ustanawiania rzeczywistych redaktorów. Według ustawodawstwa prasowego, obowiązującego przed wydaniem dekretu, za przestępstwa prasowe odpowiadał tzw. redaktor odpowiedzialny, tj. ten, kto w tym charakterze został ustanowiony przez wydawcę, niezależnie od roli, jaką odgrywał w redakcji. Konstrukcja ta sprzyjała powstawaniu fikcji, szkodliwej zarówno z punktu widzenia porządku prawnego, jak i ze stanowiska słuszności i etyki. Nowe prawo prasowe zrywa definitywnie z tą konstrukcją, stanowiąc, iż redaktorem może być ustanowiony tylko ten, kto ma prawo decydowania o treści bądź całego pisma, bądź też działu, który ma redagować. Logiczną konsekwencją wypływającą z zasady odpowiedzialności

rzeczywistego redaktora — jest przepis, przewidujący możliwość ustanowienia kilku redaktorów, odpowiedzialnych za poszczególne działy. Przepis ten jest wyrazem świadomości ustawodawcy, iż w niektórych wypadkach jeden redaktor nie jest w stanie czuwać nad całością pisma.

Bardzo niebezpiecznym dla prasy, a nieuzasadnionym z punktu widzenia słuszności jest przepis, który stanowi, że jeśli działów wyraźnie nie określono lub jeśli chodzi o obowiązki, nie związane z żadnym z działów, każdego z redaktorów uważa się za redaktora całego pisma. Konstrukcja ta jest wyraźnie sprzeczna nie tylko z zasadą — utrwaloną w omówionych wyżej przepisach — odpowiedzialności rzeczywistego redaktora, ale i z podstawowymi wytycznymi współczesnego prawa karnego, które uzależnia karalność od subiektywnej winy sprawcy i — w konsekwencji — nie uznaje odpowiedzialności zbiorowej. Pewnym osłabieniem ostrza tego przepisu, jest wyjaśnienie, zawarte w okólniku Ministerstwa Spraw Wewnętrznych z 23.I.1939 r., gdzie stwierdzono, iż „ustanowieni redaktorzy poszczególnych działów są odpowiedzialni za całość czasopisma wtedy tylko, gdy nie ustanowiono redaktora dla reszty zagadnień, omawianych przez czasopismo“. Z wyjaśnienia tego wnioskować można, że wydawca może również ustanowić osobnego redaktora dla czuwania nad zachowaniem przepisów porządkowych. Redaktor ten odpowiadałby zatem za wszelkie przekroczenia tych przepisów, z wyjątkiem wypadków zaniedbania obowiązków, ciężących bezpośrednio na wydawcy.

#### Selekcja redaktorów.

Obok omówionych wyżej przepisów, zmierzających do podniesienia stopnia czujności i zwiększenia poczucia odpowiedzialności wśród dziennikarzy pełniących funkcje kierownicze w redakcjach, dekret wprowadza w art. 15 ust. 3 szereg norm, mających na celu wyeliminowanie z grona odpowiedzialnych (w rozumieniu dekretu) redaktorów tych wszystkich osób, które nie dają gwarancji uczciwości osobistej i lojalności wobec Państwa. Nie może być redaktorem: 1) prawomocnie skazany za zbrodnię stanu, albo za zbrodnię przeciw interesom Państwa lub stosunkom międzynarodowym albo



też za zbrodnię przeciw bezpieczeństwu Państwa, 2) prawomocnie skazany za zbrodnię albo za występki z chęci zysku lub z innych niskich pobudek, a to w ciągu 5 lat od odcięcia kary. 3) Przez lat 5 również nie może być redaktorem ten, kto w ciągu ostatnich lat 3 trzykrotnie skazany został za zbrodnię lub występki w treści druku, 4) redaktor pisma zawieszony traci to prawo na przeciąg zawieszenia pisma (najwyżej na lat 2). Dwie ostatnie z pośród tych dyspozycji nasuwają pewne wątpliwości. Pierwsza z nich traktuje zbyt może rygorystycznie o obowiązki redaktora, niedostatecznie uwzględniając specjalne warunki pracy redakcyjnej, w której popełnienie występku, zwłaszcza przez nieoględność nie zawsze iść będzie w parze ze złą wolą ze strony redaktora. Również bardzo uciążliwy i niezupełnie uzasadniony jest przepis ostatni, oparty na tej samej zasadzie zbiorowej odpowiedzialności, o której mówiliśmy już poprzednio.

#### Odpowiedzialność wydawcy.

Odpowiedzialność wydawcy za przestępstwa prasowe w niewielu wypadkach nosi charakter odpowiedzialności głównej. Jako sprawca odpowiadać będzie wydawca jedynie za niedopełnienie obowiązku zgłoszenia pisma do władz administracyjnych lub zawiadomienia o zmianie danych, podlegających rejestracji. O wiele ważniejszą jest odpowiedzialność subsydiarna, jaką w myśl art. 20 ponosi wydawca za wszystkie grzywny, odszkodowania, nawiązki, i koszty, nałożone na redaktora, a od niego nieściągalne. Tendencją ustawodawcy jest tu chęć ukarania wydawcy za nieoględność w doborze współpracowników (culpa in eligendo), z drugiej zaś strony — zapewnienie ściągalności kar i kosztów, nałożonych za przestępstwa prasowe.

#### Przestępstwa prasowe.

Odpowiedzialność za przestępstwa prasowe oparta jest w dekreście na zasadzie legalizmu. Wynika to z art. 32, który stanowi, iż, „do przestępstw prasowych stosuje się powszechne przepisy karne, jeżeli dekret nie stanowi inaczej. Przestępstwem prasowym — wyjaśnia tenże przepis — jest bądź przestępstwo popełnione treścią druku, bądź przestępstwo porządkowe (art. 41—46)“.

Przestępstwa zatem, popełnione

treścią drugu ulegają ściganiu, o ile przewidziane są w ustawach karnych. W tej dziedzinie dekret wprowadza jeden tylko przepis prawa materialnego. Jest nim art. 40, który przewiduje karę za tzw. szantaż prasowy, czyli sprzedawanie milczenia w druku.

Wymiar kary za przestępstwa popełnione treścią druku został generalnie obostrzony na mocy art. 36 dekretu, który nakazuje sądowi nałożenie na zbrodnię lub występki, popełnione treścią druku — grzywny od 200 zł. i konfiskatę druku niezależnie od kary, przewidzianej w ustawie. W szczególnych wypadkach sąd może ponadto orzec zawieszenie czasopisma, o czym pisaliśmy wyżej. Jak widać tendencją ustawodawcy jest specjalnie surowe traktowanie przestępstw prasowych.

#### Przestępstwo nieoględności.

Redaktor, który przez nieoględność dopuścił do ogłoszenia w piśmie utworu o treści przestępczej, podlega karze grzywny do 3.000 zł., jeżeli treść czasopisma zawiera znamiona wykroczenia, aresztu do roku i grzywny bądź tylko grzywny; jeżeli treść czasopisma zawiera znamiona występku, aresztu do 3 lat i grzywny bądź tylko grzywny, jeżeli treść czasopisma zawiera znamiona zbrodni. Kara aresztu orzeczona za nieoględność nie może przewyższać kary, przewidzianej za przestępstwo, którego znamiona zawiera treść czasopisma.

Jako wzór tych przepisów posłużyły niewątpliwie analogiczne normy zawarte w obowiązujących u nas do niedawna ustawach prasowych pruskiej i austriackiej. Wymiar kary jednak w naszym dekreście jest znacznie wyższy. W porównaniu z ustawami austriackimi dekret nasz podwyższa 5-krotnie karę pozbawienia wolności i 10-krotnie karę grzywny; w stosunku do ustawy pruskiej, oba rodzaje kar są wyższe 3-krotnie.

Tę samą tendencję do surowego karania prasy widzimy w postanowieniach karnych, dotyczących przestępstw porządkowych.

#### Przestępstwa porządkowe.

Górna granica kar za przestępstwa tej kategorii (przekroczenie przepisów drukarskich, kolportażowych, przepisów o zgłaszaniu redaktorów i wydawców, przepisów o obowiązku umieszczania komunikatów urzędowych i sprostowań, o zakazie przedruku i rozpo-

wszechniania druku zajętego lub skonfiskowanego itd.) ustalona została na poziomie górnej granicy kar, przewidzianych za wykroczenia, tj. 3 miesiące aresztu i 3.000 zł. grzywny. Stanowi to bardzo znaczne podwyższenie kar, przewidzianych w obowiązujących dotychczas przepisach ustaw prasowych. W zestawieniu z poziomem maksymalnych kar pieniężnych, przewidzianych za przestępstwa prasowe porządkowe w tych ustawach, górna granica kar pieniężnych została podwyższona w dekreście od 3 do 10 razy.

#### Ochrona interesów jednostki.

Ochronie interesów jednostki, w szczególności zaś — ochronie czci, służą w dekreście prasowym dwa specjalne przepisy: Przepis art. 37, stanowiący, iż za zniewagę w treści druku sąd przyznać może poszkodowanemu nawiązkę w wysokości do 10.000 zł. przy czym poszkodowany dochodzić może dalszych szkód na drodze cywilnej. Przepis ten budzi szereg zastrzeżeń. Przede wszystkim więc jest kwestią do dyskusji, czy przepis ten jest potrzebny — wobec tego, że odszkodowanie za t. zw. krzywdę moralną, spowodowaną obrazą czci — przewidziane jest w art. 165 Kodeksu Zobowiązań. Poważne wątpliwości budzi również wysokość nawiązki, która skłonić może pewne elementy do nadużyć

Ochronie interesu prywatnego jest również poświęcony przepis art. 40, przewidujący wysokie kary za tzw. „szantaż prasowy“, o czym już wspominaliśmy.

#### Sprostowania.

Specjalną wreszcie instytucją, chroniącą interesy zarówno publiczne jak i prywatne, jest prawo sprostowania wiadomości, podanych w czasopiśmie (art. 27—29). W nowym prawie prasowym sprostowanie prywatne i urzędowe objęte są tymi samymi przepisami zasadniczymi (art. 27 i 28), co sprawiło, iż prasa pozbawiona została prawa odpowiedzi na sprostowania prywatne — w tym samym numerze pisma, w którym ukazało się sprostowanie. Wyłączenie prywatnych sprostowań dotyczy art. 29. Artykuł ten wyszczególnia wypadki, w których redaktor ma prawo odmówić umieszczenia sprostowania nadesłanego przez osobę lub instytucję prywatną, co nie jest przewidziane w stosunku do sprostowań urzędowych.



## Ochrona interesów prasy.

Stwierdzić trzeba, iż w dekreście znalazły się również specjalne przepisy ku ochronie interesów prasy.

Przepisy te zawarte są w rozdziale o postępowaniu w sprawach o przestępstwa prasowe. Przede wszystkim więc ustalona została ważna zasada, iż wszystkie przestępstwa prasowe, zarówno popełnione treścią druku jak i porządkowe — podlegają wyłącznemu orzecnictwu Sądów. Ważny jest również przepis art. 54, który wskazuje, iż postanowienie o zajęciu czasopisma winno określać ustępy, zawierające treść przestępną oraz wskazywać przepisy, które zostały naruszone, względnie obowiązki, którego nie dopełniono.

Ustalone zostały również ściśle terminy przekazania sprawy prokuratorowi przez władze administracyjne (24 godziny), terminy rozpatrzenia środków odwoławczych od postanowienia o zajęciu, wniesienia aktu oskarżenia, wreszcie dopuszczalny czas trwania zajęcia. Terminy te są krótkie i dla prasy niewątpliwie korzystne, zwłaszcza, że terminy te są prekluzyjne, a ich przekroczenie powoduje ustanie zajęcia, co upoważnia wydawcę do żądania odszkodowania. Korzystne są również dla prasy terminy przedawnienia, ustanowione w art. 47, a mianowicie roczne przedawnienie ściągania przestępstw popełnionych treścią druku i 6-miesięczne — przestępstwa porządkowe.

Wydawca może wziąć udział również w posiedzeniu niejawnym sądu, na którym ma być rozstrzygana sprawa konfiskaty w postępowaniu przedmiotowym (art. 65 ust. 2).

### Odszkodowanie za zajęcie.

Jako zabezpieczenie prasy przed nieuzasadnionymi zajęciami — dekret ustanawia odszkodowanie za zajęcie pisma w wysokości rzeczywiście poniesionych kosztów wydania zajętych egzemplarzy, jednak nie powyżej ich hurtowej ceny sprzedażnej. Odszkodowanie należy się wtedy, gdy zajęcie zostało cofnięte albo uchylone przez sąd, gdy postępowanie zostało umorzona, gdy upłynęły terminy, w dekrecie przewidziane lub też jeśli sąd orzekł niedopuszczalność konfiskaty.

## Dekret o ochronie niektórych interesów Państwa.

Dla uzupełnienia obrazu dotyczącego praw i obowiązku prasy określony dekretem prasowym, wspomnieć jeszcze należy o tych postanowieniach dekretu z dnia 22.XI.1938 r. o ochronie niektórych interesów Państwa, które dotyczyć mogą prasy. Postanowienia te przewidują wysokie kary za rozpowszechnianie fałszywych wiadomości w celu podważenia zaufania do waluty polskiej lub kredytu publicznego (art. 3), za publiczne nawoływanie do strajku powszechnego lub lokautu (art. 8) oraz za rozpowszechnianie fałszywych wiadomości, mogących wyrządzić dotkliwą szkodę interesom Państwa, osłabić ducha obywateli społeczeństwa lub obniżyć powagę naczelnych organów Państwa (art. 11). Art. 12 wreszcie przewiduje karę za rozpowszechnianie fałszywych wiadomości, mogących spowodować postępowanie karne lub dyscyplinarne za ogłaszanie aktu oskarżenia lub śledztwa, za fałszywe sprawozdanie z rozpraw sądowych lub omawianie w druku dowodów winy oskarżonego lub zasadności rozszczeń stron, i wreszcie — za krytykę wyroków sądowych.

### UKŁAD ZBIOROWY

#### W ZAWODZIE

#### DZIENNIKARSKIM

Obok omówionego wyżej prawa prasowego — układ zbiorowy pracy w dziennikarstwie, stanowi najważniejszy zespół norm, regulujących życie prasy. Zawarty w dniu 11 lutego 1938 r., układ uzyskał na mocy zarządzenia Ministra Opieki Społecznej z dnia 21. III. 38 r. moc obowiązującą na obszarze całego Państwa, co nadaje mu charakter quasi prawnopubliczny.

#### Geneza układu

Konieczność uregulowania stosunków w dziennikarstwie, wysuwana stale przez sfery dziennikarskie, dążące do zapewnienia swemu zawodowi prawnych norm organizacyjnych, uznana została oddawna zarówno przez czynniki oficjalne jak i koła polityczne. Wyrazem dążeń do rozwiązania tego problemu był szereg projektów ustawy o zawodzie dziennikarskim opracowanych na przestrzeni od 1920 do 1937 r. z jed-

nej strony przez czynniki rządowe z drugiej zaś przez koła sejmowe inspirowane przez sfery dziennikarskie. Żaden z tych projektów jednak nie wszedł w stadium ostatecznej realizacji. Przyczyną były w głównej mierze trudności, następczące się przy regulowaniu w drodze ustawowej stosunków o tak szczególnym charakterze i tak zróżniczkowanych, jak stosunki w dziennikarstwie. Władze Związku Wydawców zwróciły wówczas uwagę, iż dzięki nowej ustawie o układach zbiorowych pracy wydanej w r. 1937, możliwe się stało uregulowanie całokształtu zagadnień, dotyczących unormowaniu stanu prawnego w zawodzie dziennikarskim — w sposób równie bezwzględnie i powszechnie obowiązujący, jak w ustawie, z zachowaniem jednak zasady samostanowienia, dającej gwarancję elastyczności przepisów i możności dostosowywania ich do potrzeb wytworzonych przez życie.

W jesieni 1937 r. wiadomem się stało, iż Ministerstwo Opieki Społecznej opracowuje nowy projekt ustawy dziennikarskiej. Podstawą tych prac był projekt, przedstawiony Ministerstwu przez Związek Dziennikarzy R. P. powiadomione o zamierzeniach ustawodawczych Rządu władze Związku Wydawców wystąpiły z inicjatywą uregulowania stosunków w dziennikarstwie na drodze układu zbiorowego, który zastąpiłby ustawę. Inicjatywa Związku Wydawców została przychylnie przyjęta przez Związek Dziennikarzy i zaakceptowana przez Rząd, wobec czego podjęte zostały pertraktacje celem opracowania treści układu. Po dwumiesięcznej pracy specjalnie powołanej Komisji Porozumiewawczej tekst układu został ustalony. Tekst ten został następnie uzgodniony z Ministerstwem Opieki Społecznej, po czym — w dniu 11.II.1938 r. nastąpiło podpisanie układu przez strony w Ministerstwie Opieki Społecznej. Zarządzeniem Ministra Op. Społ. z dnia 21.III. 1938, układowi temu nadana została moc powszechnie obowiązująca na obszarze całej Rzeczypospolitej.

#### Konstrukcja i treść układu.

Układ składa się z dwóch odrębnych grup postanowień, ujętych w 2 rozdziały. Rozdział pierwszy zawiera jak gdyby statut organizacyjny zawodu dziennikarskiego; rozdział drugi ustala warunki pracy i płacy dziennikarza.



### Organizacja zawodu.

Zasadnicze postanowienie, zawarte w rozdziale I Układu podzielić można na 3 grupy. Postanowienia pierwszej grupy ustalają podstawowe pojęcia „dziennikarza“ i „aplikanta dziennikarskiego“ nakreślając w ten sposób „granice“ zawodu dziennikarskiego. Ustalając kwalifikacje stanowiące o przynależności do stanu dziennikarskiego, przepisy te dają podstawę do przeprowadzenia odpowiedniej selekcji. Kwalifikacje, wymagane od dziennikarza, są następujące:

1) zawodowe uprawianie dziennikarstwa jako głównego źródła dochodu,

2) obywatelstwo polskie wraz z pełnią praw obywatelskich i cywilnych,

3) nieskazitelný charakter,

4) wykształcenie conajmniej średnie oraz 3-letnia aplikacja dziennikarska.

Jako odrębną kategorię układ odróżnia t. zw. „współpracowników zewnętrznych“, tj. osoby dostarczające do dziennika materiałów dziennikarskich, nie związane jednak z wydawnictwem umową o pracę. Współpracownicy tej kategorii przepisom układu nie podlegają.

Drugą grupę stanowią przepisy, mające na celu przeprowadzenie selekcji wśród kandydatów do stanu dziennikarskiego, oraz uregulowanie ilościowe dopływu nowych sił do dziennikarstwa. Pierwszy z tych celów osiąga układ przez wprowadzenie cenzusu wykształcenia (matura) oraz 3-letniej aplikacji, pojętej jako wszechstronna praktyka we wszystkich działach pracy dziennikarskiej. Nadto aplikant posiadać musi kwalifikacje moralne analogiczne do tych, jakich wymaga układ od dziennikarza. Drugiemu celowi służą przepisy, ustalające dopuszczalny stosunek liczby aplikantów do liczby dziennikarzy, zatrudnionych w redakcji, na 1:5. Uzupełnieniem przepisów obu poprzednich grup są postanowienia o rejestracji dziennikarzy i aplikantów. Przepisy te, wraz z przepisami o legitymacjach, przysługujących zarejestrowanym, mają na celu z jednej strony ochronę tytułu dziennikarza, z drugiej zaś formalne ustalenie listy osób, którym przysługują uprawnienia płynące z układu. Rejestr prowadzony jest przez specjalnie powoła-

ną Dziennikarską Komisję Kwalifikacyjną złożoną z wydawców i dziennikarzy. Skreślenie z rejestru odbiera osobie skreślonej prawa dziennikarza zawodowego. Zaznaczyć należy, iż przyczyną skreślenia — oprócz utraty kwalifikacji zawodowych — może być również wyroczenie przeciw zasadom etyki dziennikarskiej lub godności stanu, nadto zaś — stwierdzone prawomocnym wyrokiem sądu popełnienie przestępstwa przeciw interesom lub bezpieczeństwu państwa oraz przestępstwa, popełnione z chęci zysku. Postanowienia powyższe zasługują na specjalne podkreślenie, jako wyraz wspólnej woli wydawców i dziennikarzy do zabezpieczenia interesów Państwa na odcinku prasowym oraz utrzymania wysokiego poziomu etycznego dziennikarstwa.

Ostatnią wreszcie grupę stanowią postanowienia, ustalające normy zatrudnienia w dziennikarstwie. Na podstawie tych postanowień stałą pracą redakcyjną w dziennikach i agencjach, objętych układem pełnić mogą wyłącznie dziennikarze i aplikanci zarejestrowani. To zamknięcie dostępu do dziennikarstwa stojącego dotychczas otworem dla wszystkich, jest — obok ustalenia kwalifikacji dziennikarskich — najważniejszą zasługą układu.

### Warunki pracy.

Rozdział drugi Układu normuje warunki pracy dziennikarza zawodowego. Uwzględniając szczególny charakter pracy dziennikarza, układ wprowadza szereg poważnych odchyłeń od norm obowiązującego ustawodawstwa pracy w kierunku korzystnym dla dziennikarzy. Ponadto specjalne przywileje przyznano redaktorom naczelnym, dziennikarzom, którzy przepracowali dłuższy czas w jednym wydawnictwie (ponad 10 lat) oraz dziennikarzom starszym wiekiem. Między innymi układ przewiduje 6-miesięczne wypowiedzenie dla redaktorów naczelnych i ich zastępców, dziennikarzy, którzy przepracowali ponad 10 lat w danym wydawnictwie oraz dziennikarzy, którzy ukończyli 50 rok życia.

Przepisy te są wyrazem dążenia uczestników układu, do zabezpieczenia dziennikarzy zasłużonych przed ewent. utratą pracy.

Ponadto specjalne przywileje przysługują dziennikarzom, którzy przepracowali dłuższy czas w

swoim zawodzie. Tak więc dziennikarzom, mającym za sobą 20 lat pracy zawodowej przysługuje urlop 6-tygodniowy, po 15-letach — 5-tygodniowy. Uznano również w układzie specjalne ciężkie warunki pracy redaktorów nocnych, przyznając im prawo do 6-tygodniowego urlopu oraz 20 proc. dodatku do wynagrodzenia.

Znalazł również urzeczywistnienie w układzie jeden z najważniejszych postulatów dziennikarzy, oddawna przez nich wysuwany, a mianowicie postulat umożliwienia dziennikarzowi — bez ujemych dla niego następstw — natychmiastowego rozwiązania stosunku pracy w wypadku zmiany kierunku politycznego pisma (t. zw. clause de conscience). Analogiczne zresztą uprawnienia przyznaje układ wydawcy w stosunku do dziennikarza, wykraczającego przeciw zasadzie lojalności względem wydawnictwa lub występującego przeciw kierunkowi politycznemu pisma, w którym jest zatrudniony.

Poza tym układ ustala czas pracy dziennikarza (7 godzin, przy pracy nocnej 6 godzin), normy dotyczące odpoczynku tygodniowe, odpoczynku po pracy nocnej itd.

Dążność do zapewnienia rodzinie dziennikarza pewnej doraźnej pomocy po jego śmierci znalazła wyraz w przepisie, przyznającym rodzinie zmarłego dziennikarza, który przynajmniej rok przepracował w wydawnictwie, prawo do t. zw. odprawy w wysokości 3-miesięcznego wynagrodzenia. Jak wiadomo, ogólne prawo pracy przewiduje odprawę pośmiertną dopiero po 10 latach pracy w jednym przedsiębiorstwie.

W dziedzinie płacy układ ustala jedynie pewne ogólne zasady, dotyczące wynagrodzenia za pracę dziennikarza. Jak się okazało bowiem w wyniku analizy zagadnienia płac dziennikarzy, ustalenie jakichkolwiek norm dla całego kraju jest wyjątkowo trudne. Z tego też względu ustalenie minimalnych norm wynagrodzenia dziennikarzy i aplikantów pozostawiono do uregulowania w drodze układów regionalnych.

### PRAWO AUTORSKIE

W dziedzinie prawa autorskiego w Polsce obowiązują: 1) konwencja Berneńska z r. 1886, w brzmieniu ustalonym protokołem rzymskim z 2.VI.1938 r. ratyfikowana



przez Parlament polski w r. 1934, 2) ustawa polska o prawie autorskim z 29.III.1926, ze zmianami, wprowadzonymi w r. 1927 i 1935.

Konwencja Berneńska normuje prawa autorskie do utworów drukowanych w prasie w sposób następujący:

„Felietony powieściowe, nowele i wszelkie inne utwory bądź literackie, bądź naukowe, bądź artystyczne, bez względu na ich przedmiot, ogłaszane w dziennikach lub pismach periodycznych któregośkolwiek z krajów związkowych, nie mogą być odtwarzane w innych krajach bez zgody autorów. Dyskusyjne artykuły, artykuły aktualne na tematy ekonomiczne, polityczne albo religijne mogą być odtwarzane w prasie, o ile odtworzenie nie jest wyraźnie zastrzeżone. Powinno być atoli zawsze jasno wskazane źródło; skutki niewypełnienia tego obowiązku określa ustawodawstwo tego kraju, w którym się żąda ochrony. Ochrona konwencji nie ma zastosowania do wiadomości bieżących lub działu drobnych wypadków, noszących charakter prostych informacji dziennikarskich“ (art. 9).

Jak wynika z tego artykułu, wyjęte są całkowicie z pod ochrony „wiadomości bieżące“ noszące charakter prostych informacji dziennikarskich. Wszystkie inne utwory drukowane w prasie korzystają z pełnej ochrony, z wyjątkiem artykułów aktualnych na tematy ekonomiczne, polityczne lub religijne, których przedruk wzbroniony jest tylko wtedy, gdy prawo przedruku zostało wyraźnie zastrzeżone.

Prawo polskie ujmuje zasady, wyrażone w przytoczonych wyżej przepisach konwencji Berneńskiej w art. 4 oraz 13 i 17 ustawy o prawie autorskim.

Art. 4 tej ustawy stanowi, iż przedmiotem prawa autorskiego nie są „proste informacje dziennikarskie“ (wiadomości bieżące, dział drobnych wypadków itp.). Informacje te wolno zatem przedrukowywać nawet bez podania źródła.

Sprawa przedruku innych utworów uregulowana jest w art. 13 p. 1, który mówi iż „wolno każdemu przedrukowywać w prasie aktualne dyskusyjne artykuły prasowe na tematy ekonomiczne, polityczne lub religijne, jeżeli zostały one ogłoszone bez zastrzeżeń“.

Przy zapożyczeniach (przedrukach) prawa autora i wydawcy są jednak częściowo chronione. Nie wolno więc w utworze zapożyczo-

nym czynić żadnych zmian (art. 17) nadto zaś przedruk dozwolony jest tylko pod warunkiem podania źródła oraz wymienienia twórcy. Podmiot prawa autorskiego.

Zagadnienie podmiotu praw autorskich do utworów, drukowanych w prasie unormowane zostało w art. 8 ustawy o prawie autorskim. W myśl tego artykułu prawo autorskie do czasopism jest podwójne: do całości służy wydawcy, do poszczególnych części — ich twórcom.

Tym ostatnim prawo autorskie służy bezpośrednio tylko wówczas, gdy nazwisko twórcy zostało ujawnione. Wynika to z art. 9, który przewiduje, iż twórcę dzieła, wydanego bez podania nazwiska (anonim), albo pod nazwiskiem zmyślnym (pseudonim), zastępuje w obronie praw autorskich — wydawca, przy czym zastępstwo to rozciąga się również na obronę praw osobistych.

Art. 8 stanowi dalej, iż „współpracownicy czasopism mogą wydawać gdzieindziej swe prace po ukazaniu się ich w całości w piśmie periodycznym“. Z przypisu tego wynika, iż wydawca, bez porozumienia z autorem, nie może dochodzić swych pretensji w wypadku zapożyczenia z jego pisma utworu, którego przedruk nie jest dozwolony z mocy samego prawa. Okazać się może bowiem, iż artykuł został przedrukowany za zgodą autora, który miał prawo w ten sposób dziełem swym rozporządzić.

Oczywiście, przepisy powyższe mieć będą zastosowanie tylko wówczas, gdy stosunki pomiędzy autorem a wydawcą nie zostały uregulowane w drodze umowy (art. 11).

Prawa twórcy mogą być przeniesione na wydawcę jedynie w drodze umowy piśmiennej (art. 24), z wyjątkiem praw osobistych, które są niezbywalne. Zaznaczyć należy, iż umowa przeniesienia praw autorskich nie obejmuje — ipso jure prawa zezwalania na wykonywanie tzw. autorskich praw zależnych (prawa reprodukcji). Przeniesienie tego prawa musi być oddzielnie stwierdzone (art. 32).

#### **PRAWO PRZEMYSŁOWE I PODATKOWE**

W myśl art. 2 prawa przemysłowego, prasa nie jest przemysłem w rozumieniu tego prawa i przepi- som jego nie podlega. Niemniej jednak wydawnictwa dzienników

i czasopism podlegają obowiązkowi opłacania państwowego podatku przemysłowego. Pod rządem ustawy o państwowym podatku przemysłowym, która obowiązywała do końca 1938 r. prasa opłacała ten podatek jedynie w formie świadectw przemysłowych, przy czym na mocy corocznie, od lat wielu powtarzających się zarządzeń Ministerstwa Skarbu, wydawnictwom o mniejszych obrotach zwłaszcza prowincjonalnym, przyznawane były daleko idące ulgi.

Nowa ustawa o podatku obrotowym z 4.V.38 r. utrzymuje dotychczasowy stan rzeczy. Prasa od podatku tego jest zwolniona. Wydawnictwa czasopism podlegać będą jedynie opłatom rejestracyjnym, ustalonym w ustawie z 4.V.38 r., która wchodzi w życie z dniem 1.I.1940 r. W roku bieżącym wydawnictwa wykupują jeszcze świadectwa przemysłowe według zasad dawnej ustawy.

Gdy mowa o nowej ustawie o opłatach rejestracyjnych, wspomnieć warto, iż wg. uchwalonego przez Sejm pierwotnego projektu tej ustawy obciążenie prasy wzrosłoby kilkakrotnie. Dzienniki w niektórych miastach płaciły by 6-krotnie więcej niż dotychczas, dzienniki w Warszawie i miastach I kategorii około 100% więcej. Ustawa w tym brzmieniu przewidywała nadto obowiązek wykupywania kart rejestracyjnych (w rozumieniu nowej ustawy) dla wszystkich kantorów i oddziałów, podczas gdy dotychczas odziały te i kantory opłacały jedynie b. niewielkie sumy za t. zw. karty rejestracyjne w rozumieniu dawnej ustawy. Jedynie usilnym staraniem Związku Wydawców podjętym na terenie Ministerstwa Skarbu oraz na terenie Senatu zawdzięczać należy, iż w tekście ustawy wprowadzono szereg zmian, na skutek których opodatkowanie prasy utrzymane zostało mniej więcej na poziomie obciążeń, istniejących pod rządem dawnej ustawy.

Z braku miejsca nie możemy omówić tutaj przepisów dotyczących opodatkowania obrotów drukarni, przedsiębiorstw kolportażowych itd. jako bardziej specjalnych. Pomijamy również przepisy, dotyczące drugiego zasadniczego podatku, opłacanego przez prasę, mianowicie podatku dochodowego, podatek ten bowiem opłacają wydawnictwa w/g norm ogólnych, dostatecznie znanych.



# DZIESIĘĆ LAT PRAC POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

## PRACE NAD UTWORZENIEM I ROZWOJEM ZWIĄZKU WYDAWCÓW

**U**Ż PRZED WOJNĄ światową bystrzejsze umysły nurtowała świadomość, że zorganizowane stałe porozumienie między wydawcami znacniejszych przynajmniej dzienników i czasopism mogłoby wpłynąć dodatnio na ogólny rozwój naszej prasy. Niejednokrotnie poruszał tę myśl ś.p. Ludwik Straszewicz, znakomity publicysta, redaktor i wydawca „Kuriera Polskiego“. Ówczesne warunki polityczne i koniunkturalne nie pozwoliły na ziszczenie tej inicjatywy.

Sprawa posunęła się w okresie okupacji niemieckiej. Uciążliwe stosunki z cenzurą niemiecką, trudności wszelkiego rodzaju, związane ze stanem wojennym (zwłaszcza skąpe kontyngentowanie papieru) wytwarzały konieczność wspólnych narad i kolegiального współdziałania. Zebrania te z natury rzeczy musiały przeważnie nosić charakter poufny, niemal konspiracyjny. Odbywały się zazwyczaj już to w redakcji „Kurjera Polskiego“, już — w redakcji „Kurjera Warszawskiego“. Zebranie w sprawie strajku prasy warszawskiej, który był protestem przeciw zarządzeniom cenzury niemieckich władz okupacyjnych, odbyło się w redakcji „Kuriera Porannego“. Podejrzliwość władz niemieckich była wielka. Węszyły wszędzie spiski, miały na służbie licznych konfidentów. Lubo w tych warunkach niepodobna było myśleć o stałej organizacji, uwydatniała się potrzeba zespolenia wydawców w organizację, któraby strzegła i broniła interesów moralnych i ma-

terialnych wydawnictw polskich, i utrzymywała się coraz głębiej. Przystąpiono do wstępnych rozmów w tej mierze za czasów Rady Regencyjnej.

U schyłku wojny podjęto nowe próby. Tym razem narady toczyły się przeważnie w mieszkaniu p. Feliksa Ludwika Fryzego, przylegającym do redakcji „Kuriera Porannego“. Uczestniczyli w nich najczęściej prócz gospodarza i p. Palemona Magnuskiego pp.: ś.p. Zygmunt Olchowicz i mec. Tadeusz Kraushar z ramienia „Kuriera Warszawskiego“, Stefan Krzywoszewski („Kurier Polski“ i „Świat“) oraz Mieczysław Niklewicz („Gazeta Warszawska“). Przedstawiciele „Kuriera Warszawskiego“ opracowali nawet projekt statutu. Grono inicjatorów było szczupłe, zainteresowanie wśród wydawców dość słabe. Prasa polska była tak zróżniczkowana przez rozbieżne orientacje i tak pochłonięta zagadnieniami politycznymi, że sprawy gospodarcze wydawnictw wydawały się drugorzędnymi, niegodnymi pilniejszej uwagi. Równocześnie stan materialny prasy polskiej, prócz paru zasobniejszych jednostek wydawniczych, wciąż się pogarszał, kłopoty rosły. Dojrzało przeświadczenie o potrzebie organizacji zawodowej, opartej na zrzeszeniu większej liczby poważniejszych wydawnictw codziennych i periodycznych.

Konkretne prace organizacyjne celem powołania do życia Związku Wydawców Dzienników i Czasopism pod-

jęto dopiero w r. 1928. Wówczas to nieliczne grono wydawców warszawskich porozumiało się celem przeprowadzenia przygotowawczych prac organizacyjnych.

Do tej grupy pionierów pracy na polu organizacji wydawniczej należeli:

FELIKS LUDWIK FRYZE, wówczas wydawca „Kuriera Porannego“ i „Przeglądu Wieczornego“,

ANTONI LEWANDOWSKI, wydawca „Expresu Porannego“ i „Kuriera Czerwonego“,

FELIKS MROZOWSKI i KONRAD OLCHOWICZ, wydawcy „Kuriera Warszawskiego“,

MIECZYŚLAW NIKLEWICZ, wówczas wydawca „Gazety Warszawskiej“,

EDWARD PAWŁOWSKI, wówczas dyrektor naczelny wyd. „Kurier Poznański“ i „Orełdownik Wielkopolski“ w Poznaniu, obecnie wydawca „Kuriera Bydgoskiego“.

Wyżej wymienieni, po powzięciu decyzji o przystąpieniu do prac organizacyjnych, powołali do swego grona STANISŁAWA KAUZIKĄ, który, po okresie czynnego udziału w pracach wstępnych, objął następnie stanowisko dyrektora Związku.

Myśl zorganizowania współpracy wydawców polskich poparli i wzięli udział w dalszych pracach nad utworzeniem Związku pp.:

MARIAN DĄBROWSKI, wydawca i MIECZYŚLAW DOBIJA, wówczas dyrektor naczelny wyd. „Ilustrowany Kurier Codzienny“ w Krakowie.

KAZIMIERZ MŁYNARSKI, działający w imieniu TADEUSZA KOBYLAŃSKIEGO, wydawcy „A.B.C.“ w Warszawie.



# PREZYDIUM RADY ZWIĄZKU WYDAWCÓW W OKRESIE 1938/39



FELIKS MROZOWSKI  
Przedstawiciel wyd.  
„Kurier Warszawski“  
Członek-założyciel Związ-  
ku, Prezes Rady od XI.  
1929 r.

## WICEPREZESI Z RAMIENIA WYDAWCÓW STOŁECZNYCH



BOLESŁAW BIEGA  
Przedstawiciel wyd.  
„Sp. Zjednoczenie“  
Wiceprezes Rady od  
V.1937 r.



LEON PUŁAWSKI  
Przedstawiciel wyd.  
„Gazeta Polska“  
Wiceprezes Rady od  
V.1937 r.

## WICEPREZESI Z RAMIENIA WYDAWCÓW POZAWARSZAWSKICH



EDWARD PAWŁOWSKI  
Przedstawiciel wyd. „Kurier  
Bydgoski“ Członek - założy-  
ciel Związku, Wiceprezes  
Rady od XI.1929 r.



ROMAN LEITGEBER  
Przedstawiciel wyd. S. A.  
Drukarnia Polska—Poznań  
Wiceprezes Rady  
od V.1937 r.



EDMUND GROMSKI  
Przedstawiciel wyd.  
S. A. Prasa Nowa—Lwów  
Wiceprezes Rady  
od V.1937 r.



Zaznaczyć należy, iż poza wielkim wysiłkiem budowania zrębów organizacji prasy polskiej wymienione wyżej wydawnictwa przez dwa lata a mianowicie 1928 i 1929 r. ponosiły całkowity ciężar finansowania prac organizacyjnych.

Jeszcze przed ukonstytuowaniem się Związku jego założyciele zorganizowali udział prasy w Powszechnej Wystawie Krajowej, budując specjalny Pawilon Prasowy. Szczególne zasługi położył w tym zakresie zamieszkały wówczas w Poznaniu prezes Edward Pawłowski.

Statut opracowany został na licznych posiedzeniach głównych założycieli Związku w r. 1928.

\* \* \*

Statut Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, który zatwierdzony został przez władze państwowe w dniu 22 października 1928 roku, oddaje kierownictwo spraw Związku w ręce Rady i Zarządu. Ponieważ oba te ciała, jako wieloosobowe, zwolywane być mogły stosunkowo rzadko, zaś tempo prac Związku wymagało szybkich decyzji i posunięć, zarówno Rada jak i Zarząd znaczną część swych uprawnień przelały na swe prezydium. W ten sposób powstała instytucja wspólnych zebrań Prezydiów Rady i Zarządu Związku następnie usankcjonowana uchwałą Rady Związku.

Tempo prac Związku i ich waga sprawiły, że znaczna część wysiłków związanych z kierowaniem Związku oraz udziałem w konferencjach zewnętrznych spoczywała na barkach członków Prezydiów Rady i Zarządu Gł.

Od pierwszych chwil istnienia Związku po przez całe 10-lecie poświęcali swój czas z niezwykłą ofiarnością na rzecz organizacji i brali w jej wszystkich pracach jak najżywszy udział pp.:

Prezes Rady FELIKS MROZOWSKI,

Prezes Zarządu STEFAN KRZYWOSZEWSKI,

Wiceprezes Zarządu ANTONI LEWANDOWSKI,

Wiceprezes Zarządu MIECZYSLAW NIKLEWICZ,

W ciągu ubiegłych 10-ciu lat stale w ścisłym kontakcie z Prezydium Związku pozostawał i żywo współpracował zamieszkały poza Warszawą wiceprezes Rady p. EDWARD PAWŁOWSKI.

Równie duże zasługi dla Związku położył swą czynną współpracą p. MIECZYSLAW DOBIJA, przedstawiciel I. K. C.

Obok wymienionych wyżej członków Prezydium od kilku lat biorą bardzo żywy udział we wszystkich pracach Związku, nie szczędząc swego cennego czasu, pp.: Wiceprezesi Rady z ramienia wydawnictw warszawskich

Wiceprezes Rady BOLESŁAW BIEGA, dyrektor wyd. „Wieczór Warszawski“,

Wiceprezes Rady LEON PUŁAWSKI, dyr. wyd. „Gazeta Polska“ oraz Wiceprezesi Rady z ramienia wydawnictw pozawarszawskich.

Wiceprezes Rady EDMUND GROMSKI, dyr. wyd. „Wiek Nowy“,

Wiceprezes Rady ROMAN LEITGEBER, dyr. wyd. „Kurier Poznański“,

Wydatną pomoc w pracach Związku okazywał w okresie swego udziału w Prezydium p. wiceprezes Rady ZYGMUNT PIERACKI, dyrektor Tow. „Bluszcz“.

Członkowie Prezydium Rady i Zarządu Gł. wraz z szeregiem delegowanych przez Radę wzgl. Zarząd członków władz Związku brali udział, niezależnie od uczestniczenia w zebraniach wewnętrznych Związku, w niezliczonej ilości delegacji i konferencji z kierownikami i przedstawicielami władz państwowych wszystkich resortów ministerialnych, z kierownikami i przedstawicielami samorządu gospodarczego, Związku Dziennikarzy, S. A. Polskie Radio, P.A.T. i in. agencji informacyjnych, przemysłu papierniczego, organizacji pracowników drukarskich, T-wa „Ruch“ i in. instytucji kolportażowych, instytucji ogłoszeniowych i wielu innych organizacji oraz instytucji.

W okresie pierwszego 10-lecia połączone Prezydium odbyły 144 posiedzeń.

\* \* \*

Rada Związku w myśl Statutu sprawuje ogólne kierownictwo Związku. Obecnie w pracach Rady biorą udział następujący członkowie Związku:

Ankiewicz Jan

Artemski Marian

Białas Franciszek

Biega Bolesław

Borman Antoni

Chodak Józef

Cieślak Stanisław

Czarnecki Andrzej

Czoponowski Jerzy

Dąbrowski Marian

Goerne Antoni

Gottowt Hilary

Grabowski Adam

Gromski Edmund

Heinrich Stefan

Iwasiewicz Jan

Jeleński Szczepan

O. Kolbe Maksymilian Maria

Ks. Kosibowicz Edward

Krzycki Alfred

Krzywoszewski Stefan

Kwiatkowski Stanisław

Leitgeber Roman

Lewandowski Antoni

Majewski Stanisław

Mileski Wacław

Mrozowski Feliks

Niklewicz Mieczysław

Orłowski Mieczysław

Pawłowski Edward

Podwysocki Stanisław

Polak Władysław

Puławski Leon

Rozencwajg Daniel

Sawicki Władysław

Sotomski Jan

Starzewski Stanisław

Strzetelski Stanisław

Teska Lech

Wilkoszewski Franciszek

Włodarski Józef

Zakrzewski Stanisław Zenon

Ziętowski Kazimierz

Zwierzyński Aleksander

W latach poprzednich w skład członków Rady Związku wchodziło nadto pp.:

Bok Stanisław

Budrewicz Budrys Aleksander

Bormannowa Ludwika

Chodak Józef

Chmielewski-Wieniawa Czesław

Dobja Mieczysław

Falkiewicz Jerzy

Fryze Feliks Ludwik

Ks. Gąsiorowski Franciszek

Gebethner Wacław

Głowiński Franciszek

Grocholska Emilia

Gutowski Aleksander

Hołówkowa Janina

Jurkiewicz Józef

Kobyłański Tadeusz

Korfanty Witold

Krajna Franciszek

Machowski Stanisław

Maliniak Julian

Mikicki Jan

Mikulski Czesław

Młynarski Kazimierz

O. Nazim Justyn Maria

Nusbaum-Ołtaszewski Marian

Pawlikowski Stefan

Pieracki Zygmunt

Br. Podwapiński Wawrzyniec Maria

Poznański Maurycy Ignacy

Szapiro Jerzy

Święcicki Józef

Teskowa Wincentyna

Zdanowski Antoni.

W okresie ubiegłych 10 lat istnienia Związku Rada odbyła 36 posiedzeń.

\* \* \*

Zarząd Związku kieruje bezpośrednio sprawami Związku.

W pracach Zarządu biorą stale udział:

Prezydium Rady w osobach prezesa Feliksa Mrozowskiego i wiceprezesów Bolesława Biega, Edmunda Gromskiego, Romana Leitgebra, Edwarda Pawłowskiego i Leona Puławskiego.

Prezydium Zarządu w osobach prezesa Stefana Krzywoszewskiego i wiceprezesów Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza.

Członkowie Zarządu pp.:

Białas Franciszek



# PREZYDIUM ZARZĄDU GŁÓWNEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW I DYREKTOR ZWIĄZKU



**STEFAN  
KRZYWOSZEŃSKI**  
Przedstawiciel wydawnictw  
Zw. Wydawców  
Prezes Zarządu  
od XI.1929 r.



**ANTONI LEWANDOWSKI**  
Przedstawiciel wyd. S. A.  
Dom Prasy  
Członek - założyciel Związku,  
Wiceprezes Zarządu  
od XI.1929 r.



**MIECZYŚLAW  
NIKLEWICZ**  
Przedst. wyd. „Gazeta War-  
szawska“ od 1928 r. do 1935 r.  
nast. — „Warsz. Dz. Nar-  
dowego“, ostatnio — „Gło-  
su Narodowego“. Członek-  
założyciel Zw. Wiceprezes  
Zarządu od XI.1929 r.



**MIECZYŚLAW DOBIJA**  
Przedstawiciel wyd. „Il-  
strow. Kurier Codz.“ i inn.  
od 1929 r. do V. 1938 r.  
Wiceprezes Zarządu od  
VI. 1933 r. do XI.1938 r.



**STANISŁAW KAUZIK**  
Dyrektor Polskiego Związ-  
ku Wydawców Dzienników  
i Czasopism od r. 1928.



Cieślak Stanisław  
Chodak Józef  
Goerne Antoni  
Gottowt Hilary  
Grabowski Adam  
Heinrich Stefan  
O. Kolbe Maksymilian Maria  
Nusbaum-Oftaszewski Marian  
Olchowicz Waclaw  
Orłowski Mieczysław  
Paschalski Henryk  
Sotomski Jan

W latach poprzednich w pracach Zarządu prócz znacznej części osób wyżej wymienionych, brali również udział pp.:

Budrewicz Budrys Aleksander  
Chmielewski - Wieniawa Czesław  
Dobja Mieczysław  
Gebethner Waclaw  
Głowiński Franciszek  
Hołówkowa Janina  
Kobyłański Tadeusz  
Krajna Franciszek  
Magnuski Palemon Marcei  
Maliniak Julian  
Br. Podwapiński Wawrzyniec Maria  
Szapiro Jerzy  
Włodarski Józef

W okresie 1928—1938 Zarząd Związku odbył 64 posiedzenia.

\* \* \*

Komisja Rewizyjna jest organem kontrolującym rachunkowość Związku. Obecny skład Komisji Rewizyjnej przedstawia się następująco:

Członkowie: Czerwiński Konrad, Stemler Józef.

Zastępcy: Mikulski Czesław, Umgelter Alfred.

W latach poprzednich w pracach Komisji Rewizyjnej brali nadto udział pp.:

Arct Stanisław Jan  
Garztecki Stanisław  
Łazęcki Mikołaj  
Zakrzewski Stanisław Zenon.

\* \* \*

Sąd Związku ma za zadanie rozważanie i rozstrzygnięcie spraw dotyczących wykroczeń przeciw honorowi, godności i powadze zawodu oraz wykroczeń przeciw interesom Związku.

Skład Sądu Związku stanowią pp.:

Przewodniczący: Fałat Stanisław,  
Członkowie: Bujwid Odo, Buchner Władysław, Bońkowski Stanisław, Do-

mański Zygmunt Lutosławski Jan,  
Stemler Józef.

\* \* \*

Liczba wydawnictw zrzeszonych w organizacji wzrastała równolegle do rozwoju działalności Związku. Proces ten ilustruje następujące zestawienie:

**Liczba członków Związku w dniu ogólnego zebrania w poszczególnych latach.**

1929 r. — 45	przedsięb.	wydawn.
1931 r. — 80	„	„
1932 r. — 96	„	„
1933 r. — 108	„	„
1934 r. — 116	„	„
1935 r. — 121	„	„
1936 r. — 131	„	„
1937 r. — 140	„	„
1938 r. — 147	„	„
1939 r. (1.3.39 r.) — 161	„	„

W chwili obecnej Związek Wydawców rzesza 161 przedsiębiorstw, wydających łącznie 299 pism, w czym 79 dzienników i 220 czasopism. Pod względem ilości papieru zużywanego przez członków Związku Wydawców reprezentuje obecnie około 90% produkcji wydawniczej w Polsce.

## Nakładem tygodnika „POLSKA GOSPODARCZA“

ukazały się broszury, zawierające następujące przemówienia

**P. Wicepremiera**

**Eugeniusza Kwiatkowskiego:**

**Przez Zjednoczenie ku Potężnej Polsce  
Rzecz najważniejsza — Polska  
O Wielkość Rzeczypospolitej**

Broszury te są do nabycia w administracji tyg. „POLSKA GOSPODARCZA”,  
Warszawa, Elektoralna 2 oraz w większych księgarniach.



# CZŁONKOWIE WŁADZ ZWIĄZKU WYDAWCÓW W OKRESIE 1928 — 1938



**JAN ANKIEWICZ**

Przedst. wyd. Sp. Drukarnia i Księgarnia — Pelplin. Czł. Rady od VI.1935 r.



**STANISŁAW JAN ARCT**

Przedst. wyd. S. A. M. Arct od 1930 r. do 1937. Czł. Kom. Rew. od 1933 — XII.1937 r.



**MARIAN ARTEMSKI**

Przedst. wyd. Tow. Wydawn. Błuszczy od 1938 r. Członek Rady od V.1938 r.



**FRANCISZEK BIAŁAS**

Przedstawiciel wyd. Spółki Robotnik" od 1938 r. Czł. Rady i Zarządu od V.1938 r.



**STANISŁAW BOK**

Przedst. wyd. „Słowo Pomorskie” od 1929 r. do 1935 r. Czł. Rady od X.1929—VI.1935 r.



**STANISŁAW BOŃKOWSKI**

Przedst. wyd. Stow. Cnrz. Nar. Naucz. Szkół Powszechn. Zast. czł. Sądu Zw. od V.1937 r.



**ANTONI BORMAN**

Przedst. wyd. „Wiadomości Literackie”. Czł. Rady od VI.1935 r.



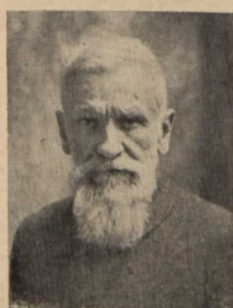
**LUDWIKA BORMANOWA**

Przedst. wyd. „Pani Domu” od 1932 — 1938 r. Czł. Rady od V.1937—VII.1938 r.



**WŁADYSŁAW BUCHNER**

Przedst. wyd. „Mucha” od 1929 r. Czł. Sądu Zw. od X.1929 r.



**ODO BUJWID**

Przedst. wyd. „Polski Esperantysta” od 1929 r. Czł. Sądu Zw. od X.1929 r.



**JÓZEF CHODAK**

Przedst. wyd. „Gazeta Polska”. Czł. Rady od V.1932—IV.1937 r. Czł. Zarządu od V.1932 r.



**STANISŁAW CIEŚLAK**

Przedst. wyd. „Słowo Pomorskie” od 1935 r. Czł. Rady i Zarządu od VI.1936 r.





**ANDRZEJ CZARNECKI**

Przedst. wydawnictwa „Tygodnik Handlowy”. Członek Rady od VI.1935 r.



**KONRAD CZERWIŃSKI**

Przedst. wyd. „Związku Księgowych” Czł. Kom. Rew. od X.1929 r.



**MARIAN DĄBROWSKI**

Przedst. wyd. „I. K. C.” i inn. Czł.-założ. Zw. W-prez. Rady do 1931 r. Czł. Rady od 1929 r.



**ZYGMUNT DOMAŃSKI**

Przedstawiciel wyd. „Życie Rolnicze” Członek Sądu od V.1937 r.



**JERZY FALKIEWICZ**

Przedst. wyd. „Przegląd Techniczny” od 1935—1937 r. Czł. Rady od V.1936 r. do 1937 r.



**STANISŁAW FAŁAT**

Prezes Sądu Pol. Związku Wydawców Dzienników i Czasopism od 1937 r.



**LUDWIK FELIKS FRYZE**

Przedst. wyd. „Kurier Poranny” od 1929—1932 r. Czł.-założ. Zw., czł. Rady od 1929—XI.1932 r.



**STANISŁAW GARZTECKI**

Przedst. wyd. Biura „Wiedza Zawodowa” do 1936 r. Czł. Kom. Rew. od V.1931—V.1937 r.



**WACŁAW GEBETHNER**

Przedst. wyd. Sp. Wydawnictwa Periodyczne od 1929—1934 r. Czł. Rady i Zarz. od 1929—VI.1934 r.



**FRANCISZEK GŁOWIŃSKI**

Przedst. wyd. „Express Lubelski” od 1929—1933. Czł. Rady i Zarządu do II.1933 r. W-dyr. Zw. od II.1933 r.



**ANTONI GOERNE**

Przedst. wyd. „A. B. C.-Nowiny Codzienne”. Czł. Rady i Zarządu od V.1938 r.



**HILARY GOTTOWT**

Przedst. wyd. S. A. Drukarnia Dziennika Poznańskiego”. Czł. Rady od VI.1934 r. Czł. Zarządu od VI.1935 r.





ADAM GRABOWSKI

Przedst. wydawnictwa „Czas”  
od 1935 r. Członek Rady  
od VI.1935 r. Członek Zarządu  
od V.1936 r.



EMILIA GROCHOLSKA

Przedst. wydawnictwa „Kobieta  
Współczesna” od 1929 —  
1934 r. Członek Rady od  
1929—X.1934 r.



STEFAN HEINRICH

Przedst. wyd. Sp. „Przegląd  
Elektrotechn.” Czł. Rady od  
VI.1934 r. Członek Zarządu  
od VI.1935 r.



JANINA HOŁÓWKOWA

Przedst. wyd. „Kurier Poran-  
ny” od 1933—1938. Czł. Rady  
i Zarz. od 1933—V.1938.



JAN IWASIEWICZ

Przedstawiciel wydawnictwa  
„Kurier Polski”  
Członek Rady od I.1939 r.



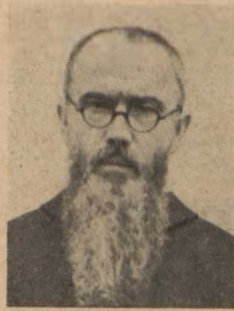
SZCZEPAN JELEŃSKI

Przedst. wyd. Sp. Drukarnia i  
Księgarnia św. Wojciecha —  
Poznań. Czł. Rady od X.1929 r.



TADEUSZ KOBYLAŃSKI

Przedst. wyd. „Mazowieckiej  
Sp. Wydawn.” od 1929—1935.  
Czł. Rady od X.1930—IV.1935.  
Czł. Zarz. od V.1931—IV.1935.



O. MAKSYMILIAN KOLBE

Przedstawiciel wydawnictwa  
„Milicji Niepokalanej”.  
Członek Rady od IX.1936 r.  
Członek Zarządu od V.1937 r.

BIBLIOTEKA  
UMCS  
LUBLINE



WITOLD KORFANTY

Przedst. wyd. S. A. Śląskie  
Zakł. Graf. i Wydaw. Polonia”  
od 1934 r. Czł. Rady od X.1934 r.  
Zmarł IX.1938 r.



Ks. EDWARD KOSIBOWICZ

Przedstawiciel „Wydawn.  
Księży Jezuitów”.  
Członek Rady od  
V.1931 r.



FRANCISZEK KRAJNA

Przedst. wyd. „P. A. R.” do  
1932 r. Czł. Rady od X.1929—  
IV.1931. Czł. Zarz. od XI.1929 r.  
— XII.1932 r.



ALFRED KRZYCKI

Przedst. Zakł. Wydawn. A.  
Krzyckiego — Znln. Czł. Rady  
od V.1937 r.





STANISŁAW KWIATKOWSKI

Przedst. wyd. Zw. Naucz. Polsk. od 1937 r. Czł. Rady od V.1938 r.



JAN LUTOSŁAWSKI

Przedstawiciel wydawnictwa „Gazeta Rolnicza” Członek Sądu od X.1929 r.



MIKOŁAJ ŁAZĘCKI

Zast. przedst. wyd. „Gazeta Rolnicza” od 1929 — 1938 r. Czł. Kom. Rew. od 1934—1938 r.



MARCELI PALEMON MAGNUSKI

Przedst. wyd. „Kurier Poranny” od 1929 — 1932 r. Czł. Zarz. od XI.1929—XI.1932 r.



STANISŁAW MAJEWSKI

Przedst. wyd. „Goniec Warszawski” od 1937 r. Członek Rady Związku od V.1938 r.



JULIAN MALINIAK

Przedst. wyd. „Robotnik” od 1931 r. — 1937 r. Czł. Rady od V.1932 — 1937 r. Czł. Zarz. od VI.1935 — 1937 r.



JAN MIKICKI

Przedst. wyd. „Nowoczesna Sp. Wydawn.” w 1935 r. Zast. przedst. wyd. S.A. Dom Prasy od 1935 r. Czł. Rady od V.1935 — 1937 r. Zast. Czł. Rady od 1937 r.



CZESŁAW MIKULSKI

Przedst. wyd. „Przegląd Techniczny” od 1929—1934 r. Przedst. wyd. Stow. Inż. Mech. Pol. od 1934 r. Czł. Rady do VI.1935 r.



WACŁAW MILEWSKI

Przedst. wyd. Instytutu Naukowego Organizacji i Kierownictwa. Członek Rady od VI.1935 r.



KAZIMIERZ MŁYNARSKI

Przedst. wyd. Mazowieckiej Sp. Wydawniczej od 1928—1929 r. Członek - założyciel Zw.



M. NUSBAUM-OLTASZEWSKI

Przedst. wyd. „Republika” i in od 1934 r. Czł. Rady od V.1936—1937 r. Czł. Zarządu od X.1934 r.



KONRAD OLCHOWICZ

Przedstawiciel wydawnictwa „Kurier Warszawski” Zast. Czł. Rady od 1929 r.





WACŁAW OLCHOWICZ

Przedstawiciel wydawnictwa „Kurier Warszawski”  
Członek Zarz. od V.1938 r.



MIECZYSLAW ORŁOWSKI

Przedst. wyd. „Kurier Poranny” od 1938 r. Czł. Rady i Zarz. od V.1938 r.



HENRYK PASCHALSKI

Przedstawiciel wydawnictwa „I. K. C.” i inn. od V.1938 r.  
Członek Zarządu od V.1938 r.



STEFAN PAWLIKOWSKI

Przedst. wyd. Sp. Drukarnia Księgarnia — Pelplin od 1929 r.  
Czł. Rady od X.1929 r.  
Zmarł II.1935 r.



ZYGMUNT PIERACKI

Przedst. wyd. Tow. Wydawn. Bluszcz od 1929—1937 r. Czł. Rady od IV.1929—X.1937 r. W-prezes Rady od V.1931—X.1937 r.



BR. WAWRZYNIEC  
M. PODWAPIŃSKI

Przedst. wyd. „Milicji Niepokalanej” od 1933 r. Czł. Rady od II.1933—V.1936 r. Czł. Zarz. od VI.1933—VI.1935 r.



STANISŁAW PODWYSOCKI

Przedst. wyd. Tow. Kultury i Oświaty do 1937 r. od 1937 r. przedst. wyd. „Wiedza i Życie”  
Czł. Rady od VI.1935 r.



WŁADYSŁAW POLAK

Przedstawiciel wydawnictwa „Republika” i in. od 1936 r.  
Członek Rady Zw. Wydawców od 1937 r.



MAURZYCY IGNACY  
POZNAŃSKI

Przedst. wyd. „Republika” od 1934 r. do 1936 r. Czł. Rady od X.1934 r. do V.1936 r.



DANIEL ROZENKWAIG

Przedstawiciel wydawnictwa „Nasz Przegląd”  
Czł. Rady od X.1929 r.



WŁADYSŁAW SAWICKI

Przedstawiciel wyd. Towarzystwa Oświaty Rolniczej.  
Członek Rady od V.1936 r.



JAN SOTOMSKI

Przedst. wyd. „Polska Zbrojna”  
Czł. Rady od I.1933 r.  
Czł. Zarządu od VI.1933 r.





**JÓZEF STEMLER**

Przedst. wyd. „Oświata Polska”  
od 1935 r. Czł. Kom. Rew.  
od V.1937 r. Zast. czł. Sądu  
od V.1937.



**STANISŁAW STRZETELSKI**

Przedst. wyd. „Goniec War-  
szawski” od 1935 — 1937 r.  
Przedst. wyd. Sp. Zjednoczenie  
od 1937 r. Czł. Rady od V.1936 r.



**JAN STYPUŁKOWSKI**

Przedstawiciel wydawnictw  
„Kurier Łódzki” i in.  
Członek Rady Zw. Wydawców  
od VI.1935 r.



**JERZY SZAPIRO**

Przedst. wyd. „Robotnik” od  
1929—1931 r. Przedst. wyd. Sp.  
„Prasa Współczesna” od 1931 r.  
Czł. Rady od XI.1929—IX.1931 r.  
Czł. Zarz. od XI.1929 — 1933 r.



**LECH TESKA**

Przedstawiciel wydawnictw  
S.A. Drukarnia Bydgoska od  
1934 r. Członek Rady od  
VI.1934 r.



**WINCENTYNA TESKOWA**

Przedstawiciel wydawnictw  
S.A. Drukarnia Bydgoska od  
1931 — 1934 r.  
Czł. Rady od IX.1931 — V.1934.



**ALFRED UMGELTER**

Przedst. wyd. „Dzień Polski”  
od 1929—V.1935 r. Przedst. wyd.  
„Czas” od 1935 r. Czł. Kom.  
Rew. od X.1929.



**FRANCISZEK WILKOSZEWSKI**

Przedstawiciel wydawnictwa  
„Goniec Częstochowski”  
Członek Rady Zw. Wydawców  
od V.1931 r.



**JÓZEF WŁODARSKI**

Przedst. wyd. Zw. Pol. Naucz. do  
1934 r. Przedst. wyd. „Słonko” od  
X.1935 r. Czł. Rady od X.1929—  
1934 r. i od 1936 r. Czł. Zarządu  
od XI.1929 — V.1932 r.



**STANISŁAW ZENON  
ZAKRZEWSKI**

Przedst. wyd. Polskiego Zw.  
Reklamowego od 1931 r. Czł.  
Kom. Rew. od VI.1933—VI.1935 r.  
Czł. Rady od VI.1935 r.



**KAZIMIERZ ZIĘTOWSKI**

Przedstawiciel wydawnictw  
S.A. Drukarnia Kujawska  
Członek Rady Zw. Wydawców  
od X.1929 r.



**ALEKSANDER ZWIERZYŃSKI**

Przedst. wyd. „Dziennik Wi-  
leński” do 1938 r. Przedst. wyd.  
„Głos Narodowy” od 1938 r.  
Czł. Rady od VI.1933 r.



# SPRAWA POLEMIK PRASOWYCH

**J**AKO jeden z zasadniczych celów swej pracy w dziedzinie zagadnień redakcyjnych władze Związku Wydawców postawiły sobie ugrutowanie autorytetu prasy w społeczeństwie i zwalczanie wszystkich objawów, które autorytet ten mógłby osłabić.

Wychodząc z założenia, iż jednym z czynników, najbardziej niebezpiecznych dla powagi prasy są niewłaściwe formy polemik prasowych, prowadzonych czy to pomiędzy wydawnictwami, czy też pomiędzy publicystami lub dziennikarzami, władze Związku dążyły wytrwale do wyeliminowania z dyskusji wszelkich elementów, niezgodnych z zasadami dobrych obyczajów polemicznych, wzajemnej lojalności i przyzwoitości form.

Jednym z pierwszych wystąpień władz Związku w tej sprawie był apel do wydawnictw zrzeszonych, ogłoszony na łamach „Prasy“ w r. 1930, w związku z ówczesną kampanią przedwyborczą. W wystąpieniu tym władze Związku wzywały swych członków do zachowania „taktu, powagi oraz wzajemnego szacunku w formie wystąpień i walk politycznych“. Zwracając uwagę na rolę prasy jako „politycznego wychowawcy szerokiego ogółu“ autorzy odezwy wskazywali, iż „Tylko wtedy może prasa żądać, aby stosunek społeczeństwa do niej był oparty na szacunku, powadze i posłuchu, gdy w walkach swych potrafi utrzymać się w ramach tej właśnie powagi i wzajemnego szacunku“. „Wydawcy, redaktorzy, publicyści — podkreślano dalej w odezwie — winni pamiętać o tym, że brudne metody walki politycznej, nie tylko wewnętrznie poniżają i brukają jej uczestników, ale że zarazem rezultat dają odwrotny od oczekiwanego. Nigdy niemal nie pokonywują one przeciwnika, zawsze natomiast są gorszącym widowiskiem dla ogółu, dyskredytującym w jego oczach obie walczące strony“.

Pomimo akcji władz Związku Wydawców, mającej na celu złagodzenie formy walk prasowych, łamy pism politycznych nie przestawały być — w niektórych zwłaszcza okresach — widownią nazbyt ostrych polemik.

Szczególnie częste stały się tego rodzaju wystąpienia w okresie 1936 — 37 r. Związek Wydawców zareagował na to uchwałą Ogólnego Zebrania swych członków (w maju 1936 r.), wskazującą na konieczność przed ogłoszeniem wiadomości dotyczącej prasy

sprawdzenia u źródła informacji o wydawnictwach.

Niezależnie od tej uchwały, Prezydium Związku opracowało projekt specjalnego porozumienia w sprawie polemik prasowych, przedłożony Zarządowi Związku w marcu 37 r. Porozumienie to polegać miało na wzajemnym zobowiązaniu się wydawnictw do: 1) sprawdzania informacji o stosunkach wewnętrznych i zmianach personalnych w innych wydawnictwach przed ich wydrukowaniem, 2) niepodawania informacji, dotyczących życia prywatnego wydawców, redaktorów i współpracowników redakcji oraz informacji, dotyczących interesów materialnych wydawnictw.

W tym samym mniej więcej czasie sprawa wyeliminowania niewłaściwych metod i form polemik prasowych stała się przedmiotem akcji ze strony organizacji dziennikarskich.

## POWSTANIE KOMISJI

### ORZEKAJĄCEJ

W tym stanie rzeczy władze obu organizacji: Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy doszły do przekonania, iż sprawa polemik wymaga wspólnego, skoordynowanego działania obu czynników prasy: wydawców i dziennikarzy. Dla zainicjowania wspólnej akcji zwołana została we wrześniu 1937 r. konferencja obu organizacji przy współudziale wydawców i naczelnych redaktorów dzienników warszawskich.

Na konferencji tej ustalono ogólne wytyczne porozumienia, mającego na celu podniesienie poziomu polemik prasowych oraz powołano komisję, której powierzone zostało: 1) opracowanie zasad, według których przeprowadzone mają być dezyderaty wyeliminowania z życia prasy elementów obniżających poziom moralny dyskusji i informacji prasowych, szkodzących powadze i interesom prasy jako przewodnika i informatora opinii publicznej, 2) opracowanie propozycji w sprawie powołania ogólnopolskiej komisji stałej, mającej na celu orzecznictwo w sprawach powyższych.

Do komisji tymczasowej powołano jednomyślnie pp. Bolesława Biegę, Henryka Butkiewicza, Kazimierza Czapńskiego, Stanisława Kauzika, Medarda Kozłowskiego, Mieczysława Niklewicza, Leona Puławskiego, Mieczysława Starzyńskiego, Jerzego Wiewiórskiego i Ojca Mariana Wójcika. Nadto posta-

nowiono, iż w skład tej komisji wchodzi z urzędu prezes Związku Dziennikarzy R. P. płk. Mieczysław Ścieżyński i prezes Zarządu Gł. Zw. Wydawców p. Stefan Krzywoszewski.

## TREŚĆ POROZUMIENIA

Po miesięcznej pracy, w dniu 25.X. 37 r. komisja przedstawiła Ogólnemu Zebraniu przedstawicieli Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy oraz wydawcom i naczelnym redaktorom dzienników warszawskich projekt porozumienia, który na tymże zebraniu został uchwalony. Na wstępie uchwała stwierdza, że „zwłaszcza w stosunkach między wydawcami i dziennikarzami przestrzegana być winna szczególnie dbałość o dobre obyczaje prasowe, a to celem uniknięcia obraźliwych polemik i publicznych procesów, które obniżają powagę prasy“.

Precyzując powyższe wytyczne, uchwała ustaliła następujące zasady: 1) obowiązkiem wydawców i dziennikarzy we wzajemnych polemikach prasowych winno być przestrzeganie ścisłości informacji, wzajemnej lojalności oraz przyzwoitości form; 2) informacje, dotyczące dziennikarzy zrzeszonych i zarejestrowanych, wydawców i wydawnictw zrzeszonych oraz ich współpracowników stałych i niestałych winny być sprawdzane u źródła, ewentualnie w odpowiedniej organizacji wydawców lub dziennikarzy.

Celem bliższego wyjaśnienia, uchwała stwierdza, iż przekroczeniem zasad powyższych jest: a) podawanie informacji, dotyczących życia prywatnego wydawców i współpracowników pism, o ile te informacje nie mają związku z ich działalnością publiczną, b) podawanie informacji niesprawdzonych, dotyczących stosunków personalnych prawnych i materialnych poszczególnych wydawnictw, c) przenoszenie polemik prasowych na grunt insynuacji i oskarżeń natury osobistej.

Jednocześnie utworzona została specjalna komisja, powołana do orzekania o niezgodności poszczególnych wystąpień prasowych z tymi zasadami. Komisja ta, zwana Komisją Orzekającą Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy, składa się z osób, delegowanych w równej liczbie przez obie te organizacje.

W specjalnej rezolucji Ogólne Zebranie zaleciło władzom obu Związków, aby przy wyborze członków do Komisji Orzekającej uwzględniły różniczkowo-



wanie polityczne prasy, którego odbiciem winien być skład Komisji.

Skład Komisji Orzekającej przedstawia się obecnie jak następuje. Z ramienia Związku Wydawców pp.: Bolesław Biega (Wieczór Warszawski), Henryk Butkiewicz (wyd. Domu Prasy), Stefan Krzywoszewski (Prasa), Stanisław Majewski (Goniec Warszawski), Mieczysław Niklewicz (Wyd. Narodowe), Konrad Olchowicz (Kurier Warszawski), kpt. Karol Koźmiński (Polska Zbrojna). Z ramienia Związku Dziennikarzy pp.: Zygmunt Berezowski (Warszawski Dziennik Narodowy), Witold Giełżyński (I. K. C.), dr. Tadeusz Glużyński (A. B. C.), Ryszard Piestrzyński (Kurier Poranny), Zygmunt Piotrowski (Robotnik), Mieczysław Starzyński (Gazeta Polska), Antoni Wieczorkiewicz (b. Dziennik Poranny). Przewodniczącym Komisji na rok 1938 wybrany został na posiedzeniu konstytuującym, które odbyło się w styczniu 1938 r., prezes Zarządu Związku Wydawców p. Stefan Krzywoszewski, wiceprzewodniczącym — wiceprezes Związku Dziennikarzy R. P. — p. Witold Giełżyński.

Komisja Orzekająca nie jest sądem organizacyjnym ani zawodowym w ściślejszym znaczeniu. Jest raczej sądem honorowym, którego kompetencje

ograniczają się do stwierdzenia czy wydawnictwo względnie dziennikarz, przeciw któremu wniesiona została skarga, winien jest przekroczenia obowiązków w polemice zasad, sformułowanych w omówionej wyżej uchwale. Jedyną sankcją, jaką rozporządza Komisja, jest podanie swego orzeczenia do wiadomości Związkowi Wydawców i Związkowi Dziennikarzy. Komisja może również zastosować o publikowanie orzeczenia w prasie z urzędu, przepis ten nie został dotychczas ani razu przez Komisję Orzekającą zastosowany. Porozumienie z dnia 25 października 1937 r. podpisane zostało przez wszystkie prawie wydawnictwa codzienne i najpoważniejsze agencje prasowe w Warszawie w ogólnej liczbie 25-ciu. Do porozumienia tego przystąpił również szereg najważniejszych wydawnictw prowincjonalnych w liczbie 20.

W chwili obecnej władze Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy prowadzą akcję, mającą na celu rozszerzenie ram porozumienia.

W styczniu r. b. upłynął rok od chwili ukonstytuowania się Komisji Orzekającej.

W tym okresie do Komisji wpłynęło zaledwie 8 skarg. Ta niewielka ilość spraw świadczy o znacznym złagodze-

niu w tym czasie tonu i formy polemik prasowych w porównaniu z okresem poprzednim, złagodzeniu, które przypisać należy niewątpliwie akcji, podjętej przez Związek Wydawców i Związek Dziennikarzy i utworzeniu Komisji Orzekającej.

Bardzo charakterystyczne jest również, że spośród wymienionych 8 spraw, w 2-ch tylko sprawach Komisja zmuszona była przeprowadzić rozprawę i wydać orzeczenie. Pozostałe sprawy zakończone zostały na drodze polubownej, przez opublikowanie przez stronę pozwaną oświadczenia względnie wyjaśnienia, dającego stronie przeciwnej właściwe zadośćuczynienie. Przypisać to trzeba głównej mierze akcji koncyliacyjnej, przeprowadzonej przez przewodniczącego Komisji prez. St. Krzywoszewskiego w każdej z reguły sprawie, przed skierowaniem jej na rozprawę przed kompletem orzekającym.

Powodzenie zastosowanej metody pojednawczej świadczy z jednej strony o słuszności stanowiska, zajętego przez Prezydium Komisji, które uznało, iż polubowne załatwienie konfliktu jest najlepszą satysfakcją dla skarżącego, z drugiej strony powodzenie tego postępowania jest dowodem dużego autorytetu, jakim cieszy się Komisja Orzekająca w sferach prasowych.

*Spółka Akcyjna Zakładów Graficznych*

# Drukarnia Polska

*w dzierżawie Spółki Wydawniczej Czasopism, Sp. z o. o.*

**Warszawa, ul. Szpitalna 12**

**Telefony 272-06, 587-98 i 643-33**

## **Działy:**

*Linotypy, Monotypy, Tecernia akcydensowa, Maszyny płaskie i rotacyjne  
Gisernia, Fotochemigrafia, Entroligatorka*

## **Wykonywa:**

*Dzienniki, Czasopisma, Statystyki, Sprawozdania, Prospekty  
Broszury, Książki, Katalogi, Plakaty, Druki ilustracyjne*



1919  
XX  
1939

# PAR

1919  
XX  
1939

**P O L S K A  
A G E N C J A  
R E K L A M Y**

F R A N C I S Z E K K R A J N A

## R E K L A M A P R A S O W A

Ogłoszenia do wszystkich pism w kraju i zagranicą. — Kampanie ogłoszeniowe —  
Plany — Projekty — Kosztorysy.

## R E K L A M A P L A K A T O W A

Plakatowanie na słupach ogłoszeniowych miejskich na terenie całego kraju.  
Eksploatacja słupów na prawach wyłączności w ca 150 miejscowościach.

## R E K L A M A T R A M W A J O W A

Transparenty, wywieszki, tablice w wozach tramwajowych i autobusach. Wyłączna  
eksploatacja reklamy tramwajowej w Poznaniu, Krakowie, Katowicach, Zagłębiu  
Dąbr., na Zaolziu, w Toruniu, Częstochowie (autobusy), Tarnowie i Inowrocławiu.

## R E K L A M A K I N O W A

Wyświetlanie filmów i przezroczy reklamowych w kinach wielkomiejskich i prowincjonalnych na terenie całej Polski.

## A T E L I E R G R A F I C Z N E

Projekty ogłoszeń, prospektów, plakatów, oraz wszelkiego rodzaju druków reklamowych. Dekoracje wystaw, stoisk i t. p.

## D R U K A R N I A W Y D A W N I C Z A

Własne zakłady graficzne wykonują klisze, matryce, zestawy ogłoszeniowe, oraz wszelkiego rodzaju druki dla handlu i przemysłu.

## W Y D A W N I C T W A W Ł A S N E

Szereg znanych wydawnictw jak: Przewodniki i Katalogi Powszechnej Wystawy Krajowej w Poznaniu 1929, 2-krotnie nagrodzone Wielkim Srebrnym Medalem i Dyplomem Zasługi, Księga Adresowa Gospodarstw Rolnych, Spółki Akcyjne w Polsce, Książki Telefoniczne i wiele innych, oraz PIERWSZY POLSKI SPIS GAZET I CZASOPISM (od roku 1921) obecny

K A T A L O G P R A S O W Y P A R A

## Z A Ł O Ź Y C I E L I W Ł A Ś C I C I E L F I R M Y F R A N C I S Z E K K R A J N A

P O Z N A Ń AL. MARCINKOWSKIEGO 11, tel. 44-76, 22-31, 22-35, 38-15

### K I E R O W N I C Y W Y D Z I A Ł Ó W :

ADMINISTRACJA: Jan Borys REKLAMY SPECJALNE: Sylwester Dezor  
OGŁOSZENIA: Kazimierz Geppert DRUKARNIA: Marian Wtorkowski

**WARSZAWA** Bracka 17, tel. 231-35, 515-24. Kier.: Czesław Włodarkiewicz  
**KRAKÓW** Rynek Główny 46, tel. 103-66. Kierownik: Feliks Majchrzycki  
**KATOWICE** Dyrekcyjna 10, tel. 317-80. Kierownik: Marian Budzyński  
**BYDGOSZCZ** Mostowa 12, tel. 15-52. Kierownik: Zygmunt Wujec  
**TORUŃ** Szeroka 28, tel. 27-21. Kier.: Teodor Kurzętkowski

**ŁĄCZNA ILOŚĆ STAŁYCH WSPÓŁPRACOWNIKÓW BIUROWYCH I TECHNICZNYCH 146**



# SPRAWA OBSŁUGI INFORMACYJNEJ PRASY

**W**YJĄTKOWE znaczenie, jakie posiada dla wydawnictw codziennych sprawna i dostosowana do potrzeb dzienników obsługa informacyjna, skłoniło władze Związku Wydawców do poświęcenia wielu wysiłków dla uregulowania zagadnienia obsługi prasy przez P.A.T. oraz inne agencje i biura informacyjne. Prace w tej dziedzinie podjęte zostały już w r. 1930. Jednym z najpoważniejszych zagadnień redakcyjnych dzienników było przeprowadzenie pertraktacji z P.A.T. w sprawie usprawnienia obsługi prasy przez tę agencję, która dostarcza gros materiału informacyjnego.

Celem uzyskania szczegółowych materiałów w tej sprawie władze Związku przeprowadziły wśród wszystkich wydawnictw codziennych ankietę co do treści materiału informacyjnego, punktualności obsługi oraz ceny serwisów PAT-nej. Sprawie tej poświęcono również szereg konferencji z redaktorami naczelными dzienników warszawskich. W wyniku przeprowadzonych studiów władze Związku podjęły akcję zmierzającą do ustalenia szczegółowych zasad współpracy PAT-nej z prasą. Na jesieni 1931 r. złożone zostały na ręce naczelnego dyrektora P. A. T. p. Starzyńskiego szczegółowe postulaty Związku Wydawców, dotyczące zarówno strony redakcyjnej poszczególnych biuletynów PAT, jak i strony technicznej obsługi informacyjnej. Omówieniu złożonych przez Związek postulatów poświęcone zostały liczne konferencje Prezydium Związku Wydawców z kierownictwem PAT. Na konferencjach tych przeprowadzono szczegółową dyskusję co do postulatów Związku Wydawców, dotyczących biuletynu zagranicznego, politycznego, gospodarczego i kulturalno-artystycznego, a także ceny serwisów PAT.

Postulaty wydawców streszczały się w następujących punktach: przyspieszenie obsługi, oznaczanie w biuletynach źródeł informacyjnych poszczególnych wiadomości, skoncentrowanie materiału informacyjnego rządowego w jednej placówce informacyjnej, podniesienie jakości materiału przez większą specjalizację w biurach prasowych, a także potaniecie obsługi, przede wszystkim w drodze usunięcia zbędnego kosztownego pośrednictwa przy dostarczaniu komunikatowego materiału.

Podniesiono również potrzebę ściślej selekcji materiału oraz staranniejszego redagowania biuletynów. Ponadto władze Związku wysunęły szereg dezy-

deratów o charakterze technicznym, m. in. podkreślano konieczność ścisłego datowania depeš, oznaczania środka komunikacji, za pomocą którego wiadomość otrzymano itp.

Poza tymi postulatami ogólnymi przedstawiciele Związku Wydawców przedstawili również postulaty dotyczące poszczególnych biuletynów.

Przedmiotem pertraktacji władz Związku Wydawców z PAT była również sprawa obsługi ilustracyjnej PAT, w szczególności projekt przejścia przez PAT całokształtu dostawy materiału ilustracyjnego krajowego i zagranicznego do dzienników i czasopism.

Postulaty Związku Wydawców spotkały się z przychylnym w zasadzie przyjęciem przez dyrekcję PAT i były stopniowo przez nią realizowane.

Stały kontakt, jaki utrzymywały władze Związku Wydawców z dyrekcją PAT przyczynił się do unormowania zasad obsługi informacyjnej w sposób możliwie jak najkorzystniejszy dla wydawnictw.

Poza sprawami wyżej omówionymi, współpraca władz Związku z PAT obejmowała cały szereg zagadnień, wynikających w poszczególnych okresach z działalności bądź jednej, bądź drugiej strony. Najważniejsze z tych zagadnień, a mianowicie zagadnienie działalności biura ogłoszeniowego PAT oraz współpracy PAT z Radiem w dziedzinie informacyjnej — omówione zostały w innych działach nin. sprawozdania.

## STOSUNEK DO PRYWATNYCH AGENCYJ INFORMACYJNYCH I SPRAWA AGENCJI ZWIĄZKU WYDAWCÓW

Działalność większości prywatnych agencji i biur informacyjnych budzi wśród członków Związku od dawna poważne zastrzeżenia, czego wyrazem była uchwała Rady Związku z początku 1931 roku, polecająca Zarządowi przystąpienie do przestudiowania sprawy utworzenia przy Związku Wydawców własnej agencji. Agencja ta, nie wkraczająca na tereny objęte służbą wielkich agencji telegraficznych i informacyjnych, sprawnie działających w Polsce, powołana być miała w pierwszym rzędzie do uporządkowania pracy mniejszych agencji prasowych, które wymagają skoordynowania ich wysiłków, specjalizacji i podniesienia jakości materiału informacyjnego dla prasy.

Władze Związku kilkakrotnie omawiały sprawę zasad organizacji takiej

agencji i opracowały szczegółowy plan jej działalności.

Zadaniem Agencji Związku byłoby (według planu opracowanego przez władze Związku) w pierwszym rzędzie:

a) skoncentrowanie i kontrola materiałów informacyjnych dostarczanych w formie gotowego materiału komunikatowego przez urzędy i instytucje państwowe i samorządowe, związki i organizacje gospodarcze, społeczne, kulturalne itp.

b) skoncentrowanie informacji o charakterze nieurzędowym, dostarczanych przez urzędy państwowe,

c) nawiązanie bezpośredniego kontaktu z instytucjami i organizacjami wymienionymi w p. a) oraz z placówkami zagranicznymi celem akwizycji informacji.

d) rozwinięcie akcji propagandowej, dotyczącej podniesienia życia gospodarczego i kulturalnego.

e) uporządkowanie w porozumieniu ze Związkiem Wydawców obsługi informacyjnej dzienników i czasopism w Polsce w drodze specjalnych umów z agencjami telegraficznymi i biurami prasowymi; skierowanie tych biur na drogę specjalizacji celem podniesienia poziomu obsługi informacyjnej.

Tak pomyślana agencja utworzona być miała w formie spółki wydawnictw codziennych — członków Związku.

Projekt utworzenia agencji informacyjnej Związku Wydawców nie został dotychczas zrealizowany. Sprawa ta jednak jest stale przedmiotem uwagi władz Związku, które zamierzają przystąpić w najbliższym czasie do reaktywowania tej kwestii.

## SPRAWA WARSZAWSKICH AGENCYJ KRYMINALNYCH

Sprawa obsługi prasy warszawskiej przez agencje w dziedzinie informacji kryminalnych itp. traktowana była przez władze Związku jako odrębne zagadnienie, domagające się od dawna radykalnego uporządkowania.

W jesieni r.ub. władze Związku przeprowadziły w tej sprawie szereg konferencji z redaktorami naczelными dzienników warszawskich. W wyniku tych konferencji władze Związku wystąpiły z inicjatywą zorganizowania przez PAT specjalnej obsługi prasy warszawskiej w dziedzinie wiadomości kryminalnych i drobnych wypadków. Na skutek powyższej inicjatywy PAT wprowadziła nowy biuletyn — Warszawski kryminalny, z którego korzysta cała niemal prasa warszawska.



# STOSUNKI PRASY Z RADIEM

**Z**AGADNIENIE unormowania stosunków pomiędzy prasą a radiem było przedmiotem prac Związku w ciągu całego niemal dziesięciolecia.

Już w pierwszym okresie istnienia Związku władze jego zwróciły uwagę na działalność radia w dziedzinie informacyjnej, stanowiącą poważną konkurencję dla prasy.

Początkowo z prowincji, później również z głównych ośrodków życia kulturalnego zaczęto sygnalizować władzom Związku Wydawców groźny fakt wypierania czytelnictwa dzienników, a częściowo także i czasopism, przez audycje radiowe. Wraz z pogłębianiem się kryzysu gospodarczego zjawisko to przybierało na sile, stając się coraz bardziej niepokojące.

Po przeprowadzeniu szczegółowych badań, władze Związku stwierdziły, iż niewątpliwie przyczyną osłabienia czytelnictwa gazet jest uwzględnienie w programie radiowym zbyt wielkiej ilości informacji aktualnych. Informacje te podawane były przez radio w 3 formach: 1) w formie „Codziennego Przeglądu Prasy” — przeznaczonego — zasadniczo — dla placówek zagranicznych, 2) w formie „dziennika radiowego” wraz z „dodatkiem” i wreszcie 3) w formie komunikatu PAT-nej, nadawanego 2 razy dziennie przez radio dla oddziałów prowincjonalnych Agencji. Wyniki przeprowadzonych badań skłoniły władze Związku do podjęcia energicznej akcji, mającej na celu ograniczenie działalności informacyjnej radia.

W pertraktacjach, przeprowadzonych przez przedstawicieli władz Związku z zarządem Polskiego Radia oraz przedstawicielami PAT-nej i Ministerstwa Spraw Zagranicznych, wysunięte zostały ze strony wydawców postulaty: a) skasowania nadawanego przez radio „Codziennego Przeglądu Prasy”, b) nadawania sztyfrem serwisu informacyjnego PAT dla oddziałów prowincjonalnych PAT, ewentualnie wykorzystania w tym celu innego środka transmisji, c) ograniczenia zakresu informacji podawanych przez „dziennik radiowy” i „dodatek” do tego dziennika, d) redagowania wiadomości, podawanych przez radio, w sposób zachęcający słuchaczy do uzupełnienia zasłyszanych informacji przez szczegółowe informacje prasy.

Jednocześnie władze Związku Wydawców wystąpiły z propozycją zawarcia porozumienia, które by regulowało całokształt wzajemnych stosunków prasy i radia.

W wyniku tej akcji władze Związku uzyskały — w początku r. 1932 — realizację postulatów, wymienionych wyżej pod pkt. b) i d). Co do pozostałych postulatów pertraktacje prowadzone były nadal w okresie 1932 i 1933 r. W tym czasie władze Związku wysunęły nowe zagadnienie, domagające się rozwiązania, a mianowicie zagadnienie reklamy radiowej, której nadmierny rozwój stał się wysoce szkodliwy dla interesów ogłoszeniowych prasy.

Niezależnie od bezpośrednich rozmów z Polskim Radio, władze Związku przedstawiły dezyderaty zrzeszonej prasy czynnikom rządowym. Całokształt interesujących prasę zagadnień, związanych z działalnością Radia, przedstawiony został w memoriale, złożonym Rządowi przez władze Związku Wydawców w końcu 1932 r. W memoriale tym wykazana została konieczność ograniczenia — wzorem wielu państw zachodnich — konkurencyjnej działalności radia w stosunku do prasy tak w dziedzinie informacyjnej jak i ogłoszeniowej.

## PIERWSZA UMOWA POMIĘDZY ZWIĄZKIEM WYDAWCÓW A POLSKIM RADIO — Z 1934 R.

W początkach r. 1934, po dwuletnich pertraktacjach, pomiędzy Związkiem a Polskim Radio zawarte zostało porozumienie w formie umowy, regulujące całokształt wzajemnych stosunków.

Umowa ta, podpisana w dniu 6 lutego 1934 r. przewidywała znaczne ograniczenie działalności informacyjnej radia.

W tej dziedzinie Polskie Radio zobowiązało się stosować do opracowanych wspólnie wytycznych, mających na celu w pierwszym rzędzie usunięcie szkód, jakie mogłoby poczynić prasie nadawanie „dzienników radiowych”. S. A. „Polskie Radio” zobowiązała się nadawać wiadomości sensacyjne, pozbawione znaczenia politycznego — w formie skróconej, z odniesieniem do obszerniejszych relacji w prasie. Wiadomości te miały być podawane przez radio nie wcześniej niż podaje je prasa stołeczna. Nadto Polskie Radio zobowiązało się ograniczyć do minimum wiadomości kryminalne.

Ponadto Polskie Radio zobowiązało się do stałego prowadzenia akcji propagandowej na rzecz czytelnictwa, a w szczególności na rzecz czasopiśmiennictwa polskiego. Wzajemnie za to Zwią-

zek Wydawców zobowiązał się zalecić swym członkom propagandę radiofonii na łamach ich organów, między innymi w formie omawiania poczyniań „Polskiego Radia” oraz w formie rzeczowej krytyki audycji.

W dziedzinie reklamy radiowej porozumienie ustalało ilości minut audycji poświęconych ogłoszeniom radiowym oraz zobowiązywało Polskie Radio do skupienia reklamy w jednej tylko audycji.

Umowa z dn. 6.II.34 r. miała do pewnego stopnia charakter ramowy. Szczegółowe ustalenie zakresu i programu radiowych audycji informacyjnych i reklamowych przekazane zostało specjalnym komisjom porozumiewawczym, złożonym z przedstawicieli Związku Wydawców i Polskiego Radia, a mianowicie: 1) Komisji redakcyjnej, której zadaniem było czuwanie nad programem emisji informacyjnych z punktu widzenia zasad, ustalonych w umowie. 2) Komisji reklamowej, której powierzono analogiczne zadanie w dziedzinie reklamy radiowej.

W skład Komisji Redakcyjnej, oprócz przedstawicieli Związku Wydawców i Polskiego Radia wchodził reprezentant PAT-nej oraz delegat Ministerstwa Poczty i Telegrafów jako przewodniczący Komisji.

Jako przedstawiciele Związku Wydawców do komisji tych delegowani zostali przez władze Związku pp. dyr. Stanisław Kauzlik do Komisji Redakcyjnej i dyr. Franciszek Głowiński do Komisji Reklamowej.

W związku z zawarciem umowy z Polskim Radio, biuro Związku Wydawców prowadzić zaczęło stałą kontrolę radiowych emisji informacyjnych i reklamowych. Zarówno w jednej jak i drugiej dziedzinie stwierdzono jednak niejednokrotnie odchylenia od postanowień umowy. Uchylenia te usuwane były początkowo w drodze porozumień, przeprowadzanych na gruncie Komisji Porozumiewawczych. Dalszy rozwój stosunków jednakże wykazał, iż granice działalności informacyjnej i reklamowej Polskiego Radia nie były dość jasno sprecyzowane, co utrudniało w wysokim stopniu należyte wykonywanie umowy. W r. 1935 władze Związku Wydawców stwierdziły, iż zakres działalności informacyjnej radia również uległ znacznemu rozszerzeniu. Zaznaczył się również dalszy ujemny wpływ reklamy radiowej na rozwój reklamy prasowej.



## PERTRAKTACJE W SPRAWIE ZMIANY UMOWY Z 1934 R.

Z tych względów władze Związku zmuszone były w końcu r. 1935 wypowiedzieć umowę z 6.II.34 r. Jednocześnie podjęte zostały pomiędzy stronami pertraktacje celem uregulowania stosunków pomiędzy prasą a radiofonią w sposób, któryby gwarantował należyte zabezpieczenie interesów prasy i czytelnictwa.

Postulaty, wysunięte przez przedstawicieli władz Związku Wydawców w bezpośrednich rozmowach z przedstawicielami Polskiego Radia, przedstawione zostały również w specjalnym memoriale przedłożonym Panu Ministrowi Poczty i Telegrafów w lipcu 1936 r. Władze Związku uznały za niezbędne aby nowa umowa z Polskim Radem zawierała następujące gwarancje dla prasy: 1) zmniejszenie ilości audycji informacyjnych Polskiego Radia i ograniczenie czasu nadawania, 2) uzgodnienie ze Związkiem Wydawców godzin audycji informacyjnych, 3) nadawanie przede wszystkim wiadomości, których rozpowszechnienie leży w interesie Państwa, 4) nadawanie wszelkich innych wiadomości w formie skróconej, z odniesieniem do obszerniejszych relacji w prasie, 5) usunięcie z biuletynów informacyjnych wiadomości o charakterze niepolitycznym, m. in. wiadomości lokalnych i kryminalnych, 6) ustalenie formy biuletynów informacyjnych w porozumieniu ze Związkiem Wydawców, celem wyeliminowania ujemnej konkurencyjnej strony działalności informacyjnej Radia, 7) wprowadzenie nadzoru nad redakcją biuletynu informacyjnego Polskiego Radia przez komisję z ramienia Radia, PAT i Związku Wydawców, 8) ograniczenie informacji z dziedziny sportowej i ustalenie formy i czasu nadawania tych informacji w porozumieniu ze Związkiem Wydawców, 8) ustalenie zasad systematycznej propagandy przez Radio czytelnictwa pism.

Wreszcie władze Związku Wydawców domagały się całkowitego zaprzestania przez Polskie Radio działalności w dziedzinie reklamowej.

Po szeregu konferencji wstępnych przeprowadzonych pomiędzy naczelnym dyrektorem Polskiego Radia ś. p. Romanem Starzyńskim a dyrektorem Związku Wydawców p. Stanisławem Kauzikiem, we wrześniu 1936 r. podjęte zostały oficjalne pertraktacje w sprawie nowej umowy pomiędzy Polskim Radem i Związkiem Wydawców. Ze stro-

ny Związku Wydawców pertraktacje te prowadziła specjalnie powołana Komisja Radiowa w osobach prezesa Zarządu p. Stefana Krzywoszewskiego, wiceprezesów Zarządu pp. Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza oraz dyrektora Związku p. Stanisława Kauzika. Polskie Radio reprezentowali pp. naczelny dyrektor ś. p. Roman Starzyński, dyrektor programowy Piotr Górecki i dyrektor administracyjny Mieczysław Konarski. Prace nad uzgodnieniem poglądów stron i ustaleniem tekstu umowy trwały od września 1936 r. do marca 1937 r.; obie strony opracowały w tym okresie szereg projektów umowy, które stały się podstawą do opracowania tekstu ostatecznego. Sprawa stosunków między prasą a radiem była też przedmiotem audjencji udzielonej Prezydium Związku Wydawców przez Pana Ministra Poczty i Telegrafów Emila Kalińskiego.

### UMOWA Z R. 1937.

Długotrwałe te prace doprowadziły w marcu 1937 r. do uzgodnienia stanowiska obu stron; w dniu 19 marca 1937 r. podpisana została między Związkiem Wydawców a Polskim Radiem umowa, normująca dalsze stosunki między prasą a radiem na okres najbliższych 5 lat, a obowiązująca od dnia 1 kwietnia 1937 r.

Układ zawarty w dniu 19 marca 1937 r. ma na celu uzgodnienie usiłowań i ułatwienie realizacji wspólnych zadań prasy i Polskiego Radia.

Polskie Radio, oceniając rolę i znaczenie prasy, zobowiązało się współdziałać odtąd na rzecz propagandy czytelnictwa dzienników i czasopism. Prasa natomiast ma popierać rozwój polskiej radiofonii, jako jednego z najważniejszych nowoczesnych czynników kultury. Związek Wydawców zobowiązał się przeprowadzić wśród zrzeszonych w nim wydawnictw akcję zmierzającą ku temu, ażeby w dziennikach i periodykach nie publikowano o Polskim Radem wiadomości niesprawdzonych, mogących szkodzić pomyślnemu rozwojowi radiofonii polskiej i podważać znaczenie Polskiego Radia.

Z drugiej strony dzienniki radiowe nadawać mają przede wszystkim te wiadomości, których rozpowszechnianie leży w interesie państwa; wszelkie inne wiadomości, zwłaszcza o charakterze sensacyjnym, nadawane być mają jako awizy, odsyłające słuchaczy po szczególności do prasy codziennej.

Wreszcie Polskie Radio zrezygnowało ze swej działalności reklamowej na rzecz przedsiębiorstw prywatnych, a podjąć ma wysiłki wspólnie z prasą, nad zorganizowaniem zbiorowej bezimiennego propagandy i reklamy gospodarczej.

### DZIAŁANIE UMOWY

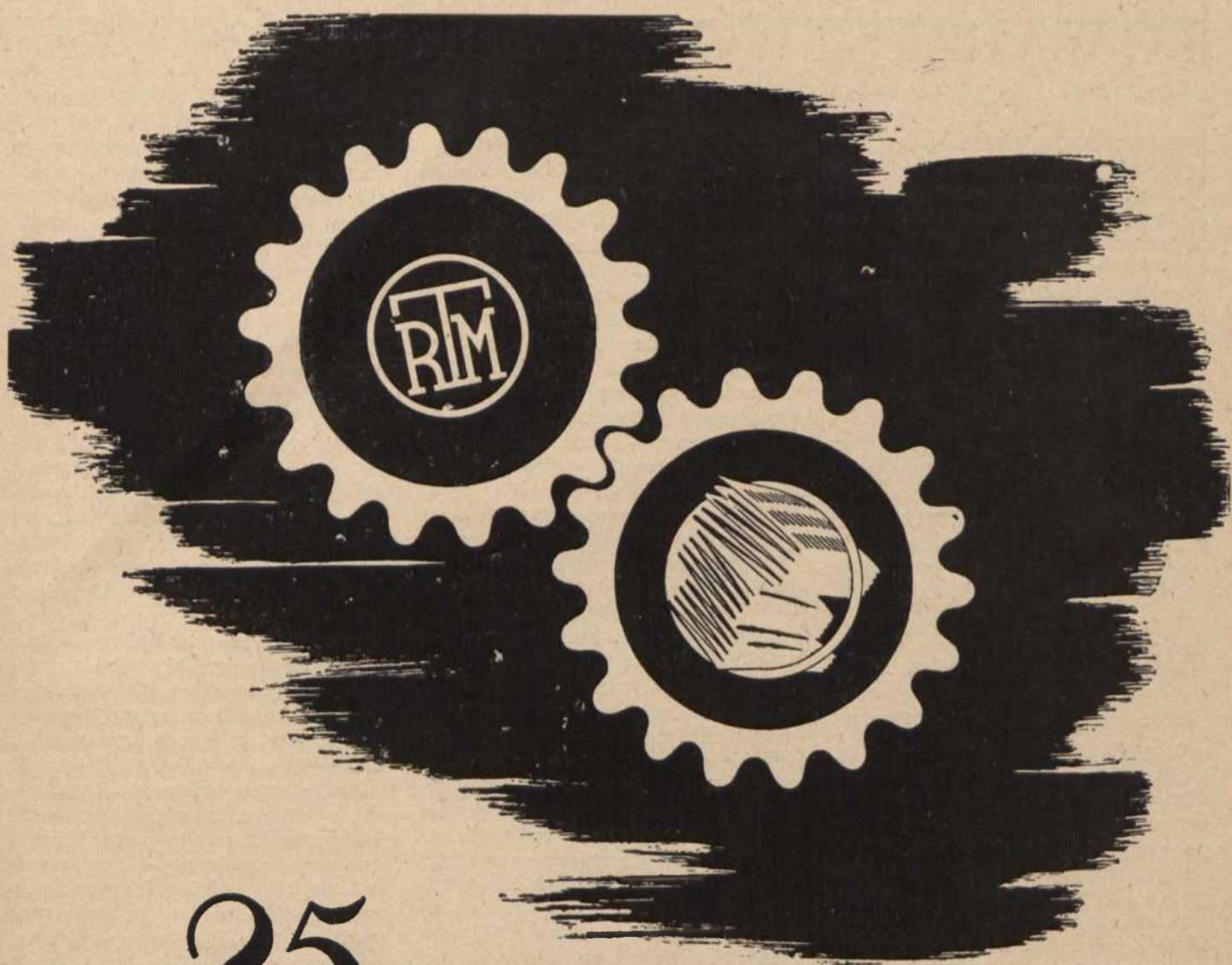
Dwuletnie doświadczenie w wyniku stosowania umowy, zawartej między Związkiem Wydawców, a Polskim Radem, wskazało, iż umowa ta, aczkolwiek nie zrealizowała wszystkich postulatów prasy na odcinku radiowym jest jednak dla obu stron pożyteczna.

Na odcinku reklamowym Polskie Radio nie stosowało, w myśl brzmienia umowy, reklam na rzecz przedsiębiorstw prywatnych; drobne nieporozumienia, jakie miały miejsce na tym odcinku spraw radiowych, były szybko likwidowane w drodze porozumienia między władzami Związku Wydawców a dyrekcją Polskiego Radia.

Jeśli chodzi o dziedzinę działalności informacyjnej Polskiego Radia, stwierdzić należy, iż stan rzeczy zarysowuje się w sposób, mniej dla prasy korzystny, gdyż Polskie Radio zdradza tendencję do systematycznej rozbudowy swej działalności informacyjnej i publicystycznej. To też coraz powszechniej staje się zarówno w sferach wydawniczych jak i dziennikarskich pogląd, iż obecne formy i zakres działalności informacyjnej Polskiego Radia stanowią poważny hamulec rozwoju czytelnictwa dzienników i czasopism zagrażając tym samym najżywościjszym interesom prasy jako całości. M. in. z protestami w tej sprawie zwróciły się do władz Związku Wydawców prowincjonalne organizacje dziennikarskie; protesty motywowane są tym, iż szczególnie prasa prowincjonalna coraz mocniej odczuwa konkurencję informacyjnej działalności Polskiego Radia.

Z uwagi na powyższe władze Związku postanowiły podjąć w najbliższym czasie rozmowy z Polskim Radem w sprawie takiego uregulowania działalności informacyjnej i publicystycznej Radia, aby należycie salwowane były interesy obu stron i aby prasa nie była narażona na cofanie się pod względem rozwoju czytelnictwa z terenów zdobytych, pod naciskiem zbyt szerokiej działalności informacyjnej Polskiego Radia, co stanowiłoby ujemny objaw nie tylko dla prasy, ale również dla rozwoju stosunków kulturalnych i politycznych Państwa.





**25** LAT ŚCISŁEJ  
WSPÓŁPRACY  
Z P R A S Ą

nad ugruntowaniem  
reklamy w Polsce i pod-  
niesieniem jej poziomu

**TOWARZYSTWO REKLAMY  
MIĘDZYNARODOWEJ**

WARSZAWA, SIENKIEWICZA 14 TELEFON 5-70-50  
ODDZIAŁY: KATOWICE - 3 MAJA 10, TEL. 324-80 • KRAKÓW - FLORIAŃSKA 25, TEL. 136-81



# TOWARZYSTWO WIEDZY PRASOWEJ

**N**A OGÓLNYM konstituującym zebraniu członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w dniu 21 października 1929 r. zapadła, między innymi, uchwała „w sprawie utworzenia Instytutu Dziennikarskiego“. — Brzmiała ona jak następuje:

„Ogólne Zebranie członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism uważa za ważny postulat założenie Instytutu Dziennikarskiego, jako warsztatu badań warunków pracy przedsiębiorstw prasowych i wpływów prasy na rozmaite czynniki życia, a także jako ogniwa pośredniczącego między prasą polską a zagraniczną w dziedzinie zdobyczy wiedzy prasowej“.

Przez Instytut Dziennikarski autorzy uchwały rozumieli właściwie instytut prasoznawczy — instytucję, która by stała się ośrodkiem systematycznych studiów nad zagadnieniami prasowymi.

Uchwała powyższa była wyrazem istniejącego już wówczas w łonie członków-założycieli Związku przekonania, że rzetelna i pogłębiona wiedza o prasie stać się winna jednym z ważkich czynników podniesienia i rozwoju prasy polskiej. Inicjatorzy uchwały zdawali sobie również sprawę, iż naukowe badanie problemów prasy mieć będzie jeszcze inne znaczenie: gruntując i rozwijając tę dziedzinę wiedzy, popularyzując świadomość znaczenia społecznego i państwowego prasy, podniesie rolę i autorytet prasy w społeczeństwie.

Uchwała z 1929 r. nie od razu mogła być zrealizowana wobec ogromu zadań stojących przed władzami Związku. Utworzenie instytutu prasoznawczego wymagało dłuższych prac przygotowawczych. Studia nad tym zagadnieniem powoli postępowały naprzód. Powodem był nawał spraw wielkiej wagi, spraw, jakie stanęły przed Związkiem w pierwszym okresie jego istnienia.

Mimo tak poważnych przeszkód władze Związku stale interesowały się zagadnieniem organizacji prac z dziedziny prasoznawstwa w Polsce. Zagadnienie to było wielokrotnie omawiane na łamach „Prasy“.

Dążąc w zasadzie do stworzenia odrębnej instytucji prasoznawczej, władze Związku starały się jednocześnie o to, aby — zanim dążenie to zostanie zrealizowane — pewne zadania przyszłego Instytutu Prasoznawczego zostały uwzględnione — w miarę możliwości — w programie działalności Związku.

Wyrazem tego stanowiska władz Związku była przede wszystkim akcja wydawnicza Związku\*), która służyła i służy w znacznym stopniu celom naukowo-badawczym. Odnosi się to zarówno do czasopisma „Prasa“ jak i do prac monograficznych, wydawanych w ramach t.zw. Biblioteki Związku Wydawców, a poświęconych poszczególnym zagadnieniom prasowym.

Charakter naukowo-badawczy w pewnym stopniu posiadają również — z natury rzeczy — liczne akcje Biura Związku Wydawców, które zmuszone było przepracowywać po kolei wszystkie zasadnicze zagadnienia prasowo-wydawnicze, jak zagadnienie nowelizacji ustawodawstwa prasowego, kwestia unormowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, zagadnienie obsługi informacyjnej dzienników, zagadnienie gospodarczych warunków rozwoju dzienników i czasopism, organizacji i techniki dzienników i czasopism, wreszcie liczne zagadnienia kolportażowe, ogłoszeniowe, propagandy wydawniczej i wiele innych. W odniesieniu do każdego z tych zagadnień zgromadzone zostały w Związku bogate materiały informacyjne, m. in. prawne i statystyczne, dotyczące tak stosunków krajowych jak i zagranicznych, które stanowić będą w przyszłości poważne źródło dla licznych opracowań naukowych. W wyniku wieloletniej pracy biura, Związek posiada bogate archiwum, obejmujące zarówno materiały, odnoszące się do prasy polskiej, jak i liczne materiały, dotyczące prasy głównych państw zachodu Europy oraz organizacji prasowych międzynarodowych. Charakter poważnych źródeł i pomocy naukowych posiada bogata biblioteka fachowych czasopism prasowych zagranicznych, zbieranych od roku 1930, biblioteka fachowa dzieł prasowych, obejmująca około 500 tomów w językach obcych, wreszcie archiwum gromadzonych systematycznie wycinków z prasy polskiej, rozsegregowanych według poszczególnych zagadnień, tudzież archiwa dzienników i czasopism.

W r. 1936 przystąpiono do prac, mających na celu utworzenie instytucji, która by stała się ośrodkiem systematycznych studiów nad najważniejszymi zagadnieniami prasowymi.

W pierwszym okresie tych prac Biuro Związku przeprowadziło gruntowne

studia nad organizacją, systemem pracy i zakresem działania instytucji prasoznawczych za granicą. Szczególniejszą uwagę zwrócono na berliński Instytut für Zeitungswissenschaft. Działalność tego Instytutu badana była przez dyr. Związku p. Stanisława Kauzika, który podczas pobytu w Berlinie dwukrotnie odwiedził dyrekcję Instytutu i zwiedzał Instytut celem zapoznania się z organizacją i metodami pracy tego najpoważniejszego instytutu prasoznawczego w świecie. Na podstawie powyższych badań opracowany został projekt Statutu Towarzystwa Wiedzy Prasowej, zasadnicze wytyczne jego działalności oraz dokładny plan pierwszych prac Towarzystwa, obejmujący akcje w dziedzinie pedagogicznej, naukowej, wydawniczej i popularyzacyjnej\*).

Następny okres prac nad tym zagadnieniem poświęcony był akcji przygotowawczej, mającej na celu zapewnienie przyszłemu Towarzystwu poparcia szeregu instytucji i osób oraz pozyskania współpracy — obok kierowniczych jednostek świata prasowego — wydawców, redaktorów naczelnych, wybitnych publicystów, kierowników agencji i biur prasowych rządowych — przedstawicieli nauki, badających zagadnienia prasowe lub związane z prasą oraz przedstawicieli instytucji, z prasą współpracujących. W tym okresie przedstawiciele władz Związku odbyli liczne konferencje, m. in. z p. prof. Włodzimierzem Antoniewiczem, rektorem Uniwersytetu Józefa Piłsudskiego, prof. Stanisławem Wędkiewiczem, dziekanem wydziału humanistycznego, p. ministrem Stefanem Starzyńskim, prezydentem m. Warszawy, p. min. Konradem Libickim, ówczesnym dyrektorem naczelnym P. A. T., p. Leonem Puławskim, prezesem Zarządu Towarzystwa „Ruch“, ś.p. Romanem Starzyńskim, ówczesnym dyrektorem naczelnym S. A. Polskie Radio, wreszcie z Prezydium Związku Dziennikarzy w osobach pp.: płk. Ścieżyńskiego, W. Gieżyńskiego i H. Wierzyńskiego.

W dniu 30 marca 1938 r. odbyło się pod przewodnictwem rektora Uniwersytetu im. J. Piłsudskiego prof. Włodzimierza Antoniewicza pierwsze organizacyjne zebranie przedstawicieli sfer naukowych i świata prasy, którym przedstawione zostały w obszernych re-

\*) Akcja ta omówiona jest szczegółowo w rozdziale: Akcja wydawnicza Związku.

\*) Rezultaty badań dyr. St. Kauzika ogłoszone zostały w artykule pt. „O rozwój prasoznawstwa w Polsce“ w Nr. 4/38 „Prasy“.



feratach, ogłoszonych przez prezesa Stefana Krzywoszewskiego i dyr. Stanisława Kauzika, projekty dotyczące utworzenia Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Obaj referenci uzasadnili szczególnie celowość powołania do życia takiej instytucji, przy czym wskazali na ogromny rozwój prasoznawstwa, jaki zaznacza się ostatnio w krajach Zachodu oraz na zaniedbanie, w jakim pozostaje ta dziedzina wiedzy w Polsce. Jednocześnie referenci zapoznali zebranych z projektem Statutu i organizacji Towarzystwa oraz planem pierwszych jego prac. Obecni na zebraniu wybitni profesorowie, wydawcy, przedstawiciele agencji prasowych oraz instytucji, współpracujących z prasą, redaktorzy naczelni, publicyści i dziennikarze wypowiedzieli się jednogłośnie za utworzeniem Towarzystwa. Powołana została do życia Komisja Organizacyjna, której powierzono opracowanie szczegółów organizacji Towarzystwa.

Do Komisji, na czele której stanął dziekan St. Wędkiewicz, zostali powołani pp.: red. H. Butkiewicz, prez. Al. hr. Dzieduszycki, ks. prałat Z. Kaczyński, dyr. St. Kauzik, prez. St. Krzywoszewski, min. K. Libicki, prez. Miecz. Niklewicz, rektor J. Reyman, red. St. Strzetelski oraz dyr. W. Trzebiński. Nadto władze Związku Dziennikarzy wydelegowały do Komisji swego przedstawiciela w osobie wiceprezesa Hieronima Wierzyńskiego.

Po opracowaniu w ogólnych zarysach powierzonych jej zagadnień, Komisja wyłoniła ściślejszy Komitet Redakcyjny, do którego weszli: pp. min. K. Libicki, red. St. Strzetelski, prezes St. Krzywoszewski i dyrektor St. Kauzik. Komitet ten opracował ostateczny tekst Statutu Towarzystwa oraz szczegółowy plan pierwszych prac tej instytucji. W projekcie tym uwzględniono postulaty, zgłoszone na pierwszym zebraniu organizacyjnym, a dotyczące nadania działalności Towarzystwa charakteru praktycznego zarówno z charakterem naukowym. Opracowany przez Komisję program prac Towarzystwa obok studiów i badań naukowych uwzględnia również praktyczne zagadnienia i potrzeby redakcyjne i administracyjne, zwłaszcza sprawę gromadzenia pomocniczych materiałów informacyjnych dla redakcyj oraz sprawę kursów fachowych dla pracowników redakcyjnych i administracyjnych wydawnictw.

W dniu 7.VI.1938 r. odbyło się pod przewodnictwem dziekana Uniwersytetu im. J. P., Stanisława Wędkiewicza, zebranie Komisji Organizacyjnej Towarzystwa Wiedzy Prasowej, na którym uchwalony został Statut Towarzystwa oraz plan prac, przygotowany przez

Komisję Organizacyjną, której zebrani powierzyli również przeprowadzenie legalizacji Statutu.

W myśl Statutu, zatwierdzonego przez władze państwowe w dniu 22 października 1938 r., członkowie Towarzystwa Wiedzy Prasowej dzielą się na dwie kategorie: członków popierających oraz członków współpracujących.

Na czele listy członków popierających Towarzystwa figuruje m. stoł. Warszawa, Związek Wydawców, S. A. Polskie Radio i Polska Agencja Telegraficzna.

Dnia 14 grudnia 1938 r. odbyło się pod przewodnictwem J. M. rektora Uniwersytetu J. P., prof. Wł. Antoniewicza, pierwsze ogólne zebranie członków Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Na zebraniu tym dokonano wyboru władz Towarzystwa. Do Zarządu Towarzystwa powołani zostali pp. prezes Aleksander hr. Dzieduszycki, prezes Witold Giełżyński, ks. dyr. Zygmunt Kaczyński, dyr. Stanisław Kauzik, prezes Stefan Krzywoszewski, prezes Antoni Lewandowski, minister Konrad Libicki, prof. Zygmunt Łempicki, prezes Mieczysław Niklewicz, dyrektor Mieczysław Obarski, prezes Leon Puławski, dyr. Edmund Jan Reyman, red. nac. Mieczysław Starzyński, red. nac. Stanisław Strzetelski, red. Antoni Wieczorkiewicz, prezes Hieronim Wierzyński, prezes Jerzy Wiewiórski i red. Stanisław Zalewski.

Tegoż dnia odbyło się posiedzenie konstituujące Zarządu. Prezesem Zarządu wybrany został p. min. Konrad Libicki, wiceprezesami pp. prezes Stefan Krzywoszewski i red. nac. Stanisław Strzetelski. Do Wydziału Wykonawczego powołani zostali nadto jako członkowie pp. dyr. Mieczysław Obarski, dyr. Edmund Jan Reyman i dyr. Stanisław Kauzik, któremu powierzono funkcje sekretarza generalnego.

Do Rady Naukowej, której zadaniem jest nadzór nad pracami Towarzystwa w dziedzinie naukowej, wybrani zostali pp.: J. M. rektor Włodzimierz Antoniewicz, red. Zygmunt Berezowski, prez. Bolesław Biega, red. nac. Henryk Butkiewicz, prof. Stanisław Bystron, dyr. Piotr Górecki, ks. dyr. Edward Kosibowicz, dyr. Mieczysław Lepecki, red. nac. Stanisław Majewski, rektor Julian Makowski, sen. Stanisław Miłaszewski, prez. Feliks Mrozowski, red. nac. Konrad Olchowicz, dyr. Janusz Rakowski, płk. Mieczysław Ścieżyński, prezydent Stefan Starzyński, dyr. Wincenty Trzebiński, dziekan Stanisław Wędkiewicz. Do składu Rady Naukowej wchodzi nadto członkowie Wydziału Wykonawczego Zarządu Towarzystwa. Powyższy skład Rady uzupełniony zostanie przez Radę w drodze kooptacji na pierwszym swym posiedzeniu.

Do Sądu Towarzystwa weszli, jako

członkowie pp.: sędzia Stanisław Fałat, ks. dyr. Edward Kosibowicz, red. nac. Ryszard Piestrzyński, red. Zygmunt Piotrowski i sen. Jan Rembeliński oraz pp. red. nac. Jan Korolec i dyr. Stanisław Zenon Zakrzewski, jako zastępcy.

Komisja Rewizyjna powołana została w składzie pp.: dyr. Antoni Goerne, dyr. Edmund Seyfried, dyr. Jan Sotomski jako członkowie, i dyr. Jan Kuczański jako zastępca.

Niezwłocznie po ukonstytuowaniu się władz Towarzystwa, Wydział Wykonawczy Zarządu podjął prace zmierzające do zorganizowania podstaw finansowych Towarzystwa oraz podjęcia prac, przewidzianych w planie.

Utworzone zostały 4 Sekcje, w których koncentrować się będą prace Towarzystwa, a mianowicie: I. Sekcja Nauki i Szkolenia. II. Sekcja Wydawnictw Informacyjnych. III. Sekcja Archiwalno-Biblioteczna. IV. Sekcja Prac Historycznych.

Sekcja I, której przewodnictwo objął p. dziekan Wędkiewicz, zajmować się będzie zagadnieniami szkolnictwa dziennikarskiego oraz kursów kształcących dla osób, pracujących na terenie prasowym. Sekcja ta organizuje obecnie kursy dla pracowników administracyjnych wydawnictw.

Sekcja II, pod kierunkiem red. St. Strzetelskiego, opracowuje obecnie plan wydawnictwa podręcznego dla redakcyj obejmującego dokumenty i najważniejsze materiały informacyjne oraz projekt uzupełnienia wydawnictwa „Czy wiesz kto to jest“.

Sekcja III, pod kierunkiem dyr. St. Kauzika, przystąpiła do zorganizowania archiwum i biblioteki Towarzystwa, obejmujących w pierwszym rzędzie materiały, dostarczone przez Związek Wydawców. Sekcja ta przy współpracy Biura Związku opracuje i uzupełni posiadane materiały według planu pierwszych prac Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Materiały te obejmują m. in.: 1) archiwa materiałów informacyjnych dotyczących: a) spraw wydawniczo-prasowych w Polsce i za granicą, b) spraw organizacji prasowych krajowych i międzynarodowych, 2) archiwa wycinków z gazet w sprawach prasowych, 3) kartoteki dotyczące: a) przedsiębiorstw wydawniczych, b) dzienników i czasopism, c) kartoteki wydawców, d) dziennikarzy, e) kartoteki organizacji prasowych oraz f) organizacji i instytucji współpracujących, bądź związanych z prasą. 4) Zbiór dzienników i czasopism polskich.

Wreszcie Sekcja IV ma za zadanie przygotowanie materiałów do Historii Prasy Polskiej.





W CHWILI powstania Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism ustawodawstwo prasowe w Polsce znajdowało się w stanie chaosu. Na ziemiach polskich obowiązywały (w całości lub częściowo) przepisy 10 różnych ustaw, a więc: na terenie b. zaborów pruskiego i austriackiego — przedwojenne ustawy prasowe państw zaborczych oraz odpowiednie postanowienia ustaw karnych tych państw; na terenie b. Królestwa Kongresowego i ziem wschodnich — dekret Naczelnika Państwa o tymczasowych przepisach prasowych z 1919 r., uzupełniony przepisami Kodeksu Karnego rosyjskiego z 1903 r. Przepisy tych ustaw częściowo przestarzałe, niedostosowane do wymagań współczesnego życia, częściowo zaś niedokładne, niedostatecznie sprecyzowane — nie czyniły zadość potrzebom prasy. Różnorodność ustawodawstwa, zwłaszcza w dziedzinie odpowiedzialności za przestępstwa prasowe oraz w sprawach zajęć i konfiskat powodowała b. poważne trudności dla prasy. Dlatego też zagadnienie unifikacji prawa prasowego w Polsce i dostosowanie go do potrzeb prasy postawione zostało przez władze Związku Wydawców od pierwszej chwili istnienia organizacji — w rzędzie najważniejszych i najpilniejszych jej zadań.

## PIERWSZY PROJEKT USTAWY PRASOWEJ

Już na pierwszym posiedzeniu Rady Związku w listopadzie 1929 r. b. prezes S. N. prof. A. Mogilnicki wygłosił — na zaproszenie Prezydium — referat o prawie prasowym. Przedstawione wówczas przez prof. Mogilnickiego wytyczne reformy ustawodawstwa prasowego, rozwinięte następnie w szczegółowej projekcie ustawy, posłużyły następnie władzom Związku za podstawę do opracowania projektu nowej ustawy prasowej, uwzględniającego postulaty świata prasy. Zagadnieniem tym zajmowała się specjalna komisja, złożona z pp. wiceprezesów Zarządu Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza oraz dyrektora Związku Stanisława Kauzika.

Projekt, opracowany przez p. St. Kauzika i zatwierdzony przez tę komisję, a następnie przez Zarząd i Radę Związku ustalał zasadnicze stanowisko zrzeszonej prasy wobec zagadnień prawa prasowego, stanowisko, konsekwentnie podtrzymywane następnie przez lat 10

wobec czynników decydujących. Stanowisko to do dziś nie straciło swej aktualności. Z tego też względu projekt ówczesny zasługuje na bliższe omówienie.

## WYTYCZNE PIERWSZEGO PROJEKTU

Jeśli chodzi o zasadnicze wytyczne, projekt opierał się na podstawie jak najbardziej wydatnej obrony interesów Państwa. Było to wynikiem pełnego zrozumienia przez zrzeszonych wydawców tego, iż Państwo znajdujące się w okresie utrwalania podstaw swej niepodległości, Państwo o takiej strukturze narodowościowej, jak Polska, musi mieć takie ustawodawstwo prasowe, któreby zapewniało należyte i pełne respektowanie interesów państwowych. Również w bardzo wysokiej mierze projekt Związku Wydawców uwzględniał konieczność ochrony czci osobistej jednostki.

Z drugiej strony, projekt zawierał szereg przepisów, realizujących podstawowy postulat zapewnienia prasie wolności, — niezbędnej dla umożliwienia jej rozwoju oraz należytego pełnienia w państwie służby publicystycznej i informacyjnej. Jako gwarancję zachowania wolności prasy projekt wprowadzał następujące zasady: 1) zasadę wolności zakładania i wydawania dzienników i czasopism, 2) zasadę wolnego dostępu do materiału informacyjnego, 3) zasadę wolności drukowania w piśmie wszelkich informacji i utworów publicystycznych pod warunkiem odpowiedzialności za nadużycie tej wolności, 4) zasadę wolności rozpowszechniania pism.

## PRZEPISY SZCZEGÓŁOWE

Każda z wymienionych zasad wyraża się w projekcie szeregiem konstrukcyjnych szczegółowych. Tak więc zasadzie wolności odpowiada zastosowanie systemu deklaracyjnego, w myśl którego wydawanie pisma uzależnione jest jedynie od złożenia odpowiedniego zawiadomienia władzy. Wykluczono zatem system koncesyjny wzgl. kaucyjny.

Zasadę swobody korzystania ze źródeł informacyjnych realizował projekt przez: 1) wyłączenie spod działania cenzury biuletynów agencyjnych, przeznaczonych dla redakcyj, 2) przyznanie wydawnictwom prawa otrzymywania zagranicznych pism, pozbawionych debitu w kraju.

Zasada wolności słowa drukowanego przejawia się w szeregu przepisów, z których najważniejszymi są: 1) ustanowienie wyłącznie cenzury represyjnej, z wyraźnym wyeliminowaniem cenzury prewencyjnej, 2) przyznanie redaktorowi prawa zachowania w tajemnicy osoby autora wzgl. informatora, 3) przyznanie redaktorowi prawa odmówienia zamieszczenia nieuzasadnionego (nieprawdziwego) sprostowania oraz prawa odpowiedzi na sprostowanie w tym samym numerze pisma.

Celem zabezpieczenia interesów Państwa i obywateli przed ewent. nadużyciami wolności prasy, projekt ustalał zasady odpowiedzialności prasy. Wśród przepisów z tej dziedziny podkreślić należy: 1) ustalenie, iż odpowiedzialność za przestępstwo, popełnione treścią druku ponosi wyłącznie autor wzgl. informator. Dopiero gdy autor jest nieznan, lub nie może być pod sąd stawiony, odpowiada redaktor za nieogłędne dopuszczenie do zamieszczenia w piśmie przestępnego utworu, 2) przekazanie t. zw. zajęć czyli tymczasowych konfiskat kompetencji władz prokuratorskich z wyjątkiem wypadków ciężkich przestępstw o charakterze politycznym (jak zdrada główna, zniewaga Głowy Państwa itp.) w których dopuszczono zajęcia administracyjne o charakterze prewencyjnym, 3) ściśle określenie przestępstw, przy których może nastąpić zajęcie.

Jednocześnie projekt ustalał dokładnie sposób postępowania w sprawach zajęć oraz specjalne przepisy procedury sądowej w sprawach o przestępstwa prasowe.

Projekt powyższy przedłożony został na początku r. 1930 ówczesnemu rządowi R. P. Projekt przedyskutowany został z przedstawicielami Prezydium Rady Ministrów i Ministra Sprawiedliwości, delegowanymi przez ówczesnego Premiera do prac nad nową ustawą prasową, w wyniku czego opracowany został rządowy projekt ustawy prasowej, uzgodniony z przedstawicielami świata prasy.

Niestety projekt ten nie doczekał się realizacji.

Aż do jesieni r. 1935 sprawa unifikacji prawa prasowego nie była przez czynniki rządowe poruszana. Niemniej jednak, władze Związku Wydawców nie zaniedbywały prac nad tym zagadnieniem, badając poszczególne zagadnienia prawa prasowego i gromadząc wszelkie materiały, mogące służyć ja-



ko pomoc przy pracach nad nowelizacją ustawodawstwa prasowego. Między in. biuro Związku śledziło rozwój i zmiany ustawodawstwa prasowego zagranicą oraz utrzymywały kontakt z szefem Biura Prasowego Rady Ministrów, koncentrującym prace nad zagadnieniem rewizji i nowelizacji polskiego ustawodawstwa prasowego.

Specjalną uwagę poświęcają władze Związku w tym czasie sprawie konfiskat oraz kwestii ochrony własności tytułu pisma. W myśl przepisów obowiązującego ustawodawstwa możliwe było w owym czasie istnienie w różnych miejscowościach szeregu pism o jednobrzmiącym tytule. Stan taki umożliwiał nieuczciwą lub mimowolną a jednak szkodliwą konkurencję w dziedzinie prasowej. Celem częściowego przeciwdziałania temu stanowi rzeczy, mogącemu wywołać konflikty między wydawcami, Związek Wydawców przygotował wystąpienie do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych o zorganizowanie centralnego rejestru pism przy Ministerstwie Spraw Wewnętrznych.

Postulat ten jest również aktualny w chwili obecnej, jako konieczne uzupełnienie przepisów art. 18 ust. (2) lit. c. dekretu z 21.XI.38 r., które zabraniają wydawania pisma o tytule identycznym z tytułem pisma już wydanego na obszarze Państwa.

#### SPRAWA PROJEKTU RZĄDOWEGO Z R. 1935

Na jesieni r. 1935 wznowione zostały prace rządu nad zagadnieniem unifikacji prawa prasowego. Władze Związku niezwłocznie nawiązały w tej sprawie kontakt z Rządem i przeprowadziły szereg konferencji z pp. podsekretarzami stanu w Prezydium Rady Ministrów i Ministerstwie Sprawiedliwości. Jednocześnie odbyto szereg wewnętrznych konferencji w Związku, dotyczących tej sprawy. Zasadnicze zagadnienia związane z nowelizacją ustawodawstwa prasowego omówione zostały w memoriale, przedłożonym Panu Premierowi Zyndram Kościłkowskiemu podczas audjencji, udzielonej Prezydium Związku Wydawców w dniu 21 grudnia 1935 roku. Postulaty wysunięte w tym memoriale zmierzały do uwzględnienia w projektowanej ustawie prasowej tych zasadniczych tez, które stanowiły podstawę projektu z 1930 r. Szczególny nacisk położony został w memoriale na zabezpieczenie prasy przed rzeczywistą lub ukrytą cenzurą prewencyjną oraz na zagadnienie konfiskat prasowych. Niezależnie od postulatów, wysuniętych w tej sprawie w dziedzinie ustawodawczej, władze Związku zgłosiły wówczas prośbę o wydanie zarządzeń

tymczasowych, zmierzających do tego, aby przeprowadzanie przez władze administracyjne konfiskat ujęte było w takie formy techniczne, któreby nie narażały wydawnictw na zbędne straty materialne. Władze Związku wskazały, iż sprawę tę mogłoby pomyślnie uregulować ściśle sprecyzowanie zasad, według których konfiskaty mogą być przeprowadzane oraz zalecenie władzom administracyjnym, wykonyującym nadzór nad prasą, liczenie się z technicznymi warunkami pospiesznej i terminowej pracy wydawnictw oraz gospodarczymi interesami prasy.

Przygotowanie przez Rząd Premiera Kościłkowskiego projektu ustawy prasowej stanowi datę, od której zaczyna się okres intensywnych prac rządowych nad tym problemem. Równoległe do poczynań Rządu szły prace władz Związku Wydawców, które utrzymywały ciągle kontakt z czynnikami decydującymi w sprawach ustawodawstwa prasowego, starając się, aby dezyderaty zrzeszonej prasy znalazły właściwe odbicie w opracowywanych projektach.

#### PROJEKTY MIN. SPRAWIEDLIWOŚCI Z R. 1937

Największego w tym okresie nasilenia nabrały prace władz Związku w początku roku 1937, w związku z opracowaniem w Ministerstwie Sprawiedliwości nowego projektu prawa prasowego, w którym jako nowość wprowadzono m. in. odpowiedzialność redaktora naczelnego pisma za przestępstwa w treści druku oraz obowiązek umieszczania przez pisma oficjalnych komunikatów rządowych.

Po przeprowadzeniu — podczas szeregu posiedzeń wewnętrznych — szczegółowych studiów nad projektem, władze Związku przedstawiły P. Premierowi Sławoj-Składkowskiemu stanowisko zrzeszonych wydawnictw na audjencji w dniu 1 lutego 1937 r. Postulaty przedstawione P. Premierowi zmierzały do wprowadzenia w projekcie zmian, któreby uwzględniały zasady wolności prasy i zabezpieczenie materialnych interesów wydawnictw, wysuwane niezmiennie przez Związek od początku jego istnienia. W szczególności delegacja Związku przedstawiła Panu Premierowi zastrzeżenie, nasuwające się w związku ze złożeniem całej odpowiedzialności za pismo na barki redaktora naczelnego. Delegacja podkreśliła, iż Związek Wydawców nie neguje konieczności zmiany przepisów, dotyczących odpowiedzialności za pismo w tym kierunku, aby redaktorem odpowiedzialnym mógł być jedynie rze-

czywisty członek redakcji, nie może nim być jednak redaktor naczelny.

Nałożenie bowiem na redaktora naczelnego obowiązku przeglądania całego numeru uniemożliwiłoby mu jakąkolwiek inną pracę, sprowadzając kierownika pisma do roli rewidenta, co było by z oczywistym uszczerbkiem dla poziomu prasy. Odpowiadając delegacji Związku, Pan Premier zapewnił wówczas delegatów, iż postulaty zrzeszonych wydawców będą brane pod uwagę w toku prac przygotowawczych, dotyczących ustawy prasowej. Nadto Pan Premier oświadczył, iż pragnie być w przyszłości informowany przez przedstawicieli Związku Wydawców co do stanowiska prasy w sprawie ustawodawstwa prasowego.

W związku ze wznowieniem przez rząd prac nad ustawą prasową reaktywowana została specjalna komisja Związku Wydawców dla spraw ustawodawstwa prasowego. Do Komisji tej poza pp. prezesami Lewandowskim i Niklewiczem oraz dyr. Kauzikiem wszedł obecnie — jako przewodniczący — prezes Zarządu Gł. p. Stefan Krzywoszewski oraz członkowie Prezydium: pp. Bolesław Biega i Leon Puławski.

Na nadzwyczajnym posiedzeniu Zarządu Głównego w dniu 24.II.37 r., poświęconym specjalnie rozważaniu zagadnień prawa prasowego, Komisji tej zlecone zostało utrzymywanie kontaktu z czynnikami rządowymi celem informowania tych czynników o poglądach Związku na poszczególne zagadnienia prawa prasowego.

W jesieni 1937 r. władze Związku otrzymały informacje o przygotowaniu nowego projektu ustawy prasowej, mającego już tym razem oficjalny charakter projektu Ministerstwa Sprawiedliwości. Projekt ten poza pewnymi zmianami w przedmiocie warunków i procedury konfiskat, odpowiedzialności za treść pisma, sprostowań i obwieszczeń, przewidywał m. in. obowiązek ujawniania przez wydawnictwa obrotów ogłoszeniowych. W związku z tym projektem wspomniana wyżej komisja Związku Wydawców przedstawiła na audjencji u p. Wiceministra Sprawiedliwości prof. Chełmońskiego w październiku 1937 r. zasadnicze dezyderaty prasy, przy czym wypowiedziała się przeciw obowiązkowi ujawniania obrotów ogłoszeniowych, jako niecelowemu z punktu widzenia interesów Państwa, a wielce szkodliwemu dla interesów ekonomicznych wydawnictw.

W pierwszej połowie roku 1938 dyrektor Związku konferował kilkakrotnie z przedstawicielami Rządu a mian.: z p. Min. Chełmońskim oraz z szefem Biura Prasowego Prezydium Rady Ministrów, p. K. Okuliczem przedstawiając



w miarę posuwania się prac nad ustawą prasową, poglądy Związku na poszczególne zagadnienia związane z tą ustawą.

Zaznaczyć jednak należy, iż w ostatnim etapie prac przygotowawczych które poprzedziły wydanie dekretu o prawie prasowym z dnia 21.XI.38 r., władze Związku o pracach tych nie były powiadomione.

Projekt dekretu w oólnym zarysie przedstawiony został przedstawicielom organizacji prasowych dopiero po przyjęciu go przez Radę Ministrów, a mian. na konferencji prasowej u Pana Premiera Składkowskiego, w dniu 18 listopada 1938 r. Dnia następnego przedstawiciele Związku Wydawców i przedstawiciele Związku Dziennikarzy przedstawili p. min. Grabowskiemu na specjalnej audiencji postulaty prasy w sprawie zmiany niektórych artykułów projektu, sformułowanego na podstawie referatu, wygłoszonego przez p. Ministra Sprawiedliwości na wspomnianej konferencji. Większość tych postulatów została załatwiona negatywnie.

W dniu 21 listopada dekret został podpisany przez P. Prezydenta R. P. Po zapoznaniu się z pełnym tekstem dekretu, ogłoszonym w Dz. U. Nr. 89 z dnia 23.XI.1938 r., władze Związku stwierdziły, iż niektóre postulaty prasy znalazły w nowym prawie prasowym swój wyraz. Tak np. nie wprowadzono odpowiedzialności redaktora naczelnego jak to w swoim czasie było projektowane, sprecyzowano przepisy dotyczące postępowania w wypadkach zajęcia prewencyjnego oraz wzmocniono kontrolę organów sądowych nad postanowieniami władz administracyjnych w sprawie zajęć druku, przy czym dopuszczono osoby zainteresowane (wydawca, redaktor, autor) do udziału w sprawie, uznano wreszcie prawo poszkodowanego (wydawcy) do odszkodowania za zajęcie, niezatwierdzone przez sąd. Również uwzględniono część postulatów Związku Wydawców w przepisach o sprostowaniach.

Tych kilka przykładów świadczy o tym, że praca władz Związku, które przez lat tyle systematycznie przedstawiały czynnikom miarodajnym postulaty prasy — dała pewne rezultaty. Tezy sfer wydawniczych, uwzględnione w poprzednich projektach, które w pewnej mierze posłużyły do opracowania ostatniego projektu — znalazły się silną rzeczą, przynajmniej częściowo — w dekrecie prasowym dziś obowiązującym.

Władze Związku stwierdziły jednak również, że wiele zagadnień rozwiązanych zostało w dekrecie z pominięciem

wysuwanych wielokrotnie i obszernie uzasadnionych dezyderatów prasy.

#### AKCJA W SPRAWIE PRZEPISÓW WYKONAWCZYCH

Szczegółowa analiza przepisów nowego prawa prasowego wykazała nadto, iż niektóre przepisy dekretu sformułowane są w sposób mogący nasunąć szereg wątpliwości w praktyce. Wychoząc z założenia, iż dla uniknięcia trudności, wyniknąć mogących z błędnej interpretacji niektórych przepisów dekretu, pożądanym jest z punktu widzenia interesów prasy sprecyzowanie w sposób możliwie dokładny ich znaczenia, władze Związku postanowiły podjąć akcję, mającą na celu uzyskanie autorytatywnego wyjaśnienia i oświelenia wspomnianych przepisów.

Władze Związku Wydawców ustaliły swe postulaty na posiedzeniu Zarządu Głównego w dniu 6 grudnia 1938 r., poświęconym specjalnie zagadnieniom, związanym z wejściem w życie dekretu prasowego. Specjalna Komisja Związku Wydawców w osobach pp. prezesa Rady Feliksa Mrozowskiego, wiceprezesa Rady Bolesława Biegi, prezesa Zarządu Głównego Stefana Krzywoszewskiego, wiceprezesów Zarządu Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza oraz dyrektora Związku Stanisława Kauzika opracowała postulaty w formie memoriału do Pana Premiera. Zasadnicze punkty memoriału uzgodnione zostały ze Związkiem Dziennikarzy R. P., który ze swej strony podjął analogiczną akcję w tej sprawie. W memoriale tym, złożonym dyrektorowi biura prasowego Prezydium Rady Ministrów, p. M. Lepeckiemu w dniu 14.XII.38 r. przedstawione zostało stanowisko Związku w odniesieniu do przepisów o odpowiedzialności redaktorów (art. 15 ust. 2), o kolportażu (art. 24 ust. 4) oraz o sprostowaniach (art. 28 i 29). Dezyderaty władz Związ-

ku zmierzały do uwzględnienia poglądów wydawnictw zrzeszonych na drodze wydania przez właściwe władze odpowiednich przepisów wykonawczych względnie instrukcji dla władz, wykonujących nadzór nad prasą.

Memoriał w sprawie wyjaśnienia niektórych postanowień prawa prasowego złożony został również przez Związek Dziennikarzy R. P.

W wyniku tej akcji w dniu 23 stycznia 1939 r. ukazał się okólnik Pana Ministra Spraw Wewnętrznych w sprawie wykonywania przepisów prawa prasowego. Okólnik ten załatwia jedynie częściowo postulaty wysunięte w memoriale do Pana Premiera.

#### ZAGADNIENIE NOWELIZACJI PRAWA PRASOWEGO

Niezależnie od omówionej wyżej akcji, władze Związku uznały za konieczne podjęcie akcji w sprawie nowelizacji dekretu prasowego. Przeprowadziły więc szczegółową analizę dekretu z punktu widzenia nowelizacji tych jego przepisów, które stać by się mogły podstawą nadmiernego ograniczenia swobody prasy lub zagrażać jej uzasadnionym interesom materialnym. Szczegółowy referat w tej sprawie, opracowany przez dyrektora Związku p. Stanisława Kauzika przedstawiony został w styczniu 1939 r. Radzie Naczelnej Związku która uznała jednomyślnie celowość wszczęcia odpowiednich kroków w tej sprawie.

W chwili obecnej Komisja dla spraw ustawodawstwa prasowego przy współudziale biura Związku opracowuje konkretny projekt zmiany niektórych przepisów prawa prasowego oparty na wytycznych, ustalonych przez Radę Związku.

Z chwilą definitywnego ustalenia tekstu projektu w łonie władz Związku Wydawców projekt ten zostanie przedłożony Rządowi.

---

## DZIAŁ PRAWNY

Dział prawny biura Związku Wydawców załatwiał sprawy następujące: 1) udzielanie członkom Związku porad prawnych w sprawach prasowych, 2) udzielanie opinii prawnych w sprawach cywilnych, karnych, administracyjnych i podatkowych, dotyczących prasy, 3) opracowywanie referatów w kwestiach prawnych, dotyczących prasy w Polsce

i za granicą, 4) zastępstwo Związku przed władzami sądowymi i administracyjnymi, 5) gromadzenie orzecznictwa w sprawach prasowych, wydanego w Polsce i za granicą, 6) kompletowanie prawniczych wydawnictw książkowych i czasopism w językach polskim i obcych, dotyczących prasy.



# UNORMOWANIE STOSUNKÓW W ZAWODZIE DZIENNIKARSKIM

**Z**AGADNIENIE uporządkowania stosunków w zawodzie dziennikarskim było jednym z najpierwszych, jakie stanęły przed Związkiem Wydawców, zaraz na początku jego istnienia, a zarazem jednym z najtrudniejszych. Zagadnienie to było przedmiotem prac władz Związku Wydawców w ciągu całego dziesięciolecia.

## AKCJA ZWIĄZKU WOBEC PROJEKTU USTAWY DZIENNIKARSKIEJ Z R. 1929.

Jeszcze władze Związku Wydawców nie były definitywnie ukonstytuowane. Gdy w dniu 22 maja 1928 r. zgłoszony został w Sejmie wniosek grupy posłów dziennikarzy, zawierający projekt ustawy o unormowaniu stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego. Projektem tym zajęli się niezwłocznie Tymczasowy Zarząd Główny Związku Wydawców. Pogląd Zarządu na projekt przedstawiony został Sejmowej Podkomisji Prawniczej przez delegatów Zarządu — pp. Feliksa Ludwika Fryzego i Mieczysława Niklewicza, następnie zaś ujęty w obszernym memoriale.

W memoriale tym wydawcy podkreślili, iż prasa nie może być traktowana jak każdy inny przemysł, przedsiębiorstwa wydawnicze bowiem nie mają charakteru wyłącznie zarobkowego. Zatem i ustawa dziennikarska nie może ograniczać się jedynie do ustalenia warunków pracy i płacy dziennikarzy, winna natomiast unormować całokształt zagadnień zawodowych, przede wszystkim zaś traktować o podstawach moralnych organizacji dziennikarstwa, ustalić kwalifikacje, jakim winni odpowiadać dziennikarze oraz odpowiedzialność za naruszenie etyki dziennikarskiej oraz powagi i godności stanu.

Ustalając prerogatywy dziennikarzy, ustawa powinna dać również należytą ochronę uprawnień wydawców, których nie tylko prawem ale i obowiązkiem jest troska o właściwy poziom zespołu redakcyjnego.

W memoriale podkreślono następnie, iż w przeciwieństwie do powyższych założeń, projekt ustawy zgłoszony przez posłów dziennikarzy ogranicza się — wzorem ustaw robotniczych — do unormowania warunków pracy i wynagrodzenia dziennikarzy, przyznając im zresztą w tej dziedzinie takie przywileje, których ciężar finansowy zachwiać

by musiał rychło podstawy gospodarcze ogromnej większości wydawnictw, z oczywistą szkodą dla samych dziennikarzy. Nakładając na wydawców szereg uciążliwych obowiązków, projekt nie dawał im żadnych uprawnień. Tak np. decyzja w sprawie legitymacji dziennikarskich miała należeć wyłącznie do organizacji dziennikarskich i władz rządowych, z pominięciem tak kompetentnego i zainteresowanego czynnika jak organizacja wydawców. Wskazywano wreszcie, iż przekazanie Sydykatom Dziennikarskim kontroli nad wykonaniem ustawy i przyznanie im prawa ingerencji w wewnętrzne stosunki wydawnictw, stać by się mogło przyczyną wielu trudności. Podkreślono nadto niewłaściwość wprowadzania w naszych stosunkach t. zw. „delegacji redakcyjnych“, wzorowanych na „radach załogowych“. Projektowane „delegacje“ stać by się mogły źródłem stałych niesnasek, zamętu i dezorganizacji w pracy zespołów redakcyjnych. W konkluzji wydawcy stwierdzali, iż ustawa, nie uwzględniająca w równej mierze potrzeb życiowych tak dziennikarzy jak i wydawnictw, w skutkach musiałaby okazać się fatalną dla obu stron. Podkopując bowiem byt wydawnictw, niszczyłaby również podstawy egzystencji dziennikarzy.

## PROJEKT ZWIĄZKU WYDAWCÓW UTWORZENIA IZB PRASOWYCH

Poglądy świata wydawniczego na zagadnienie unormowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, przedstawione w omówionym wyżej memoriale znalazły swój wyraz w projekcie ustawy przesłanym przez Związek Wydawców na ręce Marszałka Sejmu w marcu 1929 r. Projekt ten opracowany został przez Zarząd Główny Związku na podstawie szczegółowych propozycji przygotowanych przez dyrektora Związku p. Stanisława Kauzika. W projekcie tym na czoło wysunięte zostały przepisy, dotyczące stworzenia organizacji zawodu dziennikarskiego na wzór organizacji zawodów wolnych. Projekt przewidywał mianowicie utworzenie Izb Prasowych na wzór Izb Adwokackich lub Lekarskich oraz Naczelnej Izby Prasowej. Szczegółowe przepisy określały warunki należenia do Izby oraz prawa i obowiązki jej członków, zwłaszcza w dziedzinie przestrzegania etyki dziennikarskiej. Postanowienia te zmierzały do podniesienia poziomu pra-

cowników dziennikarskich i zapewnienia należytej ochrony godności i powagi stanu dziennikarskiego.

Projekt ten, wraz z innymi projektami, dotyczącymi tego samego zagadnienia, wszedł pod obrady Podkomisji Prawniczej dopiero w lutym 1930 r. i w rezultacie dyskusji odesłany został do Komisji Ochrony Pracy.

Widząc, jak powoli posuwają się prace Sejmu nad tym zagadnieniem, Zarząd Główny Związku Wydawców wystąpił z inicjatywą bezpośredniego porozumienia się Zarządu Głównego Związku Wydawców z Zarządem Związku (Syndykatów) Dziennikarzy Polskich co do opracowania wspólnego projektu ustawy o urzędzeniu zawodu dziennikarskiego. Inicjatywa Związku Wydawców utworzenia komisji porozumiewawczej spotkała się z przychylnym przyjęciem ze strony Zarządu Głównego Związku Syndykatów Dziennikarzy. Obie strony ustaliły skład swych delegacji do Komisji, gdy tymczasem sesja sejmowa została zamknięta, wobec czego sprawa projektu, a więc i zwołania Komisji Porozumiewawczej przestała być aktualna.

Zagadnienie jednak istniało nadal — nierozwiązane. W sferach dziennikarskich ujawiać się zaczęło przeto dążenie do znalezienia wyjścia z impasu, w jakim sprawa się znalazła, przy pomocy czynników rządowych.

## WŁADZE ZWIĄZKU WYDAWCÓW WOBEC PROJEKTÓW ZWIĄZKU DZIENNIKARZY

Pierwszym krokiem w tym kierunku było złożenie p. Ministrowi Opieki Społecznej — w połowie 1931 r. projektu ustawy dziennikarskiej, opracowanego przez Związek Syndykatów Dziennikarzy Polskich. Projekt ten opierał się na tych samych zasadach, które stanowiły podstawę omówionego wyżej projektu poselskiego z 1928 r. Tendencje, których wyrazem był ów projekt dominowały zresztą także w późniejszych projektach i wystąpieniach Związku Syndykatów — czy — później — Związku Dziennikarzy R. P. Szczególnego rozgłosu nabral projekt opracowany przez Komisję zawodową Związku Dziennikarzy i przedstawiony rządowi w r. 1935. Projekt ten, poddany ostrej krytyce na łamach prasy przez kilku wybitnych publicystów, zakwalifikowany został następnie przez Zarząd



Główny Związku Dziennikarzy R. P. jako „wykaz maksymalnych żądań dziennikarzy, „...materiał, z którego dopiero wyłonić się może temat do rokovania z rządem i wydawnictwami“.

Władze Związku Wydawców, podobnie jak to miało miejsce w r. 1928 i z tych samych również powodów zmuszone były zająć w odniesieniu do wspomnianego projektu stanowisko krytyczne. Stanowisko to znalazło wyraz w memoriale do Pana Premiera, złożonym w grudniu 1935 r.

W memoriale tym władze Związku Wydawców — poza krytyką konkretnego projektu — wysunęły zastrzeżenia natury zasadniczej, kwestionując celowość regulowania na drodze ustawowej problemu tak specyficznego i trudnego jak problem pracy dziennikarskiej. Zagadnienie to — podkreślał memoriał — rozwiązane być musi z uwzględnieniem szczególnej struktury gospodarczej prasy polskiej. Zaledwie parę przedsiębiorstw wydawniczych w Polsce zaliczyć można do przedsiębiorstw wielko-kapitalistycznych. Olbrzymia większość przedsiębiorstw wydawniczych w Polsce to drobne, przeważnie indywidualne lub też społeczno-ideowe placówki pracy. Realizacja daleko idących projektów Związku Dziennikarzy, nakładających na wydawnictwa nowe, dotkliwe ciężary finansowe oraz zakłócających harmonię wewnętrznych stosunków, tak niezbędną w pracy prasowej — groziłaby bardzo poważnym osłabieniem olbrzymiej większości wydawnictw polskich. W rezultacie mogłoby to przynieść zahamowanie rozwoju i tak już osłabionej przez kryzys gospodarczy prasy w Polsce. W końcu r. 1936 zagadnienie ustawy dziennikarskiej znalazło się na warsztacie prac Ministerstwa Sprawiedliwości, które przygotowało wstępny projekt „Ustawy o pracy dziennikarza“. Projekt ten wywołał zastrzeżenia zarówno ze strony wydawców jak i dziennikarzy.

#### ZWIĄZEK WYDAWCÓW I ZWIĄZEK DZIENNIKARZY WOBEC PROJEKTU RZĄDOWEGO Z 1935 R.

Na specjalnym posiedzeniu Komisji Porozumiewawczej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy poświęconym omówieniu projektu rządowego, przedstawiciele organizacji dziennikarskiej wysunęli konieczność uregulowania w zamierzonej ustawie szeregu zasadniczych dla świata dziennikarskiego zagadnień, a mianowicie: ustabilizowania sytuacji społecznej dziennikarzy, unormowania dopływu nowych sił do dziennikarstwa, wreszcie problem emerytur dla dziennikarzy. Delegaci Związku Wydawców przedstawiając stanowisko

swej organizacji, położyli główny nacisk na zagadnienie przepisów, które by ustalały kwalifikacje zawodowe i etyczne, jakie winni posiadać dziennikarze. W odniesieniu do kwestii natury gospodarczej delegaci Związku Wydawców wskazali, iż ustawa o pracy dziennikarza musi się liczyć z trudnymi warunkami ekonomicznymi w jakich pracuje prasa w Polsce. Wreszcie przedstawiciele Związku Wydawców oświadczyli, iż władze Związku gotowe są poprzeć wszystkie postulaty świata dziennikarskiego, możliwe do realizacji w polskich warunkach wydawniczych. W szczególności władze Związku Wydawców uznały konieczność uregulowania zagadnienia emerytur dla dziennikarzy którzy w ciągu długich lat poświęcali się pracy zawodowej; rozwiązanie jednak tego zagadnienia jako przerastającego siły i możliwości własne prasy, winno być rozwiązane łącznie z prasą przez państwo, któremu praca zawodowa dziennikarzy oddaje wielkie usługi. W wyniku obrad Komisji Porozumiewawczej jednomyślnie podkreślona została konieczność uzgodnienia stanowiska Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy wobec zamierzeń rządowych, dotyczących ustawy o zawodzie dziennikarskim. W tym celu postanowiono, iż projekt ustawy, z chwilą ustalenia go przez Rząd, który prześle go, w myśl obietnicy p. Premiera, do zaoпинiowania Związkowi Wydawców i Związkowi Dziennikarzy, zostanie wspólnie przepracowany w łonie Komisji Porozumiewawczej. Omówione wyżej stanowisko Związku Wydawców w odniesieniu do projektu przedstawione zostało na specjalnej audiencji P. Premierowi Składkowskiemu.

#### SYTUACJA W R. 1937.

Rok 1937 rozpoczął nową fazę prac nad zagadnieniem urzędowania prawnego stanu dziennikarskiego. W dalszym rozwoju sytuacji odegrały doniosłą rolę dwa momenty. Pierwszym z nich była zaznaczająca się od pewnego czasu ewolucja poglądów organizacji dziennikarskiej na dwie zasadnicze kwestie: 1) na kwestię zakresu ustawy dziennikarskiej, której postanowieniami dziennikarze pragnęli już w tym czasie objąć całokształt zagadnień dotyczących zawodu, nie ograniczając się jedynie do ustalenia warunków pracy i wynagrodzenia; 2) na zagadnienie współdziałania ze Związkiem Wydawców w dążeniu do stworzenia właściwych podstaw prawnych dla harmonijnej współpracy wydawców i dziennikarzy przy wspólnym warsztacie, współpracy, mającej na celu obustronną korzyść.

Drugim momentem o decydującym znaczeniu dla omawianej przez nas

sprawy było wejście w życie w r. 1937 nowej ustawy o układach zbiorowych pracy. Ustawa ta dała możliwość rozwiązania wszystkich zagadnień, wysuwanych przez Związek Dziennikarzy, na drodze układu zbiorowego pomiędzy zainteresowanymi organizacjami, w sposób niemal równie bezwzględnie i powszechnie obowiązujący jak w ustawie.

#### WŁADZE ZWIĄZKU WOBEC PROJEKTÓW USTAWODAWCZYCH MIN. OP. SPOŁ. Z R. 1937.

W jesieni 1937 r. Komisja Zawodowa Związku Dziennikarzy zakończyła swą od wielu lat trwającą pracę nad projektem ustawy o zawodzie dziennikarskim. W listopadzie r. 1937 projekt ten przyjęły władze Związku Dziennikarzy jako oficjalny wyraz poglądów organizacji dziennikarskiej i jako taki projekt przedstawiony został władzom państwowym. Władze te, podejmując inicjatywę Związku Dziennikarzy, ze swej strony przygotowały projekt ustawy, który miał być wniesiony do Sejmu podczas najbliższej sesji. Projekt ten ograniczał prawo wykonywania zawodu dziennikarskiego, przyznając prawo to wyłącznie osobom, posiadającym odpowiednie kwalifikacje zawodowe i moralne. Dla stwierdzenia tych kwalifikacji, powoływał projekt specjalną komisję, złożoną z wydawców i dziennikarzy, która prowadzić miała rejestr dziennikarzy. Kontrolę nad tą komisją sprawować miała instancja odwoławcza mianowana przez władze państwowe. Powiadomione o zamierzeniach ustawodawczych rządu, władze Związku Wydawców zwróciły się do Związku Dziennikarzy z propozycją podjęcia bezpośrednich rozmów mających na celu uzgodnienie stanowisk obu organizacji w sprawach normalizacji stosunków w zawodzie dziennikarskim. Podczas rozmów przeprowadzonych na skutek inicjatywy powyższej, przedstawiciele Związku Wydawców zwrócili uwagę na trudności, następujące się przy regulowaniu w drodze ustawowej stosunków w dziennikarstwie, jednocześnie zaś podkreślili możliwość rozwiązania sprawy na drodze ogólnopolskiego układu zbiorowego pracy, co pozwoliło by na zachowanie zasady samostanowienia, dającej gwarancję elastyczności przepisów i możliwości dostosowywania ich do potrzeb, wytworzonych przez życie. Stanowisko Związku Wydawców zyskało w zasadzie uznanie władz Związku Dziennikarzy, które nie wyrzekając się zasadniczo koncepcji ustawy, postanowiły podjąć pertraktacje w sprawie układu.

W związku z tym porozumieniem



przedstawiciele Związku Wydawców zwrócili się do p. Ministra Opieki Społecznej z prośbą o odroczenie wniesienia projektu ustawy na Radę Ministrów do chwili uzgodnienia poglądów obu zainteresowanych Związków. P. Minister przyrzekł, iż oczekiwać będzie z wniesieniem projektu ustawy do połowy stycznia.

#### PERTRAKTACJE W SPRAWIE UKŁADU ZBIOROWEGO.

Wobec tego wyłoniona przez oba Związki specjalna Komisja Porozumiewawcza przystąpiła do pracy nad zredagowaniem projektu układu. Z ramienia Związku Wydawców do Komisji Porozumiewawczej weszła specjalna delegacja, powołana przez Radę Związku w składzie następującym: pp. prezes Rady Feliks Mrozowski, wiceprezesi Rady Bolesław Biega, Edmund Gromski, Roman Leitgeber i Leon Puławski, prezes Zarządu Głównego Stefan Krzywoszewski, wiceprezesi Zarządu Mieczysław Dobija, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, członkowie Rady pp. dyr. Hilary Gottowt i dyr. Alfred Krzycki oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik i wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński.

Z ramienia Związku Dziennikarzy do Komisji weszli pp.: prezes Zarządu Głównego płk. Mieczysław Ścieżyński, wiceprezesi Zarządu red. Witold Giełżyński i red. Hieronim Wierzyński, oraz prezes Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich red. Stefan Grostern.

Po dwumiesięcznej, niezwykle intensywnej pracy Komisji, tekst układu parafowany został przez strony i przedłożony niezwłocznie p. Ministrowi Kościalskiemu, który oświadczył, iż wobec zawarcia układu, sprawę projektowanej przez Rząd ustawy dziennikarskiej uważa za nieaktualną. Po wprowadzeniu w tekście układu pewnych zmian, zaproponowanych przez Ministerstwo w związku z mającą nastąpić generalizacją układu, w dniu 11 lutego 1938 r. nastąpiło uroczyste podpisanie układu przez przedstawicieli obu Związków.

Zarządzeniem Ministra Opieki Społecznej z dnia 21.III.38 r. układowi nadana została moc powszechnie obowiązująca na obszarze całego Państwa. Na podstawie tego zarządzenia, przepisom układu podlegają z jednej strony — wszystkie dzienniki oraz czasopisma o typie dziennika, wychodzące na terenie Państwa, z drugiej strony zaś —

wszyscy dziennikarze i aplikanci dziennikarscy, odpowiadający warunkom w układzie wymienionym.

#### UKŁAD ZBIOROWY PRACY

Z 11 LUTEGO 1938 R.

Układ zbiorowy z 11.II.38 r. \*) w swych głównych liniach uwzględnia wszystkie zasady, głoszone przez Związek Wydawców od początku jego istnienia. W myśl zasad tych — układ ustala kwalifikacje moralne i zawodowe jakim odpowiadać musi dziennikarz podkreślając m.in. obowiązek lojalności dziennikarza wobec Państwa — zapewnia ochronę powagi i godności stanu dziennikarskiego, normuje wzajemne prawa i obowiązki dziennikarzy i wydawców na płaszczyźnie harmonijnej współpracy, zapewnia wydawcom należny im głos w sprawach organizacji zawodu, wreszcie w dziedzinie warunków pracy — zapewnia dziennikarzom należyty ochronę, w ramach możliwości ekonomicznej wydawnictw.

\*) Treść i znaczenie zawartego układu omówione zostały obszernie w artykule p. t. „Najważniejsze normy prawne, dotyczące prasy“, zamieszczonym w niniejszym numerze.

## **Komunalne Kasy Oszczędności**

Na terenie Państwa działa 353 **komunalne kasy oszczędności**, zorganizowane na zasadach przepisów rozporządzenia Prezydenta Rzplitej z dnia 24 października 1934 r. o komunalnych kasach oszczędności (Dz. U. R. P. Nr. 95 poz. 860). W myśl definicji powołanego rozporządzenia **komunalne kasy oszczędności** są zakładami samorządu terytorialnego, mającymi na celu rozwijanie w najszerszych masach ludności zmysłu oszczędnościowego, ułatwianie składania oszczędności w sposób, zapewniający całkowicie bezpieczeństwo złożonego kapitału i godziwe od niego odsetki oraz popieranie produkcji przez udzielanie kredytu najszerszym warstwom społecznym.

**Komunalne kasy oszczędności** zajmują w zespole instytucji kredytowych i oszczędnościowych czołową, a zarazem specjalną pozycję. Jako zakłady samorządu terytorialnego są instytucjami lokalnymi, decentralistycznymi, uzupełniając w sposób istotny aparat kredytowy w Polsce, zbudowany

na ogół na zasadach centralizacji. Jako zbiornice oszczędności i jako źródło zdrowego, dostępnego kredytu spełniają w lokalnym życiu gospodarczym dominującą rolę. To ich stanowisko z roku na rok się wzmacnia, o czym wymownie świadczą cyfry wkładów oszczędnościowych w KKO i kredytów udzielonych przez KKO.

**Wkłady na książeczkach oszczędnościowych** osiągnęły na koniec 1938 roku imponującą sumę 741 milionów złotych, a łącznie z wkładami na rachunkach czekowych, bieżących i otwartego kredytu — **844 milionów zł.** Zaufanie do KKO, poddane w roku ubiegłym dwukrotnej poważnej próbie w związku z sytuacją polityczną, opiera się nie tylko na formalnych gwarancjach, jak pupilarne bezpieczeństwo powierzonych im wkładów, poręką związku samorządowego — założyciela kasy za wkłady oszczędnościowe lub nawet wszelkie jej zobowiązania, jak ustrój KKO, zapewniający kontrolę czynnika społecznego miejscowego nad działalnością kas i wre-

szcie nadzór władz państwowych i związków komunalnych kas oszczędności, lecz także na faktycznym stanie interesów KKO, gwarantującym całkowite bezpieczeństwo powierzonych im kapitałów.

Działalność kredytowa KKO **przekracza sumę 700 milionów zł** i obejmuje **bezpośrednio** rolnictwo, przemysł i handel, zwłaszcza drobny oraz rzemiosło, a także związki samorządowe. Jako zakłady publiczne, KKO, nie zapoznając obowiązku całkowicie bezpiecznego lokowania swych funduszy, w akcji kredytowej nie kierują się wyłącznie momentem osiągnięcia jak największych zysków, lecz w znacznym stopniu podejmują zadania pionierskie, ułatwiając a nawet wywołując inicjatywy, zmierzające do rozbudowy miejscowego życia gospodarczego. Równocześnie KKO współdziałają z centralnymi bankami państwowymi przy realizowaniu specjalnych akcji, jak np. kredyty specjalne dla rolnictwa (siewne, zastawowe), dla rzemiosła itp. (Pr.)



# WSPÓŁPRACA ZE ZWIĄZKIEM DZIENNIKARZY R. P.

**O**PRACOWUJĄC wytyczne działalności Związku Wydawców na odcinku zagadnień związanych z organizacją aparatu redakcyjnego, władze Związku od pierwszej chwili istnienia organizacji stanęły na stanowisku, iż celem uporządkowania tych zagadnień konieczna jest możliwie jak najściślejsza i najbardziej harmonijna współpraca świata wydawniczego ze światem dziennikarskim. Stanowisko to opierało się na przeświadczeniu o zbieżności interesów obu tych światów, interesów nie tylko moralnych ale i materialnych. Albowiem jak podkreślali wydawcy niejednokrotnie w swych wystąpieniach, dotyczących sprawy urządzenia zawodu dziennikarskiego — tylko mocne gospodarczo i dobrze zorganizowane wydawnictwo jest w stanie stworzyć właściwe warunki pracy dla dziennikarzy i zapewnić im zaspokojenie potrzeb materialnych.

Konsekwencją tych poglądów był stosunek Związku Wydawców do Związku Dziennikarzy R. P., noszącego pierwotnie nazwę Związku Syndykatów Dziennikarzy Polskich. Stosunek ten nacechowany był zawsze gotowością jak najdalej idącego współdziałania we wszystkich poczynaniach, zmierzających do podniesienia poziomu prasy polskiej i zagwarantowania jej właściwych warunków rozwoju.

## PIERWSZE PRÓBY WSPÓŁPRACY ZWIĄZKU WYDAWCÓW ZE ZWIĄZKIEM DZIENNIKARZY

Pierwszym poważnym krokiem w tym kierunku była inicjatywa opracowania przez władze Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy wspólnego projektu ustawy o unormowaniu stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego. Inicjatywa ta podjęta została w r. 1930 przez zrzeszonych wydawców, w związku z pracami ówczesnego Sejmu nad zagadnieniem urządzenia stosunków prawnych w dziennikarstwie. Jak wiadomo <sup>1)</sup> przedmiotem tych prac był projekt ustawy dziennikarskiej wniesiony przez grupę posłów-dziennikarzy oraz kontr-projekt Związku Wydawców, przedstawiony Podkomisji Prawniczej Sejmu.

<sup>1)</sup> Patrz rozdział: Unormowanie stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego“.

Utworzona została wówczas specjalna międzyzwiązkowa komisja porozumiewawcza, której zadaniem miało być opracowanie wspólnego projektu ustawy. Komisji tej nie było dane wykonać swego zadania, w związku bowiem z zamknięciem sesji sejmowej sprawa ustawy dziennikarskiej stała się nieaktualna.

W ciągu następnych lat kilku, aż do r. 1935, stosunki między obu związkami miały charakter raczej dorywczy.

Komisja porozumiewawcza — ad hoc powoływana w poszczególnych wypadkach — zbierała się kilkakrotnie dla załatwienia konkretnych zagadnień, jak to miało miejsce np. w jesieni 1930 r., gdy chodziło o wspólne wystąpienie organizacyj prasowych w sprawie zamknięcia przez władze zakładów graficznych z powodu uchybień przepisom administracyjnym. Komisja Porozumiewawcza opracowała wówczas memoriał w tej sprawie do ministrów: przemysłu i handlu, pracy i opieki społecznej, skarbu i spraw wewnętrznych. wskazujący na niebezpieczeństwa dla przemysłu wydawniczego i graficznego, wynikające z bezwzględnego stosowania przez władze w okresie kryzysu gospodarczego najwyższych kryteriów bezpieczeństwa pracy oraz wymagań technicznych i sanitarnych, a także z bezwzględnego przeprowadzania akcji egzekucyjnej przy ściąganiu podatków państwowych i samorządowych oraz opłat instytucji ubezpieczeń społecznych. Memoriał wskazywał nadto na niebezpieczeństwa wzrostu bezrobocia wśród dziennikarzy i pracowników administracyjnych wydawnictw oraz wśród pracowników drukarskich, podawał cyfry pozbawionych pracy wskutek zamknięcia drukarni oraz zawieszenia wydawnictw, wreszcie zwracał się do Ministrów z prośbą o wydanie odpowiednich zarządzeń, przyczem wysuwał szereg konkretnych postulatów w sprawie złagodzenia akcji organów egzekucyjnych oraz w sprawie powoływania do komisji lustrujących — komisji przemysłowych, budowlanych, sanitarnych itp., przedstawiciele Związków Wydawców i Syndykatów Dziennikarzy turdzież przedstawiciele Związków przemysłu graficznego i pracowników drukarskich.

Memoriał ten na propozycję Komisji Porozumiewawczej został zatwierdzony i podpisany również przez prezydja

Zarządów głównych Związku Organizacji Przemysłu Graficznego w Polsce, Związku Zawodowego Drukarzy i Pokrewnych Zawodów w Polsce, oraz Związku Zawodowego Drukarzy „Praca Polska“ w Rzeczypospolitej Polskiej.

## STAŁA KOMISJA POROZUMIEWAWCZA ZWIĄZKU WYDAWCÓW I ZWIĄZKU DZIENNIKARZY.

Zagadnienie współpracy Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy uległo zasadniczej zmianie w r. 1935. Pragnąc, wobec braku ustawy dziennikarskiej — częściowo przynajmniej uregulować pewne zagadnienia zawodowe, Związek Dziennikarzy R. P. wystąpił z projektem wspólnego opracowania rejestru dziennikarzy-redaktorów. Rejestr taki, którego opracowanie i prowadzenie miało być powierzono specjalnej Komisji Porozumiewawczej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy, pomyślany był jako środek obrony przeciw nadużywaniu przez niepowołane osoby tytułu dziennikarza względnie redaktora. Inicjatywa Związku Dziennikarzy spotkała się z całkowitym zrozumieniem i uznaniem ze strony władz Związku Wydawców, które ze swej strony wystąpiły z propozycją rozszerzenia kompetencji Komisji na wszelkie zagadnienia, dotyczące wspólnie wydawców i dziennikarzy, oraz nadania jej charakteru instytucji stałej. W wyniku powyższej inicjatywy pomiędzy obu Związkami zawarte zostało porozumienie, w następstwie którego w jesieni 1935 r. nastąpiło ukonstytuowanie stałej Komisji Porozumiewawczej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy. Do Komisji tej z ramienia Związku Wydawców delegowani zostali pp.: prezes Zarządu Głównego Stefan Krzywoszewski, wiceprezesi Zarządu Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik. Związek Dziennikarzy reprezentowali w Komisji: wiceprezesi Zarządu Głównego pp.: Witold Giełżyński i Hieronim Wierzyński oraz prezes Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich p. Stefan Grostern.

Na podstawie powyższego porozumienia Komisja Porozumiewawcza działała aż do chwili wejścia w życie układu zbiorowego pracy w zawodzie dziennikarskim tj. do dnia 1 kwietnia 1938



PRACE KOMISJI  
POROZUMIEWAWCZEJ  
DO ROKU 1938.

Głównym przedmiotem prac Komisji było w tym okresie ustalenie rejestru dziennikarzy oraz rejestru aplikantów dziennikarskich.

W okresie od listopada 1937 r. do lutego 1938 r. Komisja zajmowała się wyłącznie niemal zagadnieniem unormowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego.

W toku swych prac nad Rejestrem Komisja ustaliła szereg zasad ogólnych, nadających pracom tym jednolity kierunek i stanowiących podstawę do decyzji w poszczególnych wypadkach. Jako zasadniczą wytyczną przyjęto, iż do Rejestru dziennikarzy-redaktorów winni być wciągnięci zarówno dziennikarze należący do Syndykatów, jak i niezorganizowani, o ile przynajmniej od lat trzech stale i zawodowo zajmują się zbieraniem materiału informacyjnego lub opracowywaniem tekstu, przeznaczonego do umieszczenia w dzienniku, i o ile praca ta stanowi wyłączone lub główne źródło ich utrzymania. Zasady te uwzględnione zostały później bez zmiany w przepisach układu zbiorowego, ustalających kwalifikacje dziennikarza.

Stosując powyższe zasady w praktyce, Komisja rozstrzygnęła szereg zagadnień specjalnych, dotyczących sprawy zaliczenia do zawodu dziennikarskiego. Tak np. specjalne decyzje powzięte zostały w kwestii zaliczenia do kategorii dziennikarzy referentów prasowych, zatrudnionych w różnych urzędach i instytucjach, współpracowników agencji prasowych, emerytów, bezrobotnych. Wyjęci natomiast zostali z rejestru pracownicy redakcyjni, pełniący funkcje pomocnicze, jak korektorzy, stenografowie, reporterzy „niepiszący“, telefoniści itp. Doświadczenia i decyzje Komisji w tej dziedzinie posłużyły później jako cenny materiał do opracowania odpowiednich przepisów układu.

Materiały do opracowania rejestru Komisja czerpała z dwóch źródeł. Pierwszym z nich były dane, dostarczone przez Syndykaty Dziennikarzy, drugie źródło stanowiły wykazy współpracowników redakcyjnych, dostarczone na skutek ankiety Związku Wydawców przez poszczególne wydawnictwa codzienne. W pracy swej nad rejestrem, pracy bardzo uciążliwej i odpowiedzialnej, Komisja natrafiała na szereg trudności, które hamowały tempo tych prac, sprawiając, iż mimo wielkiej ilości czasu, jaką poświęcali członkowie Komisji — zwłaszcza zaś członkowie

t. zw. Podkomisji Dwóch, złożonej z pp. Witolda Giełżyńskiego i Stanisława Kauzika — Komisja do końca 1937 r. nie zdołała przeprowadzić rejestracji dziennikarzy wszystkich ośrodków wydawniczych. Trudności te były dwójakiej natury. Przede wszystkim więc brak szczegółowych przepisów, dotyczących kwalifikacji. Przepisy te, a raczej zasady — Komisja musiała dopiero wypracowywać, zestawiając ze sobą przypadki jednej kategorii i konfrontując je z głównym celem rejestru — wyodrębnieniem prawdziwych dziennikarzy, odpowiadających wymaganiom zawodowym i moralnym, z ogromnej plejady przygodnych współpracowników i pozostawienia poza rejestrem licznej grupy akwizytorów ogłoszeniowych, mieniących się „redaktorami“, a także odtrąceniem żerujących na niwie dziennikarskiej — grupy wszelkiej kategorii aferzystów.

Drugim hamulcem w pracach Komisji była trudność uzyskania ścisłych informacji, zwłaszcza gdy chodziło o współpracowników pism prowincjonalnych. W tych wypadkach ciężar dostarczenia bliższych informacji spadał głównie na członków władz Związku Wydawców, przedstawicieli wydawnictw prowincjonalnych, biorących udział w pracach Komisji w charakterze reprezentantów poszczególnych ośrodków wydawniczych, oraz na delegatów lokalnych Syndykatów Dziennikarzy. W Komisji Porozumiewawczej poszczególne ośrodki prowincjonalne reprezentowali wiceprezes Roman Leitgeber, dyr. Hilary Gottowt i dyr. Alfred Krzycki — wydawców poznańskich, wiceprezes Edward Pawłowski i dyr. Stanisław Cieślak — wydawców pomorskich, wiceprezes Mieczysław Dobija — wydawców krakowskich, wiceprezes Edmund Gromski — wydawców lwowskich.

Obok prac nad rejestrem, Komisja Porozumiewawcza zajmowała się również innymi zagadnieniami, związanymi z problemem częściowego przynajmniej uporządkowania stosunków w dziennikarstwie. Tak np. z inicjatywy Związku Dziennikarzy rozważana była przez Komisję sprawa unormowania dopływu nowych sił do dziennikarstwa oraz sprawa legitymacji prasowych dla dziennikarzy zarejestrowanych.

Niezależnie od tych spraw, Komisja Porozumiewawcza przepracowała zagadnienia tej doniosłości, jak sprawa ustawy prasowej i ustawy dziennikarskiej.

Nadto Komisja zajmowała się zagadnieniami propagandy czytelnictwa dzienników i czasopism (sprawa projektowanego w roku 1937 „Tygodnia Prasy“) kwestią opracowania i prowa-

dzenia szczegółowej kartoteki dziennikarzy, zawierającej szczegółowe dane, dotyczące m. in. specjalności zawodowej każdego z dziennikarzy itd.

Na terenie Komisji Porozumiewawczej omawiane były również zagadnienia, związane z działalnością Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy na terenie międzynarodowym, a w szczególności na terenie Międzynarodowej Federacji Wydawców Dzienników (F. I. A. D. E. J.), Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy (F. I. J.), oraz Komisji Porozumiewawczej Międzynarodowych Organizacji Prasowych (Comité Mixte des Organisations Internationales de Presse). M. in. omawiana była sprawa międzynarodowej legitymacji prasowej, która to praca była przedmiotem prac Comité Mixte.

Prace Komisji nad zagadnieniem ustawy prasowej miały charakter raczej dorywczy i ograniczyły się do wymiany poglądów obu organizacji na projekt, wysunięty przez czynniki rządowe w r. 1937. Natomiast zagadnienie unormowania zawodu dziennikarskiego w jesieni 1937 r. przeszło całkowicie w ręce Komisji i na tym terenie zostało definitywnie rozwiązane.

W listopadzie 1937 r., w związku z inicjatywą organizacji dziennikarskich i z zamierzeniami rządu, dotyczącymi definitywnego unormowania stosunków prawnych w zawodzie dziennikarskim na drodze ustawowej Związek Wydawców wystąpił z inicjatywą uregulowania tego problemu na drodze porozumienia pomiędzy Związkiem Wydawców i Związkiem Dziennikarzy. Rozmowy, podjęte na skutek tej inicjatywy na terenie Komisji Porozumiewawczej miały pierwotnie na celu uzgodnienie poglądów obu stron na zasadnicze wytyczne ustawy. W następnej fazie pertraktacyj, wobec ustalenia przez strony, iż bardziej celowe byłoby uregulowanie warunków pracy w dziennikarstwie na drodze układu zbiorowego pracy, Komisja Porozumiewawcza przystąpiła do opracowania tekstu tego układu. W związku z tym skład Komisji został rozszerzony. Delegacja Związku Wydawców została powiększona przez powołanie do niej pp. prezesa Rady Feliksa Mrozowskiego, wiceprezesów Rady Bolesława Biegi, Edmunda Gromskiego, Romana Leitgebra i Leona Puławskiego, członków Rady pp. Hilarego Gottowta i Alfreda Krzyckiego oraz wicedyrektora Związku p. Franciszka Głowińskiego. Z ramienia Związku Dziennikarzy R. P. do komisji weszli dodatkowo pp.: prezes Związku płk. Mieczysław Ścieżyński i sekretarz generalny red. Medard Kozłowski. Prace Komisji nad opracowaniem treści u-



kładu, prowadzone niezwykle intensywnie, trwały 2 miesiące. Zakończone zostały ostatecznie w dniu 11 lutego 1938 r. kiedy to układ został podpisany.

#### KOMPETENCJE KOMISJI POROZUMIEWAWCZEJ PO ZAWARCIU UKŁADU.

Z chwilą wejścia w życie układu większość spraw, należących dotychczas do kompetencji Komisji Porozumiewawczej przejęta została przez Komisję, przewidziane w układzie. Wiele zagadnień jednak, nie objętych układem a interesujących zarówno Związek Wydawców jak Związek Dziennikarzy, wymagających przy tym, jeśli nie współdziałania to przynajmniej wspólnego omówienia przez obie strony — pozostało poza kompetencją istniejących Komisji. W związku z tym władze obu Związków uchwaliły zgodnie utrzymanie Komisji Porozumiewawczej, jako organu, powołanego do rozpatrywania wszystkich spraw, wynikających ze stosunków pomiędzy Związkiem Wydawców i Związkiem Dziennikarzy, a nie należących do kompetencji żadnej z istniejących komisji specjalnych. Jako zadanie szczególne zlecono Komisji Porozumiewawczej ustalanie interpretacji przepisów układu zbiorowego (w wypadkach spornych Komisja Porozumiewawcza może przekazać sprawę do definitywnego rozstrzygnięcia Komisji Rozjemczej) oraz wytycznych jego stosowania w praktyce.

Z uwagi na to szczególne zadanie do Komisji Porozumiewawczej powołani zostali przewodniczący delegacji obu Związków do poszczególnych Komisji, przewidzianych w układzie. Skład Komisji jest więc obecnie następujący: z ramienia Związku Wydawców wchodzi pp. Bolesław Biega, Stanisław Kauzik, Stefan Krzywoszewski, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, ze strony Związku Dziennikarzy — pp. Witold Giełżyński, Stefan Grostern, Władysław Dunin-Wąsowicz i Hieronim Wierzyński.

Doświadczenie minionego okresu rocznego wykazało, że utrzymanie Komisji Porozumiewawczej było rzeczą celową. W tym czasie bowiem Komisja musiała przepracować szereg poważnych spraw, jak sprawa ustalenia tekstu wzorcowej umowy o pracę dziennikarza, sprawy organizacyjne komisji, działających na podstawie układu, wreszcie szereg zagadnień z dziedziny wykładni układu, których rozwiązanie w drodze porozumienia pozwoliło uniknąć zbędnych sporów przed Komisją Rozjemczą.

#### KOMISJE DZIAŁAJĄCE NA PODSTAWIE UKŁADU ZBIOROWEGO PRACY W DZIENNIKARSTWIE

Układ zbiorowy pracy w dziennikarstwie powołał do życia 3 komisje mieszane, w skład których wchodzi — w równej liczbie — przedstawiciele Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy. Są to komisje: Kwalifikacyjna, Odwoławcza i Rozjemcza.

#### DZIENNIKARSKA KOMISJA KWALIFIKACYJNA

W skład Komisji wchodzi pp.: z ramienia Związku Wydawców — wiceprezes Zarządu p. Antoni Lewandowski, jako przewodniczący delegacji, wiceprezes Rady Bolesław Biega i dyr. Wacław Olchowicz, jako członkowie oraz red. Stanisław Cieślak, dyr. Henryk Paschalski i dyr. Jan Sotomski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy: wiceprezes Związku Hieronim Wierzyński, jako przewodniczący, redaktorzy Jerzy Nowakowski i Józef Winiewicz (Poznań) — jako członkowie oraz redaktorzy Józef Burczak (Katowice), Walerian Charkiewicz (Wilno) i Wacław Sikorski, jako zastępcy. Nadto w posiedzeniach, poświęconych sprawom poszczególnych ośrodków prowincjonalnych, udział biorą przedstawiciele władz Związku Wydawców, reprezentujący wydawców, danego ośrodka oraz przedstawiciele właściwych Syndykatów Dziennikarzy.

Głównym zadaniem tej Komisji jest stwierdzanie kwalifikacji na dziennikarza i aplikanta dziennikarskiego, tudzież orzekanie, w wypadkach przewidzianych w układzie, o utracie tych kwalifikacji, nadto zaś prowadzenie rejestru dziennikarzy i rejestru aplikantów dziennikarskich. Komisja ustala nadto ogólne „tezy z zakresu etyki dziennikarskiej“. Zbiór tych tez, które podlegają zatwierdzeniu Komisji Odwoławczej stworzyć ma z czasem rodzaj kodeksu honorowego polskiego dziennikarstwa. Poza tem obowiązkiem Komisji Kwalifikacyjnej jest wykonywanie nadzoru nad odbywaniem aplikacji dziennikarskiej.

Poza obowiązkiem ustalenia i prowadzenia rejestrów, Komisja Kwalifikacyjna podjąć była zmuszona dodatkowo pracą przekazaną jej przez Komisję Porozumiewawczą, a mianowicie ustalenie lat pracy zawodowej każdego z rejestrowanych dziennikarzy. Konieczność przeprowadzenia takiej weryfikacji wypływa z przepisów układu, przyznających specjalne przywileje dziennikarzom zatrudnionym ponad 15

względnie 20 lat w swoim zawodzie. Oczywiście, prace nad weryfikacją lat, wymagające wiele czasu, opóźniają ogromnie tempo prac nad samym ustaleniem rejestru.

W myśl wymagań układu organizacja prac Komisji i normy, dotyczące postępowania przed nią, ujęte zostały w przepisach dwóch szczegółowych regulaminów, uchwalonych przez samą Komisję, a mianowicie Regulaminu wewnętrznego Komisji Kwalifikacyjnej oraz Regulaminu postępowania przed Dziennikarską Komisją Kwalifikacyjną, którego tekst ogłoszony został w „Informatorze Prasowym na r. 1938-39“. Komisja opracowała również szczegółowy wzór wniosku o wpisanie do Rejestru, który został wydrukowany i służy jako formularz dla składających wnioski.

Do chwili ukończenia prac nad niniejszym sprawozdaniem, do Komisji Kwalifikacyjnej wpłynęło ogółem ponad 1.500 wniosków — z całej Polski. Większa część tych wniosków została już przez Komisję rozpatrzona. Komisja Kwalifikacyjna napotkała w swej pracy na poważne trudności. Główną trudnością jest niedokładne, często wprost niedbałe wypełnianie wniosków przez osoby zainteresowane, niezależnie niezbędnych dokumentów, co powoduje konieczność uzupełnień, przeprowadzanie dodatkowej korespondencji, itd. co naraża Komisję na stratę czasu i niepotrzebne koszty. Brak ścisłych danych we wnioskach — mimo b. dokładnego i szczegółowego kwestionariusza — jest poważną przeszkodą przy przeprowadzaniu weryfikacji lat pracy zawodowej.

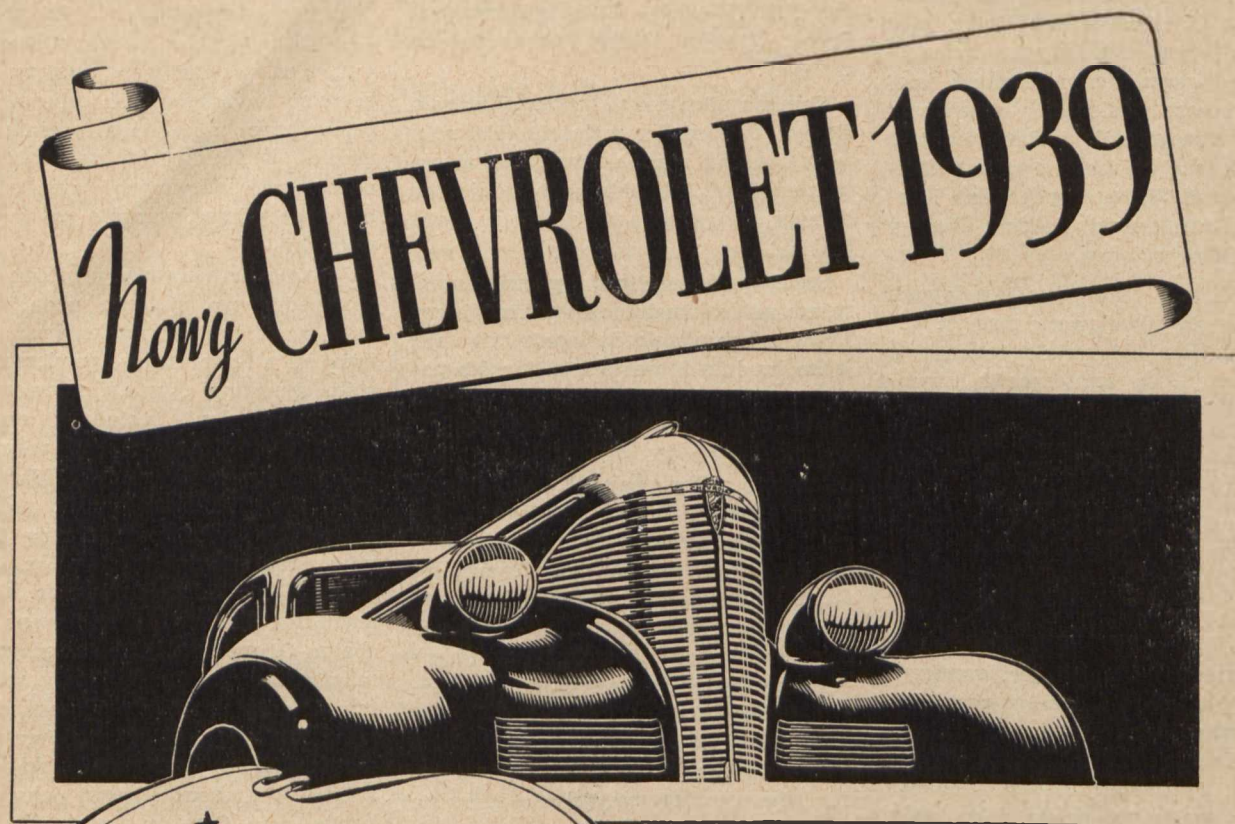
Drugim hamulcem w pracach Komisji są wnioski osób, nieznanych bliżej ani wśród dziennikarzy ani wśród wydawców. Wnioski tego rodzaju traktowane przez Komisję Kwalifikacyjną ze szczególną uwagą, wymagają zazwyczaj zebrania bliższych informacji, wskutek czego Komisja zmuszona jest w wielu wypadkach wracać kilkakrotnie do jednego wniosku. Poza tymi trudnościami natury raczej proceduralnej, technicznej, Komisja w pracy swej rozstrzygać musi niemal na każdym kroku szereg trudnych zagadnień merytorycznych, jakie nasuwają się w związku ze stosowaniem w praktyce przepisów układu.

#### KOMISJA ODWOŁAWCZA.

Organem kontrolującym — na drodze instancyjnej — działalność Komisji Kwalifikacyjnej jest Dziennikarska Komisja Odwoławcza. Podobnie jak Kwalifikacyjna, Komisja Odwoławcza skła-



**SZYBKI ☆ ZWROTNY ☆ WYGODNY**



- ★ niezawodny, górnozaworowy, 6-cio cylindrowy silnik
- ★ ulepszone hamulce hydrauliczne,
- ★ ulepszone niezależne zawieszenie;<sup>1)</sup>
- ★ ułatwiona zmiana biegów;<sup>2)</sup>
- ★ dłuższe i obszerniejsze wnętrze wozu
- ★ nowa, piękna opływowa linia.

<sup>1)</sup> w modelach De Luxe

LARUM

MONTEWANE W ZAKŁADACH LILPOP, RAU I LOEWENSTEIN S. A., WARSZAWA, LICENCJA GENERAL MOTORS

SPRZEDAŻ I OBSŁUGA: Warszawa, Białystok, Brześć n/B., Bydgoszcz, Gdańsk, Gdynia, Grodno, Grudziądz, Katowice, Kielce, Kraków, Lida, Lublin, Lwów, Łódź, Łuck, Ostrów Wlkp., Pleszew, Poznań, Radom, Równe, Rzeszów, Siedlce, Sosnowiec, Stanisławów, Tarnopol, Toruń, Wilno, Włocławek.



ła się w równej liczbie z wydawców i dziennikarzy, powołanych przez właściwe Związki.

W chwili obecnej skład Komisji jest następujący: z ramienia Związku Wydawców pp. wiceprezes Zarządu Związku Mieczysław Niklewicz jako przewodniczący delegacji, red. Henryk Butkiewicz oraz wiceprezes Rady Roman Leitgeber, jako członkowie, wreszcie dyrektorzy Franciszek Białas, Józef Chodak, i O. Maksymilian Kolbe jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy pp. prezes Stefan Grostern jako przewodniczący delegacji, redaktorzy Marian Grzegorzczak i Jan Lankau (Kraków) jako członkowie oraz redaktorzy Konrad Fiedler (Bydgoszcz), Mieczysław Krzepakowski i Adam Nechay (Lwów) jako zastępcy.

Dziennikarska Komisja Odwoławcza jest instancją odwoławczą merytoryczną: rozpatruje całokształt sprawy, a orzeczenia jej są ostateczne i prawomocne. W pewnych wypadkach Komisja Odwoławcza rozpatruje sprawy w pierwszej — i zarazem — ostatniej instancji. Są to te sprawy, które w Komisji Kwalifikacyjnej wobec równości głosów nie znalazły rozstrzygnięcia.

#### KOMISJA ROZJEMCZA.

Zadaniem tej Komisji jest rozstrzygnięcie ewentualnych sporów pomiędzy uczestnikami Układu (Związek Wydawców i Związek Dziennikarzy), wynikłych ze stosowania Układu. Ponadto Komisja Rozjemcza działa jako stały organ pojednania polubownego w sporach na tle stosunków pracy, unormowanych Układem Zbiorowym. Normy postępowania Komisji ustalone zostały — ogólnie — w przepisach Układu, szczegółowo zaś sprecyzowane zostały w Regulaminie Postępowania przez Komisję Rozjemczą, uchwalonym przez samą Komisję. Regulamin ten ogłoszony został w „Informatorze Prasowym” in extenso.

Analogicznie do innych Komisji, przewidzianych w Układzie, Komisja Rozjemcza jest organem mieszanym parytetycznym, złożonym z wydawców i dziennikarzy. W Komisji Rozjemczej zasiadają: z ramienia Związku Wydawców pp. prezes Zarządu Związku Stefan Krzywoszewski jako przewod-

niczący delegacji, wiceprezesi Rady Edmund Gromski i Leon Puławski jako członkowie, oraz wiceprezes Zarządu Antoni Lewandowski, wiceprezes Rady Bolesław Biega i Edward Pawłowski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy pp.: wiceprezes Witold Giełżyński jako przewodniczący delegacji, red. Zygmunt Piotrowski i sen. Marian Seyda (Poznań) jako członkowie oraz redaktorzy Jan Fall (W-wa — Lwów), Franciszek Probst (Łódź) i Jerzy Rogowicz jako zastępcy.

Komisja Rozjemcza ukonstytuowała się już w początku kwietnia 1938 r., a to w związku z koniecznością ustalenia wykładni art. 53 Układu, regulującego sprawy, związane z wejściem w życie Układu.

Poza posiedzeniami, poświęconymi sprawom wewnątrz-organizacyjnym, Komisja zebrała się następnie tylko raz jeden, w dniu 2 czerwca 1938 r. Na posiedzeniu tym ustalona została na żądanie wydawnictwa „Nasz Przegląd” wykładnia art. 36 § 1 Układu, który ustanawia zakaz pracy dziennikarzy w święto Zesłania Ducha Świętego (Zielone Święta). Komisja ustaliła mianowicie, iż zakaz ten ma zastosowanie do dziennikarzy i aplikantów dziennikarskich, zatrudnionych we wszystkich zakładach, ukazujących się w Polsce bez względu na język i alfabet, w którym pismo jest drukowane.

Do chwili gdy piszemy to sprawozdanie — do Komisji nie wpłynął ani jeden wniosek o rozstrzygnięcie sporu na tle indywidualnego stosunku pracy. Świadczy to w sposób niewątpliwy, iż stosunki, unormowane Układem zbiorowym ułożyły się w sposób zadawalający, nie powodując żadnych poważniejszych tarć pomiędzy wydawcami a dziennikarzami, co byłoby się niezawodnie odbiło w Komisji Rozjemczej.

#### KOMISJA UBEZPIECZENIOWA.

Komisja ta nie jest wprawdzie przewidziana w Układzie, genezą swą jednak ściśle się z nią łączy.

W toku pertraktacji pomiędzy Związkiem Wydawców i Związkiem Dziennikarzy, w sprawie zawarcia układu, ze strony dziennikarzy podkreślono, iż zabezpieczenie dziennikarzy — na starość, na wypadek choroby i na wypa-

dek braku pracy, w ramach instytucji ubezpieczeń społecznych — nie uwzględniają należycie szczególnych warunków pracy dziennikarskiej, warunków, które powodują specjalne potrzeby. Uzyskanie świadczeń w dziedzinie lecznictwa jest dla dziennikarzy — nie rozporządzających z reguły nadmiarem czasu ani cierpliwości, niemal niemożliwe. Tymczasem sumy składek, wpłacanych corocznie na rzecz ubezpieczeń społecznych przez wydawców i dziennikarzy — wyrażają się sumami milionowymi.

Z tych względów wysunięty został postulat wyodrębnienia ubezpieczenia dziennikarzy z ogólnego systemu ubezpieczeń społecznych i zorganizowanie ubezpieczeń odrębnych, uwzględniających specyficzne warunki pracy dziennikarskiej.

Zadanie opracowania projektu takiego specjalnego systemu ubezpieczenia oraz pracę nad zagadnieniami, związanymi się z tą sprawą — powierzone zostało specjalnej Komisji mieszanej, do której powołani zostali z ramienia Związku Wydawców: pp. wiceprezes Rady Bolesław Biega, dyr. Hilary Gottowt, dyr. Stanisław Kauzik, red. Stanisław Majewski, mec. Janusz Olchowicz, jako członkowie oraz dyr. Antoni Goerne, dyr. Adam Grabowski, O. Maksymilian Kolbe i dyr. Marian Nussbaum-Ołtaszewski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy redaktorzy Władysław Dunin-Wąsowicz jako przewodniczący delegacji, Jerzy Pieczynis, Adam Szenberg-Górski (Łódź) i Leon Weinstock (Lwów) jako członkowie, oraz Czesław Ancerewicz (Białystok), dr Marian Chełmickowski (Poznań), Józef Dobrostański (Pomorze), Kazimierz Jędrzejczak (Częstochowa), i Bolesław Palędzki (Katowice) jako zastępcy.

Przewodniczący delegacji wydawców oraz piąty członek Komisji ze strony dziennikarzy wyznaczeni zostaną w najbliższym czasie.

Zagadnienie specjalnych ubezpieczeń dla dziennikarzy było swego czasu przedmiotem dłuższych studiów i badań w łonie Związku Dziennikarzy. Związek Dziennikarzy zobowiązał się przedstawić Komisji Ubezpieczeniowej posiadane materiały, które mogłyby — wraz z aktualnymi wnioskami Związku Dziennikarzy — posłużyć jako podstawa do dalszych prac Komisji.



# REGULOWANIE CEN PAPIERÓW WYDAWNICZYCH



**O**D PIERWSZEJ chwili istnienia Związku Wydawców sprawy papiernicze musiały stać się i stały się jednym z najdonioślejszych przedmiotów jego prac. Dla należytej oceny wyników prac Związku w tej dziedzinie przypomnieć należy, jak w latach 1930 — 1931 kształtowała się sytuacja na rynku papierniczym oraz sytuacja gospodarcza prasy.

Papier w Polsce był wówczas wyjątkowo drogi: w połowie 1930 r. cena papieru gazetowego rotacyjnego loco papiernia wynosiła 67 gr. za 1 kg. Była to cena wyższa znacznie od cen papieru zagranicą, na rynkach wewnętrznych nawet w krajach nie posiadających dostatecznej ilości papierówki. W utrzymaniu tak wysokich cen papieru decydującą rolę odegrała z jednej strony protekcyjna taryfa celna, która uniemożliwiła niemal przywóz zagraniczny, z drugiej — brak zorganizowanej akcji prasy na rzecz jej interesów gospodarczych. W tej sytuacji dochodowość przemysłu papierniczego była bardzo znaczna. Dywidendy płacone przez przemysł papierniczy należały do najwyższych w Polsce. Poważne zyski tego przemysłu pozwoliły również na jego wyjątkową rozbudowę oraz modernizację maszyn i urządzeń technicznych.

Sytuacja gospodarcza prasy była jasnym przeciwieństwem rozkwitu przemysłu papierniczego. Kryzys odczuła prasa w sposób wyjątkowo dotkliwy; spadek sprzedaży i prenumeraty pism był jednym z pierwszych objawów depresji gospodarczej zgodnie z zasadą, iż z budżetów prywatnych najpierw skreślane są wydatki na cele kulturalne; drugi ujemny objaw — zmniejszenie się ilości ogłoszeń był wyrazem ogólnego zastoju w życiu ekonomicznym kraju. Spadkowi katastrofalnemu dochodów przedsiębiorstw wydawniczych nie towarzyszył spadek wydatków; znaczna część wydatków przedsiębiorstw wydawniczych utrzymała się w pierwszych latach kryzysu na poziomie niemal niezmiennym. Dotyczyło to przede wszystkim kosztów robocizny drukarskiej i ceny papieru.

W tym stanie rzeczy podjął działalność Związek Wydawców. Po krótkim okresie wstępnych prac organizacyjnych i badawczych na czoło działalności Związku wysunięte zostało zadanie

rewizji kosztów produkcji wydawniczej. Rzecz oczywista akcja Związku w pierwszym rzędzie miała na celu wydatne obniżenie ceny papierów wydawniczych.

## WYTYCZNE POLITYKI ZWIĄZKU

W maju 1931 w związku z rozpatrzeniem przez samorząd gospodarczy projektu nowej taryfy celnej przedstawiciele Związku Wydawców wespół z przedstawicielami innych organizacji konsumentów papieru złożyli zastrzeżenie co do proponowanych stawek celnych na papiery drukowe, wyższych niż stawki dotychczasowe. W wyniku tego wystąpienia nawiązane zostały pertraktacje z przedstawicielami przemysłu papierniczego. Na pierwszej konferencji delegaci Związku Wydawców sformułowali zasadnicze stanowisko Związku w sprawie cen papieru i stosunków między polskimi papierniami a prasą, stanowisko, które niemal że bez zmian, jest do dzisiaj podstawą polityki Związku w sprawach papierniczych. Stanowisko władz Związku, ujęte w formę wytycznych porozumienia między Związkiem Wydawców a przemysłem papierniczym, oparte było na zasadach następujących:

1) przemysł papierniczy regulować winien ceny papieru na podstawie rzeczywistych kosztów produkcji, nie dyskontując wysokiej ochrony celnej, dążąc natomiast do zbliżenia cen wewnętrznych polskich do wewnętrznych cen w krajach, mających podobne jak Polska warunki produkcji papieru. Ceny winny być ustalane za wspólnym porozumieniem przemysłu papierniczego i prasy na podstawie zmian kosztów produkcji — w tym celu każdej ze strony tj. zarówno Związkowi Wydawców jak papierniom polskim przysługuje prawo żądania odbycia konferencji w tej sprawie.

2) obie strony winny zobowiązać się, iż będą występowały do władz państwowych w sprawach celnych, dotyczących surowców, półfabrykatów i fabrykatów papierniczych nie inaczej jak po porozumieniu z drugą stroną. Związek Wydawców uważa ochronę celną papierni polskich za celową ze względów ogólnogospodarczych i gotów jest współdziałać w jej utrzymaniu pod warunkiem przyjęcia przez przemysł papierniczy postulatów sformułowanych pod 1), 2) i 3).

3) Związek Wydawców zaleci wydawnictwom zrzeszonym w Związku korzystanie wyłącznie z papierów produkcji krajowej.

Na jednej z następnych konferencji wysunięty został przez władze Związku postulat dodatkowy:

4) członkowie Związku, jako wielcy konsumenci papieru, korzystając winni ze specjalnych preferencji przy nabywaniu papieru.

To stanowisko władz Związku nieod razu zostało zrozumiane przez przedstawicieli przemysłu papierniczego. Dopiero porozumienie Związku Wydawców ze Sp. „Centropapier“ z lipca 1932 r. realizuje jego zasady w sposób niemal że kompletny. Wyniki pertraktacji w r. 1931 i początku 1932 były daleko skromniejsze. Nie udało się również uniknąć momentów zadrażeń, które dwukrotnie znajdowały echa nawet na łamach prasy: poraż pierwszy gdy Związek Papierni w maju 1931 r. po ogólnopolskim zjeździe wydawców, opublikował list, atakujący powzięte na tym zjeździe rezolucje w przedmiocie ceny papieru zaś Związek Wydawców ze swej strony opublikował odpowiedź na list Związku Papierni, po raz drugi w styczniu 1932 r. Związek Wydawców uznał za konieczne opublikować w całej prasie polskiej komunikat, omawiający szczegółowo sytuację w dziedzinie cen papieru.

## POROZUMIENIE Z PRZEMYSŁEM PAPIERNICZYM

Te zadrażnienia pierwszego okresu wzajemnego zetknięcia Związku Wydawców i przemysłu papierniczego ustawały jednak stopniowo na rzecz współpracy, opartej na uwzględnieniu obopólnych interesów. Uzyskanie zrozumienia dla postulatów prasy wśród kierowników przemysłu papierniczego jest wielką zasługą władz Związku Wydawców, które stale prowadziły w sprawach papierniczych politykę zdecydowaną i stanowczą, lecz jednocześnie spokojną, umiarkowaną i ostrożną. Jest również zasługą kierowników przemysłu papierniczego, którzy nie tylko zrozumieli wielkie korzyści stosunków uregulowanych z największym konsumentem papieru, jakim jest prasa, lecz z chwilą utworzenia Sp. Centropapier, opartej na umowie kartelowej wszystkich większych papierni, poprowadzili politykę cen tej spółki po



ła się w równej liczbie z wydawców i dziennikarzy, powołanych przez właściwe Związki.

W chwili obecnej skład Komisji jest następujący: z ramienia Związku Wydawców pp. wiceprezes Zarządu Związku Mieczysław Niklewicz jako przewodniczący delegacji, red. Henryk Butkiewicz oraz wiceprezes Rady Roman Leitgeber, jako członkowie, wreszcie dyrektorzy Franciszek Białas, Józef Chodak, i O. Maksymilian Kolbe jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy pp. prezes Stefan Grostern jako przewodniczący delegacji, redaktorzy Marian Grzegorzczak i Jan Lankau (Kraków) jako członkowie oraz redaktorzy Konrad Fiedler (Bydgoszcz), Mieczysław Krzepakowski i Adam Nechay (Lwów) jako zastępcy.

Dziennikarska Komisja Odwoławcza jest instancją odwoławczą merytoryczną: rozpatruje całokształt sprawy, a orzeczenia jej są ostateczne i prawomocne. W pewnych wypadkach Komisja Odwoławcza rozpatruje sprawy w pierwszej — i zarazem — ostatniej instancji. Są to te sprawy, które w Komisji Kwalifikacyjnej wobec równości głosów nie znalazły rozstrzygnięcia.

#### KOMISJA ROZJEMCZA.

Zadaniem tej Komisji jest rozstrzygnięcie ewentualnych sporów pomiędzy uczestnikami Układu (Związek Wydawców i Związek Dziennikarzy), wynikłych ze stosowania Układu. Ponadto Komisja Rozjemcza działa jako stały organ pojednania polubownego w sporach na tle stosunków pracy, unormowanych Układem Zbiorowym. Normy postępowania Komisji ustalone zostały — ogólnie — w przepisach Układu, szczegółowo zaś sprecyzowane zostały w Regulaminie Postępowania przez Komisję Rozjemczą, uchwalonym przez samą Komisję. Regulamin ten ogłoszony został w „Informatorze Prasowym” in extenso.

Analogicznie do innych Komisji, przewidzianych w Układzie, Komisja Rozjemcza jest organem mieszanym parytetycznym, złożonym z wydawców i dziennikarzy. W Komisji Rozjemczej zasiadają: z ramienia Związku Wydawców pp. prezes Zarządu Związku Stefan Krzywoszewski jako przewod-

niczący delegacji, wiceprezesi Rady Edmund Gromski i Leon Puławski jako członkowie, oraz wiceprezes Zarządu Antoni Lewandowski, wiceprezes Rady Bolesław Biega i Edward Pawłowski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy pp.: wiceprezes Witold Giełżyński jako przewodniczący delegacji, red. Zygmunt Piotrowski i sen. Marian Seyda (Poznań) jako członkowie oraz redaktorzy Jan Fall (W-wa — Lwów), Franciszek Probst (Łódź) i Jerzy Rogowicz jako zastępcy.

Komisja Rozjemcza ukonstytuowała się już w początku kwietnia 1938 r., a to w związku z koniecznością ustalenia wykładni art. 53 Układu, regulującego sprawy, związane z wejściem w życie Układu.

Poza posiedzeniami, poświęconymi sprawom wewnątrz-organizacyjnym, Komisja zebrała się następnie tylko raz jeden, w dniu 2 czerwca 1938 r. Na posiedzeniu tym ustalona została na żądanie wydawnictwa „Nasz Przegląd” wykładnia art. 36 § 1 Układu, który ustanawia zakaz pracy dziennikarzy w święto Zesłania Ducha Świętego (Zielone Święta). Komisja ustaliła mianowicie, iż zakaz ten ma zastosowanie do dziennikarzy i aplikantów dziennikarskich, zatrudnionych we wszystkich dziedzinach, ukazujących się w Polsce bez względu na język i alfabet, w którym pismo jest drukowane.

Do chwili gdy piszemy to sprawozdanie — do Komisji nie wpłynął ani jeden wniosek o rozstrzygnięcie sporu na tle indywidualnego stosunku pracy. Świadczy to w sposób niewątpliwy, iż stosunki, unormowane Układem zbiorowym ułożyły się w sposób zadawalający, nie powodując żadnych poważniejszych tarć pomiędzy wydawcami a dziennikarzami, co byłoby się niezawodnie odbiło w Komisji Rozjemczej.

#### KOMISJA UBEZPIECZENIOWA.

Komisja ta nie jest wprawdzie przewidziana w Układzie, genezą swą jednak ściśle się z nią łączy.

W toku pertraktacji pomiędzy Związkiem Wydawców i Związkiem Dziennikarzy, w sprawie zawarcia układu, ze strony dziennikarzy podkreślono, iż zabezpieczenie dziennikarzy — na starość, na wypadek choroby i na wypa-

dek braku pracy, w ramach instytucji ubezpieczeń społecznych — nie uwzględniają należycie szczególnych warunków pracy dziennikarskiej, warunków, które powodują specjalne potrzeby. Uzyskanie świadczeń w dziedzinie lecznictwa jest dla dziennikarzy — nie rozporządzających z reguły nadmiarem czasu ani cierpliwości, niemal niemożliwe. Tymczasem sumy składek, wpłacanych corocznie na rzecz ubezpieczeń społecznych przez wydawców i dziennikarzy — wyrażają się sumami milionowymi.

Z tych względów wysunięty został postulat wyodrębnienia ubezpieczenia dziennikarzy z ogólnego systemu ubezpieczeń społecznych i zorganizowanie ubezpieczeń odrębnych, uwzględniających specyficzne warunki pracy dziennikarskiej.

Zadanie opracowania projektu takiego specjalnego systemu ubezpieczenia oraz pracę nad zagadnieniami, wiążącymi się z tą sprawą — powierzone zostało specjalnej Komisji mieszanej, do której powołani zostali z ramienia Związku Wydawców: pp. wiceprezes Rady Bolesław Biega, dyr. Hilary Gottowt, dyr. Stanisław Kauzik, red. Stanisław Majewski, mec. Janusz Olchowicz, jako członkowie oraz dyr. Antoni Goerne, dyr. Adam Grabowski, O. Maksymilian Kolbe i dyr. Marian Nussbaum-Ołtaszewski jako zastępcy; z ramienia Związku Dziennikarzy redaktorzy Władysław Dunin-Wąsowicz jako przewodniczący delegacji, Jerzy Pieczynski, Adam Szenberg-Górski (Łódź) i Leon Weinstock (Lwów) jako członkowie, oraz Czesław Ancerewicz (Białystok), dr Marian Chełmickowski (Poznań), Józef Dobrostański (Pomorze), Kazimierz Jędrzejczak (Częstochowa), i Bolesław Pałędzki (Katowice) jako zastępcy.

Przewodniczący delegacji wydawców oraz piąty członek Komisji ze strony dziennikarzy wyznaczeni zostaną w najbliższym czasie.

Zagadnienie specjalnych ubezpieczeń dla dziennikarzy było swego czasu przedmiotem dłuższych studiów i badań w łonie Związku Dziennikarzy. Związek Dziennikarzy zobowiązał się przedstawić Komisji Ubezpieczeniowej posiadane materiały, które mogłyby — wraz z aktualnymi wnioskami Związku Dziennikarzy — posłużyć jako podstawa do dalszych prac Komisji.



# REGULOWANIE CEN PAPIERÓW WYDAWNICZYCH

**O**D PIERWSZEJ chwili istnienia Związku Wydawców sprawy papiernicze musiały stać się i stały się jednym z najdonioślejszych przedmiotów jego prac. Dla należytej oceny wyników prac Związku w tej dziedzinie przypomnieć należy, jak w latach 1930 — 1931 kształtowała się sytuacja na rynku papierniczym oraz sytuacja gospodarcza prasy.

Papier w Polsce był wówczas wyjątkowo drogi: w połowie 1930 r. cena papieru gazetowego rotacyjnego loco papiernia wynosiła 67 gr. za 1 kg. Była to cena wyższa znacznie od cen papieru zagranicą, na rynkach wewnętrznych nawet w krajach nie posiadających dostatecznej ilości papierówki. W utrzymaniu tak wysokich cen papieru decydującą rolę odegrała z jednej strony protekcyjna taryfa celna, która uniemożliwiła niemal przywóz zagraniczny, z drugiej — brak zorganizowanej akcji prasy na rzecz jej interesów gospodarczych. W tej sytuacji dochodowość przemysłu papierniczego była bardzo znaczna. Dywidendy płacone przez przemysł papierniczy należały do najwyższych w Polsce. Poważne zyski tego przemysłu pozwoliły również na jego wyjątkową rozbudowę oraz modernizację maszyn i urządzeń technicznych.

Sytuacja gospodarcza prasy była jasnym przeciwieństwem rozkwitu przemysłu papierniczego. Kryzys odczuła prasa w sposób wyjątkowo dotkliwy; spadek sprzedaży i prumeraty pism był jednym z pierwszych objawów depresji gospodarczej zgodnie z zasadą, iż z budżetów prywatnych najpierw skreślane są wydatki na cele kulturalne; drugi ujemny objaw — zmniejszenie się ilości ogłoszeń był wyrazem ogólnego zastoju w życiu ekonomicznym kraju. Spadkowi katastrofalnemu dochodów przedsiębiorstw wydawniczych nie towarzyszył spadek wydatków; znaczna część wydatków przedsiębiorstw wydawniczych utrzymała się w pierwszych latach kryzysu na poziomie niemal niezmiennym. Dotyczyło to przede wszystkim kosztów robocizny drukarskiej i ceny papieru.

W tym stanie rzeczy podjął działalność Związek Wydawców. Po krótkim okresie wstępnych prac organizacyjnych i badawczych na czoło działalności Związku wysunięte zostało zadanie

rewizji kosztów produkcji wydawniczej. Rzecz oczywista akcja Związku w pierwszym rzędzie miała na celu wydatne obniżenie ceny papierów wydawniczych.

## WYTYCZNE POLITYKI ZWIĄZKU

W maju 1931 w związku z rozpatrzeniem przez samorząd gospodarczy projektu nowej taryfy celnej przedstawiciele Związku Wydawców wspólnie z przedstawicielami innych organizacji konsumentów papieru złożyli zastrzeżenie co do proponowanych stawek celnych na papiery drukowe, wyższych niż stawki dotychczasowe. W wyniku tego wystąpienia nawiązane zostały pertraktacje z przedstawicielami przemysłu papierniczego. Na pierwszej konferencji delegaci Związku Wydawców sformułowali zasadnicze stanowisko Związku w sprawie cen papieru i stosunków między polskimi papierniami a prasą, stanowisko, które niemal że bez zmian, jest do dzisiaj podstawą polityki Związku w sprawach papierniczych. Stanowisko władz Związku, ujęte w formę wytycznych porozumienia między Związkiem Wydawców a przemysłem papierniczym, oparte było na zasadach następujących:

1) przemysł papierniczy regulować winien ceny papieru na podstawie rzeczywistych kosztów produkcji, nie dyskontując wysokiej ochrony celnej, dążąc natomiast do zbliżenia cen wewnętrznych polskich do wewnętrznych cen w krajach, mających podobne jak Polska warunki produkcji papieru. Ceny winny być ustalane za wspólnym porozumieniem przemysłu papierniczego i prasy na podstawie zmian kosztów produkcji — w tym celu każdej ze strony tj. zarówno Związkowi Wydawców jak papierniom polskim przysługuje prawo żądania odbycia konferencji w tej sprawie.

2) obie strony winny zobowiązać się, iż będą występowały do władz państwowych w sprawach celnych, dotyczących surowców, półfabrykatów i fabrykatów papierniczych nie inaczej jak po porozumieniu z drugą stroną. Związek Wydawców uważa ochronę celną papierni polskiej za celową ze względów ogólnogospodarczych i gotów jest współdziałać w jej utrzymaniu pod warunkiem przyjęcia przez przemysł papierniczy postulatów sformułowanych pod 1), 2) i 3).

3) Związek Wydawców zaleci wydawnictwom zrzeszonym w Związku korzystanie wyłącznie z papierów produkcji krajowej.

Na jednej z następnych konferencji wysunięty został przez władze Związku postulat dodatkowy:

4) członkowie Związku, jako wielcy konsumenci papieru, korzystać winni ze specjalnych preferencji przy nabywaniu papieru.

To stanowisko władz Związku nieod razu zostało zrozumiane przez przedstawicieli przemysłu papierniczego. Dopiero porozumienie Związku Wydawców ze Sp. „Centropapier“ z lipca 1932 r. realizuje jego zasady w sposób niemal że kompletny. Wyniki pertraktacji w r. 1931 i początku 1932 były daleko skromniejsze. Nie udało się również uniknąć momentów zadrażnień, które dwukrotnie znajdowały echa nawet na łamach prasy: poraz pierwszy gdy Związek Papierni w maju 1931 r. po ogólnopolskim zjeździe wydawców, opublikował list, atakujący powzięte na tym zjeździe rezolucje w przedmiocie ceny papieru zaś Związek Wydawców ze swej strony opublikował odpowiedź na list Związku Papierni, po raz drugi w styczniu 1932 r. Związek Wydawców uznał za konieczne opublikować w całej prasie polskiej komunikat, omawiający szczegółowo sytuację w dziedzinie cen papieru.

## POROZUMIENIE Z PRZEMYSŁEM PAPIERNICZYM

Te zadrażnienia pierwszego okresu wzajemnego zetknięcia Związku Wydawców i przemysłu papierniczego ustawały jednak stopniowo na rzecz współpracy, opartej na uwzględnieniu obopólnych interesów. Uzyskanie zrozumienia dla postulatów prasy wśród kierowników przemysłu papierniczego jest wielką zasługą władz Związku Wydawców, które stale prowadziły w sprawach papierniczych politykę zdecydowaną i stanowczą, lecz jednocześnie spokojną, umiarkowaną i ostrożną. Jest również zasługą kierowników przemysłu papierniczego, którzy nie tylko zrozumieli wielkie korzyści stosunków uregulowanych z największym konsumentem papieru, jakim jest prasa, lecz z chwilą utworzenia Sp. Centropapier, opartej na umowie kartelowej wszystkich większych papierni, poprowadzili politykę cen tej spółki po



linii dążenia do wzrostu konsumpcji papieru. Ta przewidująca polityka, do której impuls, jak sądzić można, dały wielokrotne energiczne wystąpienia Związku Wydawców w sprawie cen papierów wydawniczych, stała się głównym czynnikiem, który umożliwił przemysłowi papierniczemu przetrwanie kryzysu z tak dobrymi wynikami gospodarczymi, jakimi nie może się poszczycić żaden inny przemysł w Polsce.

Dotychczasowa akcja Związku w dziedzinie cen papieru, prowadzona na podstawie wyżej omówionych zasad, stopniowo w coraz pełniejszej mierze akceptowanych przez przemysł papierniczy, dała w wyniku na przestrzeni lat 1931 — 1935 ośmiokrotną obniżkę cen papieru, uzasadnioną zmniejszeniem się kosztów produkcji papierniczej. O globalnej wysokości tych obniżek świadczy, iż w marcu 1931 cena papieru rotacyjnego wynosiła 62 gr. za kg. od grudnia 1935 r. wynosi 39 gr. za kg. Ewolucję cen papieru w okresie 1931—1935 ilustruje szczegółowo podana dalej tablica.

Jak wynika z tej tablicy ostatnia niżka cen papieru nastąpiła w grudniu 1935 r. Od tej chwili dalsze niżki nie miały miejsca. Przyczyną tego jest fakt, iż druga połowa 1936 r. przyniosła zasadniczą zmianę warunków gospodarczych, w jakich dotychczas pracował przemysł papierniczy, zmianą wywołaną znacznym wzrostem cen surowców papierniczego — papierówki. W latach 1931 — 1936 cena papierówki dość poważnie spadła, od lipca 1936 rozpoczął się proces odwrotny — do stycznia 1937, cena papierówki wzrosła niemal o 100%. W konsekwencji prasa stanęła w obliczu groźby podwyżki cen papieru. Na jesieni 1936 r. przemysł papierniczy wystąpił nawet z takim postulatem, spotkał się jednak, z uwagi na wytyczne polityki gospodarczej rządu, z kategorycznym sprzeciwem władz państwowych. Po raz drugi próba podwyższenia cen papieru miała miejsce w maju 1937 r., wywołując ponowną interwencję rządu. Po kilku dniach podwyżka została wycofana. W związku z powyższym rząd zapowiedział, iż nie dopuści do dalszej podwyżki cen podstawowych surowców produkcji papierniczej, a w szczególności papierówki. Nadto zapowiedziane zostało niezwłoczne wydanie rozporządzenia o niżce celnej na celulozę przywożoną na cele produkcji papieru.

Druga połowa 1937 r. przyniosła zażalenie wzrostu cen papierówki a nawet ich spadek. Wówczas to nastąpił również poważny spadek światowych cen papieru. Te momenty spowodowały stabilizację cen papieru w Polsce.

Omówione wyżej fakty interwencji rządu w r. 1936 i 1937 nie były jedynymi wypadkami zajmowania się przez czynniki rządowe sprawą cen papieru. Jeśli Związek Wydawców zdołał w okresie 1931 — 1936 osiągnąć tak znaczne niżki cen papieru, w dużej mierze stało się to dzięki stanowisku czynników, kierujących polityką gospodarczą Państwa. Powołane władze państwowe, doceniając wielkie znaczenie niskiej ceny papieru, jako podstawowego warunku rozwoju czytelnictwa wśród szerszych mas, dwukrotnie (lipiec 1932 r. i listopad 1935 r.), w związku z ogólnymi akcjami regulowania cen artykułów skartelizowanych, zajmowały się sprawą cen papieru. Akcje te, zbiegając się z wystąpieniami władz Związku w sprawie cen papieru, poparły je w sposób decydujący.

Nie zamierzamy kreślić na tym miejscu szczegółowej historii pertraktacji Związku Wydawców z przemysłem papierniczym, reprezentowanym początkowo przez Związek Papierni, następnie przez Sp. „Centropapier“, zaś po jej rozwiązaniu — przez te pięć papierni, które współpracują z prasą w najszerszym zakresie. Pewne zagadnienia, będące przedmiotem tych pertraktacji, zasługują jednak na nieco obszerniejsze oświetlenie.

Realizacja zasady, dotyczącej regulowania cen na podstawie zmian w kosztach produkcji, wymagała sprecyzowania sposobu obliczania kosztów produkcji i zmian w tych kosztach. Pierwszą próbą w tej dziedzinie była formuła obliczania ceny papierów drzewnych i bezdrzewnych w zależności od zmian w cenach zasadniczych elementów produkcji, stanowiąca załącznik do porozumienia, zawartego w lipcu 1932 r. Formuła ta była w latach następnych przedmiotem wyjątkowo długich dyskusji między przedstawicielami prasy i przemysłu papierniczego. Delegaci Związku Wydawców podnosili, iż nie uwzględnia ona kosztów ogólnych, które w przemyśle papierniczym kształtowały się na poziomie wyjątkowo wysokim. W wyniku długotrwałych pertraktacji w 1934 r. uznane zostało iż formuła ta jest niewystarczająca dla odzwierciedlenia kosztów produkcji — umożliwiło to Związkowi Wydawców uzyskanie szeregu niżek cen, uzasadnianych w głównej mierze obniżeniem kosztów ogólnych, które nastąpiło w wyniku wzrostu produkcji papieru.

#### **PREFERENCJE DLA CZŁONKÓW ZWIĄZKU**

Postulat władz Związku, dotyczący specjalnych preferencji przy zakupie papieru przez członków Związku, jako bardzo poważnych konsumentów papieru, po raz pierwszy przeprowadzony

został w porozumieniu z lipca 1932 r. Od tego czasu członkowie Związku stale korzystają z ulgowych warunków nabywania papieru. Wysokość tych ulg ulegała licznym zmianom. Zmianom ulegała również ich zakres: w okresie istnienia Sp. „Centropapier“ z ulg korzystali członkowie Związku, zarówno zakupując papier bezpośrednio w Sp. Centropapier, jak i nabywając papier u hurtowników. W pierwszym okresie po rozwiązaniu kartelu ulgi ograniczone zostały wyłącznie do bezpośrednich zakupów w papierniach. Już jednak w początku 1938 r. udało się Komitetowi Prasy Periodycznej uzyskać pierwszy wyłom w tym ograniczeniu — jedna z papierni zgodziła się udzielić ulg przy większych zakupach u hurtowników. Za tą koncesją przyszły dalsze i w chwili obecnej system ulg dla wydawców, nabywających papier w składach hurtowych, jest już dosyć znacznie rozbudowany. Komitet Prasy Periodycznej nie ustaje w wysiłkach, aby przywrócić stan rzeczy istniejący w okresie działalności Sp. Centropapier, tj. aby wszelkie zakupy u hurtowników korzystały z ulg narówni z zakupami bezpośrednimi u producentów

Dążąc do uzyskania dla prasy jak najtańszego papieru, władze Związku z natury rzeczy żywo interesowały się ewolucją poszczególnych elementów kosztów produkcji. Dwukrotnie władze Związku podejmowały nawet starania o niżkę pewnych elementów kalkulacyjnych przemysłu papierniczego, działając w przekonaniu, iż uzyskane niżki użyte będą przez producentów na dalsze obniżenie ceny papieru. W latach 1934 i 1935 Związek Wydawców występował do Ministerstwa Komunikacji o niżkę taryf przewozowych na surowce i półfabrykaty papiernicze, w r. 1937, w okresie niezwykle silnego wzrostu cen papierówki, który w pewnej mierze wywołany był polityką cen, stosowaną przez Lasy Państwowe, interweniował u właściwych czynników państwowych, wskazując na niebezpieczeństwa, jakimi grozi prasie proces drożnienia papierówki.

Jeszcze jedną, zasługującą na podkreślenie sprawą, która była przedmiotem porozumień Związku Wydawców i przemysłu papierniczego, była kwestia nowych gatunków papieru, dostosowanych do specjalnych potrzeb pewnych kategorii wydawnictw. W szczególności brak papieru odpowiedniego pod względem ceny i gatunku odczuwały tanie czasopisma ilustrowane. W wyniku starań Związku przemysł papierniczy wyprodukował i wprowadził do sprzedaży w końcu 1935 r. trzy nowe gatunki papierów rotograwiurowych, które w znacznym stopniu uczyniły zadość postulatowi prasy.



# R U C H C E N

## głównych gatunków papierów gazetowych i drukowych w okresie od marca 1931 do marca 1939 r. włącznie

N O M E N K L A T U R A	Cennik ustalony na Ogólnym Zebnaniu Związku Zawodowego Piętni Polskich 24.III. 1931 r.	Cennik S. A. Steinhagen i Saenger, ustalony na skutek umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 9.VI.31 r.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na skutek umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 25.II. 32 r.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na skutek umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 19.VII. 32 r. oraz uzgodn. z M.P.I.H.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na skutek umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 30.I. 33 r.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na zasadzie umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 19.VIII. 32 r.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na zasadzie umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 19.VIII. 32 r.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na zasadzie umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 19.VIII. 32 r.	Cennik Sp. Cennik papieru ustalony na zasadzie umowy ze Związkiem Wydawców z dn. 29.XI. 35 r.***)
	Od dn. 1.VIII. 1931 r.	Od dn. 1.VIII. 1932 r.	Od dn. 1.V. 1932 r.	Od dn. 1.VIII. 1932 r.	Od dn. 1.III. 1933 r.	Od dn. 1.XII. 1933 r.	Od dn. 15.VIII. 1934 r.	Od dn. 16.II. 1935 r.	Od dn. 15.XII. 1935 r.
Rotacyjny matowy . . . . .	62.—	60.—**)	57.20	54.—	49.50	48.—	45.50	44.—	39.—
" satynowany . . . . .	—	65.—	63.15	59.—	53.50	52.—	49.—	47.50	42.—
Gazetowy w arkuszach matowy . . . . .	—	63.—	62.25	58.—	53.50	52.—	49.—	47.50	42.—
" " satynowany . . . . .	—	—	—	—	57.50	56.—	53.—	51.—	45.—
Drukowy VII kl. mat 50 gr. . . . .	73.—	70.—	71.05	65.—	58.—	55.—	51.—	49.—	43.50
" VII " sat. 55 gr. . . . .	78.—	75.—	76.05	69.—	62.—	59.—	55.—	53.—	46.50
" VI " mat. 55 gr. . . . .	87.—	84.—	84.95	77.—	70.50	67.—	62.—	60.—	52.—
" VI " sat. 60 gr. (od 1.3.33 — 55 gr.) . . . . .	92.—	89.—	89.95	81.—	74.50	71.—	66.—	64.—	55.50
" V " mat. 60 gr. (od 1.3.33 — 55 gr.) . . . . .	107.—	102.—	101.95	92.—	83.—	79.—	73.—	71.—	63.—
" V " sat. 60 gr. (od 1.3.33 — 55 gr.) . . . . .	112.—	107.—	106.95	96.—	87.—	83.—	77.—	75.—	66.—
Ilustracyjne sat. drzewne od 65 gr. . . . .	—	103.—	102.95	94.—	80.—	77.—	71.—	68.—	60.—
Tiefdruckowe sat. role . . . . .	—	112.—	108.85	103.—	94.—	91.—	84.—	82.—	73.—
" " arkusze . . . . .	—	115.—	113.95	108.—	—	—	—	—	—
Offsetowe mat. VII kl. . . . .	—	87.—	91.95	86.—	80.—	75.—	72.—	68.—	57.30
" " VI " . . . . .	—	96.—	100.95	95.—	90.—	85.—	82.—	79.—	67.50
" " V " . . . . .	—	112.—	116.95	110.—	102.—	97.—	93.—	90.—	77.70
Drukowy bezdrzewny mat. 50/54 . . . . .	205.—	205.—	161.25	144.—	130.—	—	—	—	—
" " " 55/59 . . . . .	190.—	190.—	154.15	137.—	124.—	—	—	—	—
" " " 60/150 . . . . .	180.—	180.—	141.25	124.—	113.—	105.—	103.—	98.—	86.—
" " " sat. 50/54 . . . . .	210.—	210.—	164.75	147.—	135.—	—	—	—	—
" " " 55/59 . . . . .	195.—	195.—	158.90	141.—	129.—	—	—	—	—
" " " 60/150 . . . . .	184.—	184.—	144.80	128.—	117.—	109.—	107.—	102.—	90.—
Ilustr. " " " 80/150 . . . . .	194.—	194.—	149.45	135.—	119.—	115.—	110.—	107.—	94.50
Tiefdruck " " " 80/150 . . . . .	198.—	198.—	149.45	135.—	121.—	117.—	112.—	109.—	96.50
Offsetowy " " " 70 gr. . . . .	208.—	208.—	173.—	163.—	150.—	135.—	130.—	125.—	108.60
" " " 80/150 . . . . .	208.—	208.—	165.95	155.—	140.—	130.—	125.—	120.—	—

\*) Przy ładunku 10 tonn dolizcza się zł. 0.60 za 100 kg, przy 5 tonn zł. 0.90  
 \*\*) Cena papieru rotacyjnego została zmniejszona na 60 gr. na skutek umowy Związku Wydawców z głównymi papiernikami od dnia 9 czerwca 1931 r.  
 \*\*\*) Cennik ten utrzymany został przez większe papierniki niemieckie bez zmiany po rozwiązaniu Sp. Centropapier.



Inne zagadnienia, które, choć nie objęte treścią porozumień, stanowiły przedmiot współpracy Związku Wydawców z przemysłem papierniczym w okresie minionego dziesięciolecia — były następujące: a) sprawa normalizacji gatunków i formatów papieru, b) kwestia uszkodzeń papieru przy transporcie c) sprawa taryfy na przewóz papieru rotacyjnego oraz d) sprawy związane ze strajkiem robotników transportowych, który miał miejsce w kwietniu 1937 r. w Myszkowie. Sprawa normalizacji omawiana jest w dziale p.t. O rozwój prasy periodycznej. Druga sprawa była przedmiotem kilkakrotnych wystąpień obu stron do Ministerstwa Komunikacji; uzyskano pewną poprawę warunków ładowania i przewozu. Koszt przewozu papieru był jednym z pierwszych zagadnień, którymi zajęli się założyciele Związku, jeszcze przed definitywnym ukonstytuowaniem się organizacji. Na skutek ich starań wprowadzona w 1929 r. zasadnicza podwyżka taryf towarowych Polskich Kolei Państwowych nie dotknęła papieru rotacyjnego. Ustanowiona została wówczas specjalna taryfa ulgowa, która w wyniku starań Związku była wielokrotnie przedłużana i wreszcie wprowadzona została na stałe.

Krótkotrwały strajk robotników transportowych w Myszkowie zagroził

dostawom papieru rotacyjnego dla całej prasy. Wobec tego niebezpieczeństwa władze Związku wystąpiły do władz państwowych o utrzymanie normalnych prac przy załadowywaniu papieru rotacyjnego a także o rychłe przeprowadzenie mediacji w zatargu. Celem zapobieżenia ewentualnemu brakowi papieru zaleciły wydawnictwom ograniczenie objętości i nakładów do czasu wyjaśnienia sytuacji. Na skutek energicznej interwencji Inspekcji Pracy strajk został zlikwidowany po kilku dniach.

#### WYNIKI PRAC ZWIĄZKU

Tak przedstawia się w bardzo zwięzłym nie wyczerpującym zarysie bilans prac Związku Wydawców w dziedzinie zagadnień papierniczych. Śmiało rzecz można, bez obawy posądzenia o przesadę, że jest on imponujący. Polska z kraju o najwyższych niemal w Europie cenach papieru stała się krajem, posiadającym papier w cenie zbliżonej do cen wewnętrznych w państwach o podobnych warunkach produkcji papierniczej. Przed 10 laty na drodze rozwoju prasy polskiej leżała jak potężna zaporą — cena papieru, uniemożliwiająca rozsądną, życiową kalkulację, obliczoną na znacznie większe nakłady a nieopartą o wyjątkowo rozbudowany dział ogłoszeniowy. Dzisiaj ta sytuacja na-

leży do przeszłości. Papier nie jest jeszcze tak tani, aby pozwolił na swobodną szeroką politykę propagandy czytelnictwa, co, nawiasem mówiąc, leży w najgłębiej pojętym wspólnym interesie prasy i przemysłu papierniczego, jest jednak w cenie, która pozwalała prasie, w ramach bardzo ostrożnej i przewidującej kalkulacji, rozwijać swój nakład. Wyniki kilku ostatnich lat, wyrażające się powolnym, lecz stałym nieprzerwanym wzrostem globalnego nakładu dzienników polskich, są najlepszym dowodem, iż potaniecie pism umożliwione przez obniżki cen papieru było kardynalnym warunkiem rozwoju nowoczesnej prasy i dotarcia gazety do szerokich mas. I dlatego akcją Związku, konsekwentnie w ciągu szeregu lat realizująca obniżki cen papieru miała charakter nie tylko zabiegów o interesy materialne prasy, lecz była również akcją o doniosłym znaczeniu państwowym i społecznym. Dając prasie tańszy papier, Związek stworzył warunki, umożliwiające penetrację słowa drukowanego, tam, gdzie dotychczas nie docierało, umożliwił rozwój czytelnictwa wśród szerszych mas. Jakie jest państwowe i społeczne znaczenie czytelnictwa, jaka jest w tym rola gazety, która, przyuczając masy do czytania, wciąga je powoli w świat życia zbiorowego i rozbudza szersze zainteresowania oraz wiedzę do lektury książek — tego dzisiaj nie trzeba już chyba szerzej omawiać.

Podkreślając rolę Związku przy rozwiązaniu sprawy cen papieru w Polsce nie wolno zapominać o wielkich zasługach w tej dziedzinie czynników państwowych, kierujących polityką gospodarczą państwa, oraz o przewidującej, dalekowzrocznej polityce kierowników przemysłu papierniczego, idących świadomie po linii wzmaganania konsumpcji papieru. Związkowi Wydawców przypadła rola specjalna — postawił w opinii zagadnienie ceny papierów wydawniczych w sposób właściwy, znalazł odpowiednie formy współpracy z producentami i współpracę tę konsekwentnie realizował przez lat 10. Jej wyniki są korzystne nie tylko dla prasy. Przemysł papierniczy w całym tym okresie ani na jedną chwilę nie przestał być jedną z najlepiej prosperujących dziedzin przemysłu polskiego, poczynił bardzo poważne inwestycje i dzisiaj jest w stanie pokryć całą wzrastającą konsumpcję krajową.

## BIBLIOTECZKA TECHNICZNA DOMU PRASY, S. A.

S. A. Dom Prasy posiada jedne z największych i najnowocześniejszych zakładów graficznych w Polsce. Drukarnia Domu Prasy S. A. dysponuje nadto wysoko wykwalifikowanym personelem drukarskim starannie dobieranym i, co ważniejsze, systematycznie dalej kształconym w swym fachu. Temu celowi służą wykłady fachowe, organizowane dla pracowników przez naczelne kierownictwo S. A. Dom Prasy, a poświęcane kolejno szeregowi najważniejszych zagadnień z dziedziny techniki zecerskiej, drukarskiej, rotograwiurowej i fotochemigraficznej. Ostatnio, pragnąc ułatwić pracownikom przyswajanie treści wykładów, S. A. Dom Prasy podjął wydawanie drukiem wygłoszonych wykładów p. n. Biblioteczki Technicznej Domu Prasy.

W ramach tej biblioteczki ukazały się dotychczas dwie broszurki: pierwsza zawiera wiadomości ogólne z zakresu rotograwiury oraz informacje dotyczące działu fotograficznego, druga poświęcona jest sprawie składu maszynowego. Obie broszurki liczą po kilkadziesiąt stron i w zwięzłej a przystępnej formie podają najważniejsze informacje o omawianych zagadnieniach technicznych. Ich staranne przestudiowanie będzie niewątpliwie bardzo pouczające dla każdego fachowca.

Inicjatywa S. A. Dom Prasy w dziedzinie kształcenia zawodowego pracowników, zarówno w drodze wykładów jak i w drodze wydawnictw fachowych, — zasługuje ze wszech miar na uznanie.

**Spełń nakaz serca i sumienia:**

**Złóż grosz ofiarny na Pomoc Zimową.**



# KOMUNALNA KASA OSZCZĘDNOŚCI

M. ST. WARSZAWY

*Centrala:*

TRAUGUTTA 5

*Oddziały:*

BIELAŃSKA 8 • TARGOWA 65

BAGATELA 14 • WOLSKA 6

---

## OSZCZĘDNOŚCI • LOKATY OPERACJE BANKOWE

WKŁADY NA DZIEŃ 1 MARCA 1939 R

**zł 165 milionów**

OBRÓT W ROKU UB.

**2 miliardy złotych**





# SPRAWA KOSZTÓW DRUKU

**W**DZIAŁALNOŚCI swej na odcinku spraw drukarskich władze Związku Wydawców kierowały się dążeniem do unormowania warunków pracy i płacy w drukarniach gazetowych w sposób jednolity dla całego kraju, na drodze ogólnopolskiej umowy zbiorowej.

Sprawa ta wysuwana była stale przez przedstawicieli Związku Wydawców w pertraktacjach ze związkami pracowników drukarskich.

Zagadnienie umowy ogólnopolskiej łączyło się zawsze ściśle z kwestią uregulowania warunków pracy w drukarniach gazetowych warszawskich. Tłumaczy się to nie tylko dominującą rolą stolicy w dziedzinie przemysłu wydawniczego i graficznego — ale i przede wszystkim tym, że płace drukarzy, zwłaszcza gazetowych, w Warszawie, były zawsze o wiele — czasem parokrotnie — wyższe od płac w innych ośrodkach wydawniczych. Unifikacja stawek w skali ogólnopolskiej wymagała więc przede wszystkim uregulowania ich wysokości na terenie warszawskim.

W chwili powstania Związku Wydawców, w drukarniach warszawskich obowiązywał regulamin pracy, ustalony jeszcze w r. 1925. Regulamin ten ustalał normy wynagrodzenia drukarzy gazetowych na poziomie bardzo wysokim, wyższym znacznie od poziomu płac w drukarniach gazetowych innych stolic europejskich, a przerastającym możliwości finansowe wydawnictw polskich, znacznie mniej zasobnych od potężnych przedsiębiorstw wydawniczych na Zachodzie Europy.

## PERTRAKTACJE ZE ZWIĄZKAMI DRUKARZY W r. 1930

Celem usunięcia tych nienormalnych stosunków, władze Związku Wydawców, działając w ramach podjętej w r. 1930 akcji rewizji kosztów produkcji wydawniczej, wypowiedziały z dniem 1 lipca 1931 r. obowiązującą od r. 1925 umowę zbiorową i podjęły rokowania w sprawie zawarcia nowej umowy z 3-ma zorganizowanymi na terenie Warszawy związkami drukarzy, a mianowicie Związkiem Zawodowym Drukarzy i Pokrewnych Zawodów w Polsce (tzw. klasowym), Centralnym Związkiem Zawodowym Drukarzy i Pokrewnych Zawodów R. P. („centralny”), oraz Polskim Związkiem Zawodowym Drukarzy i Pokrewnych Zawodów na R. P.

(„Praca Polska”). W imieniu władz Związku Wydawców pertraktacje te prowadziła specjalna delegacja, złożona z pp. wiceprez. Zarządu A. Lewandowskiego, dyr. T. Kobyłańskiego, wiceprez. Zarządu M. Niklewicza i dyr. Związku St. Kauzika.

Wytyczne, którymi Związek Wydawców kierował się w rokowaniach ze Związkami drukarzy, były następujące:

1) unifikacja minimum płacy pracowników drukarskich w przemyśle graficznym i wydawniczym gazetowym i dostosowanie wysokości tych płac do możliwości przedsiębiorstw prasowych;

2) dostosowanie regulaminu pracy w zakładach drukarskich gazetowych do obowiązującego ustawodawstwa w dziedzinie umowy o pracę, czasu pracy, urlopów oraz bezpieczeństwa i higieny pracy; dotychczas stosowany regulamin znacznie przekraczał w tej dziedzinie normy, ustalone przez ustawodawstwo socjalne;

3) wyraźne sprecyzowanie w regulaminie zwyczajowych praw pracowników, nieuregulowanych przez ogólne ustawodawstwo państwowe.

## UMOWY TYMCZASOWE

Z r. 1931.

Pertraktacje ze związkami „Centralnym” i „Pracą Polską” zakończone zostały w lipcu 1931 r. podpisaniem umowy na okres jednego roku tj. do 15 lipca 1932 r. Na mocy wyżej wspomnianej umowy płace pracowników drukarskich zmniejszono mniej więcej o 25%.

Pertraktacje z najliczniejszym ze związków tzw. „Związkiem klasowym”, wobec niemożności dojścia do porozumienia na dziewięciu posiedzeniach, przerwane zostały zawarciem umowy-prowizorium na okres trzech miesięcy tj. do 15 października 1931 r. Prowizorium to tylko w nieznacznym zakresie realizowało postulaty wydawców warszawskich. Pertraktacje podjęte po upływie terminu, na jaki zawarto prowizorium, nie doprowadziły do uzgodnienia poglądów i zostały przerwane w dn. 18 listopada 1931 r.

## STRAJK W r. 1932.

UMOWA Z 25.I.1932 r.

W dniu 19 listopada 1931 r. „Związek klasowy” proklamował strajk, który jednak objął nieznaczną część drukarni i dnia następnego został odwołany na skutek interwencji Inspekcji Pracy. Ponieważ propozycje Inspekcji Pracy nie

zostały zaakceptowane przez Związek Wydawców, punkty sporne projektu umowy zbiorowej poddane zostały pod arbitraż Ministerstwa Pracy i Opieki Społecznej. Decyzja Ministerstwa stała się podstawą umowy Związku Wydawców ze Związkiem Zawodowym Drukarzy, podpisanej w dniu 25 stycznia 1932 r. oraz identycznych z nią umów, podpisanych w tymże dniu przez związki „Centralny” i „Polski”. W ramach tej umowy ustalony został szczegółowy regulamin pracy w drukarniach gazetowych, obejmujących m. in. normy wydajności pracy składaczy maszynowych oraz warunki pracy maszynistów rotacyjnych, opracowane przez mieszaną Komisję Techniczną. Przeciętą zniżką wynagrodzeń, wprowadzona na podstawie tych umów, wyniosła około 20% w stosunku do norm umowy z r. 1925.

Na skutek dalszego pogłębiania się kryzysu i stale postępującego spadku dochodów przedsiębiorstw wydawniczych, zniżka 20%, od wyjątkowo wygórowanych stawek w r. 1925 okazała się niewystarczająca, co zmusiło władze Związku Wydawców do ponownego wypowiedzenia umowy zbiorowej z dniem 15 lipca 1932 r.

Rokowania ze Związkiem Zawodowym Drukarzy, wobec uchylenia się jego przedstawicieli od rozmów na temat umowy ogólnopolskiej oraz znaczniejszej zniżki płac, nie doprowadziły do porozumienia, tak, iż z dniem 18 sierpnia 1932 r. między członkami tego Związku a członkami Związku Wydawców zaistniał stan bezumowny.

Pertraktacje, podjęte przez Związek Wydawców ze Związkiem Zawodowym Pracowników Drukarskich (były Związek Centralny), doprowadziły do przedłużenia umowy poprzednio obowiązującej z nieznacznymi zmianami, powodującymi paroprocentową zniżkę wynagrodzenia. M. in. skasowane zostały dodatki do wynagrodzenia za pracę w godzinach od 17 do 21 oraz t. zw. „dodatek gazetowy dla składaczy ręcznych i maszynowych, zatrudnionych przy dziennikach”, wynoszący 10% od minimum. Związek Pracowników Drukarskich zgodził się ponadto podjąć pertraktacje w sprawie zawarcia umowy ogólnopolskiej. Umowa z dnia 25 stycznia 1932 r. parokrotnie przedłużana, wygasła ostatecznie w dniu 15.III. 1933 r.

Na jesieni 1933 r. władze Związku Wydawców na podstawie poczynionych obserwacji co do warunków płacy i



pracy w drukarniach gazetowych Warszawy, powzięły przekonanie o celowości zawarcia nowej umowy zbiorowej z pracownikami drukarskimi. Rokowania podjęte ze Związkiem Zawodowym Pracowników Drukarskich (Z. Z. Z.) doprowadziły do uzgodnienia szeregu punktów regulaminu pracy, m. in. sprawy zmniejszenia liczby godzin pracy, celem zatrudnienia bezrobotnych. Natomiast poważne rozbieżności zarysowały się pomiędzy pertraktującymi stronami przy rozpatrywaniu kwestii zasadniczego wynagrodzenia pracowników drukarskich.

Przedstawiciele Związku Pracowników Drukarskich wysunęli propozycje, zmierzające do znacznej podwyżki płac (dla zecerów ręcznych żądano minimalnej stawki 3 zł. na godzinę, dla maszynkowych — 4.20). Propozycje te były nie do przyjęcia dla Związku Wydawców, który dążył do zafiksowania wysokości płac na poziomie przeciętnych wynagrodzeń, płaconych wówczas w warszawskich drukarniach gazetowych, mimo że wynagrodzenia te były znacznie wyższe od wynagrodzeń w innych miastach kraju, a na poziomie mniej więcej równym z przeciętnymi wynagrodzeniami w stolicach państw zachodnio-europejskich. Próponowane przez Związek Wydawców minimalne stawki (zł 2.00 dla składacza ręcznego i zł 2.60 dla składacza maszynowego) były wyższe od płac, stosowanych w wielu drukarniach gazetowych w Warszawie, mimo to Związek Pracowników Drukarskich uznał normy te za niewystarczające.

Po przerwie w pertraktacjach, Związek Pracowników Drukarskich zakomunikował Związkowi Wydawców, iż dalsze pertraktacje w sprawie umowy zbiorowej prowadzić będzie, nie jak dotychczas, samodzielnie, lecz wspólnie ze Związkiem Zawodowym Drukarzy i Pokrewnych Zawodów w Polsce, za pośrednictwem Komisji cennikowej, wyłonionej przez obie organizacje. Komisja ta w początkach maja 1934 r. przesała Związkowi Wydawców projekt regulaminu pracy jednolity dla drukarni gazetowych i akcydensowych m. Warszawy.

#### PERTRAKTACJE W SPRAWIE UMOWY OGÓLNOPOLSKIEJ

W wyniku rozmów wstępnych, przeprowadzonych w końcu maja 1934 r. przez przedstawicieli Związku Wydawców z przedstawicielami Komisji Cennikowej ustalono, iż przedmiotem dalszych pertraktacji pomiędzy stronami będzie zagadnienie umowy zbiorowej ogólnopolskiej. Tendencja Związku Wydawców do unormowania wa-

runków pracy w drukarniach wydawniczych na płaszczyźnie ogólnokrajowej znalazła jasny wyraz w uchwale, jaka zapadła na Ogólnym Zebraniu członków Związku Wydawców w maju 1934 r. W uchwale tej Ogólne Zebranie zaleciło władzom Związku dążenie do zawarcia umów ogólnopolskich z pracownikami drukarskimi, z uwzględnieniem z jednej strony tych warunków finansowych, w jakich przemysł wydawniczy się znajduje, a z drugiej — odrębnych stosunków w poszczególnych ośrodkach przemysłu wydawniczego.

Wkrótce po tej uchwale podjęte zostały dalsze pertraktacje pomiędzy Związkiem Wydawców i Związkiem Organizacji Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce z jednej strony a Komisją Cennikową, reprezentującą Związek Zawodowy Drukarzy i Związek Pracowników Drukarskich — z drugiej. W przewidywaniu, iż pertraktacje w sprawie umowy ogólnopolskiej potrwać czas dłuższy (jako termin zawarcia umowy stawiano sobie 1 grudnia 1934 r.) zawarte zostało w dniu 2.VII.34 r. na terenie Warszawy porozumienie tymczasowe, które miało obowiązywać do chwili podpisania umowy zbiorowej. Porozumienie to oparte było na zasadach następujących: 1) celem zmniejszenia panującego bezrobocia stosować się będzie skrócony czas pracy jednego pracownika, a mianowicie: w drukarniach wydawniczych — bądź 5-cio dniowy tydzień pracy po 7 lub 8 godzin dziennie, bądź też zmniejszenie liczby godzin pracy w poszczególne dni tak, aby czas pracy tygodniowo wynosił 36 godzin. Zmniejszonej liczbie godzin pracy w tygodniu odpowiadać będzie proporcjonalnie zmniejszone wynagrodzenie; 2) w razie zmniejszenia pracy w drukarniach skraca się czas pracy przez wprowadzenie t. zw. podziału pracy; 3) minimum zecerckie ustalone zostało na 60 zł tygodniowo z tym, iż stosowane dotychczas płace wyższe zachowuje się na okres prowizorium na poziomie dotychczasowym.

W jesieni 1934 r. podjęte zostały dalsze pertraktacje nad umową ogólnopolską, w których udział wzięli, poza przedstawicielami Związku Wydawców, przedstawiciele następujących organizacji pracodawców: Związku Organizacji Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce, Stowarzyszenia Zakładów Graficznych w Warszawie, Korporacji Zakładów Graficznych i Wydawniczych: poznańskiej, śląskiej, krakowskiej, pomorskiej, lwowskiej i łódzkiej, oraz następujących organizacji pracowników: Związku Zawodowego Drukarzy i Pokrewnych Zawodów

w Polsce, tudzież oddziałów tego Związku we Lwowie, Krakowie, Poznaniu i na Śląsku, Związku Zawodowego Pracowników Drukarskich i Pokrewnych Zawodów w Polsce oraz Polskiego Związku Zawodowego Drukarzy i Pokrewnych Zawodów w R. P. z siedzibą w Poznaniu.

W wyniku konferencji wstępnych sformułowano zasadnicze zagadnienia, które miały być przedyskutowane przed przystąpieniem do rozpatrywania szczegółowych projektów umowy zbiorowej w przemyśle graficznym; za zagadnienia takie uznano sprawy następujące: 1) sprawę ścisłego stosowania postanowień ustawodawstwa robotniczego, 2) zagadnienie 48-o godzinnego tygodnia pracy, 3) sprawę zapłaty za godzinę pracy i 4) sprawę dopłat: dla składaczy maszynkowych, maszynistów rotacyjnych i in. W odniesieniu do punktu pierwszego przedstawiciele pracodawców zgłosili postulat przyjęcia ustawodawstwa pracy w całości, jako podstawy do umowy zbiorowej; to stanowisko spotkało się z zastrzeżeniami ze strony przedstawicieli pracowników zwłaszcza w dziedzinie liczby świąt. W sprawie określenia normalnego dnia pracy przedstawiciele pracodawców zgłosili propozycję przyjęcia za podstawę rozkładu pracy dziennej godzin od 6 do 22. Pracownicy żądali określenia dnia normalnego w godzinach od 7 do 19. Propozycje pracodawców odnośnie dodatków do minimów przewidywały dwie zasadnicze dopłaty, a mianowicie: dopłatę dla składaczy maszynkowych w wysokości 20% i dopłatę dla maszynistów rotacyjnych w wysokości 10%. Przedstawiciele organizacji pracowników uzasadniali konieczność utrzymania dodatków dla innych kategorii pracowników drukarskich (metrampaże, korektorzy it.p.) oraz dodatku specjalnego dla pracowników gazetowych tudzież określenia tych dodatków w wysokości maksymalnych dodatków, istniejących na terenie R. P. w niektórych tylko ośrodkach wydawniczych.

Pertraktacje w sprawie zawarcia umowy ogólnopolskiej nie doprowadziły jednak nawet do sprawy zawarcia zasad ogólnych.

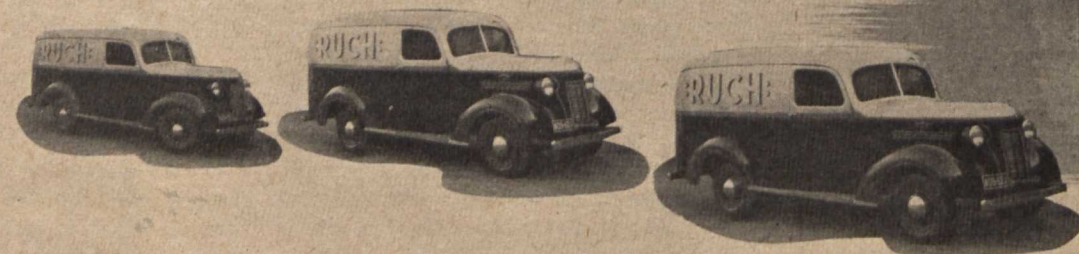
#### PERTRAKTACJE W SPRAWIE UMOWY WARSZAWSKIEJ 1935—1936

W Warszawie, w dniu 31 stycznia 1935 r. przestała obowiązywać w drukarniach gazetowych prowizoryczna umowa, podpisana w dniu 2 lipca 1934 r. Zapanował więc stan bezumowny. Dopiero z końcem października 1935 roku oba związki pracowników drukarskich, reprezentowane przez Komisję



W CAŁEJ POLSCE

RUCH:



ATELIER RUCH



Cennikową, zwróciły się do Związku Wydawców i Stowarzyszenia Zakładów Graficznych w Warszawie z propozycją nawiązania pertraktacji w sprawie zawarcia umowy zbiorowej, obejmującej drukarnie gazetowe dzielowe Warszawy; związki pracownicze przedłożyły sformułowany przez siebie projekt takiej umowy. Po rozważeniu sprawy przez Zarząd Główny Związku Wydawców oraz specjalne gremium wydawców warszawskich, postanowiono podjąć proponowane pertraktacje. Mimo atmosfery wzajemnej zgody i zaufania, w jakiej odbywały się pertraktacje listopadowe oraz rozmowy ze związkami pracowniczymi na początku roku 1936, — w końcu stycznia podjęta została ze strony związków pracowniczych silna akcja za strajkiem, tym mniej zrozumiała, że zarobki pracowników drukarni gazetowych m. Warszawy kształtowały się przeważnie na poziomie wysokim, a pracownicy tych drukarni w przeciwstawieniu do drukarni akcydensowych mieli zapewnioną stałą pracę i zarobki. Zebrani na wiecu w dniu 24 stycznia drukarze zagrozili strajkiem, jeżeli w ciągu tygodnia umowa zbiorowa nie zostanie zawarta.

#### STANOWISKO ZWIĄZKU WYDAWCÓW

Pragnąc wyczerpać wszystkie środki polubownego załatwienia sprawy, Komisja Drukarska Związku Wydawców po konferencjach z delegatami Komisji Cennikowej obu związków pracowniczych wystosowała do Zarządów związków pracowniczych list w sprawie stosunku wydawców warszawskich, zrzeszonych w Związku Wydawców, do sprawy unormowania warunków pracy w drukarniach gazetowych m. Warszawy. Na konferencjach tych oraz w wyżej wspomnianym liście przedstawiciele Związku Wydawców, pragnąc załatwić sprawę polubownie, określili stanowisko wydawców w sposób następujący: 1) zgoda na zawarcie przez Związek Wydawców ze związkami pracowników drukarskich specjalnej umowy zbiorowej, dotyczącej pracy przy gazetach w drukarniach m. Warszawy, 2) uznanie zasady, iż umowa zbiorowa winna zawierać w konstrukcji wynagrodzeń dodatki za pracę przy gazecie do tych płac, jakie pobierają pracownicy akcydensowi, 3) uzgodnienie ze związkami pracowniczymi liczby godzin pracy tygodniowej, stosowanej w drukarniach wydawniczych i obniżenie liczby tych godzin do 36-ciu, a to celem przyczynienia się do zmniejszenia bezrobocia panującego wśród pracowników drukarskich, 4) ustalenie wynagrodzeń pracowników drukarskich ga-

zetych na poziomie przeciętnych wynagrodzeń większości drukarni gazetowych m. Warszawy w myśl zasady, iż właściciele drukarni gazetowych nie dążą bynajmniej do wprowadzenia obniżek poziomu płac, stosowanych w większości drukarni gazetowych m. Warszawy, a mianowicie ustalenie następujących płac: 85 zł jako minimum za 40 godz. pracy pracownika gazetowego drukarskiego I kategorii z dodatkami następującymi, obliczonymi od powyższego minimum: dodatek dla zecerów maszynowych i maszynistów — 40%, dodatek za pracę w godzinach wieczornych od 9 do 12 — 20%, dodatek za pracę nocną, po godzinie 12 — 40%, Komisja do spraw drukarskich stwierdziła przy tym, iż Związek Wydawców nie będzie kwestionował wyższych zarobków, płaconych przez poszczególne drukarnie gazetowe m. Warszawy na podstawie umów indywidualnych.

Propozycje wysunięte przez Związek Wydawców nie tylko nie obniżały, w stosunku do żadnej kategorii pracowników przeciętnych zarobków, ale przeciwnie, zapewniały podwyżkę zarobków znacznej części zecerów ręcznych oraz ogromnej większości składaczy maszynkowych. Wynagrodzenie przeciętne zecerów maszynkowych kształtowałoby się przy tych normach średnio na poziomie około 148 zł tygodniowo, biorąc pod uwagę dodatki za pracę wieczorną i nocną oraz pracę w niedziele.

#### STRAJK DRUKARZY

##### I POROZUMIENIE Z LUTEGO 1936 R.

Mimo takiego postawienia sprawy przez Związek Wydawców, przedstawiciele związków pracowniczych na konferencji odbytej w dniu 5 lutego 1936 r. propozycje te odrzucili, proklamując jednocześnie strajk w warszawskich drukarniach gazetowych.

Stanąwszy wobec tego faktu, władze Związku zmuszone były przystąpić do energicznej i rozległej akcji, mającej na celu zapewnienie ukazywania się gazet. Akcja ta dała wynik pozytywny. Wszystkie dzienniki zrzeszone w Związku ukazywały się w czasie trwania strajku bez przerwy; przeważająca większość tych dzienników wychodziła w rozmiarach normalnych, a tylko niektóre w rozmiarach zmniejszonych i to jedynie w ciągu pierwszych paru dni strajku.

Mimo to Związek Wydawców, stojąc na stanowisku porozumienia ze związkami pracowników drukarskich i nie chcąc wykorzystywać powyższej sy-

tuacji, nie wykluczał, w żadnym momencie trwania zatargu, możliwości zawarcia umowy ze związkami pracowniczymi. Porozumienie takie osiągnięte zostało definitywnie w dniu 11 lutego 1936 r., kiedy to związki pracownicze zdecydowały się zaakceptować — po sześciu dniach nieudanej próby unieruchomienia drukarni gazetowych — wyżej podane propozycje Komisji do spraw drukarskich Związku Wydawców, — propozycje odrzucone przez przedstawicieli związków pracowniczych w dniu 5 lutego 1936 r.

Osiągnięcie tych rezultatów możliwe było m. in. dzięki niestrudzonej pracy Komisji Drukarskiej Związku Wydawców, prowadzonej przez wiceprezesa A. Lewandowskiego i M. Niklewicza, która w ciągu kilku dni działała w permanencji oraz dzięki sprawnej solidarnej współpracy drukarni wydawnictw zrzeszonych w Związku Wydawców, działających w myśl dyrektyw i planów, ustalonych przez Komisję Drukarską. Zawarte porozumienie doprowadziło do zupełnego zlikwidowania zatargów na terenie drukarni i uspokojenia atmosfery. W wyłaniających się jeszcze niekiedy wypadkach zadrażnień, będących rezultatem zatargu strajkowego, władze Związku Wydawców skutecznie działały w kierunku uspokojenia i likwidowania tych zadrażnień na drodze odpowiednich porozumień ze związkami pracowniczymi.

Na wiosnę r. 1936, w związku z układem z 11 lutego wszczęte zostały pertraktacje w sprawie ustalenia szczegółowego regulaminu pracy w drukarniach gazetowych Warszawy, w myśl zasad, w układzie zawartych. Sprawie tej poświęcono szereg konferencji, prace te jednak nie dały pozytywnego rezultatu.

W r. 1938 na wiosnę — organizacje pracowników drukarskich, działające na terenie Warszawy wystąpiły do Związku Wydawców z propozycją podjęcia rozmów w sprawie zawarcia układu zbiorowego pracy dla drukarni gazetowych, który mógłby uzyskać — w myśl nowej ustawy o układach zbiorowych pracy z 1936 r. — moc powszechnie obowiązującą na tym terenie. W związku z tym biuro Związku przeprowadziło szczegółowe badania nad zagadnieniem warunków pracy w drukarniach gazetowych zarówno na terenie Warszawy jak i w prowincjonalnych ośrodkach wydawniczych. Władze Związku postanowiły, w odpowiedzi na inicjatywę związków pracowniczych zgodzić się na podjęcie takich pertraktacji.



**O**CENIAJĄC doniosłość interesów prasy, związanych z jej obsługą przez pocztę, władze Związku Wydawców natychmiast po utworzeniu organizacji zajęły się całokształtem tych stosunków. Podjęte zostały wszechstronne badania nad obsługą prasy przez pocztę w Polsce i za granicą, badania, których wyniki, wciążyć uzupełniane i aktualizowane, do dziś dnia stanowią podstawę prac Związku w tej dziedzinie. Prace te, podjęte w r. 1929 i kontynuowane bez przerwy w ciągu lat niemal dziesięciu objęły wszystkie bez wyjątku formy obsługi prasy przez pocztę. Celem tych prac było stworzenie w dziedzinie obsługi poczty warunków jak najbardziej sprzyjających rozwojowi prasy. Z jednej więc strony Związek dążył do potanienia usprawnienia i pełnego dostosowania do potrzeb prasy istniejących już form usług pocztowych, z drugiej — zainicjował i przeprowadził realizację szeregu nowych niezwykle pożytecznych dla prasy form tej obsługi. Akcja Związku w dziedzinie pocztowej, podobnie zresztą jak i w innych dziedzinach, nie miała jednak charakteru jednostronnego dążenia do uzyskiwania korzyści dla prasy kosztem przedsiębiorstwa pocztowego. Doceniając wielką państwową i społeczną rolę poczty i niezwykle ciężkie warunki w jakich pełnić musi w Polsce swe zadania, Związek zawsze dążył do takich rozwiązań, któreby były korzystne dla stron obu. Ostatnie dziesięciolecie w rozwoju poczty polskiej zaznaczyło się silnym dążeniem do komercjalizacji przedsiębiorstwa pocztowego, do oparcia jego działalności na zasadach ściśle handlowych. To nastawienie władz pocztowych stworzyło podatny grunt do wystąpień Związku Wydawców, opartych na zasadzie uzgadniania interesów prasy i poczty.

## SŁUŻBA GAZETOWA

Ten termin, zapożyczony z nomenklatury przepisów pocztowych, obejmuje następujące usługi poczty na rzecz wydawnictw: przewóz i doręczanie egzemplarzy, prenumerata za pośrednictwem urzędów pocztowych oraz reklamacje, związane z tymi czynnościami. Jest to, jak widać, najważniejsza i najistotniejsza część obsługi prasy przez pocztę. Była też przedmiotem prac Związku wyjątkowo intensywnych. Całokształt zagadnień, wynikających z pocztowej służby gazetowej można podzielić na szereg grup: a) kwestie tar-

ryfowe, b) kwestie manipulacyjne, c) usługi poczty w dziedzinie propagandy wydawniczej i d) sprawa prenumeryaty pism za pośrednictwem poczty.

## TARYFA GAZETOWA

Po raz pierwszy sprawą opłat za przesyłanie pism Związek zajął się w roku 1929 w okresie bezpośrednio poprzedzającym zasadnicze podwyższenie wszystkich nieomal pozycji taryfy pocztowej. Dzięki staraniom Związku podwyżka w pozycjach, dotyczących prasy, była stosunkowo nieznaczna w porównaniu ze zwiększeniem opłat w innych pozycjach taryfy. Tym niemniej prasa dotkliwie odczuła zwiększenie prasowych opłat pocztowych tym bardziej, że opłaty te już przed podwyżką w 1930 r. były bardzo wysokie. Postulat uzyskania w tej dziedzinie znaczniejszych obniżek stawał się w latach 1931 i 1932 i następnych coraz to bardziej uzasadniony wobec pogłębiającego się kryzysu w przemyśle wydawniczym. Gdy władze Związku, pragnąc zapobiec skutkom kryzysu, podjęły w latach 1931 i 1932 szeroką akcję obniżenia kosztów produkcji i kosztów administracyjnych w przedsiębiorstwach wydawniczych, akcja ta objęła między innymi i sprawę dostosowania kosztu przesyłania pism pocztą do zmienionych warunków gospodarczych prasy.

Historia dziesięciolecia starań Związku Wydawców o obniżenie taryfy gazetowej stanowić mogłaby przedmiot oddzielnego obszernego artykułu. Nie było roku, aby władze Związku nie występowały w tej sprawie do Ministerstwa Pocht i Telegrafów: wielokrotne delegacje przedstawiały ją p. Ministrowi Pocht, złożono kilkanaście memoriałów, odbyto niezliczoną ilość konferencji. Sprawa taryfy była również przedmiotem wystąpień do Szefa rządu oraz do Ministrów resortów gospodarczych. Dla zebrania źródłowych materiałów biuro Związku przeprowadziło szereg ankiet wśród wydawnictw polskich i kilka ankiet międzynarodowych, zgrupowało i przestudiowało materiały, dotyczące opłat pocztowych w całej niemal Europie i wielu krajach pozaeuropejskich.

Uzasadniając postulat obniżenia i zwiększenia dyferencjacji taryfy gazetowej władze Związku z jednej strony wskazywały na stale pogarszającą się w okresie kryzysu sytuację gospodarczą prasy, z drugiej — dowodziły na podstawie posiadanych materiałów, że opłaty pobierane przez pocztę polską są znacznie wyższe od opłat za przesyłanie

pism w większości innych krajów. Nadto podkreślały, że państwowe zarządy pocztowe państw o znacznie niższej taryfie gazetowej niż polska, kształtując te opłaty na tak niskim poziomie, nie działają bynajmniej wyłącznie w interesie i na korzyść prasy. Literatura i czasopiśmiennictwo fachowe zagranicy wskazują wyraźnie na to, iż Poczta tych państw, stosując niskie taryfy dla prasy, kieruje się dwoma zasadniczymi względami: zarówno chęcią ułatwienia pracy kulturalno-społecznej i państwowej, jaką we wszystkich krajach spełnia prasa, jak i dobrze zrozumianym własnym interesem. Rozwój prasy to zarazem rozwój tych elementów i czynników życia społecznego i gospodarczego, na których opiera się rozrost i pomysłność interesów poczty. Tylko w kraju oświeconym, w kraju o odpowiednio wysokim poziomie czytelnictwa, istnieją warunki, w których ludność chętnie i w szerokim zakresie posługuje się pocztą. Poza powyższym, zasadniczym wpływem na korzystny dla poczty rozwój stosunków społecznych — rozpowszechnienie czytelnictwa wywołuje bezpośrednio zwiększenie obrotów pocztowych, powodując masową korespondencję, związaną ze stosunkami, jakie łączą czytelnika i prenumeratora z wydawnictwem, oraz korespondencję, którą powoduje treść redakcyjna i działu ogłoszeń.

Wyniki prac Związku w tej dziedzinie nie odpowiadają ogromowi włożonej energii i starań. Jedynym pozytywnym osiągnięciem jest zmiana taryfy gazetowej wprowadzona z początkiem 1936 r.: przyniosła ona częściową realizację dążeń Związku jeśli chodzi o zwiększenie dyferencjacji taryfy, natomiast niżki opłat wprowadziła jedynie minimalne; ilustruje to podana dalej tablica, zawierająca również zestawienie opłat obecnie obowiązujących z postulatami Związku Wydawców, przedstawionymi Ministerstwu Pocht i Telegrafów w październiku 1938 r.

Przyczyną, która działała na rzecz utrzymania wysokich opłat za przesyłanie pism pocztą, udaremniając wysiłki władz Związku, były względy budżetowe przedsiębiorstwa Polska Poczta, Telegraf i Telefon. Przedsiębiorstwo to, rozbudowując energicznie swój aparat i rozszerzając działalność, realizując poważne inwestycje, dokonywało co roku znacznych i stale wzrastających wpłat do skarbu państwa. Konieczność tych świadczeń na rzecz skarbu przy jednoczesnych ogromnych potrzebach poczty przesądzały o stale negatywnym



Oplaty za przewóz czasopism pocztą i postulaty Związku Wydawców

Waga egzemplarza	Taryfa obowiązująca			Postulaty Zw. Wyd. złożone M. P. i T. w paź- dzierniku 1938 r.
	od 1.12.27	od 1.1.1930	od 1.1.1935	
do 20 gramów ponad:				0,8 grosza
20 — 25 gramów	0,9 grosza	1,0 grosza	1,0 grosza	0,9 "
25 — 30 "				
30 — 40 "	1,0 "	1,1 "	1,1 "	1,0 "
40 — 50 "				
50 — 55 "			1,6 "	1,1 "
55 — 65 "		2,2 "		1,5 "
65 — 75 "	2,0 "		2,2 "	1,7 "
75 — 80 "		2,5 "	2,5 "	2,0 "
80 — 100 "				
100 — 110 "		3,0 "	3,0 "	—
110 — 150 "	2,25 "			—
150 — 250 "		3,5 "	3,5 "	—
250 — 500 "	4,5 "	6,7 "	6,7 "	—
500 — 1000 "	6,0 "	9,0 "	9,0 "	—
1000 — 2000 "	9,0 "	12,0 "	—	—

stosunku do postulatu obniżenia taryfy gazetowej.

Mimo tego stanowiska władz pocztowych Związek Wydawców sprawy taryfy gazetowej nie uważa za przesądzoną. Dostosowanie wysokości opłat do warunków gospodarczych prasy polskiej jest równoznaczne ze stworzeniem warunków, umożliwiających wydawnictwom szeroką ekspansję w teren. Jest to zagadnienie tak ważne dla rozwoju prasy polskiej, że władze Związku nie uważają za możliwe poniechanie usiłowań, zmierzających do realizacji postulatu zasadniczego obniżenia pocztowej taryfy gazetowej.

**KWESTIE MANIPULACYJNE**

Do tej grupy zagadnień należy długi szereg spraw, związanych z systemem służby gazetowej. Aczkolwiek pozornie dotyczą one tylko mało ważnych technicznych szczegółów obsługi wydawnictw przez organizację pocztową w istocie posiadają dla prasy znaczenie pierwszorzędne. Od właściwego ich rozwiązania zależy szybkie i sprawne dostarczenie pisma prenumeratorem. Konstrukcja tych przepisów decyduje w znacznym stopniu o zakresie prac jakie przy ekspedycji dokonać musi wydawnictwo. Wiele z przepisów manipulacyjnych posiada wielki wpływ na wysokość opłat jakie ponosi wydawnictwo na rzecz poczty.

System służby gazetowej, istniejący w chwili rozpoczęcia prac przez Związek Wydawców, był dla wydawnictw wysoce niedogodny. Jego konstrukcja była sztuczna i skomplikowana, nakładał na administrację obowiązek wykonywania szeregu uciążliwych a obiektywnie zbędnych czynności. To też już w r. 1929 Związek podjął prace nad jego zmianą. Przeprowadzono obszernie studia nad stosunkami zagranicą, zebra-

no postulaty wydawnictw zrzeszonych. Na podstawie tego materiału opracowane zostały przez władze Związku wytyczne reformy systemu służby gazetowej w Polsce. Nie będziemy omawiać bliżej projektu Związku i analizować zmian jakie pragnął wprowadzić do istniejącego wówczas stanu rzeczy. Te techniczne szczegóły wykraczają poza ramy sprawozdania, nadto były już wielokrotnie oświetlane na łamach „Prasy” i w dorocznych sprawozdaniach Związku. Podkreślić jedynie należy, iż projekt Związku oparty był na wzorach zachodnio-europejskich, wprowadzał daleko idące uproszczenia manipulacji zarówno dla administracji, jak i dla organów pocztowych, gwarantując zarazem poczcie całkowitą możliwość kontroli.

Projekt Związku Wydawców przedstawiony został władzom pocztowym, które podjęły w r. 1934 prace nad reformą systemu służby gazetowej. Prace te prowadzone były w ciągu 2 lat przy ścisłym współdziałaniu władz i biura Związku. Ich wynikiem są obecnie obowiązujące przepisy o służbie gazetowej, wprowadzone w życie z początkiem 1936 r. Postulaty Związku Wydawców uwzględnione zostały w stopniu bardzo znacznym, toteż nowe przepisy bardziej odpowiadają potrzebom prasy od systemu poprzednio obowiązującego. Mimo to nie stanowią konstrukcji, całkowicie zadawalającej prasę. Niektóre dezyderaty Związku nie zostały zrealizowane; dotyczy to między innymi propozycji określenia liczby nadanych egzemplarzy przy pomocy ważenia paczek. Nadto doświadczenia wydawnictw po wprowadzeniu nowych przepisów wskazały na szereg innych usterek i braków. Z tego względu władze Związku w 1937 r. przeprowadziły wśród członków ankietę w tej

sprawie i postulaty, sformułowane na podstawie wyników ankiety, przedstawiły władzom pocztowym w obszernym kilkunastostronicowym memoriale\*). Sprawa uzupełnień i zmian w systemie służby gazetowej była wielokrotnie poruszana przez Związek w Ministerstwie Poczty i Telegrafów w r. 1938; w końcu tego roku była omawiana na audyencji u Ministra Kalińskiego. W wyniku tej audyencji realizacja znacznej części tych postulatów Związku weszła na realniejsze tory. Rozmowy z przedstawicielami właściwego wydziału Ministerstwa Poczty i Telegrafów rozpoczęte zostały w lutym r. b.

System służby gazetowej, który wszedł w życie w 1936 r., wprowadził jako stałe pewne ulgi i udogodnienia, które Związek uzyskał jeszcze w latach poprzednich. Do tych potwierdzonych w nowych przepisach, zdobywszy Związek w okresie 1929—1936 należą:

- 1) zezwolenie na przesyłanie za opłatą ryczałtową egzemplarzy z ubiegłych okresów prenumeraty,
- 2) rozszerzenie obsługi pocztowej czasopism wychodzących raz na tydzień i rzadziej na tereny urzędów nadawczych w wielkich miastach,
- 3) zezwolenie na przesyłanie za opłatą ryczałtową egzemplarzy okazowych i prospektów propagandowych.

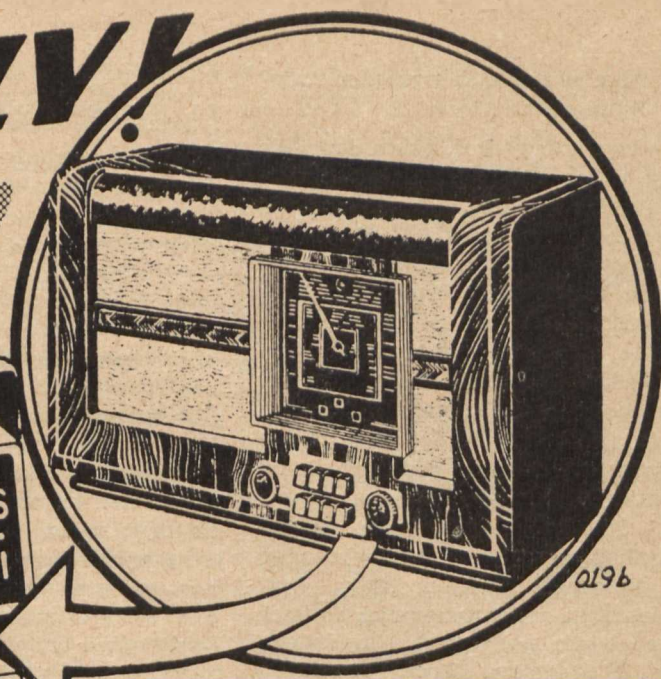
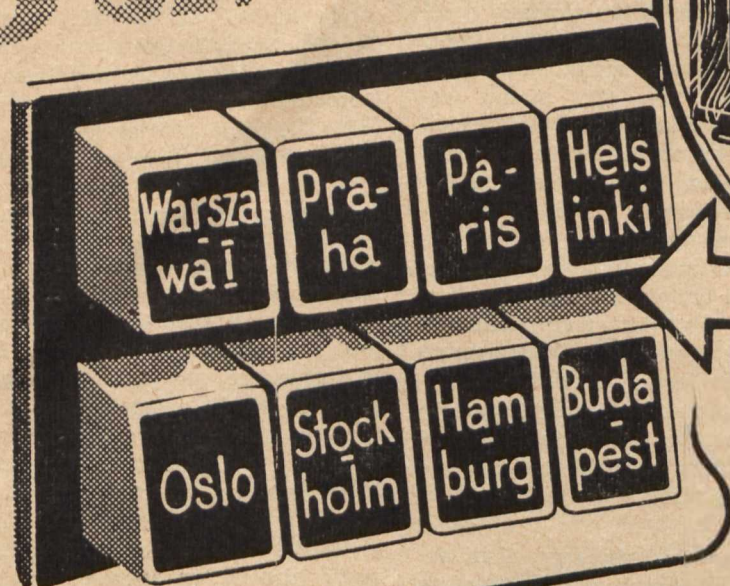
Uzyskane przez Związek w r. 1929 rozszerzenie obsługi pocztowej dzienników na peryferie wielkich miast nie znalazło wprawdzie potwierdzenia w nowych przepisach, prolongowane jednak zostało bezterminowe w drodze oddzielnego zarządzenia.

Wiele wysiłków w okresie 1929 — 1936 poświęciły władze Związku sprawie dodatków do pism (władek). Przedmiotem wystąpień była zarówno konstrukcja przepisów o dodatkach, niewygodna i niejasna, jak i kwestia opłat za dołączanie wkładek. Podniesienie tej drugiej kwestii wywołane zostało wprowadzeniem przez pocztę ulg dla druków nadawanych w większej ilości oraz specjalnej niskiej taryfy na rozsyłkę druków bezadresowych. Dwukrotne wystąpienie Związku uwieńczono zostały pomyślnym wynikiem w postaci obniżenia opłat za wkładki do poziomu, umożliwiającego kalkulację tej formy reklamy. System służby gazetowej z 1936 r. oparł konstrukcję przepisów o dodatkach do pism na zupełnie nowych podstawach, niewątpliwie bliższych postulatom Związku aczkolwiek nie realizujących ich całkowicie. Wysokość opłat utrzymana została na poziomie, ustalonym

\*) Szczegółowe omówienie tych postulatów patrz „Prasa” Nr. 11/37.



# 8 KLAWISZY! 8 STACJI!



Klawiaturowy system strojenia Supera 7-39 jest doprowadzony do niespotykanej dotychczas precyzji. Klawisze dają się z łatwością nastawiać na 8 dowolnie wybranych najczęściej słuchanych stacji. Specjalnie czuły zakres krótkofalowy pozwala na idealny odbiór nawet najbardziej odległych stacji z wszystkich pięciu części świata.

 **PHILIPS** *Super* **7-39**



w wyniku poprzednich wystąpień Związku Wydawców.

Sprawą, która choć niezmiernie dla prasy ważna i wielokrotnie przez władze Związku podnoszona, nie znalazła dotychczas rozwiązania całkowitego, jest roznoszenie pism w święta, a także sprawa roznoszenia pism na terenach wiejskich. Poczta pism w święta do domu nie dostarcza — w rezultacie prenumeratorem otrzymuje gazetę dopiero dnia następnego; na terenach wiejskich gazety do abonentów docierają za pośrednictwem organów gminnych, które działają w tej mierze bardzo niesprawnie. Obie te bolączki, będące wielką przeszkodą w rozwoju czytelnictwa pism na olbrzymich połaciach kraju, były wielokrotnie podnoszone przez Związek wobec władz pocztowych. Przedstawiciele Ministerstwa Poczty zasadniczo przychylnie traktowali te postulaty, stwierdzając jednocześnie, iż realizacja ich ze względów technicznych możliwa jest jedynie w ramach planu rozbudowania i usprawnienia pocztowej służby doręczycielskiej i odbywać się będzie stopniowo w miarę realizowania tego planu. Podkreślić należy, iż ostatnie lata przyniosły znaczną poprawę w dziedzinie doręczania pism w okręgach wiejskich, a to w wyniku stałego i konsekwentnego rozbudowywania przez pocztę sieci listonoszów wiejskich. Sieć ta w chwili obecnej obejmuje wszystkie województwa prócz nowogrodzkiego; w woj. wileńskim listonoszów wiejskich posiada tylko powiat wileńskotrocki, w woj. poleskim tylko powiat brzeski. W woj. wołyńskim nie istnieją listonosze wiejscy w powiatach: kowelskim i sarneckim. Wszystkie inne województwa objęte są w całości siecią listonoszów wiejskich.

#### ULGI DLA CELÓW PROPAGANDY WYDAWNICZEJ

Jednym z najpoważniejszych wyników prac Związku Wydawców w dziedzinie pocztowej jest uzyskanie w 1932 roku zezwolenia Ministerstwa Poczty i Telegrafów na przesyłanie egzemplarzy okazowych pism i prospektów wydawnictw za opłatą stosowaną do egzemplarzy prenumerowanych (taryfa gazetowa). Dzięki temu wydawnictwa uzyskały możliwość prowadzenia szerokiej propagandy na rzecz prenumeraty.

Pragnąc jeszcze bardziej ułatwić wydawnictwom zdobywanie nowych prenumeratów Związek Wydawców od 1934 r. niemal co roku uzyskuje od Ministerstwa Poczty i Telegrafów na dwa okresy po kilka tygodni 50%-ową zniżkę od taryfy na egzemplarze okazowe i prospekty.

#### PRENUMERATA PISM ZA POŚREDNICTWEM POCZTY

Ta forma obsługi prasy przez pocztę stosowana jest szeroko na zachodzie Europy szczególnie w Niemczech. W Polsce w dzielnicach wschodnich i środkowych jest niemal nieznaną, natomiast bardzo jest rozpowszechniona w Poznańskim i na Pomorzu. Odsetek pism zaprenumerowanych w urzędach pocztowych w stosunku do ogólnej liczby pism przewiezionych przez pocztę w r. 1937 wynosi 13% dla terenu całej Polski; w Poznańskim i na Pomorzu odsetek ten wynosił 65%. Ta ostatnia cyfra wskazuje, że usługi urzędów pocztowych, pośredniczących w przyjmowaniu prenumeraty odgrywają dużą rolę w życiu prasy tej właśnie części Polski, gdzie czytelnictwo najlepiej jest rozwinięte. Ten stan rzeczy nie jest dziełem lat ostatnich; prenumerata pocztowa jest instytucją w Polsce Zachodniej znaną od dziesiątków lat, popularną wśród najszerszych mas czytelników, którzy od dzieciństwa przyzwyczaili się pismo zamawiać co miesiąc na poczcie.

W toku prac nad usprawnieniem administracji pocztowej, podjętych przez Ministerstwo Poczty i Telegrafów w r. 1934, komisja, zajmująca się służbą gazetową, na zasadzie przeprowadzonych badań stwierdziła, iż pośrednictwo w prenumeracie jest czynnością deficytową dla przedsiębiorstwa pocztowego. To stanowisko znalazło dobitny wyraz w pierwotnych redakcjach nowych przepisów o służbie gazetowej, które wychodziły z założenia całkowitej likwidacji prenumeraty pocztowej. Władze Związku, mając na uwadze szerokie rozpowszechnienie tego systemu w Polsce Zachodniej, podjęły wówczas (1935 r.) energiczne starania o zachowanie prenumeraty pocztowej. Wynikiem akcji Związku jest obecne brzmienie przepisów o prenumeracie pocztowej, które znacznie ograniczając świadczenia poczty w tej dziedzinie, samą instytucję prenumeraty pocztowej pozostawiły nienaruszoną. Niekorzystnym dla prasy zmianom uległa wysokość opłat, pobieranych za przyjęcie zlecenia prenumeracyjnego: kilkakrotne wystąpienia Związku w tej sprawie nie przyniosły dotychczas pożądanego rezultatu.

W związku z wyżej omówioną zmianą przepisów o prenumeracie pocztowej Ministerstwo Poczty i Telegrafów nałożyło na wydawnictwa obowiązek wydawania wspólnego Cennika Dzienników i Czasopism, zgłoszonych do prenumeraty pocztowej, który przedtem ukazywał się nakładem Poczty. Obowiązek wydania Cennika podjął w zastępstwie swych członków Związek Wydawców. Od 1936 r. do chwili obec-

nej nakładem Związku ukazały się 2 kolejne wydania Cennika; pierwsze z 1936 r. liczy 120 stron i zawiera 400 tytułów pism zarówno członków Związku jak i wydawnictw niezrzeszonych, drugie wydanie z 1937 r. liczy 96 stron i zawiera 313 tytułów. Cennik w nakładzie około 8.000 egzemplarzy dostarczony został władzom pocztowym celem rozestania do urzędów pocztowych w całym kraju. Celem aktualizowania Cennika biuro Związku od marca 1938 r. wydaje co miesiąc uzupełnienia do Cennika; ukazują się one również w nakładzie około 8.000 egzemplarzy i dostarczane są urzędowi pocztowym.

#### PRZEKAZY ROZRACHUNKOWE

Sprawa obniżenia nadmiernych kosztów przekazywania prenumeraty pod adresem wydawnictw była przedmiotem prac i zabiegów Związku już od 1930 r. W memoriale, złożonym wówczas dyrekcji P. K. O., władze Związku podkreśliły, iż opłaty manipulacyjne, pomimo ich pozornie nieznaczonej wysokości, stanowią znaczne obciążenie wydawnictw, gdyż z tytułu prenumeraty na konto wydawnictwa wpłacane są z reguły drobne, parozłotowe kwoty zaś ilość wpłat jest bardzo znaczna. W tych warunkach obciążenie opłatami manipulacyjnymi osiąga procentowo poziom bardzo wysoki. Władze Związku wskazały przy tym, iż nadmierne w tej dziedzinie obciążenie prasy lub prenumeratorem — co pośrednio godzi także w interesy prasy — jest tym więcej nieuzasadnione, że prasa, korzystając z obrotu P. K. O., stale o nim pisząc i rozsyłając olbrzymie ilości czeków P. K. O., niewątpliwie przyczyniła się w bardzo poważnym stopniu do spopularyzowania tej instytucji w społeczeństwie. To wystąpienie władz Związku nie dało rezultatów. Ponadto zaś na jesieni 1934 r. prasa zaskoczona została zmianą taryfy opłat P. K. O., poważnie podnoszącą m. in. opłaty za przesyłanie prenumeraty i przesuującą ich ciężar na abonentów. Memoriał, jaki natychmiast władze Związku złożyły w tej sprawie dyrekcji P. K. O., ponownie nie dał rezultatu.

W związku z powyższym, władze Związku na jesieni 1934 r. przedłożyły Ministerstwu Poczty propozycję wprowadzenia specjalnego typu przekazów dla przesyłania należności pod adresem wydawnictw. W wyniku szeregu konferencji z przedstawicielami władz pocztowych we wrześniu 1934 r. ukazało się rozporządzenie Ministra Poczty i Telegrafów, wprowadzające do obrotu pocztowego wyżej wspomniany typ przekazów pod nazwą pocztowych przekazów rozrachunkowych.

System przekazów rozrachunkowych



okazał się bardzo dogodny i celowy czego dowodzi fakt, iż w krótkim czasie po wprowadzeniu poczęła go stosować duża liczba wydawnictw.

Pragnąc jak najbardziej dostosować system przekazów rozrachunkowych do potrzeb prasy władze Związku w r. 1935, po zebraniu w drodze ankiety postulatów wydawnictw, wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów o wprowadzenie szeregu zmian i ulepszeń w tym systemie. Przepisy, realizujące w znacznym stopniu postulaty prasy, ukazały się w grudniu 1938 r.; w tym samym miesiącu władze pocztowe na skutek starań Związku Wydawców zezwoliły wydawnictwom na bezpłatne drukowanie własnym nakładem blankietów przekazów rozrachunkowych bądź w tekście pism lub prospektów bądź w formie luźnej.

System przekazów rozrachunkowych w ciągu przeszło 4 lat istnienia zdał próbę życia. Nie zastąpił całkowicie obrotu P. K. O., który szereg wydawnictw nadal stosuje, stworzył jednak dla prasy możliwość korzystania z dwóch różnych dróg wpływu prenumeraty.

#### KORESPONDENCJA

##### Z PRENUMERATORAMI

Koszt korespondencji z prenumeratorami stanowi poważne obciążenie każdej administracji. W pierwszych latach istnienia Związku koszt ten był tym znaczniejszy, że według wówczas obowiązujących przepisów korespondencję administracji w sprawach prenumeraty należało opłacać według taryfy listowej. Na skutek wystąpienia władz Związku w r. 1932 Ministerstwo Poczty i Telegrafów zezwoliło na opłacanie korespondencji w sprawie prenumeraty według stawek przewidzianych dla druków, kilkakrotnie niższych od stawek taryfy listowej. Władze Związku w porozumieniu z Poczta ustaliły szereg schematów listów w sprawie prenumeraty, korzystających z ulgowej taryfy.

##### PRZEWOZ PISM AUTOBUSAMI

Z uwagi na słabo rozgałęzioną sieć kolejową zagadnienie wykorzystania autobusów dla przewozu pism posiada dla prasy polskiej poważne znaczenie.

W okresie gdy Związek podejmował swe prace wydawnictwa nie mogły korzystać z usług autobusów a to ze względu na ustawowy monopol poczty na przewożenie pism. Władzom Związku w wyniku długotrwałych zebiegów w Ministerstwie Poczty i Telegrafów udało się uzyskać w r. 1933 zmianę ustawy o poczcie, idącą w kierunku umożliwienia przewozu pism autobusami pod warunkiem uiszczania specjalnych opłat na rzecz poczty. Rozporządzenie

Ministerstwa Poczty i Telegrafów wprowadzające definitywnie ten nowy sposób przewozu pism ukazało się dopiero w r. 1935; przyczyną tak znacznego opóźnienia w załatwieniu tej ważnej dla prasy sprawy był powzięty przez władze pocztowe niebezpieczny dla prasy zamiar załatwienia tej kwestii łącznie ze sprawą obciążenia paczek gazetowych, przesyłanych przy pomocy bagażu kolejowego, specjalnymi opłatami na rzecz poczty — sprawę tę obszernie omawiamy w dalszej części sprawozdania.

Po wydaniu wspomnianego wyżej rozporządzenia Ministerstwa Poczty i Telegrafów o przewozie pism autobusami prasa i instytucje kolportażowe szeroko wykorzystywały ten nowy a dogodny sposób przewożenia pism. Nie spodziewanie w lipcu 1936 r. władze pocztowe bez porozumienia z organizacją wydawców zmieniły przepisy o przewozie pism autobusami, wprowadzając postanowienia, poważnie ograniczające możliwość korzystania z autobusów przez prasę; istota tych zmian polega na wprowadzeniu zasady, iż przesyłanie pism autobusami dopuszczalne jest tylko w tych wypadkach, gdy autobus nie przewozi w tych samych godzinach i w tym samym kierunku ładunku pocztowego.

Władze Związku wystąpiły natychmiast do Ministerstwa Poczty i Telegrafów o uchylenie tej zmiany, podkreślając, iż wprowadzone ograniczenie prowadzi w praktyce do całkowitego uniemożliwienia wykorzystywania dla przewozu pism autobusów przewożących pocztę; przepisy pocztowe zabraniają korzystania w tych wypadkach bezpośrednio z usług przedsiębiorstwa przewozowego, a wysokość stawek taryfy pocztowej uniemożliwia przesyłanie gazet tym autobusem jako paczki pocztowej. Władze Związku podkreśliły nadto, iż ograniczenie to w żadnym wypadku nie przysparza dochodu Poczcie, gdyż we wszystkich wypadkach jego zastosowania instytucja kolportażowa względnie wydawnictwo zmuszone jest bądź przesuwać ekspedycję na najbliższy autobus, nie przewożący poczty, bądź, gdy rozkład autobusów uniemożliwi dostarczenie pism w czasie możliwym z punktu widzenia kolportażu, — zrezygnować całkowicie z kolportażu w danej miejscowości. W konsekwencji poczta nie tylko nie zyskuje, lecz pozbawiona jest części dochodu z opłat pobieranych od paczek z pismami, przewożonymi autobusami.

Wyżej omówiony postulat władz Związku był w ciągu 1937 i 1938 roku przedmiotem szeregu konferencji z władzami pocztowymi, które jednak, jak dotychczas, podtrzymują swe stanowisko.

#### SPRAWA DODATKOWYCH OPŁAT OD PRZEWOZU PISM KOLEJAMI

W związku z opracowaniem w r. 1933 rozporządzenia w sprawie przewozu pism autobusami, ustalającego specjalne opłaty na rzecz poczty, przeprowadzone zostały przez władze pocztowe badania w sprawie obciążenia analogicznymi opłatami na rzecz poczty paczek z pismami, przesyłanych kolejami. Projekt ten, zarówno jak i opłata na rzecz poczty przy przewozie pism autobusami, opierał się na postanowieniach ustawy o poczcie, która zastrzegła dla poczty monopol na przewożenie pism, zezwalając jej zarazem na czynienie od tego monopolu wyjątków.

Wobec wielkiego zaniepokojenia, jakie powyższe zamierzenia władz pocztowych wzbudziły wśród wydawców, władze Związku Wydawców podjęły energiczną akcję, mającą na celu wykazanie, iż zamierzenia te zagrażają bardzo poważnie zasadniczym interesom prasy. Na licznych konferencjach oraz w szeregu memoriałów przedstawiciele władz Związku podkreślali, iż opłaty na rzecz poczty od przewozu pism kolejają nigdy nie były pobierane, mimo, iż ustawowy monopol poczty na przewóz pism istniał od chwili odzyskania niepodległości. Wprowadzenie tych opłat byłoby podważeniem kalkulacji całego kolportażu zamiejscowego, oraz podważeniem systemu przewozu pisma na prowincję, stosowanego przez całą prasę. Dzięki taniej i sprawniej obsłudze kolei prasa polska szeroko rozbudowała sieć kolportażu prowincjonalnego, rozprowadzającą codziennie setki tysięcy egzemplarzy dzienników, dającą zatrudnienie kilku tysiącom sprzedawców. Wprowadzenie dodatkowych opłat na rzecz poczty od paczek kolejowych nie tylko zahamowałoby wszelką dalszą ekspansję kolportażową prasy, tak ważną z punktu widzenia rozwoju czytelnictwa, lecz niewątpliwie zmusiłoby i prasę i instytucje kolportażowe do daleko idących ograniczeń sieci kolportażowej. W konsekwencji zahamowałoby na szereg lat rozwój czytelnictwa i prasy w Polsce.

W wyniku akcji Związku, prowadzonej w r. 1934 i 1935 Ministerstwo Poczty i Telegrafów odstąpiło od projektu obciążenia prasy dodatkowymi opłatami na rzecz poczty od paczek z pismami przesyłanych kolejają.

##### PACZKI GAZETOWE

Podczas badań zagadnień kolportażowych, przeprowadzanych w r. 1935, władze Związku stwierdziły, iż dzienniki i czasopisma sprzedawane są głównie w miejscowościach, położonych obok linii kolejowych, a to dzięki możliwym do uwzględnienia ze względów kalkulacyjnych taryfom kolejowym na



przewóz dzienników i czasopism. Natomiast wysoki poziom opłat od paczek pocztowych uniemożliwia wydawnictwom korzystanie z obsługi poczty, wskutek czego miejscowości, położone poza liniami kolejowymi, nie posiadają rozwiniętego handlu pismami.

Władze Związku Wydawców ustaliły nadto, iż, w obecnym stanie rzeczy, nie tylko wysoki poziom opłat od paczek pocztowych, lecz także system nadawania paczek pocztowych, — mianowicie na długo przed odejściem pociągu, oraz system wydawania paczek adresatom (tylko z urzędów pocztowych) uniemożliwiają w szerokiej mierze korzystanie z obsługi poczty w tej dziedzinie. Dotyczy to zarówno hurtowej ekspedycji dzienników i czasopism, jak i ekspedycji poszczególnych wydawnictw.

Celem umożliwienia prasie posługiwania się paczkami pocztowymi w stosunkach z kolporterami, niezbędne jest utworzenie specjalnego typu paczki gazetowej, ustalenie opłat za przewóz paczek na poziomie zbliżonym do opłat kolejowych, nadto zaś uwzględnienie warunków pracy przedsiębiorstw wydawniczych i dzienników przy wydawaniu paczek. Jako zasadnicze postulaty w tej dziedzinie władze Związku wysunęły:

- 1) stworzenie specjalnego typu paczek gazetowych,
- 2) włączenie obrotu paczkami gazetowymi do wydziałów gazetowych,
- 3) jak największe zbliżenie godzin przyjmowania paczek gazetowych do godzin odejścia pociągu,
- 4) wprowadzenie zwyczaju, iż w wypadkach opóźnień dozwolone będzie nadawanie paczek gazetowych wprost do ambulansu,
- 5) wydawanie paczek gazetowych bezpośrednio z ambulansów.

Powyższe postulaty władz Związku były przedmiotem licznych konferencji z przedstawicielami Ministerstwa Poczty i Telegrafów, które nie doprowadziły do uzgodnienia stanowisk w przedmiocie wysokości opłat za przewóz pocztą paczek z pismami. Sprawa ta była przedmiotem audjencji u ministra Kalińskiego w końcu 1938 r., i jest obecnie przedmiotem dalszych studiów w Ministerstwie Poczty i Telegrafów.

#### PRZESYŁANIE ZWROTÓW

Powaznym utrudnieniem w rozwijaniu kolportażu prowincjonalnego był wysoki koszt przesyłania zwrotów do wydawnictw. Było to szczególnie dotkliwe obciążenie przy zakładaniu nowych punktów kolportażowych, które z natury rzeczy w okresie początkowym odrzucają wielką ilość zwrotów.

Pragnąc stworzyć warunki jak najbardziej sprzyjające ekspansji kolportażowej prasy władze Związku w r. 1933 wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów o wprowadzenie specjalnej taniej taryfy na przewóz nadawanych przez kolporterów paczek ze zwrotami. Ministerstwo Poczty i Telegrafów odniosło się przychylnie do tego postulatu; odpowiednie rozporządzenie ukazało się w końcu 1933 r. Wprowadzenie ulgowej taryfy na przesyłanie zwrotów nie tylko ułatwiło ekspansję prasy na prowincję lecz nadto, umożliwiając wcześniejsze otrzymywanie zwrotów od sprzedawców, pozwoliło wydawnictwom na bardziej celowe regulowanie nakładu w zależności od zapotrzebowania rynku.

#### SPRZEDAŻ PISM ZA POŚREDNICTWEM URZĘDÓW POCZTOWYCH

Do najdotkliwszych bolączek prasy polskiej, hamujących jej należyty rozwój, należy słaby rozwój czytelnictwa na prowincji; koła wydawnicze przypisują ten stan m. in. niedostatecznemu rozwojowi prowincjonalnej sieci punktów sprzedaży dzienników i czasopism.

Sprawa zwiększenia liczby punktów kolportażowych na prowincji stale koncentrowała uwagę władz Związku. Badania, przeprowadzone nad tym zagadnieniem przez biuro Związku, wykazały, iż w wielu miejscowościach organizowanie samodzielnych punktów sprzedaży pism nie wytrzymuje kalkulacji handlowej. Ponieważ — z drugiej strony — w wielkiej części tych miejscowości poczta posiada swe placówki w postaci urzędów i agencji — władze Związku przedstawiły w r. 1935 Ministerstwu Poczty i Telegrafów projekt rozszerzenia zakresu współpracy poczty z prasą przez wykorzystanie sieci urzędów pocztowych dla celów kolportażu pism.

W memoriale swym władze Związku m. in. podkreśliły, iż uważają za zbędne organizowanie kolportażu pocztowego tam, gdzie potrzeby miejscowe zaspakajają prywatne placówki handlu gazetowego.

Ministerstwo Poczty i Telegrafów zaakceptowało postulat Związku Wydawców; odpowiednie rozporządzenie ukazało się w końcu 1935 r.

Wyniki sprzedaży pism przez pocztę potwierdzają słuszność stanowiska władz Związku, które dużą wagę przywiązywały do tej nowej formy kolportażu, posiadającej wielkie znaczenie przede wszystkim z punktu widzenia propagandy czytelnictwa. Wyniki te ilustruje następujące zestawienie:

Rok	Ilość urzędów wyznaczonych do sprzedaży	Ilość sprzedanych czasopism	Kwota uzyskana ze sprzedaży
1936		2 035 191	73 125
1937	1846	2 231 055	101 009

#### TELEFONY PRASOWE

Wobec stałego wzrostu wymagań jakie stawia nowoczesna organizacja prasy służbie informacyjnej zagadnienie kosztu rozmów telefonicznych nabiera dla prasy coraz to większego znaczenia. Taryfa telefoniczna, obowiązująca w okresie rozpoczynania prac przez Związek Wydawców, zezwalała na stosowanie ulgowych opłat, przewidzianych dla telefonów prasowych, jedynie do rozmów zgłoszonych przez korespondentów celem porozumienia z redakcją. Na skutek tego wszystkie rozmowy telefoniczne, zamawiane przez redakcję, musiały być opłacane według stawek normalnych.

W początku 1932 r. władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Poczty i Telegrafów z postulatem dopuszczenia na zasadzie taryfy ulgowej również rozmów zgłaszanych przez redakcję. Władze pocztowe uzależniły swą zgodę na ten postulat od stwierdzenia czy ulgi podobne stosowane są przez władze pocztowo - telegraficzne zagranicą. W celu uzyskania materiału faktycznego Związek Wydawców rozpiął ankietę do zagranicznych związków wydawców, której wyniki potwierdziły słuszność postulatów Związku Wydawców. Wyniki ankiety przedstawione zostały Ministerstwu Poczty i Telegrafów, które po zapoznaniu się z przedstawionym materiałem przychyliło się do postulatów Związku w sprawie telefonów prasowych.

Obecna taryfa telefoniczna przewiduje ulgi w opłatach za rozmowy prasowe, odbywane w godzinach od 18 — 9. To ograniczenie co do czasu już od szeregu lat nie odpowiada najistotniejszym potrzebom i wymaganiom pracy redakcyjnej, która w latach ostatnich uległa głębokim przeobrażeniom. W ostatnich latach powstał i ugruntował się na rynku czytelnictwa szereg dzienników południowych i popołudniowych, które przygotowują swój materiał redakcyjny w godzinach przedpołudniowych. Wyżej wspomniane ograniczenie rozmów prasowych do godzin od 18 — 9 utrudnia szeregowi dzienników korzystanie z rozmów telefonicznych międzymiastowych przy przygotowywaniu dzienników popołudniowych, nadto utrudnia przygotowywanie mutacji prowincjonalnych i wczesnych popołudniowych.

W związku z powyższym władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Poczty o rozszerzenie ulg w opłatach za telefoniczne rozmowy prasowe na okres od godziny 17 do 11.



# GDYNIA-AMERYKA LINIE ŻEGLUGOWE S. A.

WARSZAWA, PL. MAŁACHOWSKIEGO 4

GDYNIA, Dworzec Morski  
KRAKÓW, Rynek Główny 47

L W Ó W, Kopernika 3  
RZESZÓW, Grottingera 20

## LINIA PÓŁNOCNO-AMERYKAŃSKA

Gdynia - Kopenhaga - Halifax - New-York

## LINIA POŁUDNIOWO-AMERYKAŃSKA

Gdynia - Dakar - Rio de Janeiro - Santos - Montevideo -  
Buenos Aires - Boulogne sur Mer

## LINIA DO ZATOKI MEKSYKAŃSKIEJ

Gdynia/Gdańsk - New-York - New Orleans - Houston - Galveston

## WYCIECZKI MORSKIE



### FLOTA GAL

m/s „PIŁSUDSKI“  
m/s „BATORY“  
m/s „SOBIESKI“  
m/s „CHROBRY“  
s/s „KOŚCIUSZKO“

s/s „PUŁASKI“  
m/s „BIELSKO“  
m/s „ŁÓDŹ“  
m/s „MORSKA WOLA“  
m/s „STAŁOWA WOLA“

# TADEUSZ DROZDOWSKI i SKA

Warszawa-Mokotów, ul. Rejtana 16, telefon 416-40

WYŁĄCZNE PRZEDSTAWICIELSTWO NA POLSKĘ:

Maszyn do składania  
„**L I N O T Y P E**“

Matryc i części  
**M E R G E N T H A L E R**  
SETZMASCHINEN-FABRIK  
G. m. b. H. BERLIN

**M E R G E N T H A L E R**  
L I N O T Y P E C O M P A N Y  
B R O O K L Y N N E W - Y O R K U S A .

Maszyn rotacyjnych  
zwykłych, offsetowych  
i wkłesłodrukowych,  
stereotypii

„**V O M A G**“

M A S C H I N E N F A B R I K A . G .  
P L A U E N ( V O G T L Ä N D E R )

SPRZEDAŻ WSZELKICH MASZYN DLA PRZEMYSŁU GRAFICZNEGO  
MATRYCE DO STEREOTYPII • PRZYBORY DRUKARSKIE



# PRACE NAD ZAGADNIENIAMI OGŁOSZENIOWYMI

**Z**AGADNIENIA ogłoszeniowe należą do najbardziej skomplikowanych i trudnych do należytego unormowania zagadnień gospodarki wydawniczej w Polsce. Składa się na to wiele przyczyn, a przede wszystkim niski w stosunku do krajów Zachodniej Europy rozwój i poziom naszego życia gospodarczego, słabe wśród naszych sfer gospodarczych zrozumienie skuteczności reklamy oraz trudne warunki finansowe, w jakich pracuje prasa polska, nie mogąca wskutek tych warunków zdobywać się częstokroć na racjonalną politykę i gospodarkę ogłoszeniową.

Pamiętać przy tym należy, iż Związek Wydawców rozwijał swą działalność właśnie w okresie, kiedy to w Polsce szaleć zaczął kryzys gospodarczy, niosący ze sobą osłabienie reklamy prasowej oraz pogarszający warunki finansowe pracy wydawniczej w sposób bardzo dotkliwy, utrudniający wydawnictwom należyłą gospodarkę ogłoszeniową.

To też praca władz Związku Wydawców w dziedzinie spraw ogłoszeniowych była specjalnie trudna i natrącała na największe przeszkody.

Mimo tych, jak najbardziej niesprzyjających dla wydawniczej w tej dziedzinie działalności, warunków władze Związku Wydawców od początku istnienia organizacji żywą i stałą troską otaczały sprawy ogłoszeniowe, starając się normować je w ramach i w zakresie na jaki pozwalały skomplikowane i trudne warunki polskiego rynku ogłoszeniowego.

Już na pierwszym ogólnym zebraniu członków Związku Wydawców, odbytym w roku 1929, ważność zagadnień ogłoszeniowych podkreślona została w specjalnym referacie p. Felksa Mrozowskiego, wydawcy „Kurierza Warszawskiego”, omawiającym najaktualniejsze w owym momencie bolączki rynku ogłoszeniowego i zakreślającym plan najpilniejszych w owym momencie w tej dziedzinie prac.

Odtąd każdy rok przynosi nowe wysiłki i prace władz Związku w dziedzinie spraw ogłoszeniowych. Przystępując do tych prac władze Związku nawiązały stały bliski kontakt z poważniejszymi biurami ogłoszeń, a to celem oddziaływania na te biura w kierunku dostosowywania ich pracy do

wymogów racjonalnego rozwoju reklamy prasowej w Polsce.

Władze Związku zdawały sobie od początku dokładnie sprawę z tego, iż wiele cennych doświadczeń i wskazówek z dziedziny spraw ogłoszeniowych długo jeszcze polski świat wydawniczy czerpać może i czerpać powinien z zagranicy, gdzie, w większości krajów rozwój i poziom reklamy prasowej jest bez porównania wyższy, niż w Polsce, oraz gdzie gospodarka ogłoszeniowa wydawców oparta jest na uporządkowanych stosunkach i wielkich celowych, skutecznych wysiłkach, skierowanych ku coraz większemu rozwojowi działań ogłoszeniowych prasy. To też bardzo wiele uwagi i pracy poświęcono stałym badaniom stanu i rozwoju reklamy prasowej za granicą oraz badaniom metod współpracy prasy z biurami ogłoszeń i inserentami. Obserwacje i materiały gromadzone na tej drodze użytkowane były stale w formie referatów i przemówień informacyjnych na zebraniach ogólnych Związku oraz na posiedzeniach Zarządu i Rady, jak również na posiedzeniach komisji i na specjalnych zebraniach. Dalszym wyrazem spożytkowywania dla polskich wydawców obserwacji z ogłoszeniowych rynków zagranicznych były bardzo obfite i wielostronne, publicystyczne i informacyjne materiały, dotyczące spraw ogłoszeniowych, pomieszczone na łamach „Prasy” we wszystkich numerach jej dotychczasowych dziewięciu roczników.

Jeśli się zważy, że reklama prasowa w Polsce znajduje się dopiero w początkowym stadium swego rozwoju i że polski świat wydawniczy ma jeszcze przed sobą daleką drogę do tego punktu, w którym rozwój reklamy prasowej zrówna się z zagranicą — to stałe informowanie wydawców polskich o stanie, rozwoju i doświadczeniach ogłoszeniowych prasy zagranicznej posiadało poważne realne znaczenie i pozwalało wielu wydawnictwom wyciągnąć z tych doświadczeń zagranicznych praktyczne, pożyteczne wnioski.

Wobec faktu, iż — nawet biorąc pod uwagę nasze ogólne stosunki gospodarcze i skalę możliwości rozwojowych reklamy prasowej — ilość ogłoszeń ukazujących się w prasie polskiej jest bardzo mała, władze Związku podejmowały stale wysiłki zmierzające ku przyciągnięciu do reklamy prasowej i zachęcaniu do niej tych

wszystkich instytucji i przedsiębiorstw, które w myśl zasad nowoczesnej gospodarki z reklamy tej korzystać powinny. W tej dziedzinie starały się władze Związku przez odpowiednie wystąpienia w postaci memorialów i akcji publicystycznych, skierowywanych pod adresem monopoli i wielkich instytucji oraz przedsiębiorstw państwowych, działających na rynku handlu i usług — oddziaływać w kierunku pozyskiwania tych instytucji i przedsiębiorstw dla reklamy prasowej. W tymże kierunku szły wysiłki władz Związku Wydawców jeśli chodzi o tereny działalności prywatnych przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych. Zadaniom tym służyły m. in. szeroko kolportowane w sferach gospodarczych specjalne zeszyty „Prasy”, poświęcone ogłoszeniu prasowemu, wydawane w porozumieniu z władzami Związku, podobne zeszyty czasopisma „Reklama” oraz stałe omawianie przez to ostatnie czasopismo spraw ogłoszeniowych. W akcji tej władze Związku nie ograniczały się wyłącznie do terenu krajowego, lecz stale dążyły ku temu, aby, przy pomocy specjalnych publikacji oraz przy pomocy francuskich zeszytów „Prasy”, jako też wystąpień na wystawach zagranicznych — popularyzować wydawnictwa polskie zagranicą, a przez to skłaniać przemysł i handel zagraniczny, współpracujący z Polską do korzystania z łamów ogłoszeniowych dzienników i czasopism polskich.

Rozumiejąc wagę, jaką dla rozwoju ogłoszeniowego posiada racjonalna, indywidualna propaganda ogłoszeniowa poszczególnych wydawnictw, władze Związku Wydawców w swoich pracach badawczych i instruktywnych stale wielką uwagę zwracały na zapoznawanie polskich wydawnictw z zagranicznymi doświadczeniami z dziedziny propagandy na rzecz ogłoszenia.

Dalszą wielką dziedziną pracy Związku Wydawców w zakresie spraw ogłoszeniowych było dążenie do stopniowego porządkowania rynku ogłoszeniowego. W momencie zakładania Związku panował na rynku ogłoszeniowym zupełny chaos, ogromnie utrudniający racjonalną gospodarkę ogłoszeniową poszczególnych wydawnictw oraz obniżający wpływy finansowe prasy z ogłoszeń. To też już w pierwszych latach swej działalności Związek Wydawców przystąpił do prac mających



na celu stopniowe normowanie polskich stosunków ogłoszeniowych, wprowadzanie do nich ładu i dobrych obyczajów. I w tej dziedzinie na długo jeszcze przykładem dla Polski będzie większość krajów zagranicy — to też rozpoczynając pracę na tym trudnym odcinku spraw ogłoszeniowych władze Związku przystąpiły przede wszystkim do dokładnego przestudiowania zwyczajów i norm ogłoszeniowych oraz przepisów prawnych i umownych, regulujących zagranicą stosunki ogłoszeniowe. Jednym z ważnych wyrazów tej pracy władz Związku było przetłumaczenie najbardziej ciekawych zagranicznych kodeksów ogłoszeniowych.

W ślad za tym przystąpiono do prac przygotowawczych nad opracowaniem polskiego kodeksu zwyczajów ogłoszeniowych. Kodeks ten, po długich pracach przygotowawczych i naradach, które same przez się posiadały wielką wartość jako gruntowne przepracowywanie zagadnień ogłoszeniowych, został opracowany i ogłoszony. Okazało się jednak, że warunki polskiego rynku ogłoszeniowego nie dojrzały jeszcze do możliwości zastosowania u nas jednolitego, generalnie regulującego sprawy ogłoszeniowe, kodeksu.

Stwierdziwszy to, władze Związku Wydawców przeszły do próby stopniowego, etapami, regulowania stosunków ogłoszeniowych, po przez opracowywanie i stopniowe kolejne wprowadzanie w życie umów ogłoszeniowych regulujących poszczególne grupy zagadnień ogłoszeniowych.

Na wstępie tego nowego etapu pracy władz Związku nad regulowaniem spraw ogłoszeniowych nakreślono program najpilniejszych i najważniejszych umów ogłoszeniowych; umowy te objęły by zagadnienia następujące:

1) uzgodnienie między wydawnictwami warunków płatności rachunków ogłoszeniowych i wysokości skont udzielanych za gotówkę,

2) walkę z bezpłatną i ukrytą reklamą, przenikającą na łamy wydawnictw i zaniechanie bezpłatnego pomieszczania materiałów o charakterze reklamowym, pochodzących od firm i instytucji o charakterze zarobkowym,

3) ograniczenie ilości rozmiarów a następnie całkowite skasowanie gratysowych wzmianek, pomieszczanych przez wydawnictwa w łączności ze zleceniami ogłoszeniowymi,

4) ograniczenie bezpłatnego pomieszczania materiałów informacyjnych i reklamowych, nadsyłanych prasie przez instytucje i organizacje społeczne.

5) całkowite wykluczenie rozrachunków towarowych pomiędzy wydawnictwami, a biurami ogłoszeniowymi i ograniczenie takich rozrachunków mię-

dzy wydawnictwami, a klientami bezpośrednio,

6) ustalenie form wzajemnego informowania się wydawnictw o niewypłacalnych klientach ogłoszeniowych i biurach ogłoszeń oraz ustalenie sankcji w stosunku do złośliwie niewypłacalnych klientów i biur,

7) ustalenie przepisów dotyczących sposobu obliczania objętości ogłoszeń,

8) całkowita likwidacja tzw. ryczałtów za ogłoszenia firm przemysłowych i handlowych,

9) ustalenie formy wzajemnego informowania się wydawnictw o faktach niełojalnych metod pracy akwizycyjnej.

Z końcem roku 1937 władze Związku przystąpiły do stopniowego realizowania powyższego programu.

Pierwszym z porozumień, które zostało zawarte, a objęło dwadzieścia kilka największych wydawnictw ogłoszeniowych była umowa w sprawie warunków płatności rachunków ogłoszeniowych i wysokości skont. Umowa ta ujęła w ściśle sprecyzowane ramy dotychczasowy pełen dowolności, a niezmiernie dokuczliwy dla prasy stan rzeczy. Umowa weszła w życie z dniem 1 kwietnia 1938 r. określając dokładnie w jakich terminach rachunek za ogłoszenia winien być regulowany, jakie może być udzielane skonto za gotówkę i jak długie mogą być terminy wydawanych na pokrycie weksli.

Również od 1 kwietnia 1938 r. weszła w życie umowa zawarta pod egidą władz Związku Wydawców przez trzy wielkie popołudniowe dzienniki warszawskie, dotyczące kilku zagadnień z zakresu wymiaru ogłoszeń i sposobu ich obliczania, a w szczególności: minimalnego rozmiaru ogłoszeń lekarskich, minimalnej wysokości wszelkich innych ogłoszeń o tekście składanym, sposobu obliczania ogłoszeń kliszowych oraz obliczania „światła“ w środku ogłoszeń mieszanych. Do umowy tej przystąpiło następnie kilkanaście innych wydawnictw.

Trzecią ważną sprawą którą objęła następna z kolei umowa, zawarta przez szereg największych wydawnictw ogłoszeniowych, było zagadnienie walki z bezpłatną i ukrytą reklamą usiłującą przenikać na łamy poszczególnych wydawnictw. Władze Związku od szeregu lat żywo zajmowały się tym zagadnieniem; m. in. w roku 1934 władze Związku wydały obszerną w tej sprawie instrukcję. Zawarta w roku 1938 specjalna w tej sprawie umowa idzie w kierunku całkowitego przerwania pomieszczenia na łamach wydawnictw wszelkich materiałów informacyjnych i publicystycznych o charakterze reklamowym, pochodzących od firm przemysłowo-handlowych i instytucji zarobko-

wych, które nie pomieszczają reklam płatnych.

Dalszym rozwinięciem powyższej umowy jest czwarta z kolei umowa ogłoszeniowa zawarta jesienią 1938 roku a dotycząca bezpłatnych wzmianek o firmach ogłaszających się w prasie i o ich wyrobach. Jedną z najprzykrzejszych w dziedzinie ogłoszeniowej pozostałości z okresu kryzysu był narzucony w tym okresie wielu wydawnictwom zwyczaj pomieszczania bezpłatnych wzmianek o firmach, ogłaszających się w prasie. Umowa zawarta w tej sprawie ustaliła całkowite przerwanie z dniem 1 stycznia 1939 r. bezpłatnego pomieszczania powyższego typu wzmianek. Przy pomocy umowy tej bardzo wiele wydawnictw ukróciło ten dokuczliwy, a stale wysuwany jeszcze do niedawna przez wielu inserentów postulat pomieszczania na łamach wydawnictw bezpłatnych materiałów reklamowych.

Obok doraźnej praktycznej wartości jaką powyższe, zawarte z inicjatywy i pod egidą władz Związku umowy ogłoszeniowe posiadają dla ich uczestników — odgrywają one na rynku ogłoszeniowym wysoce dodatnią rolę pośrednią. Skupienie przy tych umowach wszystkich niemal wielkich organów ogłoszeniowych stwarza ośrodek wzorowej, na pewnych odcinkach stosunków ogłoszeniowych, gospodarki wydawniczej. Oddziałuje to w sposób dodatni na całość stosunków naszego rynku ogłoszeniowego. A przy tym w postaci umów tych zainicjowana została i wytknięta droga wiodąca do stopniowego regulowania całokształtu naszych stosunków ogłoszeniowych. Idąc konsekwentnie tą drogą władze Związku Wydawców poważnie posunęły naprzód prace przygotowawcze zmierzające do realizacji dalszego programu umów mających uregulować inne zagadnienia ogłoszeniowe.

W kraju takim jak Polska, gdzie życie gospodarcze przeważnie nie potrafi jeszcze należycie posługiwać się poszczególnymi środkami reklamy oraz gdzie stosunek ogłaszających się instytucji i firm do poszczególnych rodzajów reklamy nie jest dostatecznie rzeczowym i krytycznym — organizacja wydawców musi, z natury rzeczy baczniejszą uwagę zwracać na metody pracy i sposób oddziaływania na rynek reklamowy szeregu środków i form reklamy poza prasowej. Te założenia były powodem i podstawą stałego interesowania się Związku Wydawców szeregiem zagadnień z dziedziny różnych form propagandy i reklamy.

Do spraw tego rodzaju należało m. in. zagadnienie reklamy radiowej. Reklama ta, skasowana oddawna w sze-



regu krajów ościennych — w Polsce przez długi czas obciążała w sposób dokuczliwy i dla samego radia i dla radiosłuchaczy audycje radiowe. Z drugiej strony wskutek struktury cennika tej reklamy oraz argumentów używanych przez akwizytorów tej reklamy oddziaływała ona ujemnie na stosunki reklamowe rynku polskiego. To też przepracowując wspólnie z kierownictwem Polskiego Radia całokształt zagadnień interesujących radio i prasę oraz ustalając zasady współdziałania Polskiego Radia i zrzeszonych wydawców — władze Związku zdołały uzyskać skasowanie przez Polskie Radio działu reklamy radiowej. Zawierający realizację tego ważnego dla obu stron postulatu prasy układ zawarty między Związkiem Wydawców, a Polskim Radiem wszedł w życie od 1 kwietnia 1937 r. z mocą obowiązującą na lat 5.

Przedmiotem szeregu specjalnych wystąpień władz Związku Wydawców było wydawnictwo „Łącznika Poczтового”. Po paru latach ukazywania się tego wydawnictwa, budzącego również z punktu widzenia racjonalnej gospodarki reklamowej daleko idące wątpliwości, zostało ono na polecenie Ministerstwa Poczty i Telegrafów zlikwidowane.

W tejże dziedzinie należytego oddziaływania w kierunku racjonalnego kształtowania się stosunku życia gospodarczego do poszczególnych środków reklamy — władze Związku Wydawców przy pomocy szeregu specjalnych wystąpień publicystycznych i informacyjnych starały się skierowywać stosunek ten na właściwe tory, szczególnie omawiając wartość i należyte stosowanie reklamy prasowej i innych środków reklamowych.

Wielokrotnie władze Związku podejmowały wystąpienia dotyczące taktyki instytucji publicznych w zakresie rozdziału ogłoszeń oficjalnych; władze Związku na tym odcinku stale reprezentowały postulat merytorycznego stosunku zainteresowanych instytucji do tej sprawy tj. skierowywania ogłoszeń tego typu do najbardziej odpowiednich po temu, ze względów rzeczowych, wydawnictw.

Czuwając nad interesami ogłoszonymi prasy władze Związku Wydawców wielokrotnie w drodze specjalnych narad, konferencji, instrukcji i wskazówek ustalały taktykę prasy w poszczególnych sprawach ogłoszeniowych w sposób chroniący jej interesy. W wypadkach kiedy prasa stawała w obliczu niejednokrotnie bardzo poważnych niebezpieczeństw grożących np. powstania monopoli w dziedzinie reklamy, czy też w obliczu prób wprowadzania na rynek nowych zwyczajów ogłoszeniowych, zagrażających intere-

som prasy — władze Związku organizowały wielkie zbiorowe akcje, mające na celu przeciwdziałanie grożącym prasie niebezpieczeństwom. W szeregu ważnych wypadków udało się władzom Związku przy pomocy takich akcji odwrócić od prasy groźbę bardzo poważnych niebezpieczeństw.

W dziedzinie stosunków między prasą a biurami ogłoszeń władze Związku kierowały się zasadą utrzymywania kontaktu i współdziałania z poważnymi biurami, solidnie współpracującymi z prasą; natomiast w stosunku do biur, których metody działania budziły zastrzeżenia władze Związku wielokrotnie podejmowały akcje mające na celu ochronę interesów prasy i tych wytycznych, jakie w dziedzinie polityki ogłoszeniowej władze Związku w poszczególnych sprawach ogłoszeniowych ustalały. Wiele uwagi poświęcały władze Związku w różnych okresach w sprawie nowych i małych biur ogłoszeń oddziaływując na tym odcinku w kierunku chronienia prasy przed niebezpieczeństwami wynikającymi z nawiązywania stosunku z pośrednikami ogłoszeniowymi, nie dającymi należytej gwarancji solidnej współpracy z prasą. Powołano m. in. do życia specjalny Wydział dla spornych spraw ogłoszeniowych, który wydał szereg opinii w spornych sprawach między wydawnictwami, a biurami ogłoszeń.

Władze Związku dbały o utrzymanie należytego kontaktu nie tylko z biurami ogłoszeniowymi, ale również ze sferami reklamowymi w ogóle. Ta tendencja władz Związku ujęta została w formę bliskiego kontaktu z Polskim Związkiem Reklamowym, skupiającym wszystkich wybitniejszych fachowców reklamy w Polsce oraz wydającym „Reklamę”, jedyne polskie czasopismo poświęcone wyłącznie sprawom reklamowym. Współpraca Związku Wydawców ze Związkiem Reklamowym była pożyteczną dla obu stron i ułatwiała należyte oddziaływanie obu organizacji na szereg zagadnień reklamowych.

Przy różnych okazjach władze Związku Wydawców, w drodze odpowiednich akcji publicystycznych oraz udzielania informacji sferom zainteresowanym przeciwdziałały szkodnictwu jakie zarówno życiu gospodarczemu jak i prasie wyrażają różnego typu efemerydy wydawnicze, dewastujące rynek ogłoszeniowy i dyskredytujące poważną reklamę prasową. Duże pozytywne znaczenie w tej dziedzinie posiada fakt wydania przez władze Związku Wydawców Informatora Prasowego, który umożliwi sferom zainteresowanym należyte zorientowanie się w tym jakie wydawnictwa w Polsce zasługują przede wszystkim na uwagę inserentów.

Związek Wydawców, który z biegiem lat stał się ośrodkiem ogniskującym mnóstwo wspólnych zagadnień prasowych odgrywa m. in. rolę tę również w dziedzinie praktycznych, codziennych, bieżących spraw ogłoszeniowych. Biuro Związku spełnia w tej dziedzinie rolę ośrodka wymiany informacji, a często również i fachowych porad. Każdy kto zdaje sobie sprawę z tego jak we wszelkiej pracy gospodarczej ważne znaczenie posiada możliwość otrzymywania w pewnych momentach potrzebnych informacji — łatwo oceni znaczenie jakie dla zrzeszonej prasy posiada w tym zakresie codzienna praca biura Związku Wydawców.

Na osobną uwagę zasługuje zagadnienie przepracowywane w ostatnich latach przez władze Związku Wydawców. Jest nim sprawa propagandy i reklamy zbiorowej. Nad polskim życiem zbiorowym wysoce ujemnie ciąży fakt, iż w Polsce, w przeciwstawieniu do zagranicy, nie jest dotychczas należycie rozwiązane niezmiernie politycznie, kulturalnie i gospodarczo ważne zagadnienie propagandy i reklamy zbiorowej. Ponieważ powołane do tego czynniki gospodarcze nie zajęły się dotychczas tym zagadnieniem władze Związku Wydawców przystąpiły do przepracowania przede wszystkim teoretycznego tego zagadnienia, szczególną przy tym uwagę zwracając na całkowicie dotychczas w Polsce zaniedbaną sprawę tak szeroko rozpowszechnionej zagranicą bezimienną zbiorowej propagandy i reklamy. Podjąwszy tę pracę władze Związku skrupulatnie gromadzą materiały i obserwacje dotyczące zasad i metod bezimienną zbiorowej reklamy oraz jej praktycznego stosowania w krajach ościennych. Wiele z tych materiałów i obserwacji zużytkowanych zostało publicystycznie na łamach „Prasy” oraz było przedmiotem szeregu memoriałów przedłożonych odpowiednim czynnikom. Ta akcja przygotowała władz Związku Wydawców uczyniła sprawę tę przedmiotem rozważań czynników oficjalnych i sfer gospodarczych, w toku zaś są przygotowania mające na celu doprowadzenie do uruchomienia tej nowej formy reklamy.

Reasumując ten, bardzo sumaryczny z konieczności przegląd wysiłków i prac Związku Wydawców w dziedzinie najtrudniejszego zagadnienia polskiej gospodarki wydawniczej stwierdzić można, iż na tle niezmiernie trudnych w tej dziedzinie warunków władze Związku uczyniły bardzo wiele w tym kierunku, aby zagadnienia reklamy prasowej stopniowo wprowadzać na drogę porządkowania i rozwoju tej reklamy.



# Państwowe Zakłady Inżynierii

WYKONUJĄ

W FABRYCE METALURGICZNEJ  
W URSUSIE P. WŁOCHYK/WARSZAWY  
TEL. I. PODMIEJSKA „URSUS” LUB 5.67-20

Odlewy wszelkiego rodzaju: żeliwne, z elektro-staliwa,  
ze stopów aluminium, miedzi i wszelkich innych, wg.  
rysunków, względnie dostarczonych modeli. Specjalność:  
części silników spalinowych.

Odkucia ze stopów aluminiowych.

Specjalność brązy i mosiądze kute, wagi do 500 kg.  
Stopy łożyskowe o gwarantowanej twardości i składzie  
chemicznym, normalne dla PKP oraz dla silników  
szybkoobrotowych.

STOPY DRUKARSKIE DLA LINOTYPÓW, MONOTYPÓW,  
CZCIONKOWE I T. D. GWARANTOWANEJ JAKOŚCI

BIURO SPRZEDAŻY:

WARSZAWA, UL. TERESPOLSKA NR. 34/36. TEL. CENTR. 10-46-00

## Podstawą szybkiej informacji

i pięknego druku jest odpowiednie wy-  
posażenie techniczne.

A więc wchodzi w rachubę tylko

maszyny drukarskie *Rex, Rollrenner,  
Sturmvoegel*

maszyny do rotograwiury *Tiepolo*

maszyny szybkobieżne rotacyjne  
oraz stereotypia fabryk *Koenig & Bauer  
Würzburg i Mödling*

P R Z E D S T A W I C I E L S T W O :

# INTERPRINT

*Bronisław S. Szczepski*  
Warszawa I, ul. Królewska 23  
Telefony: 6.83-28, 6.83-38, 6.83-51



# ZAGADNIENIA KOLPORTAŻOWE



DZIEDZINIE spraw kolportażowych działalność władz Związku Wydawców, na przestrzeni ostatnich dziesięciu lat szła w kierunkach następujących:

1) praca nad realizacją postulatów prasy, dotyczących ułatwień kolportażowych w dziedzinie kosztów i techniki transportu, podatków, przepisów normujących warunki i godziny handlu gazetowego itp.,

2) współpraca z instytucjami kolportażowymi w dziedzinie regulowania zasadniczych i bieżących zagadnień i spraw kolportażowych,

3) inicjowanie lub współdziałanie w zawieraniu umów między wydawnictwami, mających na celu porządkowanie rynku kolportażowego,

4) działania zmierzające w kierunku organizowania nowych form kolportażu i ułatwień kolportażowych,

5) szczegółowe badanie tendencji rozwojowych krajowego i zagranicznych rynków kolportażowych oraz metod pracy kolportażowej zagranicą, celem zużytkowania zgromadzonych na tej drodze obserwacji na rzecz racjonalnego rozwoju kolportażu w Polsce,

6) przeciwdziałanie wszelkim szkodliwym dla prasy przejawom stosunków kolportażowych.

Decydujące znaczenie dla należytego rozwoju kolportażu pism posiada odpowiednia sprawność środków transportowych, oddanie na usługi kolportażu prasowego możliwie największej ilości środków transportowych oraz dostosowanie kosztów przewozu dzienników i czasopism do kalkulacyjnych możliwości prasy. Ze względu na wagę tych wszystkich czynników władze Związku Wydawców poświęcały im stale dużo uwagi i pracy.

Ponieważ poważna ilość transportów dzienników i czasopism przeznaczonych do sprzedaży kolportażowej idzie w Polsce kolejami, władze Związku stale czuwały nad sprawą wysokości kosztów przewozu kolejowego. Na skutek zabiegów władz Związku Wydawców zainicjowanych i rozpoczętych w pierwszych latach kryzysu gospodarczego Ministerstwo Komunikacji wprowadziło w r. 1933 nową obniżoną taryfę za przewóz dzienników i czasopism kolejami; taryfa ta zmniejszyła z 10 kg na 5 kg jednostkę wagową odpowiadającą jednostce opłaty oraz obniżyła stawkę opłat o 20 — 40%, zależnie od odległości w stosunku do opłat dawnych. Normy te w znacznej mierze ułatwiły pra-

sie rozszerzenie kolportażu na terenach prowincjonalnych.

Po zrealizowaniu powyższego, zasadniczego w owym okresie, postulatu prasy władze Związku Wydawców w latach następnych stale czuwały nad zagadnieniami należytego kształtowania się sprawy kosztów i ułatwień przewozowych, mogących dodatnio oddziaływać na rozwój kolportażu. Sprawy te były przedmiotem szeregu wystąpień władz Związku do Ministerstwa Komunikacji; m. in. władze Związku podjęły zabiegi w sprawie uzyskania od Ministerstwa Skarbu zniesienia dotkliwie i ujemnie ciężących nad rozwojem kolportażu opłat stemplowych pobieranych przez władze skarbowe od ceduł kolejowych na paczki gazetowe; opłaty te szczególnie silnie obciążają koszty transportu kolejowych paczek gazetowych gdy chodzi o paczki małe, wysyłane na bliższe dystanse.

Zabiegi podejmowane przez władze Związku Wydawców na terenie Ministerstwa Komunikacji, a zmierzające do ułatwienia kolportażu na drodze uprzyśpieszenia prasy wszystkich środków transportu dotyczyły także takiego ukształtowania obecnej prohibicyjnej taryfy dla przewozu dzienników i czasopism samolotami, któreby umożliwiło prasie korzystanie, przy kolportażu, z tego najbardziej nowoczesnego i szybkiego środka transportu; postulatory opracowane i wysuwane przez władze Związku w Ministerstwie Komunikacji dotyczyły także sprawy przewozu dzienników i czasopism wozami motorowymi oraz pociągami kolei dojazdowych nie posiadających wozów bagażowych, wreszcie w ciągu szeregu lat władze Związku przedkładały Ministerstwu Komunikacji postulaty prasy w sprawie takich przesunąć w rozkładach jazdy, które by ułatwiły szybką ekspedycję paczek gazetowych na odległe tereny

W zakresie spraw podlegających Ministerstwu Poczty i Telegrafów władze Związku po długich przygotowaniach i staraniach uzyskały zgodę tego Ministerstwa na przewóz paczek z pismami przy pomocy autobusów, zarówno państwowych jak i prywatnych, za specjalną opłatą na rzecz Poczty, z tytułu jej uprawnień monopolistycznych w dziedzinie przewozu i przesyłek pism; umożliwiło to wielu wydawnictwom docieranie do tych terenów kolportażowych, które nie posiadają w pobliżu dworców kolejowych. Biuro Związku przepracowało także szczegółowo niezmiernie ważne dla dalszego, bardzo szerokiego roz-

woju kolportażu, zagadnienie taniej pocztowej paczki gazetowej. Ministerstwo Poczty i Telegrafów w zasadzie przyjęło i zaakceptowało koncepcję taniej paczki gazetowej; realizacja tego ważnego postulatu władz Związku będzie możliwa po uzgodnieniu stanowisk Ministerstwa Poczty i Telegrafów i Związku Wydawców w sprawie takiego ukształtowania opłat za paczki pocztowe gazetowe, któreby umożliwiło prasie szerokie korzystanie z tego nowego środka transportu.

Bliższe omówienie prac Związku Wydawców w dziedzinie kosztów i warunków przewozu dzienników i czasopism przez koleje i poczty zawierają odpowiednie działy sprawozdania.

Ważne znaczenie dla racjonalnego rozwoju kolportażu posiadają normy podatkowe, stosowane przez Państwo w tej dziedzinie. Z konieczności handel gazetowy opierać się musi na szeregu ogniw handlowych; ze względu na charakter „towaru“ czasopiśmienniczego, którego wartość sprzedażowa trwa niezmiernie krótko — kalkulacja tego handlu jest bardzo trudna i pewien stopień obciążeń podatkowych decydująco hamuje, a częstokroć całkowicie uniemożliwia pewne formy handlu gazetowego. To też władze Związku stale interesowały się zagadnieniami skali i systemu opodatkowania tego handlu. Obok szeregu doraźnych, sporadycznych wystąpień w tej dziedzinie na szczególną uwagę, z punktu widzenia ułatwień kolportażowych, zasługują następujące poważniejsze w tej sprawie wysiłki i osiągnięcia władz Związku. Uzyskano zgodę Ministerstwa Skarbu na prowadzenie sprzedaży dzienników i czasopism, bez składania indywidualnych poddań, przez przedsiębiorstwa handlu towarowego, księgarnie i przedsiębiorstwa gastronomiczne, przy czym przedsiębiorstwa te prowadzić mogą uboczną sprzedaż pism bez obowiązku wykupywania oddzielnych świadectw przemysłowych oraz bez opłacania podatku przemysłowego od obrotów, osiąganych z tej sprzedaży. W roku 1938, na skutek długotrwałych zabiegów władz Związku Wydawców udało się uzyskać obniżenie do 0,75% stawki podatku obrotowego opłacanego przez hurtowych sprzedawców pism. Stanowiło to ulgę bardzo poważną, gdyż od początku roku 1936 stawki odnośne wynosiły 1,2% i 1,7%; zniżka zastosowana została przy tym wstecz od początku roku 1937. Ważnym ułatwieniem, dotyczącym również w pewnym stopniu kolportażu, jest dla prasy zezwolenie Ministerstwa Skarbu na





**WARSZAWSKA  
AGENCJA REKLAMY**

**JAN ZIÓLKOWSKI**

WARSZAWA, SIENKIEWICZA 2, TEL. 615-64, 346-15

**ogłoszenia**

do wszystkich dzien-  
ników i czasopism

**reklama**

prasowa, tramwajo-  
wa, autobusowa, pla-  
katowa, filmowa

**katalogi**

i przewodniki  
po wystawach

**FACHOWO, SZYBKO, SOLIDNIE**

Najprzedniejszej jakości **ROTACYJNE**

**ARBY**

ułatwiają pracę, o rekordowej wydajności i czysto drukujące

**DRUKARSKIE** dziełowe, akcydensowe, ilustracyjne  
znakomite w druku **głęboko czarne** na wszystkie papiery

**KOLOROWE**

drukarskie, litograficzne i offsetowe we wszystkich możliwych odcieniach

**WKŁĘŚŁODRUKOWE**

o dużej wydajności, idealne w druku, we wszystkich kolorach

SP. AKC.

poleca



**Dr RATTNER**

Rok założenia 1900



**Do** celów graficznych  
fotografii reklamowej

specjalne

**Błony  
Papiery  
Chemikalia**

**"Kodak"**

Zapewniają zawsze najlepsze wyniki

Prosimy żądać broszur i informacji

**KODAK** sp. z o. o. **WARSZAWA**  
PL. NAPOLEONA 5



prowadzenie kantorów własnych wydawnictw za tanimi kartami rejestracyjnymi. Bliższe szczegóły w sprawie prac Związku Wydawców w zakresie opodatkowania handlu gazetowego przynosi dział sprawozdania, dotyczący spraw skarbowych i podatkowych.

Celem ułatwienia możliwie jak najszerszej sprzedaży dzienników i czasopism władze Związku wielokrotnie interweniowały w sprawie zarządzeń władz lokalnych, dotyczących godzin handlu gazetowego; ponadto biuro Związku przeprowadziło szczegółowe badania i prace przygotowawcze, zmierzające ku uzyskaniu takiego generalnego załatwienia sprawy godzin handlu gazetowego, któreby, zgodnie z naturalnymi warunkami i wymaganiami tego handlu, umożliwiło mu należyte rozwinięcie kolportażu dzienników i czasopism.

Organizacja całkowicie, jak wiadomo decydująca o stanie, sposobie funkcjonowania i rozwoju kolportażu w Polsce jest Towarzystwo Księgarni Kolejowych „Ruch“, ogniskujące niemal w całości, w ramach swojej organizacji handlowej, kolportaż wszystkich większych pism, zarówno w stolicy, jak i na prowincji.

Władze Związku Wydawców w ciągu całego 10-cio lecia działalności Związku utrzymywały z Zarządzeniem Towarzystwa „Ruch“ stały, bliski kontakt, uzgadniając z nim szereg bieżących spraw oraz stale współdziałając w zakresie wspólnego regulowania przez obie organizacje spraw kolportażowych. We władzach kierowniczych Towarzystwa „Ruch“ stale w okresie sprawozdawczym zasiadali członkowie naczelnych władz Związku Wydawców, co ułatwiało koordynację prac, wysiłków i dążeń w dziedzinie rozwoju i należyte-

go normowania prac kolportażowych przez Związek Wydawców i przez Towarzystwo „Ruch“.

Ponadto w okresie kilku lat działalność na warszawskim rynku gazetowym Sp. „Czytajcie“ władze Związku Wydawców utrzymywały bliski kontakt z tą Spółką.

Ta koordynacja działań i pracy Związku Wydawców i organizacji kolportażowych, przede wszystkim i głównie Tow. „Ruch“ obejmowała w okresie sprawozdawczym ogromny zasięg spraw i zagadnień, stanowiących przedmiot wspólnych zainteresowań wydawców i organizatorów sprzedaży wydawnictw, a mianowicie: uzgadnianie i wspólne przepracowywanie zasadniczych linii polityki kolportażowej w Polsce, sprawy kosztów i techniki przewozu paczek gazetowych kolejami i autobusami oraz przewozu zwrotów pocztą, ceny i rabaty dzienników i czasopism, stosunki handlowe i rozrachunkowe między wydawnictwami a hurtowniami kolportażowymi, rozszerzanie sieci kolportażowych, sprzedaż pism w urzędach pocztowych, walka z wypożyczaniem czasopism, godziny handlu gazetowego, akcje propagandowe na rzecz rozwoju czytelnictwa, rozkłady jazdy kolei, konkursy kolportażowe, racjonalna budowa kiosków gazetowych, wspólne lustracje kolportażowe i t.p. Przez cały okres sprawozdawczy organ Związku Wydawców „Prasa“ stale, szczegółowo obrazował działalność instytucji kolportażowych. Materiały informacyjne, ogólne i cyfrowe stale dostarczane redakcji „Prasy“ przez dyrekcję Tow. „Ruch“ stanowiły niezmiernie cenny materiał, umożliwiający wydawcom należyte orientowanie się w tendencjach rozwojowych rynku kolportażowego, w przemianach zachodzących

zależnie od warunków ogólnych na tym rynku, oraz w zataczającej coraz szersze kręgi pracy kolportażowej Tow. „Ruch“.

W dziedzinie inicjowania i współdziałania w zawieraniu umów, mających na celu uregulowanie spraw kolportażowych, na szczególną uwagę zasługuje porozumienie zawarte, pod egidą władz Związku przez szereg wielkich dzienników kolportażowych, a dotyczące bezpłatnych dodatków do dzienników. Długoletnie walki konkurencyjne szeregu dzienników, opartych w głównej mierze na kolportażu, doprowadziły do takich form i przejawów tej walki, które były wysoce szkodliwe w swych skutkach dla wszystkich dzienników kolportażowych. Do najniebezpieczniejszych przejawów tej walki należał w swoim czasie masowo stosowany zwyczaj dołączania do dzienników 10-cio groszowych, a nawet 5-cio groszowych różnego typu dodatków, głównie w postaci czasopism, częstokroć jednak nawet dodatków towarowych, przy czym z reguły niemal wartość tych dodatków równała się cenie dziennika, a niejednokrotnie była nawet znacznie wyższą. Po długiej akcji przygotowawczej władz Związku udało się w lipcu 1938 roku doprowadzić do zawarcia umowy, obejmującej wszystkie główne dzienniki kolportażowe; w myśl tej umowy zawierające ją wydawnictwa zobowiązały się nie stosować w akcjach propagandy własnej jakichkolwiek dodatków bezpłatnych do części lub całości nakładu. Umowa ta, niezmiernie pożyteczna dla wydawnictw, oszczędzająca im wielu poważnych wydatków, doprowadziła do uzdrowienia tego odłaczka stosunków kolportażowych i wytrzymała blisko czteroletnią już próbę czasu, dając prasie rezultaty bardzo pożytywne.

Lokalne, dla Warszawy, ale bardzo ważne znaczenie posiada również od czterech blisko lat działająca umowa trzech wielkich dzienników południowych warszawskich, dotycząca uzgodnienia godziny ukazywania się tych dzienników w kolportażu i ustalenia tej godziny w sposób umożliwiający redakcjom zamieszczania dużej ilości świeżych informacji.

Z pomniejszych umów i porozumień zawieranych pod egidą Związku, na podkreślenie zasługuje parokrotnie powtarzana umowa szeregu dzienników warszawskich, normująca objętość tych dzienników w okresie miesięcy letnich oraz kilkakrotnie stosowane, doraźne umowy w sprawie terminów wyjścia przedsięwziętych i poświadczonej numerów dzienników w okresach Bożego Narodzenia i Wielkiejnocy.

W zakresie organizowania nowych

## Interesująca praca o polityce inwestycyjnej w Polsce

Ukazała się w sprzedaży niezmiernie ciekawa broszura p. Janusza Rakowskiego, dyrektora gabinetu ministra skarbu, poświęcona zagadnieniom inwestycyjnym w Polsce pt. „Polityka inwestycyjna i planowania inwestycyj“.

Autor, współpracownik p. wicepremiera Kwiatkowskiego, daje w swojej pracy wnikliwy przegląd fundamentalnych elementów planowania inwestycyj.

Omawia zagadnienie demograficzne Polski i wpływ jego na planowanie gospodarcze, rozpatruje szeroko potrzeby gospodarstwa narodowego i wykreśla wytyczne polskiej polityki inwestycyjnej.

Wspomniane wyżej wytyczne i postulaty polityki inwestycyjnej sformułowane przez autora znalazły swe odbicie w obecnie realizowanym 15-letnim programie inwestycyjnym.

P. Janusz Rakowski korzysta w swej pracy z materiałów, wypracowanych przez biuro planowania, istniejące przy panu wicepremierze Kwiatkowskim.

Broszura bogato ilustrowana w planie przynosi wiele interesującego materiału, dotyczącego inwestycji i wypełnia w ten sposób dość dotkliwą lukę istniejącą w polskiej literaturze gospodarczej.



form kolportażu oraz rozszerzania sieci kolportażowej poważne znaczenie posiada uzyskane przez władze Związku uruchomienie sprzedaży dzienników i czasopism w urzędach i agencjach pocztowych. Wiadomą jest rzeczą, iż nie dysponujemy w Polsce dostatecznie rozgałęzioną siecią punktów sprzedaży dzienników i czasopism i że ze względu na trudności komunikacyjne oraz wysokie koszty transportu mnóstwo miejscowości odległych od szlaków kolejowych nie posiada handlowych punktów kolportażowych. Stwierdziwszy ten stan rzeczy władze Związku opracowały plan zorganizowania punktów sprzedaży dzienników i czasopism przy pomocy urzędów i agencji pocztowych w tych miejscowościach, które nie posiadają w ogóle lub nie posiadają dostatecznej ilości handlowych placówek kolportażowych.

Na początku roku 1935 władze Związku Wydawców wystąpiły z odpowiednim w tej sprawie memoriałem do Ministerstwa Poczty i Telegrafów oraz nawiązały kontakt z Dyrekcją Tow. „Ruch” w sprawie zorganizowania przez Tow. „Ruch” centrali kolportażu pocztowego. Latem 1935 roku przeprowadzona została, przy pomocy Tow. „Ruch”, jednomiesięczna próba sprzedaży pism w dwustu urzędach pocztowych, z dniem zaś 1 października 1935 roku weszły w życie przepisy o kolportażu pocztowym, zawierające normy umożliwiające wydawnictwom wydatne korzystanie z tej nowej formy kolportażu. Bardzo wiele wydawnictw korzysta z urzędów pocztowych celem docierania przy ich pomocy ze sprzedażą swych wydawnictw na tereny dotychczas, przy pomocy innych form kolportażowych, niedostępne. Ta nowa forma kolportażu rozwija się stopniowo z roku na rok, posiadając dość poważne znaczenie kolportażowe, a jeszcze większe propagandowe.

Na przestrzeni całego okresu dziesięcioletniej działalności władze Związku Wydawców stale czynnie interesowały się — jeśli chodzi o ułatwienie kolportażowe — wszelkimi zarządzeniami i posunięciami zarówno władz administracyjnych jak i organizacji handlu gazetowego, wiążącymi się z techniką jego handlu; we wszystkich ważnych i koniecznych wypadkach władze Związku Wydawców występowały z odpowiednimi interwencjami i inicjatywami.

Biuro Związku Wydawców stale śledziło rozwój zagadnień kolportażowych oraz metod pracy kolportażowej zarówno w kraju jak i zagranicą, dzieląc się rezultatami tych badań i obserwacji z członkami Związku oraz obszernie referując je na łamach „Prasy”. Umożliwia-

ło to władzom Związku podejmowanie szeregu ważnych akcji i posunięć.

Do poważnych osiągnięć w dziedzinie unormowania stosunków kolportażowych należy przeprowadzone przez Towarzystwo „Ruch”, w ścisłym porozumieniu z władzami Związku Wydawców wprowadzenie od stycznia 1934 r. jednolitej, oryginalnej ceny poszczególnych dzienników i czasopism na terenie całego państwa, co ogromnie ułatwiło ekspansję na prowincję wydawnictw o zasięgu ogólnym — krajowym oraz wielkich organów regionalnych.

Jedną z akcji, które poważnie przyczyniły się do należytego zorientowania zarówno sfer wydawniczych jak i kolportażowych w stanie i potrzebach naszej sieci kolportażowej była wielka ankieta przeprowadzona w tej sprawie przez biuro Związku; ankietą tą objęte zostały wydawnictwa należące do Zwią-

zku, Towarzystwo „Ruch”, księgarnie, starostwa, magistraty wszystkich miast w Polsce oraz urzędy gminne mieszczące się w osadach i miasteczkach niewydzielonych. Obfite, uzyskane przy pomocy tej ankiety, bardzo interesujące materiały informacyjne były wielokrotnie użytkowane podczas bieżących prac Związku w sprawach kolportażowych.

Wreszcie jeśli chodzi o przeciwdziałanie szkodliwym dla racjonalnego rozwoju kolportażu zjawiskom na terenie handlu gazetowego na podkreślenie zasługuje zainicjowana i prowadzona w ciągu szeregu lat przez władze Związku, w porozumieniu z organizacjami kolportażowymi, walka z wypożyczaniem dzienników i czasopism oraz parokrotnie podejmowane przez Związek Wydawców wystąpienia przeciw ukazywaniu się na rynku sfingowanych dodatków nadzwyczajnych.

## **Zbyt spirytusu napędowego szybko wzrasta**

Rok 1938 w gospodarce spirytusowej charakteryzuje się bardzo silnym wzrostem zbytu spirytusu na cele nietrunkowe, a mianowicie: zbyt ten z 27,6 milionów litrów 100<sup>o</sup> w 1937 r., zwiększył się do 39 milionów w 1938 r., czyli wzrósł o 40<sup>o</sup>o.

Na tak silny wzrost zużycia spirytusu nietrunkowego (tj. na cele przemysłowe, oświetlenia i napędu) przyczyniło się prawie wyłącznie bardzo wzmoczone zastosowanie spirytusu jako paliwa motorowego, używanego do samochodów.

Rozwój zużycia spirytusu napędowego ściśle się łączy z ożywieniem ruchu motoryzacyjnego w kraju, jaki uwidocznił się w latach 1937 i 1938.

Szybki wzrost sprzedaży spirytusu napędowego ilustrują następujące liczby:

rok 1936	—	8.000.000 l (100 <sup>o</sup> )
rok 1937	—	10.000.000 l (100 <sup>o</sup> )
rok 1938	—	20.000.000 l (100 <sup>o</sup> )

zatem zużycie spirytusu motorowego w r. 1938 było 2<sup>1</sup>/<sub>2</sub> razy większe od zużycia jego w 1936 r. W r. 1939 spożycie spirytusu napędowego osiągnie poziom nie mniej 30.000.000 l (100<sup>o</sup>).

W znacznej mierze wpłynęło tu również coraz większe stosowanie spirytusu, jako domieszki uszlachetniającej benzyny.

Nowoczesne silniki samochodowe posiadają zwiększony współczynnik sprężania i w związku z tym wymagają paliwa odpornego na detonację.

Domieszka spirytusu nadaje benzynie własności przeciwstukowe i umożliwia stosowanie tak przyrządzonego paliwa do silników ekonomicznych, — o większym stopniu sprężania.

Również korzystną cechą mieszanki jest to, że większe ciepło parowania spirytusu daje korzystniejsze chłodzenie wewnętrzne silnika i lepsze wagowo napełnienie cylindrów.

Wskutek obecności już w samym paliwie spirytusowym tlenu przy napędzie mieszanką następuje zjawisko kompletniejszego spalania w motorze, co znacznie zmniejsza ilość osadu węglowego. Zjawisko to przyczynia się oczywiście do zmniejszenia kosztów remontu.

Widzimy więc, że mieszanki spirytusowe posiadają cały szereg zalet, które w skróceniu wymienia się:

wykluczają stukanie i podnoszą moc silnika, zmniejszają zużycie silnika swymi własnościami przeciwstukowymi i niższą temperaturą pracy, zmniejszają osady węglowe i wykluczają obecność wody w gaźniku.

(Pr.).



# SPRAWA PRZEWOZU PISM



PRAWY związane z transportem dzienników i czasopism stanowią jeden z odcinków obszernego zagadnienia — kolportażu pism na prowincji. Władze Związku Wydawców stanęły na stanowisku, iż jednym z zasadniczych warunków zapewnienia kolportażowi prowincjonalnemu, a co za tym idzie i czytelnictwu pism na prowincji — odpowiednich możliwości rozwoju — jest sprawna i tania dostawa pism do wszystkich zakątków kraju.

W myśl powyższych zasad akcja władz Związku na odcinku spraw transportowanych rozwijała się w dwóch kierunkach:

1) w kierunku usprawnienia przewozu pism przez: a) uwzględnienie potrzeb prasy w rozkładzie jazdy P. K. P., b) wyzyskanie dla przewozu dzienników i czasopism wszystkich regularnych środków komunikacji, jak autobusy, koleje wąskotorowe, pociągi motorowe i wreszcie samoloty.

2) w kierunku unormowania kosztów przewozu pism na poziomie dostosowanym do potrzeb i możliwości gospodarczych prasy, w szczególności zaś a) obniżenia zasadniczych stawek taryfy kolejowej za przewóz dzienników i czasopism oraz skasowania wszelkich opłat dodatkowych (opłat stemplowych) pobieranych od paczek z czasopismami, b) wprowadzenia specjalnych zniżonych opłat za przewóz pism na liniach autobusowych, samolotowych itd.

## ROZKŁAD JAZDY P. K. P. I PRZEŁADUNEK PACZEK GAZETOWYCH

Bardzo poważne znaczenie dla prasy, która z reguły musi szybko docierać do czytelnika, aby nie tracić swej wartości, — posiadają godziny odejścia pociągów z głównych centrów wydawniczych oraz system połączeń kolejowych, z którymi ściśle się wiąże sprawa przeładunku paczek gazetowych w punktach węzłowych. Dążąc do usprawnienia obsługi prasy przez kolej, władze Związku Wydawców przeprowadzały corocznie, począwszy od r. 1931 ankietę wśród wydawnictw zrzeszonych, mającą na celu zebranie postulatów prasy poszczególnych ośrodków w dziedzinie rozkładu jazdy pociągów. Dezyderaty, zebrane w drodze ankiety były szczegółowo opracowywane przez biuro Związku i przekładane zainteresowanym dyrekcjom kolejowym oraz Biuru rozkładów jazdy Ministerstwa Ko-

munikacji. Mimo wysiłków władz Związku dezyderaty prasy w odniesieniu do rozkładu jazdy na ogół w niewielkiej tylko części były uwzględniane. Swe negatywne stanowisko w stosunku do życzeń, wysuwanych przez prasę, uzasadniały władze kolejowe ogólnymi trudnościami technicznymi, koniecznością dostosowania ruchu wewnętrznego do rozkładu pociągów międzynarodowych, w latach późniejszych — trudnościami związanymi z przebudową węzła warszawskiego itd. W r. 1935, niezależnie od konkretnych postulatów, dotyczących rozkładu pociągów, władze Związku przedłożyły Ministerstwu Komunikacji memoriał, zawierający szereg dezyderatów ogólnych, sformułowanych na podstawie ankiety specjalnie w tym celu przeprowadzonej przez biuro Związku wśród wydawnictw zrzeszonych.

Postulaty te obejmowały: 1) ustalenie odjazdu pociągów i autobusów z miast, w których wydawane są dzienniki, na godziny ukończenia druku i przygotowania dzienników do wysyłki (rano w godzinach 5.30 — 6.30, wieczorem zaś, dla wydań pozamiejscowych, możliwie blisko północy); 2) przyspieszenie biegu pociągów dalekobieżnych; 3) ustalenie przyjazdu pociągów nocnych, wiozących pisma, do większych ośrodków kulturalnych w Polsce, na wczesne godziny ranne, możliwie przed godziną 7-mą; 4) zwiększenie ilości bezpośrednich połączeń pociągów wiozących dzienniki z ośrodków wydawniczych z pociągami, kursującymi na odgałęzieniach szlaków głównych, oraz skrócenie czasu przeładunku gazet na stacjach węzłowych.

W r. 1937 władze Związku, stwierdzwszy, iż postulaty prasy zrzeszonej, wysuwane w latach ostatnich, nie były przeważnie uwzględnione przez władze kolejowe, zwróciły się do Ministra Komunikacji ze specjalnym pismem w sprawie wydania zarządzeń, dotyczących uważnego rozpatrywania postulatów Związku Wydawców przez odpowiednie czynniki Ministerstwa Komunikacji i uwzględnienia tych postulatów w wypadkach, gdy jest to możliwe z uwagi na ogólne interesy Polskich Kolei Państwowych.

W związku z powyższym wystąpieniem władz Związku, biuro Związku, na prośbę jednego z wydawnictw prowincjonalnych, przeprowadziło badania nad przeładunkiem paczek gazetowych na stacji Warszawa Główna. Stwierdzono liczne niedomagania natury techni-

cznej, wynikające głównie z braku dostatecznej liczby wykwalifikowanych pracowników, co zmusza nie tylko T-wo „Ruch“, ale nawet poszczególne wydawnictwa, do utrzymywania na dworcu warszawskim własnych pracowników, pomagających przy przeładunku. Wydawnictwa, które nie mają na dworcu warszawskim specjalnej obsługi, narażone bywają na to, że paczki z pismami dostarczane są częstokroć z opóźnieniem, dochodzącym do kilkunastu godzin, co powoduje, że przesyłka traci wszelką wartość.

Niedomagania te, mimo interwencji władz Związku w Dyrekcji Warszawskiej, nie zostały dotychczas usunięte

## SPRAWA PRZEWOZU PISM KOLEJAMI WĄSKOTOROWYMI

Poważnym utrudnieniem w rozwoju i usprawnieniu prowincjonalnej sieci kolportażowej była przez czas długi niemożliwość zużytkowania wąskotorowych linii kolejowych dla przewozu pism. Przyczyną tego stanu rzeczy był fakt, iż linie wąskotorowe, w przeciwieństwie do linii normalnotorowych, nie posiadały specjalnej taryfy na przewóz czasopism; paczki z czasopismami mogły być przyjmowane do przewozu kolejami wąskotorowymi jedynie za opłatami pg taryfy dla bagażu, względnie przesyłek ekspresowych; wysokość zaś tych opłat nie wytrzymywała kalkulacji wydawniczej i w konsekwencji uniemożliwia wykorzystanie przez prasę linii kolei wąskotorowych.

W r. 1935 władze Związku przedłożyły Panu Ministrowi Komunikacji postulat rozciągnięcia taryfy na przewóz czasopism, obowiązującej na liniach normalnotorowych, również i na linie kolejowe wąskotorowe.

W wyniku wystąpienia władz Związku Ministerstwo Komunikacji rozporządzeniem z dn. 7 sierpnia 1935 r. poleciło dyrekcjom okręgowym kolei państwowych przyjmować do przewozu państwowymi kolejami żelaznymi wąskotorowymi czasopisma, za opłatą ulgową, przewidzianą dla tychże przewozów państwowymi kolejami normalnotorowymi, pod warunkiem dopełnienia formalności, wyszczególnionych w Taryfie P. K. P.

## SPRAWA PRZEWOZU PISM POCIĄGAMI MOTOROWYMI

W związku z uruchomieniem na szeregu linii pociągów motorowych oraz planowanym dalszym rozszerzaniem



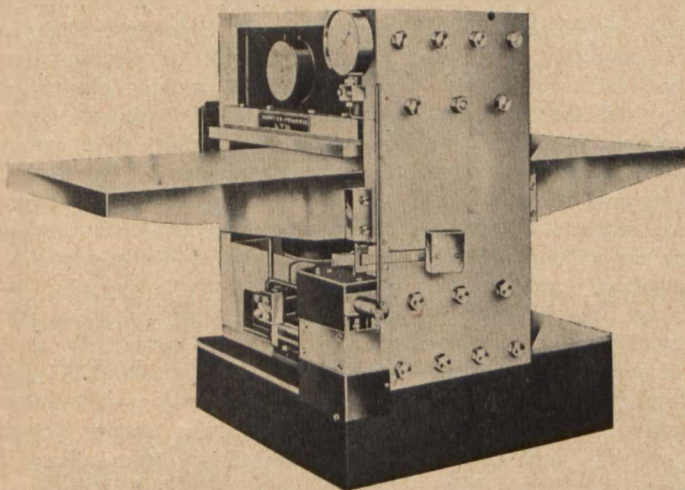
VERMOUTH

CINZANO

TORINO



NOWOCZESNE PRASY HYDRAULICZNE DO STEREOTYPII



MATRYCOWANIE W TEKSTURZE,  
BAKELICIE I GUMIE

CIŚNIENIE DO 700.000 KG.

BUDOWA PRECYZYJNA I SILNA

WYRÓB FIRMY

**HUNTER PENROSE Ltd.,**

LONDYN, 109, FARRINGDON ROAD.

GENERALNA REPREZENTACJA:

**LIEHS, SZCZEPAŃSKI I S-KA**

DOM HANDLOWY,

KRAKÓW, SOBIESKIEGO 14,

TELEFON 164-00

Na żądanie służymy szczegółowymi ofertami.



stosowania trakcji motorowej na P. K. P. władze Związku podjęły w r. 1935 starania o zezwolenie na przewóz paczek z pismami pociągami motorowymi. Realizacja tego postulatu miała by duże znaczenie dla prasy, gdyż umożliwiłaby znaczne przyspieszenie przewozu pism z ośrodków wydawniczych na prowincję. Ministerstwo Komunikacji stanęło wówczas na stanowisku, iż wobec doświadczonego charakteru komunikacji motorowej dopuszczenie pism do przewozu tymi pociągami nie jest na razie możliwe. Z tym samym argumentem spotkały się władze Związku Wydawców w r. 1937. Ministerstwo Komunikacji stwierdziło wówczas, że eksploatacja trakcji motorowej jest nadal jeszcze przedmiotem studiów, wobec czego sprawa przewozu pism tymi pociągami jest nieaktualna. Nadto w uzasadnieniu swego stanowiska wysunęło Ministerstwo względy techniczne, wskazując zwłaszcza na brak miejsca w wagonach motorowych.

Wobec normalizacji ruchu wagonów motorowych władze Związku ponownie wystąpią do Ministerstwa Komunikacji z wyżej omówionym postulatem.

#### SPRAWA PRZEWOZU PISM AUTOBUSAMI I SAMOLOTAMI

W dążeniu do usprawnienia dostawy pism na prowincję władze Związku zwróciły również baczna uwagę na sprawę przewozu pism autobusami oraz samolotami. Akcja Związku w tych sprawach omówiona została na innych miejscach nin. sprawozdania, a mianowicie w części, poświęconej sprawom pocztowym (autobusy) oraz w części drugiej nin. działu zawierającej omówienie zagadnienia kosztów przewozu pism (samoloty).

#### KOSZTY TRANSPORTU

W ramach ogólnej akcji, zmierzającej do obniżenia kosztów produkcji wydawniczej, władze Związku duży nacisk położyły na zagadnienie kosztów przewozu pism. Na przestrzeni dziesięciolecia akcja władz związku objęła następujące kwestie: 1) kwestię opłat zasadniczych za przewóz pism koleją, 2) kwestię opłat dodatkowych na rzecz poczty, od paczek z pismami przewożonych koleją, 3) kwestię opłat stemplowych od ceduł kolejowych, 4) kwestię taryf specjalnych za przewóz pism autobusami, pociągami motorowymi, kolejami wąskotorowymi, wreszcie samolotami. Odzielną pozycję w tej dziedzinie stanowi sprawa taryfy kolejowej na przewóz papieru i surowców papierniczych.

##### a) Opłaty za przewóz pism koleją

Pierwsze starania o potaniecie przewozu pism kolejami rozpoczęły władze

Związku w okresie 1932—33 r., a więc w dobie głębokiego kryzysu gospodarczego, który odbił się b. poważnie na przemyśle wydawniczym, powodując m. in. znaczny spadek sprzedaży pism. Niepomyślna sytuacja gospodarcza, w jakiej znalazły się wydawnictwa zrzeszone, skłoniła władze Związku m. in. do wystąpienia o obniżkę taryfy kolejowej na przewóz dzienników i czasopism. Postulaty władz Związku spotkały się ze zrozumieniem ze strony ówczesnego Ministra Komunikacji. W konsekwencji z dniem 1 kwietnia 1933 r. wprowadzona została nowa obniżona taryfa opłat za przewóz dzienników i czasopism kolejami. Taryfa ta zmniejszyła z 10 kg na 5 kg jednostkę wagonową, odpowiadającą jednostce opłaty oraz obniżyła stawkę opłat o 20—40% w zależności od odległości. Taryfa ta jednak przyniosła częściowe tylko zaspokojenie potrzeb prasy, zwłaszcza, iż zasadnicza konstrukcja taryfy, przewidywana znaczną progresję na dalsze odległości, nie uległa zmianie. Progresa zatrzymana została na odległość 600 klm. To też już w r. 1935 władze Związku podjęły znów starania o zmianę istniejących przepisów taryfowych i obniżenia opłat za przewóz pism. Sprawa ta została szczegółowo omówiona w obszernym memoriale, złożonym Panu Ministrowi Komunikacji przez władze Związku. W memoriale tym władze Związku wykazały, iż nadmierna wysokość opłat za przewóz paczek z pismami koleją, szczególnie na odległości, przenoszące 100 klm. jest jedną z poważniejszych przyczyn, hamujących szerszy rozwój kolportażu na dalszej prowincji. Wobec znacznego procentu zwrotów niesprzedanych pism z prowincji, koszt przewozu, rozkładając się wyłącznie na egzemplarze sprzedane, obciąża je w stopniu bardzo poważnym, przy czym wysokość tego obciążenia wzrasta bardzo silnie w miarę wzrostu odległości i związanego z nią wzrostu opłat przewozowych. Szczegółowa analiza porównawcza taryfy na przewóz pism w zestawieniu z innymi taryfami kolejowymi wykazuje, iż w taryfie na przewóz pism zastosowana została stopa progresyjna, znacznie wyższa, niż w innych taryfach, m. inn. wyższa, niż w taryfie bagażowej i osobowej. Opierając się na powyższym, władze Związku przedłożyły Panu Ministrowi Komunikacji postulat obniżenia stawek taryfy na czasopisma na dalsze odległości, a to przez zastosowanie w tej taryfie identycznej progresji, jak w taryfie osobowej.

W szczególności władze Związku proponowały:

a) obniżenie zasadnicze opłat za

przewóz dzienników i czasopism kolejami na odległości ponad 100 klm. o 20—40%,

b) zatrzymanie progresji tych opłat na 300 klm. i liczenie przy przewozach na odległości dalsze niż 300 klm. stawki, przypadającej za 300 klm.

Realizacja powyższych postulatów napotkała na b. poważne trudności ze strony Ministerstwa Komunikacji. Mimo usilnych starań władz Związku, które przeprowadziły szereg konferencji z czynnikami miarodajnymi oraz przedstawiły omówione wyżej postulaty w memoriałach, skierowanych do władz rządowych, sprawa rewizji taryfy przez 2 lata pozostawała w zawieszaniu. Dopiero w 1937 r. Ministerstwo Komunikacji podjęło prace nad tym zagadnieniem, wysuwając projekt całkowitej zmiany konstrukcji opłat za paczki gazetowe, idący w kierunku uproszczeń manipulacyjnych w drodze wprowadzenia opłat ryczałtowych, niezależnych od odległości a związanych jedynie z wagą paczki. Podczas konferencji, poświęconych omówieniu tego projektu z władzami Związku Wydawców, przedstawiciele Ministerstwa Komunikacji nie sformułowali propozycji, dotyczącej wysokości stawki ryczałtowej, podkreślając jedynie, iż według obliczeń Ministerstwa Komunikacji, średni przebieg paczki gazetowej wynosi 260 klm.

Biuro Związku poddało projekt powyższy dokładnej analizie i, opierając się na wynikach ankiety przeprowadzonej wśród członków Związku, stwierdziło, iż koncepcja Ministerstwa Komunikacji nie uwzględnia interesów wielkiej części wydawnictw, w szczególności wydawnictw o mniejszym zasięgu terytorialnym, które zmuszone byłyby opłacać stawkę ryczałtową, obliczoną według średniego przewozu, znacznie przewyższającego odległość, na jaką wydawnictwa regionalne ekspediuje pisma do kolportażu. Wobec powyższego władze Związku ustosunkowały się negatywnie do projektu Ministerstwa Komunikacji, podtrzymując swe postulaty wyżej omówione. Postulaty te nie zostały dotychczas przez Ministerstwo Komunikacji załatwione.

##### b) Sprawa dodatkowych opłat od przewozu pism kolejami

W r. 1934 w związku z opracowywaniem rozporządzenia w sprawie przewozu pism autobusami, ustalającego specjalne opłaty na rzecz poczty, władze pocztowe wysunęły projekt obciążenia paczek z pismami, przesyłanych kolejami, analogicznymi opłatami na



## Bezpłatne porady

dla budujących z betonu  
i żelbetu

udziela

# Związek Polskich Fabryk Cementu

Warszawa, ul. Mazowiecka 4, m. 5  
Telefony 228-12 | 517-85

wydaje miesięcznik „CEMENT” poświęcony budownictwu żelbetowemu i co drugi miesiąc dodatek „BETON” o wyrobach betonowych i sztucznym kamieniu; sprzedaje broszury opisujące aktualne zagadnienia z zakresu stosowania betonu w budownictwie miejskim i wiejskim, drogowym, wodnym i przemysłowym

# DOM HANDLOWY HERMAN MEYER

Spółka Akcyjna

Warszawa, Traugutta Nr. 2  
tel. 601-84, 602-84, 603-84

## ODDZIAŁY:

KATOWICE, ul. Kilińskiego 18, tel. 337-81  
POZNAŃ, Brama Towarowa 2, tel. 37-06

## SPRZEDAŻ:

czystej blachy cynkowej, węgla w kraju i na eksport, cementu, wyrobów żelaznych, ołowiu, wyrobów ołowianych, wyrobów aluminiowych.

## PRZEDSTAWICIELSTWA:

Wspólnota Interesów Górniczo-Hutniczych Sp. Akc., Katowice.

Modrzejów - Hanke, Zjednoczone Zakłady Górniczo-Hutnicze S. A. w Sosnowcu

Zakłady Hohenlohego Sp. Akc., Welnowiec.

Fabryka Przetworów Chemicznych „Rędzin” Sp. Akc.

Sp. Akc. „Olów”, Strzybnica

i innych firm krajowych i zagranicznych.

## OD BAŁTYKU PO KARPATY — PEWNE W KKO LOKATY

Niezawisłości politycznej narodu towarzyszyć powinna niezależność ekonomiczna, ugruntowana przede wszystkim na spotęgowaniu rodzimych sił wytwórczych. Gromadzenie kapitałów, jako zasobów energii zbiorowej, służyć powinno za sprawdzian dobrobytu powszechnego. Komunalne Kasy Oszczędności (KKO) w liczbie 354 są w Polsce — wzorem państw zachodnich — regionalnymi zakładami pieniężno-kredytowymi, ogniskującymi na gruncie zafiancowania ogółu miejscowego — jego dorobek materialny. Wszystkie KKO jednoczą z górą 1.800.000 wkładców a zarazem reprezentują pokaźny zespół energii pieniężnej, bezmała 900 milionów zł kapitałów i lokat.

Dzięki rozgałęzionej swej akcji kredytowej na potrzeby dolnych warstw narodu tworzą KKO nurt ożywczy dla dobrobytu, skoro zespół pożyczkobiorców przekracza w KKO 800.000 jednostek a roczna (1937) kwota kredytów gotówkowych, udzielonych przez wszystkie KKO w Polsce (zł 604 milionów) wysuwa te zakłady na miejsce naczelnego w państwie całym. Żywy obrót pieniężno-kredytowy wszystkich KKO w Polsce, obsługujący na 354 placówkach regionalnych potrzeby lokalne szerokich sfer społeczeństwa daje w wyniku tego niezachwianą płynność lokowanych oszczędności i kapitałów a to przy publicznej — również rozgałęzionej reionami — kontroli organów ciał samorządowych. W dziedzinie przeto gromadzenia kapitałów ojczystych tudzież akcji kredytowej zdołały KKO pozyskać w Polsce odrodzonej przodujące miejsce.

Jednym z takich zakładów pieniężno-kredytowych jest podstołeczna KKO (na pow. Warszawski) z siedzibą w Warszawie, przy ul. Zgoda Nr. 7 (gmach własny) z 5 Oddziałami: w Pruszkowie, Piasecznie, Nowym Dworze, Jeziornie i Wołominie. W 10 roku swego istnienia zgromadziła ta KKO przeszło 47.000 ciulaczy (książeczek) przy ogólnej kwocie lokat 35.200.000 zł, a rocznym obrocie — ćwierć miliarda zł. Za okres 10-letniej swej działalności zdołała ta instytucja rozprowadzić kredytów i pożyczek na sumę zł 89.225.900 (61.218 pożyczkobiorców) na cele budowlane, popieranie rodzimego handlu i rzemiosł, na zakup inwentarzy rolniczych, kupno krów, zakładanie sadów i t.p., — stwierdzając żywotność finansową i gospodarczą rolę tej placówki na równi z innymi KKO w Polsce. Pupilarna gwarancja funduszy lokowanych, ustawowo zastrzeżona dla wszystkich KKO ze strony lokalnych Związków Samorządowych, toruje tym zakładom należne zaufanie, a dzięki racjonalnej i oględnej akcji kredytowej, obejmującej rozległe a dolne potrzeby narodu, posiadają te instytucje ugruntowaną równowagę swych obrotów pieniężnych, zapewniając całkowite bezpieczeństwo funduszy lokowanych.



Gmach własny KKO (W-wa, Zgoda 7)



rzecz poczty. Projekt ten, zarówno jak i opłata na rzecz poczty przy przewozie pism autobusami, opierały władze pocztowe na postanowieniach ustawy o Poczcie, która zastrzegła dla Poczty monopol na przewożenie pism, zezwalając jej zarazem na czynienie od tego monopolu wyjątków.

Wobec wielkiego zaniepokojenia, jakie powyższy projekt władz pocztowych wzbudził wśród wydawców, władze Związku Wydawców podjęły energiczną akcję, mającą na celu wykazanie, iż zamierzenia te zagrażają bardzo poważnie zasadniczym interesom prasy. Na licznych konferencjach oraz w szeregu memoriałów przedstawiciele władz Związku podkreślali, iż jakiegokolwiek podwyższenie wydatków przedsiębiorstw wydawniczych za przewóz pism kolejami mogłoby pociągnąć za sobą bardzo ujemne następstwa dla prasy. Opłaty na rzecz poczty od takiego przewozu nigdy nie były pobierane mimo, iż ustawy monopolu poczty na przewóz pism istniał od chwili wskrzeszenia Państwa Polskiego. Uzasadnieniem negatywnego stanowiska władz Związku było stwierdzenie, iż wydawcy, muszą w zakresie ekspedycji swych wydawnictw pracować wyjątkowo sprawnie, muszą więc korzystać z przesyłek kolejowych, a to ze względu na ich szybkość i sprawność techniczną.

Wynikiem licznych konferencji przedstawicieli władz Związku z przedstawicielami Ministerstwa Pocht i Telegrafów, odbytych w 1934—1935 r. było odstąpienie Ministerstwa Pocht i Telegrafów od projektu obciążenia prasy dodatkowymi opłatami na rzecz poczty od paczek z dziennikami i czasopismami przesyłanych koleją.

#### c) Sprawa zniesienia opłat stemplowych od ceduł kolejowych przy przewozie pism

Bardzo dotkliwym, bo procentowo wysokim obciążeniem kosztu przesyłek małych paczek z dziennikami i czasopismami są pobierane przez władze skarbowe opłaty stemplowe od ceduł kolejowych. Ze względu na to władze Związku jeszcze w roku 1935 wystąpiły do Ministra Skarbu o zniesienie tych opłat.

Przedstawiając powyższy postulat władze Związku wykazały na zasadzie szczegółowych wyliczeń, iż opłaty stemplowe pobierane od każdej ceduły w wysokości 11 groszy, mimo swej porządnej nieznaczonej wysokości, bardzo

poważnie podwyższają koszt przesyłek pism. W szczególności ma to miejsce w odniesieniu do małych paczek przesyłanych na odległość 100 — 150 klm.; przy obecnym układzie stosunków na polskim rynku kolportażowym, większość nakładów prowincjonalnych rozchodzi się właśnie na odległości nie przekraczające 150 klm. Opłata stemplowa wynosi przy małych paczkach wysyłanych na te odległości od 50 % do prawie 100% opłat kolejowych.

Postulaty powyższe były przedmiotem licznych konferencji dyrektora Związku z przedstawicielami Ministerstwa Skarbu, były też dwukrotnie jeszcze w r. 1936—37 wysuwane w memoriałach skierowanych do rządu przez władze Związku. Mimo tych starań postulaty w sprawie opłat stemplowych nie zostały dotychczas zrealizowane.

#### ULGOWA TARYFA PRZEWOZOWA NA PAPIER ROTACYJNY

Władze Związku Wydawców, pragnąc uchronić wydawców od ujemnych skutków zasadniczej podwyżki taryfy towarowej P. K. P., zastosowanej w odniesieniu do wszystkich towarów 1929 r., uzyskały zgodę Ministra Komunikacji na wprowadzenie do taryfy specjalnej ulgi przy przewozie papieru rotacyjnego gazetowego z głównych miejsc produkcji do wszystkich ośrodków wydawniczych Rzeczypospolitej Polskiej. Ulga ta została przyznana zasadniczo na okres przejściowy, jednakże, na skutek starań władz Związku Wydawców, ta ulgowa taryfa była kolejno przedłużana aż do czasu wprowadzenia nowej taryfy bagażowej w r. 1936.

W 1934 r. władze Związku dążąc do stworzenia warunków jak najbardziej sprzyjających wydatnemu obniżeniu cen papierów wydawniczych w Polsce podjęły akcję zmierzającą do uzyskania ogólnej niżki taryf przewozowych na surowce, półfabrykaty i fabrykaty przemysłu papierowego. W memoriale przedłożonym Ministrowi Komunikacji władze Związku wykazywały, iż, na skutek utrzymania taryf na przewóz celulozy, papierówki i papieru rotacyjnego od r. 1929 bez zmiany, udział procentowy kosztów przewozu w cenie papieru rotacyjnego w związku z dokonaną obniżką cen papieru wzrósł od tego czasu o 54%. Memoriał zwracał uwagę, że całkowity koszt przewozu (a więc koszty transportu surowców, półfabrykatów (celuloza) i wresz-

cie — papieru) przypadający na 1 tonnę papieru rotacyjnego wynosi około 100 zł., co stanowi około 21% ceny papieru. W memoriale powyższym władze Związku Wydawców wysunęły postulat niżki taryf kolejowych na papierówkę, celulozę i papier rotacyjny oraz główne gatunki papierów wydawniczych płaskich o 15 — 30%, przy czym podkreślono, iż chodzi o zastosowanie tej niżki wyłącznie dla pierni, produkujących papiery wydawnicze.

Powyższy postulat władz Związku załatwiony został przez Ministerstwo Komunikacji odmownie; w odpowiedzi swej Ministerstwo Komunikacji zaznaczyło, iż „strata kolei na proponowanych obniżkach byłaby niewspółmiernie większa, niż ewent. korzyści dla konsumentów papieru“.

#### SPRAWA PRZEWOZU PISM SAMOLOTAMI

Władze Związku specjalną uwagę poświęcają od lat paru zagadnieniu umożliwienia prasie posługiwania się w jak najszerzej mierze najszybszym środkiem przewozowym, jakim jest samolot. W obecnej sytuacji prasy, która z jednej strony dostosować się musi do wzrastającego tempa współczesnego życia i biegu wypadków z drugiej — zagrożona jest w coraz silniejszym stopniu działalnością informacyjną radia — zagadnienie szybkiego dotarcia do czytelnika nabiera z każdym rokiem coraz większego znaczenia. Samoloty oddać mogą w tej dziedzinie prasie ogromne usługi. Pierwszym warunkiem jest jednak dostosowanie kosztu przewozu lotniczego gazet do możliwości prasy. Poziom i konstrukcja opłat za przewóz lotniczy pism uniemożliwiają wydawnictwom korzystanie w szerokiej mierze z tego środka ekspedycji pism.

Badania, podjęte przez władze Związku nad tym zagadnieniem, doprowadziły do sformułowania zasadniczych postulatów prasy, których realizacja umożliwi szerokie rozwinięcie lotniczego przewozu gazet. Postulaty te, przedłożone w memoriale Ministrowi Komunikacji w r. 1936, idą w kierunku: a) wprowadzenia specjalnego typu paczek gazetowych samolotowych, na wzór paczek gazetowych kolejowych, b) ustalenia opłaty za przewóz dzienników i czasopism samolotami w wysokości około 10 gr. za 1 kg. niezależnie od odległości, c) rozważenie sprawy nocnych lotów towarowych.



# POWAŻNE ZAGADNIENIE

W cenie sprzedażnej każdego pudełka zapalek tkwi poważna opłata skarbowa. Dla zabezpieczenia konsumpcji zapalek, a co za tym idzie, zysków dla Skarbu Państwa, nałożone zostały opłaty w postaci stempla na zapalniczki, których używanie tą konsumpcję zmniejsza.

Minimalny zbyt zapalniczek ostemplowanych zwrócił uwagę władz na coraz bardziej rozpowszechniający się pokątny handel zapalniczkami nieostemplowanymi.

Przepisy wykonawcze do ustawy o Monopolu Zapalczanym na ziemiach Rzeczypospolitej Polskiej przewidywały szereg dość wysokich kar za kupowanie i używanie nieostemplowanych zapalniczek. Zdawałoby się, że niemiła perspektywa narażenia się na grzywnę, wyrażającą się w wysokości pięciokrotnej opłaty skarbowej z zamianą na areszt, wystarczy by społeczeństwo zerwało z karygodnym używaniem nieostemplowanych zapalniczek. Wyjątkowo jednak na tym odcinku, mimo kar i obowiązującej każdego obywatela lojalności względem Skarbu Państwa, nie przestrzegano należycie przepisów, niszcząc w ten sposób podstawy dobra ogólnego.

W roku 1931 wprowadzona została prohibicyjna opłata 10 zł od stempla na zapalnicze, by skuteczniej przeciwdziałać rozpowszechnianiu się zapalniczek, a tym samym zwiększyć wpływy do Skarbu Państwa ze sprzedaży zapalek.

Mimo to, wciąż istniejące zapotrzebowanie na zapalniczki i kamienie do nich stworzyło nieznaną w zachodniej Europie nową rodzaje przestępców skarbowych. Byli to tak zwani „zapalniczkarze“, produkujący i sprzedający nielegalne zapalniczki. Sprzedaż ta odbywała się przeważnie na ulicy, sprowadzając handel zapalniczkami do tej samej kategorii oszustw, jak „nabieranie“ emigrantów „na kopertę“, czy też naiwnych na kupno brylantów „z carskiej korony“ lub „z hiszpańskich skarbców“, bowiem przeważnie taka zapalniczka psuła się po kilku dniach, a nabywca nie mógł otrzymać poparcia władz w ukaraniu oszustw, bo sam stał się przecież współnikiem przestępców.

Zarządzenia Ministerstwa Skarbu wprowadzały obostrzone sankcje karne przede wszystkim wobec posiadaczy nielegalnych zapalniczek, a następnie wobec „fabrykantów“, gdzie kara pieniężna dochodziła do 5.000 złotych, a dotkliwa kara pozbawienia wolności stosowana była w zakresie od 1 miesiąca do 2 lat. Zarządzenie te, poparte czujnością władz administracyjnych, zmniejszyły tą wzrastającą kategorię przestępstw.

W tym czasie władze celne stwierdziły silny wzrost przemysłu przez zieloną granicę zapalniczek i kamieni zapalniczkowych. Zwłaszcza większe miasta zalane zostały olbrzymią ilością szmuglowanych zapalniczek. Na każdym rogu można było zobaczyć ulicznego handlarza, który z najbardziej niebezpieczną miną ofiarowywał każdemu przechodniowi kupno nieostemplowanej zapalniczki, kryjąc się tylko przed okiem policji. W tym okresie straż graniczna skonfiskowała u przemytników 121.963 zapalniczki i 1.892 kg kamieni zapalowych.

Sprawa zapalniczkowa wymagała radykalnego rozwiązania.

Dnia 1 lipca 1937 roku, w związku z obniżeniem o 20% ceny zapalek, została również zniżona opłata od stempla na zapalnicze. Opłata ta wynosząca 1 zł zamiast poprzednich 10 zł, wprowadzona została na trzechmiesięczny ulgowy okres stemplowania, w czasie którego wszyscy posiadacze nieostemplowanych zapalniczek za skromną sumę 1 złotego mogli ulegalizować posiadanie zapalniczki.

Nowe przepisy karno skarbowe głosiły, że mieszkańcy całego kraju za posiadanie nieostemplowanych zapalniczek i kamieni zapalowych karani są na równi z przemytnikami. Rozporządzenia te i nieustająca walka z używaniem i sprzedażą nieostemplowanych zapalniczek, prowadzona przy pomocy propagandy prasowej, uświadamiającej szerokie sfery społeczeństwa o szkodliwości posiadania nieostemplowanej zapalniczki dla interesów Skarbu Państwa, zdołały przekonać część ogółu o obowiązującej lojalności wobec zarządzeń, umożliwiających władzom zwalczanie plagi przemytnictwa.

Ostatnio ukazał się również szereg rozporządzeń i okólników poszczególnych ministerstw, które regulowały na podległym im terenie sprawę używania nieostemplowanych zapalniczek.

Uwagę tu zwraca zwłaszcza okólnik Ministerstwa Komunikacji z dnia 8 kwietnia 1938 roku w sprawie zwalczania nielegalnego wyrobu zapalniczek przez pracowników ślusarskich warsztatów kolejowych. Z zapalniczek, pochodzących z takiej nielegalnej produkcji, korzystali nie tylko robotnicy tych warsztatów, lecz i personel urzędniczy. W związku z tym okólnikiem Dyrekcje Okręgowe Kolei Państwowych wydały odpowiednie zarządzenia, uniemożliwiające nielegalną produkcję zapalniczek na terenie warsztatów kolejowych, oraz o przewidzianej karze grzywny i karze konfiskaty. Pracownicy Polskich Kolei Państwowych winni naruszenia tych przepisów prawa karno-skarbowego będą również pociągani do odpowiedzialności służbowej.

W roku bieżącym ukazał się okólnik władz skarbowych, w którym uprzedza się handlujących wyrobami tytoniowymi, że w razie stwierdzenia faktu handlu nielegalnymi kamyczkami lub zapalniczkami w sklepie, kiosku lub innym miejscu sprzedaży, grozi handlującemu utrata koncesji tytoniowej.

Dekrety, rozporządzenia i okólniki nie mówią o jeszcze jednej karze, bodaj że najdotkliwszej. Karą tą jest kompromitacja. Osoby ukarane za nabywanie i posiadanie nieostemplowanych zapalniczek łącznie z zawodowym przestępcą czy przemytnikiem napiętnowane są w opinii publicznej, która już dostatecznie zdaje sobie sprawę ze szkodliwej mody posiadania zapalniczki bez stempla.

Wielki wpływ na należyte formowanie się opinii publicznej wywiera odpowiednie nastawienie prasy, potępiającej z jednej strony szkodliwy proceder, który naraża Skarb Państwa na straty, z drugiej zaś strony przypominającej o konieczności podporządkowania się obowiązkom wobec przepisów, co świadczy najlepiej o wyrobieniu obywatelskim.



# O ROZWÓJ CZYTELNICTWA

**Z**AGADNIENIE propagandy czytelnictwa należy w gospodarce wydawniczej wszystkich krajów do zagadnień trudnych i skomplikowanych. Należyte rozwiązanie tego zagadnienia wymaga z natury rzeczy wielkich środków finansowych. Propaganda czytelnictwa daje bowiem należyte rezultaty tylko wówczas gdy zakrojona jest na szeroką skalę i odznacza się bardzo wydatnym zużyciem wszystkich niemal środków, jakimi dysponuje nowoczesna propaganda i reklama. To też na akcję propagandy czytelnictwa w odpowiednio wielkiej skali, zdobywają się jedynie bądź to kraje posiadające prasę bardzo bogatą i doskonale zorganizowaną gospodarczo, bądź też państwa, które, obok dysponowania zasobną prasą, oddają do dyspozycji tego rodzaju akcji swój aparat państwowy; przykładem takiego podejścia do zagadnień propagandy czytelnictwa były w latach ostatnich akcje propagandowe przeprowadzane w tej dziedzinie na olbrzymią skalę w Rzeszy Niemieckiej.

W skromnych i trudnych warunkach polskich nie możliwą było, w okresie sprawozdawczym, rzeczą zmobilizowanie środków i funduszy odpowiednio dużych po temu, aby można było przeprowadzić akcje propagandy czytelnictwa na tak dużą skalę, któraby zapewniała jej skuteczność i opłacalność. Dążąc jednak do zrealizowania wysiłków w naszych warunkach możliwych władze Polskiego Związku Wydawców zagadnienia propagandy czytelnictwa miały w stałej swej pieczy i poświęcały im dużo pracy.

## WYTYCZNE PRACY ZWIĄZKU

Generalnymi założeniami pracy władz Związku w tej dziedzinie były założenia następujące: a) ułatwienie poszczególnym wydawnictwom indywidualnej akcji propagandowej na rzecz zwiększenia zbytu poszczególnych dzienników i czasopism, b) umożliwienie, przy różnych nadarzających się okazjach najszerszym warstwom publiczności zapoznanie się bezpośrednio ze wszystkimi, godnymi uwagi, dziennikami i czasopismami, c) badanie zagranicznych metod zbiorowej i indywidualnej akcji propagandy czytelnictwa, celem zapoznawania z tymi doświadczeniami zagranicznymi wydawców polskich, wreszcie d) organizowanie, przy odpowiednich okazjach, sporadycznych, doraźnych akcji propagandowych przeważnie niezbyt wielkich.

ale mimo to w danych specyficznych warunkach dających gwarancję odpowiednich pozytywnych rezultatów.

## ULGI POCZTOWE

W zakresie ułatwiania wydawnictwom indywidualnej akcji propagandowej na rzecz zwiększania zbytu dzienników i czasopism, bardzo poważne i dodatnie rezultaty osiągnęły władze Związku w postaci uzyskania w Ministerstwie Poczty i Telegrafów specjalnie obniżonej taryfy, stale obowiązującej, za przesyłkę egzemplarzy okazowych i prospektów wydawnictw. Ponadto od kilku już lat stale co roku, w dwu okresach jednomiesięcznych, prasa, na skutek zabiegów władz Związku Wydawców, korzysta ze specjalnych ulg w opłatach pocztowych za egzemplarze okazowe i prospekty, obniżających te opłaty o dalsze 50% od wysokości zmniejszonych stałych opłat. Ponieważ jedną z najważniejszych, podstawowych form propagandy wydawniczej w dziedzinie rozpowszechniania wydawnictw jest dostarczanie jak najszerszym sferom publiczności egzemplarzy okazowych czasopism i informujących o nich prospektów — uzyskanie dla prasy przez Związek wyżej wymienione ulgi pocztowe umożliwiają aktywnym i chcącym stosować akcję propagandową wydawnictwom dość szerokie korzystanie z tej formy celowej i skutecznej propagandy. Oprócz już osiągniętych powyższych dodatków w tej dziedzinie rezultatów, władze Związku Wydawców od szeregu lat przeprowadzają akcję przygotowawczą, mającą na celu dalsze rozszerzenie ułatwień przy masowym rozpowszechnianiu egzemplarzy okazowych i prospektów, a to przy pomocy odpowiednich zmian w manipulacjach pocztowych oraz przy pomocy realizacji taniej pocztowej paczki gazetowej.

Na granicy zagadnień kolportażowych i propagandowych znajduje się sprawa propagowania zbytu dzienników i czasopism po przez odpowiednie szerokie i intensywne nasycanie dziennikiem lub czasopismem punktów sprzedaży w całym kraju. I na tym odcinku władze Związku osiągnęły pozytywne rezultaty, oddziaływując w kierunku możliwie najdogodniejszego dla prasy kształtowania warunków i kosztów przewozu gazet kolejami i autobusami oraz taniego przesyłania spowrotem do wydawnictw i hurtowni gazetowych zwrotów.

Bliższe szczegóły dotyczące rezultatów pracy Związku w dziedzinie tych

ułatwień pocztowych, kolejowych i autobusowych oraz przeprowadzonych przez Związek akcji przygotowawczych do dalszych w tym kierunku prac — zawierają inne działy sprawozdania.

## CZYTELNIENIE NA WYSTAWACH I TARGACH

Umożliwianie szerokim warstwom publiczności bezpośredniego zapoznawania się z treścią dzienników i czasopism realizowały władze Związku przy pomocy organizowania bezpłatnych czytelni dzienników i czasopism na szeregu wystaw. Faktem jest istnienie w Polsce silnego głodu czytelniczego, który jednak z uwagi na nasze stosunki zarobkowe nie doprowadza do należyte szerokiego i wydatnego prenumerowania przez publiczność dzienników i czasopism oraz ich nabywania w sprzedaży ulicznej. W tych warunkach ważne jest udostępnianie wielkim skupieniom publiczności zapoznanie się z dziennikami i czasopismami, prowadzi to bowiem do pozyskiwania dla wydawnictw nowych prenumeratorów lub też stałych nabywców. Wychodząc z tych założeń władze Związku Wydawców organizowały na poważniejszych krajowych wystawach i targach bezpłatne czytelnie dzienników i czasopism, pomieszczając na nich niemal wyłącznie dzienniki i czasopisma należące do Związku. Czytelnie takie zorganizowane zostały na: Targach Poznańskich, oraz na wystawach „Książka w Polsce Współczesnej”, „Len Polski”, „Polska i Polacy w Świecie”, oraz na wielkiej wystawie „Warszawa wczoraj, dziś i jutro”, otwartej od wczesnej jesieni 1938 r. Czytelnie dzienników i czasopism organizowane na targach i wystawach wyposażone były w estetyczne urządzenia zewnętrzne, i mieściły się w dobrych i widocznych punktach wystaw. Dzięki temu oraz dzięki należyte zorganizowanemu szybkiemu dostarczaniu do czytelni najświeższych numerów wydawnictw — cieszyły się one wielką frekwencją i zapoznawały setki tysięcy osób z umieszczonymi w czytelniach dziennikami i czasopismami, spełniając należyte swą rolę propagandową.

Poza organizowaniem własnych czytelni na wystawach władze Związku Wydawców technicznie dopomagały w organizowaniu przez instytucje społeczne lokalnych wystaw prasowych na prowincji, m. in. w Częstochowie i Krzemieńcu.

Poważne prace przeprowadzone były



# UDZIAŁ ZWIĄZKU W WYSTAWACH I TARGACH



Czytelnie pism:  
na Targach Poznańskich w 1935 r.  
(u góry),  
na Wystawie „Polska i Polacy w Świe-  
cie” w r. 1934 (obok).



Dział prasowy w Pawilonie Polskim na  
Targach w Królewcu w 1938 r., zorga-  
nizowany przez Związek Wydawców.





Czytelnia, zorganizowana przez Związek Wydawców na wystawie „Warszawa wczoraj, dziś i jutro” w 1938-9 r.

przez władze Związku Wydawców w dziedzinie badania metod zbiorowych i indywidualnych akcji propagandowych zagranicznych wydawców na rzecz czytelnictwa dzienników i czasopism. Zgromadzono w tej dziedzinie poważną ilość informacji i obserwacji, jak również wzorów niektórych środków propagandy wydawniczej na rzecz czytelnictwa stosowanych zagranicą. Materiał ten użytkowany był praktycznie w sposób dwójaki: w licznych artykułach, notatkach i informacjach pomieszczanych na łamach miesięcznika „Prasa” oraz w referatach, wygłaszanych na posiedzeniach i zebraniach władz i członków Związku Wydawców. W ten sposób przenoszono na grunt polski ważne i cenne doświadczenia zagranicznych rynków wydawniczych.

#### TYDZIEŃ PROPAGANDY CZASOPISM

Z innych, ważniejszych akcji w dziedzinie propagandy czytelnictwa na uwagę zasługuje zorganizowany przed kilkoma laty przez władze Związku „Tydzień propagandy czasopism”; oprócz uzyskania w tym okresie od Ministerstwa Poczty i Telegrafów specjalnych zniżek od opłat za przesyłanie czasopism władze Związku rozpozyszczyły przy pomocy punktów kolportażowych w całym Państwie, 200.000 kart pocztowych, zawierających zawiadomienie o Tygodniu Propagandy i pełny spis czasopism należących do Związku; jednocześnie ogłoszenia, pomieszczone na łamach kilkudziesięciu dzienników wzywały publiczność do zwracania się do biura Związku przy pomocy tych pocztówek o egzemplarze

okazowe czasopism. W wyniku tej akcji biuro Związku otrzymało blisko 50 tys. sztuk wezwań w sprawie egzemplarzy okazowych, przy czym wezwania z reguły dotyczyły kilku do kilkunastu czasopism; umożliwiło to Związkowi dostarczenie czasopismom wielkiej ilości adresów osób interesujących się poszczególnymi czasopismami. Ponadto w okresie „Tygodnia Propagandy Czasopism” władze Związku zorganizowały konkurs z nagrodami pieniężnymi dla właścicieli kiosków gazetowych w Warszawie na najlepsze wywieszanie czasopism; w kilkudziesięciu dziennikach biuro Związku pomieściło, w okresie „Tygodnia”, artykuły pierwszorzędnych publicystów, poświęcone czasopiśmiennictwu.

## V-ty Naukowy Zjazd Instytutu Bałtyckiego

W dniach 7 i 8 maja odbędzie się we Lwowie Piąty Naukowy Zjazd Instytutu Bałtyckiego. Zgodnie z uchwałą, powziętą na poprzednim zjeździe w Krakowie w 1934 r., poświęcony będzie podstawowym zagadnieniom Gdyni i Gdańska, jako portów polskiego obszaru celnego.

Piąty Naukowy Zjazd jest przygotowany nadzwyczaj starannie zarówno pod względem organizacyjnym jak i naukowym. Nad Zjazdem objął protektorat twórca Gdyni, p. wiceminister Kwiatkowski, przyrzekając osobisty w nim udział.

Materiał referatowy Zjazdu grupuje się w dwóch działach: pierwszy obejmować będzie problemy Gdyni jako ośrodka handlu morskiego, drugi — zagadnienie portów polskich jako węzła komunikacyjnego.

W okresie kryzysu gospodarczego, który przyniósł niepokojący spadek sprzedaży dzienników i czasopism, władze Związku stale współdziałały z głównymi organizacjami kolportażowymi w dziedzinie odpowiedniego instruowania sprzedawców dzienników i czasopism w kierunku zachęcania publiczności do nabywania pism; również w porozumieniu z instytucjami kolportażowymi władze Związku przeprowadzały akcje propagandowe przeciwko wypożyczaniu przez kolporterów dzienników i czasopism. W tymże okresie Związek współdziałał z Tow. „Ruch” w dziedzinie propagandy na rzecz wzmocnienia nabywania przez publiczność dzienników i czasopism w okresie letnich wyjazdów wycieczkowych, kuracyjnych i turystycznych. Przeprowadzono też parokrotnie akcję w sprawie zachęcania publiczności do abonowania dzienników i czasopism dla krewnych, przyjaciół i znajomych jako podarunku gwiazdkowego. Wydatnie także, w ciągu kilku lat, biuro Związku współdziałało z Macierzą Polską w zakresie zwalczania analfabetyzmu, wychodząc z założenia, iż oprócz najważniejszej kulturalnej roli takiej akcji — pośrednio toruje ona drogę rozwojowi czytelnictwa, a więc łączy się z zagadnieniami propagandy na rzecz tego czytelnictwa.

Z końcem roku 1938 władze Związku nawiązały kontakt ze Światowym Związkiem Polaków z Zagranicy w sprawie podjęcia przez Światowy Związek Polaków, przy pomocy specjalnej wędrowniej wystawy, propagandy na terenach emigracyjnych na rzecz możliwie najsilniejszego rozpowszechniania wśród Polaków żyjących na obczyźnie czytelnictwa książek i czasopism polskich.

Pierwsze z tych zagadnień będzie reprezentowane przez 17, drugie przez 12 referatów analitycznych. Poza to każde z wyżej wymienionych zagadnień powierzone zostało jako całość do syntetycznego opracowania wybitnym znawcą przedmiotu, jako sprawozdawcom generalnym, którymi są: pp. Czesław Klarner, prezes Związku Izby Przemysłowo-Handlowych w Warszawie i Adam Rudzki, dyrektor handlowy Rady Portu i Dróg Wodnych w Gdańsku.

Również w osobną grupę wyodrębnione zostały materiały, dotyczące roli portów morskich jako narzędzi polityki gospodarczej. Na ten temat wygłosi odczyt prof. Edward Lipiński, dyrektor Instytutu Badania Koniunktur Gospodarczych i Cen.



Fabryka Przędzy i Tkanin Sztucznych

## „CHODAKÓW”

SPÓŁKA AKCYJNA

Adres pocztowy, telegraficzny i telefon  
Urząd pocztowy CHODAKÓW

Produkcja obejmuje:

1. Przędzę surową nitkowaną, pojedynczą i łączoną, w pasmach i na szpulkach.

Przędzę szlichtowaną: surową, barwioną i manipulowaną w pasmach i na szpulkach.

Przędzę matową cienkoprzędną „Mewa” i „Mimewa” do wyrobów dzianych i pończoszniczych.

- 2 Sztuczne przędziwo syntetyczne „Chostra”

GENERALNE PRZEDSTAWICIELSTWO  
dla przędzy sztucznej  
„UNION TEXTILE”

Sp. Ak.

Łódź, ul. Piotrkowska Nr. 171/173

## FBBRYCZNE SKŁADY PAPIERU PNIOWIEC

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

CENTRALA:

WARSZAWA, UL. DŁUGA Nr. 48

Telefony: 11-74-76, 11-82-53, 11-82-54, 11-82-45

Skrót telegraficzny „PNIOWIEC”

ODDZIAŁ:

POZNAŃ, Wszystkich Świętych 4a

tel. 33-89, 38-89.

Ekspozycje i składy

BYGDOSZCZ, Dworcowa 9, tel. 37-33

GDYNIA, ul. Mściwoja 9, tel. 17-86

KATOWICE, ul. Mickiewicza 16,  
tel. 332-87

ŁÓDŹ, Śródmiejska 28, tel. 223-30

SOSNOWIEC, Czysta 9, tel. 6-20-64

Komisowa sprzedaż papieru fabryki

## LIGNOZA S.A.,

KATOWICE

Papiernia w Pniowcu G. Śl.



### „INTERTYPE”

Matryce intertypowe nadają się do maszyn zecerskich. Innych firm

Najlepsza  
maszyna  
zeczerska  
szybka w pracy  
łatwa w obsłudze

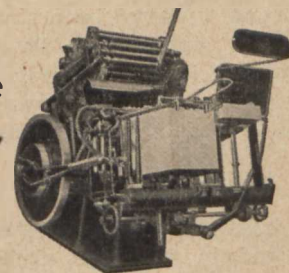
Automaty

drukarskie

### „HEIDELBERG”

to atut

każdej drukarni



Przedstawicielstwo na Polskę:  
DOM AGENTUROWO-KOMISOWY

## ADOLF NEUDING i Synowie

WARSZAWA, MARSZAŁKOWSKA 81, TEL. 8-51-25, 8-08-92

Wyłączne przedstawicielstwa:

Intertype Corporation Brooklyn — New York — Berlin  
Schnellpressenfabrik A. G. Heidelberg, Heidelberg  
Spema G. m. b. H. Berlin. Maszyny specjalne do druku biletów tramwajowych, bloków kasowych, ramek diagramowych i inne.  
Koenig Werke G. m. b. H. Guben. Samonakładzce do maszyn drukarskich.

H. Berthold A. G. Berlin. Członki, linie mosiężne, ornamenty,  
Clemens Claus K. G. Thalheim Erzb. i Breitenbach. Matryce stereotypowe i podkłady karkowe do maszyn rotacyjnych.  
R. Hammer & Söhne Aschersleben. Numeratory do maszyn rotacyjnych i płaskich  
Lankes & Schwärzler München. Papier rullelowy do trawionej.

Wszelkie maszyny i artykuły dla przemysłu graficznego, introligatorskiego i pudełkarskiego.  
DOSTAWA CZĘŚCI ZAMIENNYCH DO MASZYN ZECERSKICH



# SPRAWY PODATKOWE I CELNE

**D**AŻĄC do unormowania podstaw finansowych prasy w sposób, odpowiadający warunkom, w jakich pracują wydawnictwa dzienników i czasopism w Polsce, władze Związku poświęciły wiele uwagi zagadnieniom gospodarczym, regulowanym bezpośrednio przez Państwo. Zagadnienia te, w gospodarce wydawniczej odgrywające rolę bardzo poważną, obejmują m. in.: 1. *sprawy skarbowe*, a więc podatkowe i celne, 2. *sprawy obrotu zagranicznego* (reglamentacja przywozu i wywozu, sprawy dewizowe), 3. *sprawy socjalne* (ochrona pracy, ubezpieczenia społeczne). Poza tymi wielkimi kompleksami zagadnień, działalność władz Związku w tej dziedzinie objęła szereg poszczególnych spraw, jak sprawa godzin handlu gazetami i inne.

## SPRAWY PODATKOWE

W okresie do r. 1938 akcja władz Związku w dziedzinie podatku przemysłowego rozwijała się w dwóch kierunkach: 1. w kierunku zwolnienia obrotów drukarni, osiągniętych z druku dzienników i czasopism od podatku obrotowego, 2. w kierunku uzyskania ulg w opłatach z tytułu świadectw przemysłowych dla wydawnictw o mniejszych obrotach, w szczególności dla wydawnictw prowincjonalnych. Nadto władze Związku interesowały się żywo zagadnieniem opodatkowania kolportażu pism.

W r. 1938, w związku z reformą podatku przemysłowego, władze Związku przeprowadziły intensywną akcję, zmierzającą do uwzględnienia interesów prasy w ustawach o podatku obrotowym i o kartach rejestracyjnych.

## OPODATKOWANIE OBROTU

### DRUKARŃ

Zasadnicze stanowisko zrzeszonych wydawnictw w sprawie opodatkowania obrotów drukarni wyrażone zostało w uchwale Ogólnego Konstytuującego Zebrania członków Związku w r. 1929.

W uchwale tej Ogólne Zebranie zaleciło władzom Związku podjęcie starań o usunięcie nierównomierności w opodatkowaniu wydawnictw podatkiem przemysłowych, wynikającej stąd, że wydawnictwa dzienników i czasopism nie posiadające własnej drukarni, zmuszone są pośrednio do opłacania podatku obrotowego (drukarnie obce prze-

zrucają na wydawnictwa podatek opłacany od przychodu brutto za druk dziennika lub czasopisma), podczas gdy przedsiębiorstwa, prowadzące wydawnictwa dzienników i innych pism periodycznych, a posiadające własne drukarnie, są zwolnione od tego podatku na podstawie art. 8 p. 4 ustawy o podatku przemysłowym z r. 1925.

Celem usunięcia tej nierównomierności, podjęte zostały przez władze Związku starania o uwzględnienie w projektowanej wówczas noweli do ustawy o podatku obrotowym, zasadniczego postulatu wydawców nie posiadających własnych drukarni, a więc najslabszych ekonomicznie, by obroty drukarni, osiągnięte z druku obcych dzienników i innych pism periodycznych nie podlegały opodatkowaniu.

W wyniku tych starań w projekcie „ustawy w sprawie zmiany przepisów ustawy o podatku przemysłowym“, przyjętym w trzech czytaniach przez Komisję Skarbową Sejmu dodano w art. 5 ustęp następujący: „Nie podlegają opodatkowaniu obroty drukarni, osiągnięte z druku dzienników i innych pism periodycznych“. Projektowana nowela nie doczekała się jednak rozpatrzenia przez plenum Izb Ustawodawczych.

Tymczasem Ministerstwo Skarbu okólnikiem z dnia 20 lipca 1931 r. nakazało pobieranie podatku obrotowego nawet od obrotów drukarni, powstałych z druku własnych wydawnictw periodycznych. Władze Związku Wydawców, opierając się na art. 5 p. 9 Ustawy o państwowym podatku przemysłowym z dnia 15 lipca 1925 r., który ustala, iż obroty wewnętrzne przedsiębiorstw przemysłowych i handlowych nie są uważane za obrót w rozumieniu przytoczonej ustawy, oraz na art. 8 p. 4 tejże ustawy, nakładającym na wydawnictwa dzienników i czasopism obowiązek opłacania podatku przemysłowego jedynie w formie świadectw przemysłowych, zwróciły się wówczas do Ministerstwa Skarbu z prośbą o wyjaśnienie, iż obroty drukarni, osiągnięte z druku własnych pism codziennych i pism periodycznych, czyli należących do tego samego co i drukarnia właściciela, nie podlegają opodatkowaniu. Na skutek wystąpienia władz Związku Wydawców Ministerstwo Skarbu okólnikiem z dnia 3 listopada 1931 r. wyjaśniło, iż przy opodatkowaniu drukarni, wykonujących oprócz druku własnych pism periodycznych, również i inne druki na zamówienie osób trzecich, opodatkowywać

należy jedynie obroty osiągnięte z wykonania druków dla zamawiających.

Niezależnie od powyższej sprawy, która miała charakter raczej incydentalny, władze Związku czyniły dalsze starania o realizację zasadniczego postulatu, wyrażonego w uchwale Ogólnego Zebrania z 1929 r. W memoriałach, przedłożonych Rządowi w latach 1933 i 1936, a dotyczących gospodarczych postulatów prasy oraz na konferencjach z przedstawicielami właściwych Ministerstw — władze Związku wysuwały stale postulat wyłączenia z sumy obrotu, podlegającej opodatkowaniu kwot, osiągniętych przez zakłady graficzne za druk dzienników i czasopism, wykonywanych na zlecenie osób trzecich. Wystąpienia władz Związku w tym przedmiocie spotykały się stale z negatywnym ustosunkowaniem ze strony władz skarbowych. To ujemne stanowisko Ministerstwa Skarbu sprawiło, iż w r. 1938, formułując swe stanowisko wobec projektu nowej ustawy o podatku obrotowym (patrz niżej „sprawa reformy podatku przemysłowego“) władze Związku zmodyfikowały swój postulat, występując jedynie o zastosowanie do obrotów drukarni, powstałych z wykonania obcych dzienników i czasopism zmniejszonej stawki podatkowej w wysokości 1,3%. Jednakże nawet w tej formie postulat Związku nie został przez władze skarbowe uwzględniony.

## SPRAWA ŚWIADECTW PRZEMYSŁOWYCH

Na zasadzie przepisów taryfy świadectw przemysłowych (zał. do ustawy o podatku przemysłowym z r. 1925) wszystkie wydawnictwa pism codziennych, ukazujących się w miejscowościach I-ej klasy (Bydgoszcz, Chorzów, Katowice, Kraków, Lublin, Lwów, Łódź, Poznań, Sosnowiec i Warszawa) obowiązane były do nabywania świadectw przemysłowych II-ej kategorii. To zrównanie wydawnictw prowincjonalnych z wydawnictwami głównych ośrodków, zwłaszcza Warszawy, pod względem kategorii świadectw przemysłowych nie znajdowało żadnego uzasadnienia w sytuacji gospodarczej i możliwościach rozwojowych większości pism prowincjonalnych i było przez nie dotkliwie odczuwane. W r. 1935 władze Związku Wydawców wystąpiły do Ministra Skarbu o ulgi w opłatach z tytułu świadectw przemysłowych dla prasy prowincjonalnej. W tym samym czasie centralne organizacje samorządu gospodar-



# PRZEGLĄD ORGANIZACJI

MIESIĘCZNIK

poświęcony organizacji życia gospodarczego i kierownictwu

XIV r. istnienia

Czasopismo zawiera artykuły obejmujące zagadnienia teoretyczne i praktyczne z zakresu kierownictwa i organizacji instytucyj i przedsiębiorstw, spraw personalnych, zakupów, gospodarki materiałowej, produkcji, sprzedaży, rachunkowości biurowości i inn.

**Prenumerata kwartalna 6.— zł.**

Redaktor: **Władysław Baliński** doradca organizac.

Wydawca:

**INSTYTUT NAUKOWY  
ORGANIZACJI I KIEROWNICTWA**

Redakcja i Administracja

**Warszawa I, Mokołowska 53, telefon 8-16-43**  
Konto PKO 29.595

Bezpłatne egzemplarze okazowe na żądanie

Udział krajowych wytwórców

po raz

# XI

## w TARGACH KATOWICKICH

od 20.V do 4.VI 1939 r.

stwarza dokument żywych kontaktów gospodarczych z rynkiem śląskim, zwiększa obroty handlowe, prace i ogólny dobrobyt

**ŚLĄSKIE TOWARZYSTWO WYSTAW  
i PROPAGANDY GOSPODARCZEJ**

Katowice, ul. Stawowa L. 14, tel. 300-71

# G A Z

znajduje powszechne zastosowanie

## w drukarniach

do ogrzewania kotłów do topienia metalu dla monotypów, linotypów i stereotypów oraz płyt matrycowych

## w odlewniach czcionek

do ogrzewania kotłów do topienia metalu odlewniczego

**Kosztorysy na instalacje gazowe  
wykonuje bezpłatnie oraz  
udziela porad fachowych:**

## **GAZOWNIA MIEJSKA m. st. WARSZAWY**

**Wydział Instalacji: Kredytowa 5, tel. 6-25-20**



czego podjęły szeroką akcję mającą na celu reformę szeregu dziedzin ustawodawstwa skarbowego, w szczególności zaś taryfy świadectw przemysłowych. W związku z powyższym Biuro Związku podjęło starania, aby postulaty prasy uwzględnione zostały w projekcie opracowywanym przez organizację samorządu gospodarczego. Biuro Związku przeprowadziło studia nad projektami zmian taryfy świadectw przemysłowych, przygotowanymi przez poszczególne Izby Przemysłowo-Handlowe i nad projektem zmiany taryfy świadectw przemysłowych, opracowanym przez posła B. Sikorskiego; stanowisko władz Związku w tej sprawie zakomunikowane zostało organom samorządu gospodarczego.

Powolne tempo prac nad reformą taryfy świadectw przemysłowych nie wróżyło rychłego rozwiązania tej sprawy. Dlatego też władze Związku nie zaniechały starań o realizację swych postulatów na drodze bezpośredniej akcji w stosunku do władz rządowych. Na skutek tych starań w r. 1937 Ministerstwo Skarbu zezwoliło wydawnictwom, mającym siedzibę w Bydgoszczy, Chorzowie, Lublinie i Sosnowcu, do nabywania świadectw przemysłowych kategorii III, zamiast obowiązującej poprzednio kategorii II, przy czym ulga ta przyznana została generalnie (z urzędu), a więc bez obowiązku składania podań. Natomiast wydawnictwom lwowskim przyznano możliwość korzystania z analogicznej ulgi na podstawie indywidualnych decyzji miejscowej Izby Skarbowej.

W r. 1937 władze Związku wystąpiły do Ministerstwa Skarbu z drugim jeszcze postulatem w dziedzinie świadectw przemysłowych. Postulat ten dotyczył rozszerzenia zakresu ulg przy nabywaniu świadectw przemysłowych, udzielanych dorocznie wydawnictwom przez władze skarbowe w ramach ogólnych ulg w tej dziedzinie. Okólnik wydany w tej sprawie w 1936 r. zezwalał wydawnictwom czasopism na nabywanie świadectw przemysłowych kategorii IV, o ile obrót w 1935 r. nie przekraczał 15 tys. zł., oraz półrocznych świadectw kategorii IV, o ile obrót w 1935 r. nie przekraczał 5 tys. zł. Władze Związku wystąpiły o podwyższenie tych norm do 10 i 25 tys. Postulat ten nie został uwzględniony przez Ministerstwo Skarbu.

#### **SPRAWA PRZEPISÓW WYKONAWCZYCH DO USTAWY O PODATKU PRZEMYSŁOWYM**

W r. 1936, w związku z prowadzonymi przez władze skarbowe pracami nad przygotowaniem rozporządzenia wyko-

nawczego do znowelizowanej ustawy o podatku przemysłowym, władze Związku poczyniły starania, aby w rozporządzeniu pomieszczone zostały odpowiednie postanowienia, dotyczące przedsiębiorstw wydawniczych. W szczególności chodziło: 1) o wyraźną interpretacją postanowień ustawy, uwalniających od podatku obrotowego obroty przedsiębiorstw wydawniczych, 2) o wyraźne stwierdzenie, że przedsiębiorstwa wydawnicze, niezależnie od liczby wydawanych pism, winny nabywać tylko jedno świadectwo przemysłowe oraz 3) o potwierdzenie zezwolenia na prowadzenie kantorów wydawnictw za kartami rejestracyjnymi bez obowiązku wykupywania odrębnych świadectw przemysłowych. Na skutek tych starań rozporządzenie wykonawcze, które ukażało się w 1936 r., zawierało w tych wszystkich sprawach wyraźne postanowienie o treści dla prasy korzystnej.

#### **SPRAWA ZWOLNIENIA UBOCZNEJ SPRZEDAŻY PISM OD PODATKU PRZEMYSŁOWEGO**

Prace władz Związku, mające na celu stworzenie najpomyślniejszych warunków dla rozwoju sieci punktów kolportażowych w Polsce, prowadzone były od samego początku istnienia Związku. W akcji swej władze Związku wychodziły z założenia, iż zagadnienie usprawnienia i zwiększenia sprzedaży pism w Polsce nie da się rozwiązać bez znacznego zwiększenia ilości punktów sprzedaży; ponieważ zaś, z uwagi na słaby zbyt pisma w Polsce, punktu kolportażu, szczególnie na prowincji, nie można najczęściej skalkulować, jako przedsiębiorstwa samodzielnego, jedyną możliwością zwiększenia liczby punktów sprzedaży jest oddawanie sprzedaży pism przedsiębiorstwom handlowym już istniejącym o charakterze pokrewnym.

Celem umożliwienia organizowania tego rodzaju ubocznej sprzedaży, niezbędne było zwolnienie tych przedsiębiorstw od podatku przemysłowego z tytułu sprzedaży pism. Akcja Związku Wydawców w tej sprawie, podjęta w r. 1933 dała rezultat pomyślny. Ministerstwo Skarbu okólnikiem z dnia 13 lipca 1933 r. zezwoliło na prowadzenie ubocznej sprzedaży krajowych pism periodycznych przez przedsiębiorstwa handlu towarowego, księgarnie i przedsiębiorstwa gastronomiczne bez obowiązku wykupywania oddzielnych świadectw przemysłowych oraz zwolniło obroty tych przedsiębiorstw, powstałe ze sprzedaży pism od podatku obrotowego. Ulgi te przyznane zostały generalnie, tj. bez obowiązku składania indywidualnych podań przez zainteresowane przedsiębiorstwa. W latach następnych, aż do

chwili znowelizowania ustawy o podatku przemysłowym (1938 r.) ulgi powyższe były przez Ministerstwo Skarbu corocznie potwierdzane.

#### **SPRAWA OPODATKOWANIA HURTOWEJ SPRZEDAŻY PISM**

Począwszy od r. 1927 hurtownie gazetowe — na podstawie specjalnej ulgi, przyznanej przez Ministerstwo Skarbu, opłacały podatek obrotowy (w wysokości 2% względnie 1%) nie od całości, lecz od  $\frac{1}{4}$  sumy osiągniętego obrotu. Ulgi te umotywowane były specjalnym charakterem handlu gazetowego, który przy znacznych obrotach daje stosunkowo niewielki odsetek wpływów netto. W r. 1936 Ministerstwo Skarbu uznało, iż w związku z wprowadzeniem od 1 stycznia 1936 r. jednolitego opodatkowania przedsiębiorstw handlu towarowego, ulgi powyższe straciły moc obowiązującą. Ta decyzja Ministerstwa Skarbu spowodowała bardzo znaczne, bo kilkakrotne podwyższenie obciążenia podatkowego hurtowni gazetowych (zamiast 1% względnie 2% od  $\frac{1}{4}$  obrotu, co stanowi 0,25—0,50% od całości obrotu wprowadzono 1,7% względnie 1,2% od pełnej sumy obrotu).

Na skutek wystąpień członków Związku oraz prób kilku hurtowni władze Związku, uznając doniosłość tej sprawy dla prawidłowego funkcjonowania aparatu kolportażowego, podjęły odpowiednią akcję na terenie Ministerstwa Skarbu, mającą na celu utrzymanie ulgi podatkowej dotychczas stosowanej w odniesieniu do hurtowników gazetowych.

Sprawa powyższa była w r. 1937 oraz na początku 1938 r. przedmiotem szeregu konferencji przedstawicieli Związku w Ministerstwie Skarbu oraz w Ministerstwie Przemysłu i Handlu. Ostateczna decyzja Ministerstwa Skarbu poszła w kierunku zezwolenia hurtowym sprzedawcom pism na opłacanie podatku obrotowego według stawki 0,75% od całego obrotu. Stanowiło to tylko częściową realizację postulatów władz Związku, w porównaniu jednak do norm wprowadzonych po uchyleniu ulg z r. 1927 (1,7% względnie 1,2%) ulga ta przyniosła bardzo poważne zmniejszenie obciążenia podatkowego hurtowych kolporterów pism.

#### **SPRAWA REFORMY PODATKU PRZEMYSŁOWEGO**

W lutym 1938 r. rząd wniósł do Sejmu projekty dwóch ustaw, wprowadzających zasadnicze zmiany w konstrukcji podatku przemysłowego. Były to ustawy: 1) o opłatach rejestracyjnych od przedsiębiorstw i zajęć i 2) o podatku obrotowym.



# PRZEGLĄD EKONOMICZNY

ORGAN POLSKIEGO TOWARZYSTWA  
EKONOMICZNEGO WE LWOWIE

kwartalnik poświęcony badaniu  
podstawowych i aktualnych proble-  
mów gospodarczych i społecznych  
Rok założenia 1928

Ukazał się tom XXIV, który zawiera  
następujące rozprawy: prof. Leopolda  
Caro — Opieka społeczna i zdrowotna  
ze strony narodu i państwa, dyr. dep.  
Leonarda Mozdeńskiego — Dorobek  
Polski na morzu, dra Andrzeja Marcina  
Neumana — (Londyn), Niezrównowazo-  
ny budżet a kurs waluty w krajach  
wolnych, dra Emila Piotra Ehrlicha —  
Handel detaliczny w III Rzeszy, Głosy  
prasy i 25 recenzji.

W „Bibliotece Polskiego Towarzystwa  
Ekonomicznego” we Lwowie, ukazało  
się, jako tom IX, dzieło pt. Polityka  
gospodarcza III Rzeszy, część I: Leopold  
Caro — Przewrót gospodarczy w III Rze-  
szy Antoniego Zabko Potopowicza — Rol-  
nictwo w III Rzeszy; część II: Tadeusz  
Hauser — Bankowość w III Rzeszy.  
Cena razem 8 zł. dla członków Pol. Tow.  
Ekon. 5 zł 50 gr. Jako tom X ukazało się  
dzieło dra Jana Karola Sondla —  
Zmniejszający się przychód z ziemi i  
środki zaradcze, z przemową prof. Lud-  
wika Górskiego (Lublin). Cena 7 zł.,  
dla członków Pol. Tow. Ekonon. 5 zł.  
Prenumeratę „Przeglądu Ekonomicz-  
nego” w kwocie 15 zł. (zagranicą 20 zł.)  
rocznie, za 4 tomy w objętości 32 — 40  
arkuszy, uiszczać należy na nr 154.383  
P. K. O. Dla urzędników państwowych,  
samorządowych, oraz słuchaczy wyż-  
szych uczelni zamawiających pismo  
wprost w redakcji, (Lwów, Akademic-  
ka 21) prenumerata ulgowa wynosi roc-  
nie 12 zł. Członkowie Pol. Tow. płać  
rocznie tytułem wkładki 18 zł. Wpisowe  
(jednorazowo) 3 zł., osoby prawne roc-  
nie 66 zł., wpisowe 15 zł. Otrzymują za  
to „Przegląd Ekonomiczny” bezpłatnie  
a dzieła wydawane w „Bibliotece” na-  
bywać mogą po znacznie niższych ce-  
nach, korzystają z biblioteki i czytelni  
Towarzystwa, nadto uczestniczyć mogą  
w zebraniach naukowych z prawem  
zabierania głosu w dyskusji.

Cena tomu „Przeglądu Ekonomicz-  
nego” w handlu księgarskim 4 zł.



*Plony*  
**FOTOGRAFICZNE**  
NIEZAWODNE W KAŻDYM WYPADKU

#### BLONY ROLKOWE

ACTINA	HYPER PANCHRO	30°
ACTINA	PANCHROM	26°
ACTINA	ORTOCHROM	25°
TEMPO	ORTOCHROM	27°

#### BLONY MAŁOOBRAZKOWE PERFOROWANE

MINIGRAN	ORTOCHROM	26°
MINIGRAN	PANCHROM	26°
MINIGRAN	PANCHROM	26°

**„J. FRANASZEK” SA**  
WARSZAWA

## 25 Zeszytów „PRASY”

= 790 stron — za 9 zł.

Komplety „Prasy” obejmujące zeszyty z lat 1930, 1931, 1932, 1933, 1934 i 1935 (prócz wyczerpanych n-rów 3/31 i 12, 1—2/32—33) są do nabycia w cenie 9-ciu złotych w Administracji „Prasy” 25 zeszytów (w tym 2 zeszyty francuskie) zawiera 790 stron treści.

## Pełne roczniki „Prasy”

z lat 1936—1938 są również do nabycia w Administracji „Prasy”  
po cenie:

rocznik 1936 — 3 zł.      rocznik 1937 — 6 zł.      rocznik 1938 — 9 zł.



Oba te projekty zawierały szereg postanowień, pogarszających istniejący stan rzeczy w dziedzinie opodatkowania prasy, natomiast pomijały szereg kwestii, które w latach poprzednich zostały rozstrzygnięte w drodze specjalnych zarządzeń Ministra Skarbu w sensie dla prasy korzystnym. Wobec tego — władze Związku wystąpiły do Ministra Skarbu, przedstawiając postulaty prasy w związku z projektowaną reformą podatkową.

W memoriale, dotyczącym kart rejestracyjnych, władze Związku, powołując się na oświadczenie rządowe, iż intencją projektu jest utrzymanie istniejącego poziomu obciążeń podatkowych z tytułu świadectw przemysłowych, wskazały, iż projektowane ceny kart rejestracyjnych stanowiłyby dla ogromnej większości wydawnictw bardzo znaczną podwyżkę w porównaniu z obecnymi opłatami za świadectwa przemysłowe: obciążenie wydawnictw dzienników, ukazujących się w Białymstoku, Bydgoszczy, Chorzowie, Częstochowie, Lublinie, Lwowie, Sosnowcu i Wilnie wzrosłyby sześciokrotnie (zamiast 120 zł. — 750 zł.), również bardzo znaczny, gdyż 70 — 100-procentowy byłby wzrost obciążenia czasopism, wydawanych w Warszawie i innych miastach I-ej klasy (zamiast 120 wzgl. 140 zł. — 250 zł.).

Projekt ustawy o kartach rejestracyjnych wprowadzał nadto bardzo dotkliwą dla prasy podwyżkę opodatkowania w postaci nałożenia na wydawnictwa obowiązku wykupywania odrębnych kart rejestracyjnych — w rozumieniu nowej ustawy — dla każdego oddziału i kantoru, podczas gdy dawniej — dla oddziałów tych i kantorów wystarczało wykupienie karty rejestracyjnej — w rozumieniu dawnej ustawy o podatku przemysłowym — której koszt był bardzo niewielki.

Zastrzeżenia władz Związku budził również sposób, w jaki rozwiązane zostało w projekcie zagadnienie opodatkowania kolporterów. Projekt nie wyodrębniał tego rodzaju handlu, traktując go na równi z innymi, co budziło obawy przed nadmiernym opodatkowaniem drobnych punktów kolportażowych. Poprzednio bowiem detaliczni sprzedawcy pism z uwagi na niskie sumy osiąganych obrotów, zwalniani byli w praktyce od obowiązku nabywania świadectw przemysłowych.

Z uwagi na omówione wyżej wątpliwości, władze Związku przedłożyły Ministrowi Skarbu postulaty następujące: 1) utrzymania obciążeń przedsiębiorstw wydawniczych z tytułu kart rejestracyjnych na poziomie istniejących obciążeń z tytułu świadectw przemysłowych, 2) zwolnienie wydawnictw od obowiązku nabywania od-

ębnych kart rejestracyjnych dla oddziałów i kantorów, prowadzonych we własnym zarządzie i na własny rachunek wyłącznie dla celów, związanych z prowadzeniem własnego wydawnictwa, 3) zezwolenie detalicznym sprzedawcom pism na nabywanie kart rejestracyjnych w cenie nieprzekraczającej 7 zł we wszystkich miejscowościach R. P.

W tekście ustawy, uchwalonym przez Komisję Skarbową oraz przez plenum Sejmu w połowie marca 1938 roku, postulaty, wysunięte przez Związek Wydawców nie zostały uwzględnione. Wobec powyższego władze Związku podjęły energiczną akcję na terenie Ministerstwa Skarbu oraz na terenie Senatu, zmierzającą do uzyskania zmiany postanowień ustawy, podwyższających obciążenie podatkowe prasy.

Dzięki życzliwemu stanowisku wicepremiera E. Kwiatkowskiego i min. K. Morawskiego oraz na skutek obszernie uzasadnionego wniosku sen. Malskiego — Senat na posiedzeniu w dniu 24 marca 1938 r. przy trzecim czytaniu ustawy o kartach rejestracyjnych, wprowadził do niej szereg zmian, stanowiących realizację znacznej części postulatów prasy. Ceny kart rejestracyjnych dla wydawnictw dzienników i czasopism utrzymane zostały na poziomie dotychczasowym (dla wydawnictw w niektórych miastach wynikły nieznaczne różnice, spowodowane wprowadzonym przez ustawę, odmiennym od dotychczasowego, podziałem miast na klasy, są to jednak różnice nieznaczne). Czasopisma w miastach małych opłacać będą nieco mniej niż dotychczas. Kantory i oddziały wydawnictw obciążone zostały kartami rejestracyjnymi w cenie 20 zł, a więc i ta pozycja nieznacznie jedynie odbiega od obecnego stanu rzeczy. Uchwalony przez Senat tekst ustawy o kartach rejestracyjnych nie uwzględnia jedynie postulatu Związku, dotyczącego specjalnie obniżonych kart dla detalicznych sprzedawców pism. Zgodnie z procedurą ustawodawczą zmieniony przez Senat projekt ustawy o kartach rejestracyjnych powrócił do Sejmu, który uchwalił ostatecznie ustawę o kartach rejestracyjnych w punktach, dotyczących prasy, w brzmieniu ustalonym przez Senat.

#### SPRAWA USTAWY O PODATKU OBROTOWYM

Jednocześnie z ustawą o kartach rejestracyjnych rząd wniósł do Sejmu — w lutym 1938 r. — projekt ustawy o podatku obrotowym. W porównaniu z obowiązującą dotychczas

ustawą o podatku przemysłowym ustawa ta wprowadzała bardzo znaczne zmiany. W niektórych punktach różnica polegała na ogólnikowym sformułowaniu w nowej ustawie zasad, które wyraźnie były sprecyzowane w ustawie o podatku przemysłowym oraz znalazły potwierdzenie w rozporządzeniu wykonawczym do tej ustawy, okólnikach itp.

Z chwilą wejścia w życie nowej ustawy tracą moc zarządzenia, wydane na podstawie ustawy poprzedniej, między innymi zarządzenia, wydane na skutek zabiegów Związku Wydawców, a dotyczące ulg dla wydawnictw i przedsiębiorstw kolportażowych. Z tych wszystkich względów władze Związku uznały za konieczne wystąpić do Ministerstwa Skarbu z szeregiem postulatów, mających na celu utrzymanie po wejściu w życie nowej ustawy o podatku obrotowym dotychczasowego stanu w dziedzinie opodatkowania prasy. Postulaty te dotyczyły: a) wyraźniejszego i dokładniejszego sformułowania postanowień ustawy o zwolnieniu wydawnictw pism od podatku obrotowego, bądź wyraźnego stwierdzenia w przepisach wykonawczych, że od podatku obrotowego zwolnione są wszelkie obroty przedsiębiorstw wydawniczych, powstałe w związku z wydawaniem i prowadzeniem pisma, b) wyraźnego stwierdzenia w przepisach wykonawczych, iż obroty drukarni osiągnięte z druku pism codziennych i pism periodycznych, należących do właściciela drukarni nie podlegają podatkowi od obrotu, zaś w drukarniach, wykonujących oprócz druku własnych pism periodycznych i inne druki, — opodatkowaniu podlegają jedynie obroty osiągnięte z wykonania druków dla zamawiających, c) utrzymania ulgowej stawki podatkowej 0,75%, przyznanej w r. 1938 przez Ministerstwo Skarbu hurtowym sprzedawcom pism periodycznych na skutek starań władz Związku, d) utrzymanie zwolnienia od podatku obrotowego obrotów, osiągniętych z ubocznej sprzedaży pism przez przedsiębiorstwa handlu towarowego, restauracje i księgarnie. Memoriał władz Związku zawierał nadto jeszcze jeden postulat, który w odróżnieniu od wyżej wymienionych miał na celu uzyskanie pewnej ulgi dla prasy. Postulat ten dotyczył mianowicie obniżenia wysokości stawki podatkowej od obrotów, osiąganych przez drukarnie z druku dzienników i czasopism, wykonywanych na zlecenie osób trzecich i ustalenie tej stawki na poziomie 1,3%. Postulaty przedstawione w powyższym memoriale nie zostały przez Ministerstwo Skarbu uwzględnione. Ustawa o



# INFORMATOR HANDLOWY

## DLA PRZEDSIĘBIORSTW WYDAWNICZYCH

### ADRESY

**Reklama Poczta sp. z o. o.**, adresy z całej Polski, handlu, przemysłu, wolnych zawodów itp., Warszawa, ul. Królewska 6, Tel. 281-87.

### APARATY ELEKTRO-GRZEJNE.

**Elektro-Funditor, Bader & Cie, Waldshut**, Reprezentacja w Polsce: Stator, Elektrotechniczna Spółka z o. o. Warszawa 1, Lwowska 5, tel. 951-43.

### BIURA OGŁOSZEŃ

**A. T. E. Agencja Telegr. „Express“** — Dział Reklamy i Ogłoszeń, Warszawa, Pierackiego 16, tel. 304-93.

**Biuro Ogłoszeń i Reklam P.A.T.**, Warszawa, Królewska 5, Tel. 552-80. (centrala).

**Biuro Ogłoszeń Teofil Pietraszek**, zał. w 1915 r. Warszawa, Marszałkowska 115, Tel. 509-72, 509-73 i 609-73.

**Międzynarodowe Biuro Ogłoszeń**, Warszawa, Wierzbowa 11 (Pl. Teatralny), Tel. 662-36 i 688-35. Rok założenia 1905.

**„Par“ Polska Agencja Reklamy Franciszek Krajna**, Poznań, Aleje Marcinkowskiego 11, tel. 44-76 (centrala); Warszawa, Bracka 17, tel. 231-35, 515-24; Kraków, Rynek Główny 46, tel. 103-66; Katowice, Dyrekcyjna 10, tel. 317-80; Toruń, Szeroka 28, tel. 27-21, Bydgoszcz, Mostowa 12, tel. 15-52

**Polska Agencja Publicystyczna**, Biuro Ogłoszeń, Warszawa, Marszałkowska 95. Telefony: 9.89-99, 9.92-92, 9.94-56, 9.84-47.

**Reklama Prasowa — Adam Mass**, Warszawa, Poznańska 22, Tel. 9.62-86.

**Stanisław Pietraszek**, Stołeczne Biuro Ogłoszeń, Warszawa, Zgoda 9 (róg Złotej), tel. 542-73, 542-52.

**Towarzystwo Reklamy Międzynarodowej**, Warszawa, Sienkiewicza 14, Tel. 570-50 (centrala).

**Uniwersalna Agencja Reklamowa Biuro Ogłoszeń**, Warszawa, Marszałkowska 142, telefony: 543-73, 256-47.

**Warszawska Agencja Reklamy Jan Ziółkowski**, Warszawa, Sienkiewicza 2, Tel. 615-64, 346-15.

### CYNK GRAFICZNY

**Wacław Sierdziński**, Szlifiernia cynku graficznego. Asphalt syryjski i kalafonia francuska do celów graficznych, Warszawa, Pańska 35, tel. 687-36.

### CZCIONKI

**Jan Idzikowski i S-ka**, odlewnia czcionek, fabryka linii mosiężnych, kaszt i regalów, Warszawa, Rejtana 16; Tel. 417-21, 414-94.

**Stanisław Jeżyński**, Odlewnia czcionek i fabryka linii mosiężnych, Warszawa, Ogrodowa 50, Tel. 605-50, 605-70.

### FOTOGRAFIKA REKLAMOWA

**Atelier fotografii użytkowej „Ru-An“**. Zdjęcia dla celów propagandy i reklamy, Warszawa, Sienna 23, tel. 689-28.

### FOTOPRASOWE AGENCJE

**Keystone Press Agency**. Aktualne zdjęcia z kraju i zagranicy dla wszelkich wydawnictw, Warszawa, Nowogrodzka 27, tel. 907-30.

### HURTOWE SKŁADY PAPIERU

**E. W. Witzke, Skład papieru**, Warszawa, Widok 14, tel. 5.35-74.

**Fabryczne Składy Papieru „Pniowiec“ sp. z o. o.**, Warszawa, Długa 48, tel. 11-82-53. Oddział w Poznaniu, ul. Wszystkich Świętych 4, tel. 33-89 i 38-89.

**Michał Bornstein, Hurtowe Składy Papieru**, Warszawa, ul. Przechodnia 1/3, tel. 689-33, 689-31.

**„Nasz Sklep — Urania“ S. A.**, Warszawa, centrala — ul. Sienna 15, oddział — ul. Jasna 1. Oddziały zamiejscowe: Poznań, Katowice, Łódź, Brześć n/B. **S. i Z. Rosenwein, Hurtowe składy papieru**, Warszawa, ul. Graniczna 9, tel. 5.33-77, 5.33-47, 6.96-01, 2.77-73, 2.73-83.

### KLEJE

**B. Śniegocki**, kleje roślinne przemysłowe i biurowe, Poznań, Ratajczaka 2, tel. 35-35.

### MASA DO WALCÓW DRUKARSKICH

**„Chemika“ Przemysł Graficzny Sp. z o. o.** Pneumatyczne odlewnie walców drukarskich. Wytwórnia znanej masy walcowej z m. „Sowa“. Fabryka farb drukarskich. Warszawa, Leszno 74, tel. 12.14-36.

**Fabryka Chemiczna M. Leszczyński i S-ka, Sp. Akc.** — wysokojakościowe masy do walców drukarskich: Drakon-Extra i Drakon-Prima (rotacyjne, normalne i dodatkowe), przyjmuje do odlewu walce drukarskie na nowoczesnej aparaturze, Warszawa, Ogrodowa 32, tel. 5.18-28.

**„Grafika“ Marek Seide**. Masa walcowa z najczystszych specjalnych surowców, trwała, elastyczna, odporna na oleje. Odlew walców z własnych form. Farby drukarskie czarne i kolorowe. Lwów 1, Św. Michała 8, tel. 219.03.

### MASZYNY DRUKARSKIE

**Bracia Thümecke**, Warszawa, Leszno 2, tel. 11.20-72. Gen. Przedst. f-my M. A. N.—Augsburg, maszyny rotacyjne, płaskie, automaty i stereotypie.

**Hilary Jungerman**, Warszawa, Miodowa 23, tel. 11.18-84. Gen. przedstaw. Urządzenia zmechanizowanych zecer ni Ludlow - Chicago. Maszyny drukarskie i do wkłesłodruku Johannisberg. Samonakładacze „Universal“

Kleim & Ungerer. Urządzenia dla zakładów chemigraficznych Falz & Werner i inne.

**Inż. Antoni Jeżyński**, Maszyny drukarskie, litograficzne, offsetowe i tef-drukowe, Planeta i in., Warszawa, Ogrodowa 50, Tel. 605-50, 605-70.

**Tadeusz Drozdowski i Ska**. Warszawa — Mokotów, Rejtana 16, tel. 416-40. Wyłączne zastępstwo na Polskę firm: Mergenthaler Setzmaschinen Fabrik G. m. b. H., Berlin (Linotypy), Mergenthaler Linotype Company Ltd., Brooklyn (Linotypy), maszyn rotacyjnych zwykłych, offsetowych i wkłesłodrukowych, stereotypii Vomag Maschinenfabrik A. G. Plauen (Vogtl.). Maschinen - Fabrik Ariston - Elka, Drezno (automaty drukarskie „Elka“), Schriftgiesserei D. Stempel A. G., Frankfurt n/M. (czcionki). Maszyny - Maszyn firm: L. Lång, Maschinenfabriks A. G., Budapeszt (maszyny drukarskie płaskie „Wörner-Velox“, automaty drukarskie „Autolang“), Emil Kahle — Lipsk (maszyny drukarskie dociskowe zwykłe i automatyczne) oraz wszelkich maszyn i przyborów dla przemysłu graficznego. Matryce do stereotypii.

### METALE DRUKARSKIE

**Dom Handlowy A. Gepner**, Warszawa, Królewska 43; Tel. centrala 568-30; własna rafineria.

**Metalowe Zakłady Hutnicze „Torpedo“ Sp. z o. o.**, Katowice, Wojewódzka 42.

**Państwowe Zakłady Inżynierii**, stopy drukarskie dla linotypów, monotypów, czcionkowe itd. Biuro sprzedaży—Warszawa, Terespolska Nr 34/36, tel. centrala 5-48-10.

### POWIELARSKIE ARTYKUŁY

**„Lech“** Chemiczna Wytwórnia klisz białkowych powielarskich, farb powielarskich i korektorów. Warszawa Al. Jerozolimska 27, tel. 9.12-94.

### PRZEPROWADZKI

**W. Węglek i S-ka**, przechowanie, przewóz mebli i towarów, Warszawa, Trębacka 1; Tel. 240-45 i 240-46.

### ROTOGRAWIURA

**„Rotofot“ — Zakłady Wkłesłodrukowe**. Reprodukcje jedno i wielobarwne, plakaty, prospekty, czasopisma. Warszawa, Tarczyńska 4, Tel. 266-32, 617-99.

### ZAKŁADY CHEMIGRAFICZNE

**Chemigraficzne Zakłady „Helios“, Kamocka i S-ka**, Retusze amerykańskie, rysunki, klisze do druku, druk offsetowy. Warszawa, ul. Warecka 12, tel. 6.14-60.

**Zakład Artystyczno Fotochemigraficzny „Chemigraf“**, właśc. W. Twardowski. Warszawa, ul. Marszałkowska 148, Front IV piętro, telefon 293-03.



podatku obrotowym uchwalona została przez Sejm, w brzmieniu pierwotnie projektowanym.

Wobec tego władze Związku podjęły starania, aby postulaty, omówione wyżej pod a) i b) — uwzględnione zostały w rozporządzeniu wykonawczym do tej ustawy. Nadto władze Związku podjęły akcję zmierzającą do utrzymania wysokości opodatkowania hurtowych sprzedawców pism na dotychczasowych poziomach oraz do utrzymania całkowitego zwolnienia ubocznej sprzedaży pism od podatku.

#### SPRAWY ZWIĄZANE Z WYMIAREM PODATKU DOCHODOWEGO

Zasadniczym postulatem władz Związku Wydawców w dziedzinie podatku dochodowego był postulat nie zaliczania do dochodu, podlegającego opodatkowaniu, kwot, wydatkowanych przez wydawnictwa dzienników i czasopism na cele reprezentacyjne i dyskrejonalne, jako ściśle związanych z charakterem działalności wydawniczej. Postulat ten sformułowany przez władze Związku po raz pierwszy w memoriale, złożonym czynnikom rządowym w r. 1933, wysuwany był później wielokrotnie, m. in. w memoriałach, przedłożonych Rządowi w r. 1936. Ostatnio sprawa ta była poruszana w r. 1938 w związku z opracowywaniem przez Min. Skarbu rozporządzenia wykonawczego do znowelizowanej ustawy o podatku dochodowym, nie została jednak ostatecznie rozstrzygnięta.

×

W początkach 1936 r. Związek Izb Przemysłowo - Handlowych przesłał Ministerstwu Skarbu zestawienie przedmiotów i urządzeń inwestycyjnych, których okres zużycia nie przekracza 5 lat, a których całkowita wartość może być, w myśl postanowień ust. 2 art. 6 ustawy o państwowym podatku dochodowym, jednorazowo odpisana przez płatników, prowadzących prawidłowe księgi handlowe. Ponieważ zestawienie to, w części dotyczącej przemysłu graficznego, nie było kompletne, biuro Związku opracowało spis uzupełniający, który przesłany został władzom skarbowym oraz Związkowi Izb Przemysłowo - Handlowych. Przedmioty, wymienione w tym spisie, uwzględnione zostały w jednym z zestawień uzupełniających, przesłanych do Min. Skarbu przez Związek Izb Przemysłowo-Handlowych.

×

W r. 1938 na skutek wystąpienia Izby Przemysłowo - Handlowej władze Związku zajmowały się sprawą norm

średniej dochodowości w przedsiębiorstwach wydawniczych oraz przedsiębiorstwach kolportażowych, które to normy stanowić miałyby następnie w pewnych wypadkach orientacyjną podstawę przy ustalaniu wymiaru podatku dochodowego.

Zróżniczkowanie w przemyśle wydawniczym pod względem gospodarczym w ogóle, a w szczególności pod względem dochodów jest ogromne. Dochodowość wzgl. deficytowość poszczególnych wydawnictw uzależniona jest od szeregu przyczyn, nie dających się ująć w żadnym szablonie. Z tych względów władze Związku stanęły na stanowisku, iż nie jest możliwe przeprowadzenie takiej klasyfikacji przedsiębiorstw wydawniczych, która zapewniłaby wszystkim wydawnictwom słusze zastosowanie norm dochodowości. Zdaniem władz Związku w stosunku do wydawnictw pism periodycznych winna być zastosowana jak najdalej posunięta indywidualizacja w dziedzinie wymiaru podatku dochodowego.

Odnośnie klasyfikacji przedsiębiorstw kolportażowych władze Związku stanęły na stanowisku, iż handel pismami ujęty być winien w trzech pozycjach: handel hurtowy, pół-hurtowy i detaliczny.

#### SPRAWY CELNE

Polityka celna jest jednym z najważniejszych regulatorów, jakimi dysponuje rząd w dziedzinie gospodarczej. To też od chwili powstania Związku Wydawców władze jego zabiegały usilnie, aby przy wszelkich decyzjach rządu w sprawach celnych, dotyczących przemysłu graficznego i wydawniczego, uwzględniana była opinia Związku. Najintensywniejsza praca władz Związku na odcinku spraw celnych przypada na okres 1930-32, co się tłumaczy tym, iż w owym okresie opracowywana była przez Min. Skarbu i Min. Przemysłu i Handlu nowa taryfa celna.

Przedstawiciele Związku Wydawców brali żywy udział w opracowywaniu opinii Warszawskiej Izby Przemysłowo-Handlowej i Związku Izb Przemysłowo - Handlowych, dotyczących projektu nowej taryfy celnej. Szczegółowemu badaniu poddane zostały przez władze Związku działy projektu taryfy, dotyczące papieru, farb, maszyn drukarskich rotacyjnych i płaskich, maszyn do składania, pras do wytłaczania matryc, maszyn odlewniczych, maszyn introligatorskich, matryc drukarskich, tektury matrycowej, czcionek i pozostałego materiału drukarskiego,

przyrządów do działu foto-chemigraficznego i galwanoplastyki itd. W sprawach tych wystąpienia Związku Wydawców były uzgadniane ze Związkiem Organizacji Przemysłu Graficznego.

W wyniku przeprowadzonych badań złożone zostały w Min. Przemysłu i Handlu przez Związek Wydawców, w porozumieniu ze Związkiem Organizacji Przemysłu Graficznego następujące wnioski:

- 1) wniosek w sprawie zasadniczegoniżenia stawki celnej na wszelkie maszyny rotacyjne, maszyny płaskie dwu-obrotowe i pośpieszne, linotypy, monotypy i intertypy, jako na maszyny niewyrabiane w kraju;
- 2) wniosek w sprawieniżenia stawek celnych na inne maszyny drukarskie i wyodrębnienia ich w tym celu w osobną pozycję taryfy celnej;
- 3) wniosek w sprawie utrzymania dotychczasowych stawek celnych na farby drukarskie (wobec projektu podwyższenia tych stawek) oraz wniosek w sprawie wyodrębnienia w specjalną pozycję farb rotografiurowych celem wprowadzenia niższych stawek celnych na ten gatunek farb drukarskich;
- 4) wniosek w sprawie wprowadzenia cła na czasopisma, drukowane zagranicą w języku polskim, a przeznaczone do kolportażu na terytorium R. P.

W sprawie cel na papiery drukowe złożono w Ministerstwie wspólny wniosek ze Związkiem Przemysłu Graficznego w wyniku układów, prowadzonych przez Związek Wydawców z głównymi producentami papierów wy-

#### ULGI CELNE

Jednocześnie z pracami nad nową taryfą celną, władze Związku Wydawców prowadziły energiczną akcję w sprawie zagwarantowania członkom Związku ulg celnych, przyznawanych przy przywozie maszyn nie wyrabianych w kraju.

#### ULGI CELNE NA MASZYNY DRUKARSKIE NIE WYRABIANE W POLSCE

Z uwagi na trudności, z jakimi spotykały się przedsiębiorstwa wydawnicze przy uzyskiwaniu ulg celnych na maszyny drukarskie sprowadzane z zagranicy, władze Związku wystąpiły w r. 1931 do Min. Przemysłu i Handlu oraz Min. Skarbu w sprawie przyzna-



## Pewnikiem jest, że przy pomocy **ADRESU**

można dotrzeć wszędzie i do każdego.  
Pamiętać o tym winni wszyscy, którzy pragną przeprowadzić akcję propagandową w szerszym zakresie.

Kwestia zdobycia dobrego materiału adresowego była stale przeszkodą w tych poczynaniach  
W Warszawie, przy ul. Boduena 4, istnieje przedsiębiorstwo p. n.

## „ADRESOREKLAMA”

Centrala Adresów na Polskę, które posiada blisko

**5.000.000** adresów,

ułożonych branżowo i według zawodów, z podziałem terytorialnym.

Wystarczy tylko skreślić słów parę lub zatelefonować pod Nr. 508-14. a za niewielką opłatą otrzymać można komplety adresów najbardziej odpowiednich.

Spisy ilościowe adresów według branż i zawodów z cenami wysyła się bezpłatnie na każde życzenie.

# REKLAMA

Organ Polskiego Związku Reklamowego  
Warszawa, Królewska 5.

Jedynе czasopismo poświęcone zagadnieniom propagandy i reklamy

W każdym numerze zamieszcza artykuły z zakresu reklamy prasowej, wzory ogłoszeń z całego świata, bogatą kronikę.

W ostatnich latach ukazał się szereg numerów, wyłącznie poświęconych reklamie prasowej.

Reklamę powinno prenumerować każde wydawnictwo. Na łamach pisma wskazane jest również zamieszczanie ogłoszeń wydawnictw, pismo bowiem dociera do większości firm prowadzących racjonalną reklamę.

## APARATY ELEKTRO-GRZEJNE

ELEKTRYCZNE ogrzewanie dla maszyn zecerckich wszelkiego rodzaju

ELEKTRYCZNE ogrzewane aparaty stereotypowe „Zwerg”

ELEKTRYCZNE ogrzewane kotły do roztopiania metalu stereotypowego

Samoczynne termometry dzwonekowe

ELEKTRYCZNE ogrzewanie dla walców

ELEKTRYCZNE ogrzewane prasy suche

oraz wszelkie maszyny elektryczne dla drukarstwa

## ELEKTRO - FUNDITOR Bader & Cie., Waldshut

Reprezentacja w Polsce

### STATOR

Elektrotechniczna spółka z o. o.  
WARSZAWA 1, ● LWOWSKA 5  
TELEFON Nr. 9.51-43

# M · A · N

maszyny rotacyjne,  
automaty

„POLY”

i

„AUTO - TERNO”

stereotypowe automaty  
odlewnicze

„KIPPGIESSER”

hydrauliczne prasy  
matrycowe

„MANUPRESS”

i

„MULTOPRESS”

WYŁĄCZNE  
PRZEDSTAWICIELSTWO:

**BRACIA  
THÜMECKE**

Warszawa  
Leszno 2, ● Telefon 11-20-72

## FABRYKA FARB DRUKARSKICH

## KAST i EHINGER

Sp. z o. o.

Warszawa, Szara 12, tel. 9-33-77

### PRZEDSTAWICIELSTWA:

L W Ó W:  
E. Konstantin - Syklostka 14.

KRAKÓW:  
„Graphicum” - Pierackiego 6.

KATOWICE:  
S. Wiener - Moniuszki 6.

POZNAŃ:  
T. Simon - Wielkie Garbary 49.

**WSZELKIE FARBY  
DLA PRZEMYSŁU  
GRAFICZNEGO**



wania członkom Związku ulg celnych przy przywozie z zagranicy maszyn drukarskich nie wyrabianych w kraju, w szczególności przy przywozie maszyn mających służyć podniesieniu poziomu graficznego pism, a także maszyn, dających obniżenie kosztów produkcji.

Na skutek tego memoriału Ministerstwo Przemysłu i Handlu oraz Ministerstwo Skarbu przyznawały z początku członkom Związku Wydawców w szerokim zakresie takie ulgi celne, później jednak kiedy polityka celna poszła w kierunku ograniczania ulg celnych oraz dalszych restrykcji przewozowych w stosunku do Niemiec, skąd sprowadzano większość maszyn drukarskich, zaczęto ograniczać udzielanie ulg celnych do wypadków, gdy cło wyniosło ponad 15% ad valorem. Wobec powyższego władze Związku ponownie wystąpiły do Min. Przemysłu i Handlu, pragnąc uzyskać w odniesieniu do przywożonych przez członków Związku maszyn drukarskich, zmianę zarządzeń Ministerstwa, ograniczających udzielanie ulg. W wyniku tych starań Ministerstwo Przemysłu i Handlu zdecydowało przyznawać ulgi celne przy wwozie maszyn drukarskich z Niemiec, w tych wypadkach gdy chodzić będzie o maszyny nie wyrabiane w państwach traktatowych. Natomiast cło ulgowe w odniesieniu do maszyn drukarskich sprowadzanych z krajów traktatowych Ministerstwo postanowiło stosować z reguły we wszystkich wypadkach uzasadnionych przez Związek.

#### CŁO NA PISMA W JĘZYKU POLSKIM, DRUKOWANE ZAGRANICĄ

Dążąc do uchronienia prasy polskiej przed szkodliwą konkurencją ze strony wydawnictw, drukowanych zagranicą, a przeznaczonych do kolportażu w Polsce, władze Związku wystąpiły w r. 1931 do władz rządowych z prośbą o wprowadzenie dla na czasopisma tego rodzaju. Na skutek tego wystąpienia w sierpniu 1931 r. wydane zostało rozporządzenie Ministrów Skarbu, Przemysłu i Handlu oraz Rolnictwa, na mocy którego ustanowione zostały wysokie cła na czasopisma w języku polskim, drukowane zagranicą, a przeznaczone do kolportowania na terenie R. P. Stawki celne ustalone zostały w wysokości zł. 200 za 100 kg pism ilustrowanych oraz zł 120 za 100 kg. pism nieilustrowanych. Rozporządzenie to uległo później zmianie o tyle, że dopuszczono pewne wyjątki od zasady ceł prohibicyjnych. Wyjątkowe zezwolenie na wwóz bezcłowy miały

być stosowane na podstawie opinii Związku Wydawców.

#### CŁO ULGOWE OD ILUSTRACJI ZAGRANICZNYCH

Z uwagi na potrzeby pism ilustracyjnych, korzystających w dużej mierze z materiałów ilustracyjnych pochodzenia zagranicznego, władze Związku podjęły w r. 1931 starania o uzyskanie ulg w opłatach celnych od tych materiałów. W wyniku tych starań wprowadzone zostało specjalne cło ulgowe w wysokości 20% cła normalnego od ilustracji jedno i wielobarwnych, sprowadzanych przez wydawnictwa dzienników i czasopism ilustrowanych.

\* \* \*

Niezależnie od tych prac o charakterze ogólnym, władze Związku podejmowały wielokrotnie — na przestrzeni dziesięciolecia — starania o ulgi i ułatwienia celne dla wydawnictw zrzeszonych. Starania te, których zakres obejmował najrozmaitsze sprawy, wyłaniające się stale w związku z koniecznością przywozu z zagranicy szeregu materiałów, niezbędnych w pracy wydawniczej, przyniosły w większości wypadków dodatnie wyniki.

#### REGLAMENTACJA OBROTU ZAGRANICZNEGO

Pierwszym zarządzeniem reglamentacyjnym, z jakim zetknęła się prasa, było rozporządzenie Rady Ministrów z grudnia r. 1931, na mocy którego zakazany został wwóz szeregu artykułów, między innymi matryc papierowych i tekturowych drukarskich. Zakaz ten dotknął te wydawnictwa, które sprowadzały materiał ilustracyjny z zagranicy w formie gotowych matryc, a także wydawnictwa, zamieszczające ogłoszenia zagranicznych firm posiłkujących się matrycami.

Na skutek starań Związku Wydawców, Min. Przemysłu i Handlu zgodziło się przychylnie załatwić te indywidualne podania wydawnictw o pozwolenie przywozu matryc papierowych i tekturowych, pozytywnie zaopiniowane przez Związek Wydawców. Władze Związku, dbając o popieranie krajowego przemysłu chemigraficznego, zdecydowały popierać podania swych członków w wypadkach zamówień ogłoszeniowych, oraz w wypadkach niecierpiących zwłoki, a także zasługujących na specjalne uwzględnienie.

\* \* \*

Na skutek generalnego zakazu przywozu towarów do polskiego obszaru celnego, wprowadzonego rozporządze-

niem Rady Ministrów w maju 1935 r. urzędy celne wydawały nadchodzące pod adresem wydawnictw przesyłki z matrycami i fotografiami dopiero po przedstawieniu zezwolenia przywozowego ze strony Ministerstwa Przemysłu i Handlu. Ponieważ konieczność uzyskiwania zezwoleń na przesyłki z materiałem ilustracyjnym nadchodzące niemal codziennie, stanowiłyby dla wydawnictw wyjątkowe utrudnienie, władze Związku Wydawców wystąpiły do władz państwowych z postulatem zwolnienia przesyłek z matrycami ogłoszeniowymi i ilustracyjnymi oraz fotografiami od ograniczeń przywozowych. Postulat ten załatwiony został pozytywnie. Min. Przemysłu i Handlu wydało ogólne pozwolenie na przywóz 1) fotografii, nadsyłanych jako materiał redakcyjny dla dzienników i czasopism. 2) gotowych matryc tekturowych, ogłoszeniowych i ilustracyjnych w pojedynczych egzemplarzach. Na mocy tego zarządzenia wydawnictwa zwolnione zostały od obowiązku przedstawiania władzom celnym specjalnych pozwoleń na wwóz poszczególnych przesyłek z fotografiami lub matrycami.

#### SPRAWY DEWIZOWE

W związku z wprowadzonymi w kwietniu 1936 r. ograniczeniami dewizowymi, władze Związku wystąpiły do Komisji Dewizowej z postulatami, dotyczącymi dostosowania do potrzeb prasy przepisów, regulujących manipulacje, związane z uzyskiwaniem zezwoleń dewizowych. W szczególności postulaty przedstawione Komisji Dewizowej przez władze Związku dotyczyły: a) zalecenia bankom dewizowym, aby, przy załatwianiu we własnym zakresie przekazów pod adresem zagranicznych korespondentów pism, uznały przedstawione przez wydawnictwa umowy z korespondentami względnie przeprowadzoną z nimi korespondencję w sprawie współpracy za wystarczające uzasadnienie celu wypłaty, b) udzielania wydawnictwom, na zasadzie wyżej omówionych dokumentów, zezwoleń ryczałtowych Komisji Dewizowej na przekazanie pod adresem określonego korespondenta znaczniejszej sumy z tym, iż suma określona w zezwoleniu mogłaby być przekazana korespondentowi w dowolnych ratach w granicach określonych terminów. Sprawa powyższa była przedmiotem szeregu interwencji biura Związku w Komisji Dewizowej. W wyniku tych starań postulaty władz Związku załatwione zostały przychylnie przez Komisję Dewizową, która wprowadziła nowy rodzaj zezwoleń dewizowych, a mianowicie zezwolenia na przekazy wielokrotne.



## O UZDROWISKACH

ich środkach leczniczych  
i warunkach pobytu

udziela ustnie, pisemnie i telefonicznie  
wyczerpujących wiadomości

**Biuro Informacyjne**

### ZWIĄZKU UZDROWISK POLSKICH

w Warszawie, ul. Boduena 2 m. 2

od godz. 9 do 16, oprócz  
niedziel i świąt; w soboty do godz. 14. tel. 530-38.

## PRZEPROWADZKI

MIĘDZYMIASTOWE  
PODMIEJSKIE



**W. WĘGIELEK  
i S-KA**

WARSAWA · TRĘBACKA 1 · TEL. 240-45



Kupiłam na raty imbryk elektryczny  
w SALONIE ELEKTROWNI MIEJSKIEJ  
przy ul. Marszałkowskiej 150 (wejście od Kredytowej)

## BIURO REKLAMY I OGŁOSZEŃ

AJENCJI TELEGRAFICZNEJ „EXPRESS”

WARSZAWA  
TEL.



PIERACKIEGO 16  
304-93

● projektuje kampanie reklamowe i propagan-  
dowe ● przyjmuje ogłoszenia do wszystkich pism ●  
opracowuje kosztorysy, organizuje i wykonywa  
wszystkie elementy reklamy.

● wybiera najskuteczniejsze środki reklamy  
i propagandy ● opracowuje teksty, rysunki  
i układy graficzne.

● dysponuje zespołem specjalistów wszystkich  
działów reklamy: redaktorów tekstów, grafików,  
fotografów, dekoratorów, drukarniami reklamowy-  
mi, cynkografią itp.

PODSTAWĄ USŁUG A.T.E. JEST:

● fachowość  
i szybkość obsługi ●  
zachowanie tajem-  
nicy zawodowej ●



● staranność  
w wykonaniu każ-  
dego zlecenia ●  
zaufanie klienta ●

## „OŚWIATA”

ŁÓDŹ, UL. PIOTRKOWSKA 53

TEL. 161-71, 161-66

(WŁAŚCICIEL H. KOZAKIEWICZ)

Największe  
w Województwie Łódzkim

### BIURO DZIENNIKÓW I CZASOPISM

krajowych i zagranicznych  
we wszystkich językach

PRZYJMUJE ZASTĘPSTWO  
WSZELKIEGO RODZAJU WYDAWNICTW



## SPRAWY SPECJALNE

W dziedzinie zagadnień, regulowanych przez Ministerstwo Opieki Społecznej (dawniej Min. Pracy i Opieki Społecznej) — władze Związku zajmowały się sprawami następującymi: a) sprawą zaległości wydawnictw w stosunku do instytucji ubezpieczeń społecznych, 2) sprawą zaliczenia drukarni wydawniczych do kategorii zakładów przemysłowych o ruchu ciągłym oraz rozciągnięcia na przedsiębiorstwa wydawnicze i drukarnie wydawnicze przepisów o pracy, odnoszących się do zakładów użyteczności publicznej.

### SPRAWA ZALEGŁOŚCI

#### WYDAWNICTW W DZIEDZINIE

#### UBEZPIECZEŃ SPOŁECZNYCH

W okresie ogólnego kryzysu gospodarczego, który w przemyśle wydawniczym dał się odczuć ze szczególną siłą, ogromna większość wydawnictw, nie mogąc podolać ciężarom na nich obowiązkowi finansowemu, zalegać poczęła z opłatami na rzecz instytucji ubezpieczeń społecznych. W miarę pogłębiania się kryzysu zaległości rosły, stając się przyczyną wielkich trudności dla wydawnictw. Dążąc do rozwiązania tego

zagadnienia w sposób, któryby pozwolił wydawnictwom zrzeszonym na stopniowe uregulowanie zaległych sum, w ramach realnych możliwości, władze Związku wystąpiły w r. 1932 do Ministra Pracy i Opieki Społecznej z prośbą: a) o wstrzymanie na okres 6 miesięcy akcji egzekucyjnej w stosunku do wydawnictw, znajdujących się w trudnej sytuacji finansowej, b) o rozłożenie na dłuższe raty zaległych zobowiązań względem Z. U. P. U. i o umorzenie części zobowiązań w stosunku do Kasy Chorych, reprezentującej składkę uzupełniającą wydawnictwa, c) o przyznanie ulg w spłacie odsetek od zaległych należności instytucji ubezpieczeń oraz d) o wydanie zarządzenia w sprawie niekierowania egzekucji na konta wydawnictw w P. K. O. Powyższe postulaty Związku były przedmiotem szeregu konferencji przedstawicieli władz Związku z reprezentantami zainteresowanych instytucji ubezpieczeniowych oraz Ministerstwa Pracy. Konferencje te nie przyniosły jednak generalnego zarządzenia w myśl postulatów zrzeszonej prasy.

Kwestia uregulowania sprawy zaległości wydawnictw z tytułu opłat ubezpieczeniowych wysuwana była przez władze Związku w latach następnych

wielokrotnie. Była ona poruszana m. in. w generalnych wystąpieniach władz Związku, skierowanych do Rządu, a dotyczących zagadnień gospodarczych prasy, a mianowicie w memoriałach, złożonych Premierowi oraz właściwym Ministerstwom w latach 1933 i 1936, jednak nie była definitywnie rozwiązana.

### SPRAWA PRACY DRUKARŃ

#### GAZETOWYCH W NIEDZIELE

#### I ŚWIĘTA

Z uwagi na rozwój prasy codziennej i jej rosące potrzeby, obejmujące również konieczność pracy drukarni gazetowych w niedzielę po południu i wieczorem oraz z uwagi na brak wyraźnych przepisów prawnych, regulujących zagadnienie pracy w niedziele i święta w drukarniach gazetowych, władze Związku Wydawców zwróciły się w maju 1932 r. do p. Ministra Pracy i Opieki Społecznej z prośbą o wydanie rozporządzenia dopuszczającego pracę w niedziele i święta w drukarniach, obsługujących dzienniki, a tym samym sankcjonującego istniejący stan rzeczy, przyjęty przez zwyczaj. W wyniku starań władz Związku w sierpniu 1932 r. wydane zostało rozporządzenie Ministra Opieki Społecznej (obowiązujące do tychczas), zezwalające na pracę nocną oraz w niedzielę i święta w drukarniach gazetowych.

Dążąc do zapewnienia wydawnictwom warunków pracy najbardziej dostosowanych do charakteru pracy wydawniczej, władze Związku wysunęły nadto 2 postulaty, które sformułowane zostały m. in. we wspomnianych wyżej memoriałach z r. 1933 i 1936.

Postulaty te dotyczyły:

1) zaliczenia drukarni wydawniczych do zakładów przemysłowych o ruchu ciągłym,

2) rozciągnięcia na drukarnie wydawnicze i przedsiębiorstwa wydawnicze przepisów o pracy, odnoszących się do zakładów użyteczności publicznej.

Postulaty powyższe nie zostały do tychczas przez Ministerstwo Opieki Społecznej załatwione.

## Sprawozdanie z działalności Prezydenta m. st. Warszawy Stefana Starzyńskiego

Ukazała się na półkach księgarskich broszura zawierająca sprawozdanie Prezydenta m. st. Warszawy p. ministra Stefana Starzyńskiego za okres od 3.III.1934 r. do 23.II.1939 r., ogłoszone na 50-y posiedzeniu Tymczasowej Rady Miejskiej w lutym 1939 r.

Wydawnictwo to winni powitać z uznaniem wszyscy interesujący się życiem i rozwojem stolicy. Obrazuje ono poważny dorobek stolicy Polski w ostatnim pięcioleciu, omawiając dokładnie wyniki pracy obecnego zarządu miasta we wszystkich dziedzinach jego działalności: finanse, urzędzenia miej-

skie, dział opieki społecznej, oświata i kultura, zagadnienie aprowizacyjne i in. Liczne ilustracje i wykresy obrazują postępy dokonane w poszczególnych dziedzinach życia Warszawy. Na tle imponującego obrazu dotychczasowych osiągnięć prezydent Starzyński kreśli wytyczne dalszych prac nad rozwojem stolicy.

Całość bardzo interesująco i troskliwie przez p. ministra Stefana Starzyńskiego ujęta i starannie wydana spełnia wielce pożyteczną rolę budzenia zainteresowania i miłości ogółu mieszkańców stolicy do ich miasta.

Podaj bratnią dłoń bezrobotnym

Złóż ofiarę na Pomoc Zimową



**Najstarsze  
w Częstochowie**

BIURO DZIENNIKÓW  
! OGŁOSZEŃ

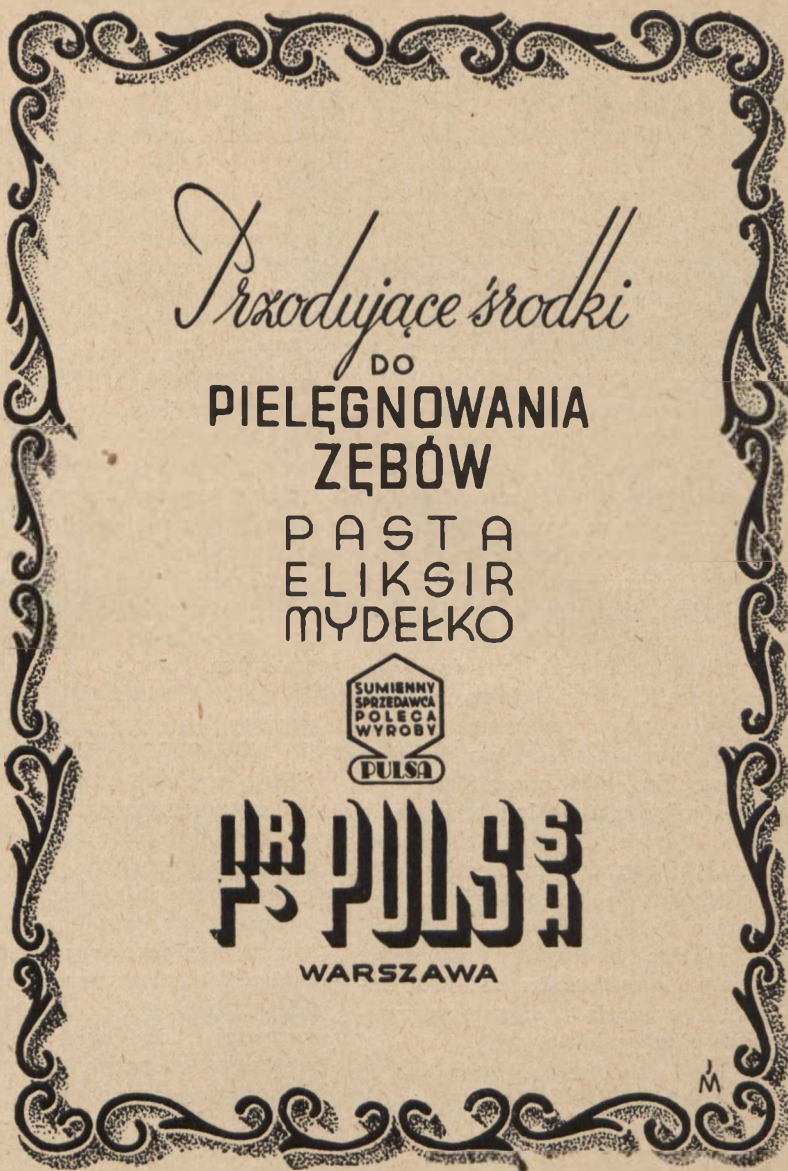
**„RENOMA”**

WŁAŚC.  
MARIAN ŻUKOWSKI


ul. P. Marii 21, tel. 24-48

Reprezentacja wszelkich  
krajowych i zagranicznych  
wydawnictw

**Obsługa szybka  
i solidna!**



*Przodujące środki*  
DO  
**PIELĘGNOWANIA  
ZĘBÓW**  
PASTA  
ELIKSIR  
MYDEŁKO



**PULSA**  
WARZAWA

**CEMENTY PORTLANDZKIE „WYSOKA”**  
normalny, przedni i „extra”

poleca:

**TOWARZYSTWO FABRYK PORTLAND-CEMENTU**

**„WYSOKA”**

SPÓŁKA AKCYJNA

Zarząd: Warszawa, ul. Mazowiecka Nr. 7.

Telefony Wydziału Sprzedaży: 6-87-62, 6-12-87 i 6-94-03.

Adres Telegraficzny: WYSOKA Warszawa.

Fabryki:

w Wysokiej, przy stacji kol. Łazy; w Podrosi, przy stacji kol. Roś.

**Kapitał zakładowy zł. 12.000.000**



# AKCJA NA RZECZ ROZWOJU PRASY PERIODYCZNEJ

**Z**AŁOZYCIELE Związku Wydawców dokładnie zdawali sobie sprawę z wielkiej społecznej roli czasopiśmiennictwa i, kreśląc program działalności Związku, uwzględnili w nim szeroko prace na rzecz zasadniczych interesów tej gałęzi prasy. W pierwszych latach istnienia Związku działalność jego dotyczyła głównie zagadnień prasowych, najbardziej zasadniczych, które wspólne są zarówno dziennikom, jak i czasopismom. Były to kwestie ceny papieru, obsługi pocztowej, kosztów druku i t.p. Z wyników tych prac Związku prasa periodyczna korzystała i korzysta nadal na równi z prasą codzienną. Z upływem lat w miarę narastania doświadczeń organizacyjnych stawało się coraz to widoczniejsze, iż ta kategoria spraw stanowi jedynie część problemów czasopiśmienniczych, problemów bardzo złożonych i bardzo trudnych do rozwiązania, dlatego też w r. 1937 władze Związku zainicjowały powstanie Komitetu Prasy Periodycznej, jako ciała zajmującego się wyłącznie sprawami czasopiśmiennictwa.

## STRUKTURA PRASY PERIODYCZNEJ

Pisma codzienne to zarówno pod względem redakcyjnym, jak wydawniczo - gospodarczym jednostki jeśli nie analogiczne, to bardzo zbliżone; różnice nie noszą charakteru zasadniczego. Umżliwia to względnie łatwe określenie ich potrzeb i interesów i stwarza nieskomplikowaną płaszczyznę porozumienia, niezbędnego do wspólnej zorganizowanej akcji. Inaczej przedstawia się sytuacja w prasie periodycznej: obok daleko posuniętego zróżniczkowania pism pod względem treści, istnieją wielkie różnice między pismami w dziedzinie wydawniczej. Różnice te dotyczą nie tylko wielkości przedsiębiorstwa i wysokości jego obrotu, ale sięgają daleko głębiej — do podstaw struktury gospodarczej pisma. Wszystkie dzienniki zasadniczo opierają swój byt na wpływach z 3-ech źródeł: prenumeraty, kolportażu, ogłoszeń. Ta reguła nie znajduje zastosowania w odniesieniu do czasopism: bardzo znaczna ich liczba nie ma dochodów z kolportażu, wiele innych nie posiada działów ogłoszeniowych, są wreszcie takie, dla których praktycznie nie egzystują wpływy

z prenumeraty a wyłącznym niemal źródłem dochodu jest sprzedaż uliczna. Ale nawet, pomijając te zasadnicze różnice, te same kwestie wydawnicze najzupełniej inaczej przedstawiają się zależnie od rodzaju czasopisma — sprawy ogłoszeniowe prasy lekarskiej to krąg problemów nieomal że zamknięty, nie wiele mający wspólnego z ogólnym rynkiem ogłoszeniowym czy zagadnieniami ogłoszeniowymi np. periodyków gospodarczych lub technicznych. Zróżniczkowanie zagadnień wydawniczych w prasie periodycznej jest nie mniejsze od różnorodności typów redakcyjnych czasopism.

## WYTYCZNE AKCJI ZWIĄZKU

Stąd wypływa pierwsza zasada akcji organizacyjnej na rzecz interesów prasy periodycznej: odrębnymi jednostkami organizacyjnymi winny być grupy czasopism zbliżonych do siebie pod względem wydawniczym i redakcyjnym. A więc jako grupy oddzielne winny być tworzone: grupy prasy lekarskiej, technicznej, gospodarczej, pracowniczej i t.d. Podział ten zresztą nie zawsze jest zadaniem łatwym i co ważniejsze, nie zawsze czyni zadość warunkowi, dotyczącemu analogicznego charakteru interesów wydawniczych i redakcyjnych pism. Na przykład prasa lekarska dzieli się na kilka dość wyraźnie różniących się od siebie grup: pisma ogólnolekarskie, przeznaczone dla wszystkich lekarzy, pisma lekarskie o charakterze specjalnym, mogące liczyć na poczytność tylko w ramach jednej specjalności lekarskiej, wreszcie grupa pism medycznych, pod względem redakcyjnym dość różnorodnych, różniących się natomiast od obu poprzednich grup cechą bardzo zasadniczą: organy tamtych grup wydawane są z reguły przez organizacje lub instytucje lekarskie dla celów nie mających nic wspólnego z zyskiem, pisma trzeciej grupy to wydawnictwa prywatne, obliczone na zysk. Nie można wreszcie zapominać, że istnieją pisma, poświęcone zagadnieniom z dziedziny medycyny, wydawane przez firmy farmaceutyczne. Ta przykładowa analiza jednej z dziedzin czasopiśmiennictwa ilustruje, jak skomplikowane są stosunki w prasie periodycznej. Dowodzi nadto słuszności zasady, iż praca nad rozwiązywaniem życiowych kwestii czasopiśmienniczych winna być przede

wszystkim prowadzona na płaszczyźnie sekcji, łączących czasopisma o analogicznych interesach wydawniczych i redakcyjnych.

Z drugiej strony nie można zamykać oczu na fakt, że istnieją zagadnienia, które wymagają współdziałania szerszego grona pism. Niektóre z nich już zostały wymienione: sprawy papiernicze i pocztowe. Dalszą z tego typu ogólnych spraw, a) to walka z kleską masowo powstających i ginących efemeryd prasowych, które czynią dotkliwie szkody na rynku wydawniczym, b) ogólna propaganda na rzecz czytelnictwa czasopism i na rzecz ogłoszeń w czasopismach, c) sprawa fachowego dokształcania pracowników wydawnictw, d) warunki kolportażu czasopism przez wielkie organizacje kolportażowe, e) penetracja czasopism polskich do Polonii zagranicą i wiele innych.

Wszystkie wyżej wspomniane względy zdecydowały o metodzie akcji, zainicjowanej przez władze Związku w r. 1937 na rzecz interesów całej prasy periodycznej. Powołany został do życia pod przewodnictwem prezesa Zarządu Głównego Związku p. Stefana Krzywoszewskiego Komitet Prasy Periodycznej, jako organ kierowniczy tej akcji. Zadaniem Komitetu jest zorganizowanie i uruchomienie sekcji, obejmujących poszczególne dziedziny prasy, nadto zaś praca nad tymi zagadnieniami, które wykraczają poza zakres działalności sekcji a więc dotyczą całości czasopiśmiennictwa czy kilku jego grup.

Pierwsze inauguracyjne zebranie Komitetu Prasy Periodycznej odbyło się w ostatnich dniach kwietnia 1937 r. Bilans tego Komitetu, który zamierzamy skreślić, obejmuje więc okres nieco krótszy od dwóch lat.

## PRACE ORGANIZACYJNE

Prace organizacyjne Komitetu poszły w dwóch kierunkach: z jednej strony chodziło o rozszerzenie podstaw samego Komitetu przez przyciągnięcie do jego prac jak największej ilości pism, z drugiej — o utworzenie sekcji czasopiśmienniczych. I w jednej i w drugiej dziedzinie osiągnął Komitet konkretne rezultaty. Szereg wydawnictw zrzeszonych w Związku, zgłosiło swój akces do prac Komitetu; ich przedstawiciele brali czynny udział w posiedzeniach, nie szcędząc swego czasu i trudu. Rezultatem działalności Komitetu



BIURO  
DZIENNIKÓW

**N. WINOGRAD**

ŁÓDŹ, PIOTRKOWSKA 60, tel. 120-14

Reprezentacja najpoważniejszych  
wydawnictw krajowych i zagranicznych

Firma agzystuje  
od roku 1905



## BIBLIOTEKA WYDAWNICTW POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

### Tom I. Ustawodawstwo Prasowe

Zebrał i opracował Leon Zieleniewski

### Tom II. Ustawodawstwo Prasowe Suplement I

Oba tomy obejmują łącznie całokształt ustaw, rozporządzeń, okólników i orzeczeń sądowych, dotyczących prasy.

Cena obu tomów zł 10.-

### Tom III. Agencje Informacyjne

Dzieje, stan obecny i znaczenie agencji telegraf. 1835-1935  
Opracowany przez Romana Starzyńskiego b. dyrektora  
naczelnego PAT.

Cena zł 4 -

### Tom IV. Ogłoszenia prasowe

Opracował Stanisław Zenon Zakrzewski

Cena zł 4.-

### Tom V. Dekada - Pismo Legionów Polskich w 1799 r.

Opracował Leon Zieleniewski

Cena zł 2.50

## INFORMATOR PRASOWY

wydany nakładem mies. „Prasa” na rok 1938/39 zawiera liczne wiadomości i dane dotyczące prasy polskiej, jej rozwoju historycznego i stanu obecnego.

Informuje o organizacjach prasowych i instytucjach współpracujących z prasą oraz zawiera szczegółowe dane o prasie zrzeszonej w Związku Wydawców.

Cena zł 3

**Wszystkie powyższe wydawnictwa są do nabycia w księgarniach  
oraz w biurze Związku Wydawców, Warszawa, Zgoda 8 m. 4**



jest również przystąpienie do Związku około 20 poważnych pism, które dotychczas stały poza organizacją. Najważniejszym jednak osiągnięciem w tej dziedzinie jest zwiększenie zainteresowania ogółu czasopism, zrzeszonych w Związku, organizacją. Komitet stał się ośrodkiem czuwania nad interesami pism periodycznych, które zawsze liczyć mogą z jego strony na pomoc i oparcie.

Akcja tworzenia sekcji czasopiśmienniczych wymagała uprzedniego dokładnego zapoznania się ze stosunkami, panującymi w różnych grupach prasy periodycznej. Dopiero znajomość tych stosunków umożliwia takie zaprojektowanie składu sekcji, któryby im zapewnił możliwość działania. To też pierwotny plan podziału czasopism na sekcje w miarę narastania doświadczeń ulegał licznym zmianom. Nawet dzisiaj trudno go nazwać ostatecznym — im dokładniej poznaje się wewnętrzne stosunki w prasie periodycznej tym bardziej uwidacznia się wielka trudność znalezienia płaszczyzny wspólnych interesów między, zdawałoby się, niemal analogicznymi pismami. Z tego względu Komitet zrezygnował z projektowanego początkowo niejako mechanicznego tworzenia sekcji przez zapraszanie określonych wydawnictw na wspólne pierwsze zebranie — tego rodzaju taktyka, acz niewątpliwie w okresach początkowych znacznie bardziej efektywna, kryje w sobie bardzo poważne niebezpieczeństwo: jeśli dobór zaproszonej grupy okaże się niewłaściwy robota na tym odcinku nie tylko nie zostanie posunięta naprzód, lecz na długi czas zamknięte zostaną możliwości jej ponownego podjęcia. Postanowiono działać metodą powolniejszą, lecz bez po-

równania pewniejszą, jeśli chodzi o wynik: podjęto organizację tych sekcji, których celowość nie pozostawiała żadnych wątpliwości; organizację innych, o charakterze mniej określonym, wątpliwych co do składu, narazie odłożono, prowadząc jednocześnie badania stosunków w tych działach czasopiśmiennictwa oraz nawiązując kontakty z jak największą ilością pism. Dodać należy, iż nie znaczy to bynajmniej, aby te sekcje nie mogły być utworzone choćby natychmiast — jeśli Komitet spotka się z odpowiednią inicjatywą ze strony czasopism podejmie ją z całą żwawością.

#### SEKCJA PRASY TECHNICZNEJ

Najwcześniej rozpoczęto prace nad utworzeniem sekcji prasy technicznej. Jest to grupa pism niezbyt liczna lecz z punktu widzenia gospodarczego i społecznego o bardzo poważnym znaczeniu. Reprezentuje nadto najwyższy bodaj wśród innych grup czasopism poziom działalności wydawniczej; są to pisma prowadzone w sposób handlowy, dobrze zorganizowane, o sporym rozpowszechnieniu i pokaźnych wpływach z ogłoszeń. Dodać należy, że powstanie Komitetu Prasy Periodycznej zbiegło się w czasie z likwidacją istniejącego poprzednio Związku Prasy Technicznej i Zawodowej.

Wydawnictwa techniczne zrzeszone w Związku, przychylnie przyjęły inicjatywę Komitetu. Utworzony został komitet organizacyjny Sekcji Prasy Technicznej, który przede wszystkim opracował „Wytyczne prac Sekcji“ — podajemy je in extenso w odnośniku<sup>1)</sup> jako bardzo ciekawy dokument, świad-

czący jak wiele jest do zrobienia w dziedzinie prasy periodycznej i w jakim kierunku te prace iść winny.

Komitet Organizacyjny Sekcji Prasy Technicznej wystosował do wszystkich polskich najpoważniejszych pism technicznych, pozostających dotychczas poza Związkiem, zaproszenie do wzięcia udziału w pracach Sekcji. Zaproszenia te poparte zostały całym szeregiem konferencji z kierownikami wydawnictw niezrzeszonych. Szereg pism ustosunkowało się do apelu przychylnie tak, że na pierwsze zebranie plenarne Sekcji Prasy Technicznej mogło być zaproszone następujących 17 wydawnictw technicznych członków Związku:

Bezpieczeństwo i Higiena Pracy — Warszawa, Gaz, Woda i Technika Sanitarna — Kraków, Gospodarka Wodna — Warszawa, Mechanik — Warszawa, Przegląd Bezpieczeństwa Pracy — Warszawa, Przegląd Budowlany — Warszawa, Przegląd Elektrotechniczny i Wiadomości Elektrotechniczne — Warszawa — Przegląd Mechaniczny — Warszawa, Przegląd Pożarniczy — Warszawa, Przegląd Techniczny — Warszawa, Przegląd Teletechniczny — Warszawa, Przemysł Naftowy — Lwów, Radiotechnik — Warszawa, Spawanie i Cięcie Metali, oraz Spawacz — Warszawa, Technika Samochodowa — Warszawa, Życie Techniczne — Lwów.

Jak widać Sekcja już od chwili powstania reprezentuje większość najważniejszych polskich pism technicznych. Na zebraniu inauguracyjnym, wybrano tymczasowy zarząd Sekcji, który od razu podjął prace według planu, ustalonego przez zebranie. Jako

#### 1) Wytyczne prac Sekcji Prasy Technicznej.

##### A. Sprawy redakcyjne.

1) Ustalenie ramowych warunków współpracy redakcji z autorem, dotyczących:

- prawa do rękopisu,
- przygotowania rękopisu do druku,
- przygotowania rysunków i ilustracji,
- egzemplarzy autorskich,
- odbitek,
- stawek honorariów,
- korekt autorskich, itp.

2) Ustalenie zasad stosunków pomiędzy wydawnictwami w dziedzinie:

- przedruków,
- odstępowania klisz, itp.

##### B. Sprawy administracyjne.

1) Prenumerata:

- opracowanie wzorów kartoteki prenumeraty, monitów i innych druków;
- ustalenie warunków ulg w prenumeracie (dla studentów, dla prenumeratorów innych czasopism itp.);
- udział w zgodnych pracach Związku,

dotyczących kosztu i organizacji obsługi pocztowej.

2) Kolportaż:

- warunki współpracy z „Ruchem” i księgarniami;
- organizacja centralnych punktów sprzedaży czasopism technicznych w poszczególnych miastach;
- organizacja penetracji czasopism technicznych do Polonii zagranicą.

3) Ogłoszenia:

- Porządkowanie stosunków ogłoszeniowych w drodze porozumień dotyczących: warunków współpracy z biurami ogłoszeń, warunków współpracy z akwizytorami, wysokości rabatów oraz warunków płatności i informacji wzajemnych o nieuczciwych klientach ogłoszeniowych i akwizytorach;
- stworzenie specjalnego biura, które by się zajęło opracowywaniem strony graficznej i tekstowej ogłoszeń technicznych ewent. stworzenie specjalnego biura ogłoszeń dla prasy technicznej.

4) Propaganda wydawnicza:

- wspólna akcja na rzecz wzmocnienia czytelnictwa prasy technicznej przez oddziaływanie przy pomocy organizacji zawodo-

wych, łamów prasy technicznej oraz czasopism ogólnych i dzienników, radia, wspólnych stoisk na targach i wystawach, prospektów, afiszów itp.;

b) zbiorowa akcja propagandowa na rzecz rozwoju działów ogłoszeniowych prasy technicznej, wskazująca na korzyści reklamy w prasie technicznej;

c) pomoc w indywidualnych akcjach propagandowych (wymiana ogłoszeń, ulgi pocztowe itp.).

##### C. Produkcja.

1) Sprawy druku:

- wytyczne dotyczące obliczania kosztów druku czasopism technicznych;
- organizacja współpracy wydawnictwa z drukarnią.

2) Papier:

- normalizacja gatunków i formatów papieru i porozumienia co do zbiorowych względnie jednoczesnych zakupów;
- udział w ogólnych pracach Związku Wydawców, dotyczących regulowania całości kształtu stosunków między prasą, a przemysłem papierniczym (ceny papieru, gatunkowość, specjalne bonifikaty dla członków Związku itp.).



sprawy najpilniejsze wysunięto: a) sprawę zbiorowego zakupu papieru; b) sprawę nowego gatunku papieru okładkowego, odpowiadającego potrzebom prasy technicznej; c) kwestię ustalenia ramowych warunków współpracy autora z redakcją oraz d) sprawę normalizacji druków, używanych przez administrację pism technicznych. Rozpisana została ankieta do członków w powyższych sprawach; jej wyniki posłużą za materiał do dalszych prac.

Wspomnieć również należy, iż jeszcze w okresie organizacyjnym Sekcji Prasy Technicznej, Komitet Prasy Periodycznej zorganizował udział prasy technicznej w wystawie prasowej, jaka miała miejsce na jesieni 1938 r. w ramach Targów Lewantyńskich w Bari. Udział ten wypadł bardzo korzystnie — kilka polskich czasopism zostało przez jury wystawy zaszczytnie wyróżnionych.

Sekcja Prasy Technicznej po blisko półtora roku trwającym okresie organizacyjnym jest w tej chwili jednostką organizacyjną całkowicie dojrzałą, zdolną do samodzielnego istnienia i działalności. Podkreślić bowiem należy, iż konstrukcja organizacyjna sekcji idzie w kierunku zapewnienia jej w ogólnych ramach Związku jak najdalej idącej samodzielności i to zarówno w zakresie decydowania o sprawach, dotyczących prasy technicznej jak i w zakresie reprezentacji tej prasy, i na terenie wewnętrznym, i na terenie zagranicznym. Mimo to nie ulega wątpliwości, iż współpraca między tą pierwszą autonomiczną sekcją czasopism a Komitetem będzie nadal tak ścisła jak dotychczas. Wymaga tego elementarny interes zarówno prasy technicznej jak i ogółu czasopiśmiennictwa.

#### INNE SEKCJE

Druga z kolei sekcja, którą uruchomić zamierza Komitet Prasy Periodycznej jest sekcja prasy pracowniczej. Ta grupa pism dzieli się na dwie mniejsze grupy: a) pisma wydawane przez organizacje pracowników umysłowych i b) prasa zrzeszeń robotniczych. O znaczeniu i wielkości tych grup pism świadczą dane następujące: związki pracowników państwowych, samorządowych i prywatnych, zgrupowane w Centralnej Komisji Porozumiewawczej wydają według danych C. K. P. 33 pisma w łącznym nakładzie około 200 tys. egzemplarzy. Mały Rocznik Statystyczny ocenia nakład pism związkowych w r. 1935; pracowników umysłowych prywatnych — na 880 tys., pracowników umysłowych państwowych i samorządowych — na 4112 tys., pra-

owników fizycznych — na 2976 tys. egzemplarzy. A więc łączny nakład pism pracowniczych w r. 1935 wynosił prawie 8 milionów egzemplarzy.

Prace swe Komitet rozpoczął od pracy pracowników umysłowych. Trudność stanowił fakt, że pisma tego typu w łonie Związku dotychczas były nieznacznie reprezentowane. Nawiązany został kontakt z centralnymi organizacjami pracowników umysłowych, które udzieliły poparcia akcji Komitetu. W wyniku zaproszeń pisemnych oraz licznych konferencji akces do Związku zgłosiło szereg pism pracowniczych. W chwili obecnej liczba pism, będących organami związków pracowników umysłowych jest już w gronie członków Związku Wydawców dostateczna, aby podjąć stworzenie oddzielnej sekcji. Zebranie założycielskie tej sekcji odbędzie się w marcu r. b.

W planach Komitetu Prasy Periodycznej leżało utworzenie sekcji prasy rolniczej oraz sekcji prasy lekarskiej, tej ostatniej z ewentualnymi poddziałaniami, uzasadnionymi stosunkami panującymi w prasie lekarskiej, które omówione były powyżej. Zamierzenia Komitetu nie zostały na razie zrealizowane, gdyż niemal jednocześnie z powstaniem Komitetu powstały samodzielne, nieoparte o Związek Wydawców, organizacje względnie porozumienia w tych grupach prasy periodycznej, mianowicie Związek Prasy Rolniczej oraz porozumienie pism ogólnolekarskich. Związek Prasy Rolniczej utrzymuje sporadyczny kontakt z Komitetem. Porozumienie pism ogólnolekarskich współpracuje z Komitetem bardzo ściśle, kilka wydawnictw członków tego porozumienia należy do Związku i bierze udział w pracach Komitetu.

W toku prac organizacyjnych Komitetu omawiana była również sprawa utworzenia sekcji prasy periodycznej ogólnej, prasy religijnej oraz prasy gospodarczej. Projekty te staną się aktualne po zorganizowaniu prasy pracowniczej.

Podkreśliśmy wyżej, iż Komitet Prasy Periodycznej poza działalnością organizacyjną, prowadził prace nad szeregiem zagadnień, dotyczących ogółu prasy periodycznej. Plan tych prac był przedmiotem wielu zebrań i dyskusji — wyniki ich publikowane były na łamach „Prasy”<sup>\*)</sup>.

\*) Stefan Krzywoszewski: Zadania i prace Sekcji Czasopiśmienniczej przy Polskim Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. „Prasa” Nr. 12/37 r.  
Jan Mokrzycki: Normalizacja w prasie periodycznej, „Prasa” Nr. 10/37 r.  
Jan Mokrzycki: Zagadnienia prasy periodycznej. „Prasa” Nr. 2/38 r.

Zagadnieniami, którym najwięcej trudów poświęcił Komitet w latach 1937 i 1938 były: 1) sprawa warunków nabywania papieru przez czasopisma, 2) sprawa normalizacji formatów i gatunków papieru, 3) sprawy kolportażowe, 4) sprawa dokształcania pracowników administracyjnych wydawnictw, 5) sprawa propagandy czytelnictwa.

#### SPRAWA WARUNKÓW NABYWANIA PAPIERU PRZEZ WYDAWNICTWA CZASOPISM

Umowy, zawarte w 1937 r. między Związkiem Wydawców a poszczególnymi większymi papierniami, produkującymi papiery wydawnicze, zarówno rotacyjne jak płaskie, regulowały warunki handlowej współpracy członków Związku z producentami papieru, zapewniając członkom Związku ulgi przy nabywaniu papieru bezpośrednio z papierni. Umowy powyższe nie regulowały natomiast warunków nabywania przez członków Związku papieru za pośrednictwem hurtowników. Na skutek tego liczne grono członków Związku, przeważnie czasopism, zaopatrujących się w papier w składach hurtowych, pozbawione było tych ulg, z których korzystają wydawnictwa, pozostające w bezpośrednim kontakcie z producentami papierów wydawniczych.

Sprawą powyższą zajęła się żywo Komisja papiernicza Komitetu Prasy Periodycznej. Podjęto akcję w dwóch kierunkach: a) w kierunku umożliwienia wydawcom czasopism zakupów bezpośrednich w papierniach w drodze zobrazowania zakupów zbiorowych bądź jednoczesnych oraz w drodze uzyskania ze strony poszczególnych papierni obniżenia minimum wagi sprzedawanych partii, b) w kierunku uzyskania dla członków Związku, nabywających papier w hurtowniach — ulg, analogicznych do tych, z jakich korzystają wydawnictwa zrzeszone przy zakupywaniu papieru bezpośrednio u producenta. Ciężar tych ulg ponosiłby albo producent albo hurtownik.

Koncepcja zbiorowych zakupów okazała się wyjątkowo trudna do zrealizowania. W drugim natomiast kierunku — uzyskania ulg przy zakupach u hurtowników — konsekwentna akcja Komitetu przyniosła poważne rezultaty. Na skutek szeregu konferencji z przedstawicielami papierni bonifikata udzielana od zakupów bezpośrednio u producenta rozszerzona została przez dwie papiernie również na większe zakupy, dokonywane u hurtowników. W końcu 1938 r. trzecia wielka papiernia udzieliła czasopismom, zrzeszonym w Związku, ulg, jeszcze dalej idących, gdyż





Wycieczka, zorganizowana w r. 1938 przez Komitet Prasy Periodycznej do fabryki papieru S. A. Steinhagen i Saenger w Myszkowie. Uczestnicy wycieczki po d. odze zatrzymali się w Częstochowie.

dotyczących wszelkich zakupów, dokonywanych u hurtowników bez ograniczenia wielkości zakupu.

Komitet sprawy ulg w cenie papieru dla czasopism zrzeszonych nie uważa dotychczas za definitywnie załatwioną. Dążyć będzie do rozszerzenia ich w ten sposób, aby każdy członek Związku mógł korzystać ze specjalnej bonifikaty niezależnie od ilości i sposobu zakupu papieru. Dotychczasowe wyniki prac w tej dziedzinie uprawniają do nadziei, że cel ten zostanie niezadługo zrealizowany.

#### SPRAWA NORMALIZACJI FORMATÓW I GATUNKÓW PAPIERU

W roku 1938 Komitet Prasy Periodycznej przeprowadził szczegółowe badania nad zagadnieniem normalizacji formatów i gatunków papieru, używanych do druku czasopism. Jest to za-

gadnienie z punktu widzenia interesów czasopiśmiennictwa bardzo żywotne. Nieuzasadniona rzeczowymi względami nadmierna ilość formatów i gatunków papieru, używanych przez czasopisma polskie, powoduje dla wydawnictw wiele ujemnych skutków. Odbija się na cenie papieru, który produkowany jest w małych partiach, aby mogły być zaspokojone różnorodne zapotrzebowania. Redukcja gatunków umożliwi papierniom zastosowanie systemu produkcji, obliczonej na większą ilość. Wpłynie to na zmniejszenie kosztów produkcji i obniżkę ceny. Drugim momentem korzystnym jest możliwość lepszego wykorzystania arkusza przy zastosowaniu wymiarów znormalizowanych zarówno pisma jak papieru. Odpowiednie określenie tych wymiarów pozwoli na zredukowanie do minimum straty na obcinkach. Wielkiemu uproszczeniu ulegnie proces opatrywania się w papier.

Korzystne dla prasy konsekwencje normalizacji dotyczą nie tylko ceny papieru i procedury jego zakupu. Normalizacja formatu winna spowodować normalizację układu graficznego, w szczególności normalizację wymiarów kolumny druku i szpalt. Uporządkowanie tej dziedziny byłoby wielkim ułatwieniem w pracy drukarni, umożliwiłoby normalizację klisz i matryc ilustracyjnych i ogłoszeniowych, posługiwanie się materiałem agencyjnym zmatrycowanym, normalizację rękopisu itd.

Niewątpliwie korzyści jakie przynieść może [pismom] przeprowadzenie normalizacji formatów i gatunków papieru skłoniły Komitet Prasy Periodycznej do utworzenia specjalnej Komisji, której zadaniem są dalsze studia nad tym zagadnieniem oraz opracowanie planu jego rozwiązania. Komisja ta podjęła prace w r. 1938, przeprowadzając analizę formatów wszystkich większych czasopism, wychodzących w Polsce i analizę norm wymiarów arkusza, ustalonych przez Polski Komitet Normalizacyjny. Nadto Komisja nawiązała kontakt z komisją normalizacyjną, istniejącą przy Związku Papierni Polskich, oraz przygotowała projekt ankiety do czasopism zrzeszonych mających na celu ustalenie postulatów wydawnictw odnośnie norm zarówno formatów jak i gatunków papieru.

Pierwsze wyniki prac tej Komisji zdają się wskazywać, iż terenem właściwym do rozwiązania sprawy normalizacji jest teren poszczególnych sekcji czasopiśmienniczych.

#### SPRAWY KOLPORTAŻOWE

Jednym z punktów planu prac Komitetu Prasy Periodycznej w dziedzinie kolportażowej jest sprawa organizacji centralnych punktów sprzedaży czasopism. Prasa periodyczna, z wyjątkiem stosunkowo nielicznych czasopism o typie kolportażowym, nie znajduje się na ogół w sprzedaży ulicznej. Księgarnie w Polsce kolportują czasopisma w niewielkim stosunkowo zakresie. Skutkiem tego nabycie egzemplarza czasopisma o charakterze zawodowym, naukowym, organizacyjnym itp. połączone jest z wielkimi trudnościami. Przeciętny czytelnik nie potrafi przezwyciężyć odnaleźć miejsca sprzedaży pisma i pozostaje wówczas jedyną drogą — bezpośrednie zwrócenie się do administracji. Te utrudnienia wpływają niewątpliwie ujemnie na rozpowszechnienie prasy periodycznej. Środkiem zaradczym byłoby stworzenie w każdym większym ośrodku miejskim jednego punktu sprzedaży i przyjmowania prenumeraty czasopism, które nie korzystają z kolportażu ulicznego.



OKAZYJNIE!

## Maszyna rotacyjna dwufrontowa

nowoczesnej konstrukcji, beztaśmowa, z kompletnym wyposażeniem, wartości nowej

do druku gazet, tygodników, miesięczników i broszur.

Dwukolorowa, kolosalna wydajność, nieznaczna siła napędna. Cena bardzo przystępna!

FORMATY DRUKÓW: 1) 390x550 mm  
2) 275x390 mm  
3) 195x275 mm  
4) 137x 195 mm

Oferty ewentualne zgłoszenia do Adm. „Prasy”, W-wa, ul. Zgoda 8 m 4 pod „Nadzwyczajna Okazja”.

## Farby Graficzne „ATRA” S. A. TORUŃ

CHROBREGO 101  
TEL. 20-61 i 20-63

PRZEDSTAWICIELSTWA: Bydgoszcz, Weysenhoffa 5, tel. 36-12; Katowice, Sienkiewicza 23. tel. 3.16-15; Kraków, Sw. Anny 3, tel. 201-90; Lwów, Sykstuska 30 (św. Michała 10), tel. 2.39-32; Łódź, Nowomiejska 4, tel. 101-74; Poznań, pl. Wolności 9 tel. 55-17; Warszawa, Długa 26, tel. 11.96-24 i 11.96-25; Wilno, Ludwisarska 5.



## WALCOWNIE METALI S. A. DZIEDZICE

Poleca:

Blachy  
Taśmy  
Druły  
Pręty  
Profile  
Rury

PŁYTY  
GRAFICZNE

dla cynkografii, miedziorytu i offsetowego druku, — miedziane i cynkowe ze specjalnego stopu, — wysoka wytrzymałość, równe trawienie.

Stop aluminiowy, odporny na wpływy atmosferyczne, łatwe szlifowanie, polerowanie, lutowanie, spawanie, wysoka wytrzymałość.

Bloczki do odlewów w piasku i kokilach, dla architektury i konstrukcji pojazdów.

**ANTIKORODAL**

NIECZERNIEJĄCY  
METAL SREBRZYSTY

TOWARZYSTWO HANDLU PAPIEREM

### Bracia TURKIELTAUB

SPÓŁKA AKCYJNA

Poleca

Warszawa I, ul. Przejazd 3,  
tel.: 11-61-23, 11-03-08, 11-03-07, 11-03-16

wszelkie gatunki papieru ze składów oraz bezpośrednio z fabryk po cenach najtańszych



Punkt taki mógłby obsługiwać bądź wszystkie grupy czasopiśmiennicze, bądź też tylko niektóre z nich, naprzykład prasę techniczną, lekarską lub inne.

Sprawa powyższa była szereg razy dyskutowana na posiedzeniach Komitetu Prasy Periodycznej, przy czym jako najpilniejsze zadanie wysuwano zorganizowanie centralnego punktu sprzedaży i prenumeraty czasopism w Warszawie.

Rozważany był projekt rozwiązania tego zagadnienia przez stworzenie instytucji o charakterze spółdzielni, która poza sprzedażą i przyjmowaniem prenumeraty czasopism, zajmowałaby się kwestiami propagandy własnej prasy oraz współdziałała z wydawnictwami w rozwiązaniu niektórych innych spraw administracyjnych. Komitet bada obecnie możliwości stworzenia tego rodzaju instytucji.

W drugiej połowie 1938 r. w związku z upadłością Domu Książki Polskiej, który dla pewnej kategorii czasopism pełnił funkcję hurtowni kolportażowej. Komitet Prasy Periodycznej przeprowadził badania nad strukturą i organizacją kolportażu prasy periodycznej w Polsce. Wyniki tych badań posłużyły do sformułowania postulatów czasopiśmiennictwa w tej dziedzinie.

#### KURSY FACHOWE DLA PRACOWNIKÓW ADMINISTRACYJNYCH

Komitet Prasy Periodycznej podjął w 1938 r. inicjatywę zorganizowania cyklu wykładów z dziedziny fachowych zagadnień wydawniczych, przeznaczonych dla pracowników administracyjnych pism periodycznych. Sekretariat Komitetu przygotował plan takich kursów, który, po ogólnym przedyskutowaniu go na jednym z posiedzeń Komitetu, przekazany został specjalnej Komisji. Komisja ta przeprowadziła szczegółową analizę projektu i z szeregiem zmian i uzupełnień przedłożyła go władzom Towarzystwa Wiedzy Prasowej. Towarzystwo to podjęło swą działalność w końcu 1938 r. — zorganizowanie wspomnianych kursów uznane zostało przez władze Towarzystwa jako jedno z najpilniejszych jego zadań.

#### PROPAGANDA CZYTELNICTWA PISM

To niezmiernie ważne zagadnienie leży dotychczas w Polsce najzupełniej odłogiem. Wiele czasopism podejmuje wysiłki, mające na celu zwiększenie ich własnego rozpowszechnienia — nie jest przez nikogo natomiast prowadzo-

na akcja propagandowa, obejmująca całą prasę periodyczną czy znaczną jej część. Jak potrzebna jest taka zbiorowa energiczna akcja — świadczą o tym najlepiej niewielkie naogół nakłady czasopism polskich, znacznie niższe od najskromniej obliczanych ich teoretycznych możliwości zbytu, w większości wypadków znacznie niższe od nakładów analogicznych pism, ukazujących się w innych krajach bynajmniej nie przewyższających Polski ani liczbą ludności ani jej zamożnością.

Sprawy propagandowe były wielokrotnie omawiane na posiedzeniach Komitetu. Pod koniec 1938 r. z tych dyskusji wyłonił się konkretny plan podjęcia akcji propagandy czytelnictwa przy pomocy łamów prasy i radia. Zasadniczą częścią tego planu jest stworzenie stałego biuletynu rozsyłanego prasie i radiu oraz uzyskanie zapewnień ze strony radia i dzienników co do wykorzystywania dostarczonego materiału. Rozmowy przeprowadzone w tej sprawie z władzami S. A. Polskie Radio wskazały, iż radio odnosi się do tych poczynań prasy periodycznej b. przychylnie. Niewątpliwie prasa codzienna również nie uchyli się od nie-

wielkich świadczeń na rzecz czasopiśmiennictwa. Władze Komitetu mają nadzieję, iż projektowana akcja propagandy czytelnictwa czasopism, zrzeszonych w Związku zostanie podjęta jeszcze w I-jej połowie 1939 r.

#### WYCIECZKI

W toku prac Komitetu Prasy Periodycznej nad sprawami papierniczymi powstał projekt zorganizowania wycieczki wydawców do piaterni, produkującej papiery prasowe. Papiernia myszowska, z uwagi na wszechstronność jej produkcji, była objektem najbardziej interesującym. Wobec przychylnego stanowiska władz S. A. Steinhagen i Saenger, które do wystąpienia Komitetu Prasy Periodycznej ustosunkowały się jak najbardziej życzliwie, wycieczka odbyła się w dniu 25 maja 1938 r. tj. następnego dnia po ogólnym zebraniu Związku. Wzięło w niej udział około 40 osób przedstawicieli wydawnictw codziennych i periodycznych z Warszawy i prowincji. Uczestnicy, podejmowani gościnnie przez władze S. A. Steinhagen i Saenger zwiedzili piaternię i zapoznali się szczegółowo z procesem produkcyjnym.

## PRAWO AUTORSKIE

**I**NTERESY wydawniczo-prasowe nie są dostatecznie uwzględnione w obowiązujących obecnie przepisach prawa autorskiego, zarówno w Konwencji Berneńskiej, jak i w polskim prawie autorskim. Dlatego też jednym z zadań, jakie postawiły sobie władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w pierwszych jeszcze latach istnienia Związku była nowelizacja przepisów prawa autorskiego.

Pierwszy projekt w tej dziedzinie z 1931 r. dotyczył nowelizacji prawa polskiego i szedł po linii: a) zagwarantowania praw wydawcy pisma przy naśladowaniu typu pisma, przy przedrukach artykułów i notatek i b) upoważnienia wydawcy obok autora do ścigania przekroczeń tego prawa. Zawierał on poza tym szereg poprawek technicznych prawa obowiązującego. Projekt taki władze Związku Wydawców złożyły Ministerstwu Sprawiedliwości.

Przy opracowywaniu dalszych projektów Związek Wydawców porozumie-

wał się z Towarzystwem Wydawców Książek oraz sześcioma innymi organizacjami, zainteresowanymi w ochronie praw nie tylko autora, ale również i odtwórcy (Związkiem Dyrektorów Teatrów Polskich, Związkiem Polskich Zrzeszeń Teatrów Świetlnych i in.). W wyniku wspólnych konferencji w maju 1932 r. został złożony na ręce p. Ministra Sprawiedliwości wspólny memoriał w sprawie nowelizacji prawa autorskiego, który uwzględniał w większości dezyderaty wydawców.

Wobec przedłożenia przez Rząd Izbowi Ustawodawczym do ratyfikacji zmian i uzupełnień wprowadzonych w 1928 r. na konferencji rzymskiej do Konwencji Berneńskiej w sprawie międzynarodowego prawa autorskiego, w lecie 1933 r. władze Związku interweniowały u czynników kompetentnych w sprawie uwzględnienia postulatów zrzeszonych wydawnictw przy ratyfikacji konwencji rzymskiej w formie zastrzeżeń względnie uwarunkowania ratyfikacji. Jednakże wobec ograniczenia zastrzeżeń przy ratyfikacji przez poszczególne



państwa, postulaty Związku Wydawców nie mogły być wzięte pod uwagę.

Po przeprowadzeniu ratyfikacji umowy międzynarodowej Ministerstwo Sprawiedliwości podjęło prace nad nowelizacją polskiego prawa autorskiego.

Postulaty polskiego świata wydawniczego w tej sprawie były kilkakrotnie przedstawiane Ministerstwu Sprawiedliwości. Związek przedstawił również Komisji prawniczej Sejmu, wnioski-postulaty Związku Wydawców, uzgodnione ze Związkiem Syndykatów Dziennikarzy. Wnioski Związku nie zostały przez Komisję uwzględnione i Sejm w dniu 25 stycznia 1935 r. uchwalił nowelę do ustawy o prawie autorskim w brzmieniu wniosku rządo-

wego.

W związku z pracami Ministerstwa Sprawiedliwości nad zmianami w Konwencji Berneńskiej w 1935 r. Ministerstwo zwróciło się do Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism o nadesłanie dezyderatów zrzeszonej prasy w sprawie nowelizacji Konwencji Berneńskiej, przesyłając jednocześnie do wiadomości Związku projekt uwag Rządu Polskiego w tej sprawie.

Przy opracowywaniu swych dezyderatów Związek Wydawców wziął pod uwagę dezyderaty, uchwalone przez zagraniczne związki wydawców, zrzeszone w FIADEJ i przez inne prasowe organizacje międzynarodowe, które kilkakrotnie obradowały nad tym zagad-

nieniem. Między innymi wziął pod uwagę uchwałę Kongresu Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej (FIJ) — uchwałę, domagającą się rozszerzenia zasad ochrony przewidzianych w Konwencji Berneńskiej na prace dziennikarskie o charakterze publicystycznym.

Zaznaczyć jeszcze należy, że zagadnieniem nowelizacji międzynarodowego prawa autorskiego z punktu widzenia interesów świata wydawniczego zajmował się IV-ty Kongres Międzynarodowy Związku Wydawców Dzienników i Czasopism (FIADEJ) w 1935 r. w Zürichu. Zagadnienie to było również przedmiotem obrad Komitetu Mieszanego porozumienia organizacji prasowych (FIADEJ i FIJ).

## DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA ZWIĄZKU



W TEJ dziedzinie Związek Wydawców wziął na siebie i wypełnił w ciągu ubiegłych lat dziesięciu, trudną ale konieczną i niezmiernie pożyteczną rolę pionierską.

Literatura poświęcona zagadnieniom prasowym jest w Polsce bardzo uboga i ogranicza się w głównej mierze do opracowań i studiów historycznych, natomiast pozbawiona jest niemal całkowicie wszelkich prac, poświęconych aktualnym zagadnieniom prasowym, zarówno redakcyjnym jak i administracyjnym; do czasu zorganizowania Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism nie istniało poza tym w Polsce żadne czasopismo specjalnie poświęcone zagadnieniom prasowym.

Natychmiast po zorganizowaniu Związku Wydawców zajął się tym zagadnieniem i określił program pracy, zmierzający do stopniowego wypełniania, w miarę środków i możliwości jakimi Związek dysponował, tej dotkliwej w naszym życiu publicznym luki.

### PRASA, ORGAN ZWIĄZKU

Pierwszym w tej dziedzinie posunięciem było uruchomienie czasopisma „Prasa”, które zaczęło ukazywać się latem 1930 r. Redakcję tego pisma objął dyrektor Związku St. Kauzik. W pierwszych latach swego istnienia „Prasa” wychodziła jako kwartalnik, zaś z rokiem 1935 przekształcona została na miesięcznik i w tej formie ukazuje się dotychczas.

Dziewięć dotychczasowych roczników „Prasy” są wielkim i ważnym dorobkiem zrzeszonego polskiego świata wydawniczego. W postaci „Prasy” polskie sfery prasowe zyskały czasopismo, dające możliwość szczegółowego omawiania wszelkich spraw i zagadnień związanych z życiem, potrzebami i rozwojem prasy w Polsce. Dziewięć lat działalności „Prasy” jest najlepszym dowodem tego, jak bardzo wydawnictwo to było w Polsce potrzebne. Pismo skupiło i skupia koło siebie coraz szerszy zastęp publicystów, pragnących wypowiadać się we wszystkich dziedzinach zagadnień życia prasowego. Dzięki temu na łamach „Prasy” znajdują wszechstronne i ciekawe omówienie wszystkie najważniejsze zagadnienia redakcyjne, administracyjne i techniczne, związane z zawodem wydawniczym. Obok tych materiałów publicystycznych „Prasa” przynosi obszerne materiały informacyjne o życiu, pracy i doświadczeniach prasy zarówno zagranicznej jak i krajowej. Szczególnie ważne jest stałe obrazowanie na łamach „Prasy” tych wszystkich doświadczeń pracy wydawniczej zagranicą, które mogą mieć znaczenie i interesować prasę polską.

Szczególnie ważną jest publicystyczna i informacyjna działalność „Prasy” w dziedzinie zagadnień gospodarczych i administracyjnych pracy wydawniczej. Ta, tak bardzo ważna dla racjonalnego rozwoju prasy sfera zagadnień nie posiadała, do czasu powstania Związku Wydawców, żadnych opracowań i sfor-

mułowań. To też redakcja „Prasy” sprawom tym poświęca szczególną wagę, dzięki czemu roczniki „Prasy” zawierają mnóstwo artykułów i informacji, teoretycznie omawiających zagadnienia racjonalnej gospodarki wydawniczej oraz obrazujących szczegółowo doświadczenia praktyczne prasy krajowej i zagranicznej w dziedzinie administracji wydawniczej, spraw ogłoszeniowych i kolportażowych, propagandy własnej wydawnictw, techniki wydawniczo-drukarskiej itp. W ten sposób „Prasa” zainicjowała i kontynuuje w Polsce poważną i niezmiernie pożyteczną dla świata wydawniczego pracę badawczą i instruktywną w dziedzinie racjonalnej administracyjnej gospodarki wydawniczej.

W sumie „Prasa” jest publicystycznym i informacyjnym warształem pracy, niezmiernie ważnej z punktu widzenia rozwoju prasy polskiej. Z drugiej strony „Prasa” jest łącznikiem ogniskującym myśli wysiłki i doświadczenia całego polskiego świata prasowego, a zarazem jego poważną reprezentacją wśród czołowych sfer społeczeństwa polskiego. „Prasa” dociera do wszystkich poważniejszych warsztatów pracy wydawniczej, a zarazem do sfer rządowych, politycznych, gospodarczych, do organizacji społecznych, kulturalnych itp. To też, obok swej ważnej roli, jaką „Prasa” spełnia w życiu wewnętrznym polskiego świata wydawniczego nie mniej ważną rolę odgrywa ona, jako czasopismo zapoznające kierownicze sfery kraju z życiem, potrzebami i dą-



żeniami zrzeszonych polskich wydawców.

Dzięki tym wszystkim swoim walorom „Prasa“ stała się niezmiernie ważnym i cennym ogniwem pracy Związku Wydawców, tym ważniejszym i lepiej spełniającym swą rolę, że poziom jej odpowiada wysokim wymaganiom; w zestawieniu z podobnymi wydawnictwami zagranicą „Prasa“ od dawna zdobyła sobie jedno z czołowych miejsc w prasowym czasopiśmiennictwie Europy.

#### BIBLIOTEKA WYDAWNICTW KSIĄŻKOWYCH ZWIĄZKU

Specjalną pieczę i wysiłki poświęcając „Prasie“, Związek Wydawców rozwinął również poważną działalność w kierunku wypełnienia szkodliwych luk w dziedzinie wydawnictw książkowych, poświęconych zagadnieniom prasowym. Wyrazem tego było zainicjowanie Biblioteki Związku Wydawców. We wstępie do pierwszego tomu Biblioteki dyr. St. Kauziku pisał:

„Dwa lata istnienia czasopisma „Prasa“, oraz trzy lata prac biura Związku Wydawców, pozwoliły na zgromadzenie poważnych materiałów, dotyczących zarówno obecnego stanu prasy w Polsce jak i jej przeszłości. Pragnąc wyzyskać te materiały i przyczynić się tym do pogłębienia znajomości zagadnień prasowych w Polsce, Związek Wydawców Dzienników i Czasopism przystępuje do wydawania dzieł i studiów z tej dziedziny.

Wydawnictwa Związku Wydawców, w myśl założeń, będą obejmowały dwa zasadnicze działy: dział poświęcony praktycznym potrzebom wydawców dzienników i czasopism, oraz dział naukowy, obejmujący prace bibliograficzne, historyczne, statystyczne i inne, dotyczące prasy. W zakresie działu praktycznego przygotowywane są studia z dziedziny zagadnień ogłoszeniowych i kolportażowych. Dział naukowy zapoczątkuje „Bibliografia dzienników i czasopism“, jako wstęp do prac, poświęconych historii prasy w Polsce“.

W ramach tej Biblioteki Związku wyszło przede wszystkim z druku przed kilku laty, „Ustawodawstwo Prasowe“, opracowane przez mgr. Leona Zieleniewskiego, a następnie „Suplement“ do tegoż wydawnictwa. „Ustawodawstwo Prasowe“ i „Suplement“, zawierające zbiór ustaw, rozporządzeń i okól-

ników oraz orzecznictwo Sądów, dotyczących prasy — były w ciągu kilku lat niezmiernie cennym i pożytecznym dla sfer prasowych i prawniczych wydawnictwem, skupiającym w dwu tomach całokształt przepisów prawnych, tym ważniejszych, że wobec braku aż do jesieni 1938 r., kodyfikacji polskiego ustawodawstwa prasowego, należyte orientowanie się w długim szeregu ustaw i rozporządzeń, normujących stosunki prasowe, było rzeczą trudną i skomplikowaną.

Jako dalsze tomy Biblioteki Związku Wydawców ukazały się dwie interesujące prace: 1) „Agencje Informacyjne“, studium ś.p. Romana Starzyńskiego, b. dyrektora naczelnego P. A. T. i b. dyrektora naczelnego Polskiego Radia, poświęcone zobrazowaniu organizacji i działalności agencji informacyjnych w Polsce i za granicą, i 2) „Ogłoszenie Prasowe“, studium prof. Stanisława Zenona Zakrzewskiego, prezesa Polskiego Związku Reklamowego i dyrektora działu ogłoszeń P. A. T., poświęcone zagadnieniom ogłoszeniowym.

Ważne znaczenie praktyczne mają dwa wydawnictwa podjęte przez Związek Wydawców w roku 1938. Pierwszym z nich jest broszura radcy Jerzego G. Wengierowa p.t. „Ogólnopanstwowy układ zbiorowy pracy dla dziennikarstwa“, poświęcona analizie i komentarzom do tego układu, tak ważnego dla wszystkich wydawnictw codziennych; tekst układu, w pełnym jego brzmieniu, ukazał się uprzednio na łamach „Prasy“. Drugim aktualnym wydawnictwem był wydany w osobnej odbitce i dołączony do „Prasy“ tekst „Dekretu prasowego“ z dnia 28 listopada 1938 r.

Również w roku 1938 wyszła z druku ciekawa i cenna historycznie praca mgr. Leona Zieleniewskiego p.t. „Dekada“, poświęcona czasopiśmiu, wydanemu przez Legiony Dąbrowskiego we Włoszech. Ponadto przygotowane zostało do druku chronologiczne zestawienie najważniejszych dat z historii prasy polskiej.

Od szeregu lat Związek wydaje „Cennik Dzienników i Czasopism“, zgłoszonych do prenumeraty pocztowej. Jest to wydawnictwo przejęte przez Związek od Ministerstwa Poczty i Telegrafów i ukazujące się, w nakładzie ponad 7000 egzemplarzy, w odstępach czasu, w miarę potrzeby, jednorocznych lub

dwuletnich; ponadto co miesiąc biuro Związku opracowuje i wydaje Uzupełnienia do Cennika. Cennik i Uzupełnienia dostarczane są urzędowi pocztowym całego Państwa i są podstawą do przyjmowania przez urzędy pocztowe prenumeraty dzienników i czasopism.

#### INFORMATOR PRASOWY

Ważną pozycją w dorobku wydawniczym Związku jest zainicjowanie „Informatora Prasowego“, którego pierwszy rocznik ukazał się na początku 1938 r. Na rynku polskim od dawna dawał się odczuwać brak wydawnictwa, obejmującego całokształt zasadniczych wiadomości o prasie polskiej. Brak tego wydawnictwa odczuwano nie tylko sfery wydawnicze i dziennikarskie, lecz również ci wszyscy, którzy interesują się prasą polską, jako doniosłym czynnikiem politycznym, społecznym, kulturalnym i gospodarczym. Lukę tę skutecznie wypełniło wydanie „Informatora Prasowego“.

Dział pierwszy „Informatora“ zawiera najważniejsze daty z historii prasy polskiej, tablice statystyczne, ilustrujące liczebność prasy polskiej, charakter pism według treści języka i częstości wychodzenia, dane o produkcji papieru rotacyjnego, o rozwoju prenumeraty pocztowej oraz o sprzedaży za pośrednictwem Tow. „Ruch“, sieci kolportażowej w Polsce i in.; w tymże dziale podana jest bibliografia dzieł o prasie polskiej.

Drugi dział „Informatora“ poświęcony jest szczegółowym informacjom o wszystkich pismach zrzeszonych w Związku, z uwzględnieniem cenników ogłoszeń oraz informacje o agencjach prasowych działających w Polsce i o pismach polskich, ukazujących się za granicą.

Trzeci dział „Informatora“ dotyczy organizacji prasowych z Polskim Związkiem Wydawców Dzienników i Czasopism na czele oraz wspólnych instytucji wydawców i dziennikarzy. Dalsze działy poświęcone są informacjom o instytucjach współpracujących z prasą (Ruch, Biura ogłoszeń), informacjom technicznym i informacjom o międzynarodowych organizacjach prasowych.

Poważną działalność wydawniczą rozwijał Związek także w dziedzinie wydawnictw, przeznaczonych dla zagranicy, o czym dokładnie informuje odpowiedni dział sprawozdania.



# DZIAŁALNOŚĆ ZAGRANICZNA ZWIĄZKU

**O**D PIERWSZYCH chwil istnienia Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, władze Związku doceniały należycie znaczenie stosunków zagranicznych prasy polskiej.

W swej pracy na terenie zagranicznym władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism miały na oku trzy cele: 1) zagraniczną propagandę Polski na terenie pracomym, prowadzoną w porozumieniu z Wydziałem Prasowym M. S. Z.; b) badanie stosunków za granicą celem wykorzystania doświadczenia prasy państw zachodnio - europejskich na naszym terenie zawodowym; wreszcie c) osiągnięcie w płaszczyźnie międzynarodowej szeregu postulatów zawodowych prasy polskiej. W tej ostatniej dziedzinie Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism ściśle współpracował z międzynarodowymi organizacjami prasowymi, w pierwszym zaś rzędzie z F. I. A. D. E. J.

## UDZIAŁ POLSKIEGO ZWIĄZKU W MIĘDZYNARODOWEJ FEDERACJI WYDAWCÓW — F. I. A. D. E. J.

Dla osiągnięcia wyżej wyszczególnionych celów Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism rozwijał główne swe prace na terenie Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców Dzienników (F. I. A. D. E. J.) której jest inicjatorem i członkiem założycielem.

Należy stwierdzić, że FIADEJ, która powstała w 1933 roku, rozszerza z roku na rok podstawy, na których się opiera. Obecnie należą do Federacji Związki Wydawców następujących państw: Belgii, Danii, Finlandii, Francji, Holandii, Hiszpanii, Italii, Jugosławii, Niemiec, Norwegii, Polski, Rumunii, Szwajcarii, Szwecji i Węgier. W ubiegłych latach należały Związki Wydawców Austrii i Czechosłowacji. Liczba krajowych organizacji wydawniczych zrzeszonych w FIADEJ zwiększyła się znacznie, w dużym stopniu dzięki wysiłkom Związku Polskiego.

W obecnym więc stadium organizacji Federacja obejmuje 21 Związków Wydawców z 15 krajów Europy.

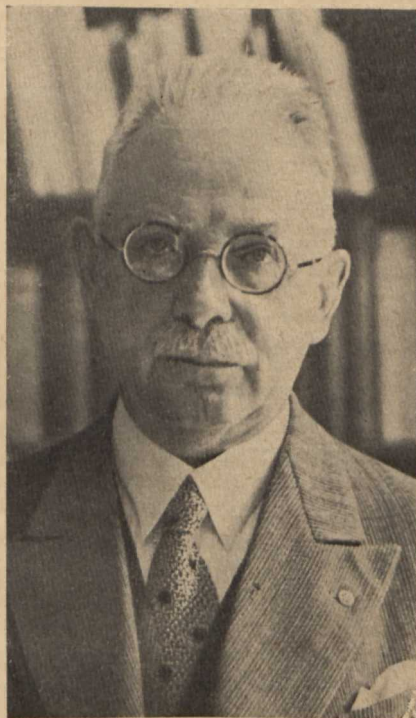
Pracami Federacji kieruje Komitet Wykonawczy w składzie: dyr. Ernest Rietmann, prezes Szwajcarskiego Związku Wydawców — jako przewodniczący, dyr. J. W. Henny, prezes Holenderskiego Związku Wydawców — jako wiceprzewodniczący; dyr. A. M.

Chauchat (Francja) — jako Sekretarz Generalny i dyr. Stanisław Kauzik — jako Zastępca Sekretarza Generalnego; dyr. E. Pauker (Rumunia) — jako skarbnik. Dotychczasowe prace Federacji, dotyczące zasadniczych praktycznych zagadnień wydawniczych, ze względu na wysoki ich poziom fachowy zdobyły dla Federacji Wydawców autorytet i poważanie w świecie wydawniczym, dzięki czemu FIADEJ wysunęła się na czoło międzynarodowych organizacji prasowych.

## Prace organizacyjne

W pracach Federacji delegacja Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism odgrywa poważną rolę. Większość prac FIADEJ nie tylko została zainicjowana, ale również i szczegółowo przygotowana przez Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism, czego dowodem liczne memoriały, przedstawiane co roku przez delegację polską na zjazdach FIADEJ.

Również i w dziedzinie organizacji FIADEJ udział Związku Wydawców był bardzo żywy. Przy opracowywaniu podstaw organizacyjnych Federacji został przyjęty za podstawę dyskusji, o-



**ERNST RIETMANN**  
prezes Międzynarodowej Federacji  
Związków Wydawców i Dyrektorów  
Dzienników (F. I. A. D. E. J.).  
prezes Szwajcarskiego Związku Wy-  
dawców,  
wydawca „Neue Züricher Zeitung“.

bok szkicu pióra prezesa Rietmanna, szczegółowy projekt statutu, przedłożony przez Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism. W myśl uchwalonego statutu, celem Międzynarodowej Federacji Wydawców Dzienników jest badanie zagadnień, dotyczących rozwoju prasy we wszystkich krajach, oraz obrona interesów prasy na terenie stosunków międzynarodowych. Członkami mogą być organizacje narodowe, zrzeszające wyłącznie wydawców, czyli właścicieli dzienników i czasopism (osoby fizyczne i prawne) oraz dyrektorów naczelnych wydawnictw, przy czym organizacje te muszą posiadać siedzibę w swym kraju i zrzeszać pisma, wychodzące na jego terytorium. Kraje, które nie posiadają organizacji wydawców, mogą być w myśl statutu reprezentowane w Federacji przez wydawcę jednego ze swych dzienników, który w takim wypadku może być przyjęty w poczet członków Federacji indywidualnie.

Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism wziął także żywy udział w akcji na rzecz uczestnictwa Związków Wydawców poszczególnych krajów w pracach Międzynarodowej Federacji, w szczególności przy zjednywaniu dla Federacji Związków Wydawców krajów skandynawskich i bałtyckich oraz krajów naddunajskich i bałkańskich.

W tym celu rozesłane zostały przez Polski Związek do organizacji wydawców w wymienionych krajach materiały propagandowe, a mianowicie: statut FIADEJ, protokoły kongresów, komplety memoriałów Polskiego Związku Wydawców na Zjazdy Federacji, wreszcie zeszyty „Prasy“ i „Feuille d'Information“. W krajach, gdzie nie udało się uzyskać kontaktu bezpośredniego ze stowarzyszeniami wydawców, biuro Związku dążyło do zainteresowania sprawami FIADEJ rządowych biur prasowych, pokrewnych organizacji prasowych, wreszcie wydawców najpoważniejszych dzienników.

W wyniku tej akcji przystąpiły do Federacji Związki Wydawców Czechosłowacji, Danii, Finlandii, Jugosławii, Norwegii, Rumunii, Szwecji i Węgier.

## Udział delegacji Związku Wydawców w Zjazdach FIADEJ.

Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism wziął udział w pracach wszystkich zjazdów i kongresów Federacji za pośrednictwem swej delegacji, w skład której wchodził prezes





*Fragment jednego z posiedzeń VI Kongresu Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców i Dyrektorów Dzienników (F.I.A.D.E.J.), odbytego w Rzymie w 1938 r. na Kapitolu.*

Feliks Mrozowski i dyr. Stanisław Kauzik, bądź tylko dyr. St. Kauzik. W sprawozdawczym okresie odbyło się 6 kongresów Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców Dzienników a mianowicie: I Kongres organizacyjny Federacji w maju 1933 r. w Hadze; II-gi — w listopadzie 1933 r. w Madrycie; III-ci — w październiku 1934 r. w Paryżu; IV-ty — w lipcu 1935 r. w Zurichu; V-ty — w maju 1937 r. w Wiedniu; wreszcie VI-ty — w czerwcu 1938 r. w Rzymie.

Nadto przedstawiciel Polskiego Związku brał udział w 3-ch posiedzeniach Zarządu Federacji.

#### Memoriały Polskiego Związku.

Uważając teren Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców Dzienników za wyjątkowo ważny zarówno z punktu widzenia propagandy państwowej Polski jak i z punktu widzenia interesów prasy polskiej, Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism rozwinął wyjątkowo żywą akcję memoriałową. Zainicjował więc szereg prac nad zasadniczymi zagadnieniami prasowymi międzynarodowymi objętymi programem prac Federacji. Po przeprowadzeniu badań wstępnych i zgromadzeniu materiałów w drodze ankiet wśród Związków Wydawców głównych państw Europy, opracowane zostały następujące zagadnienia, które Polski Związek przedstawił na zjazdach FIADEJ w formie drukowanych lub roneografowanych memoriałów w języku francuskim i niemieckim.

1) Sprawa prostowania nieściślych i fałszywych wiadomości prasowych w płaszczyźnie międzynarodowej.

2) Sprawa potanienia i usprawnienia przesyłania wiadomości prasowych za pośrednictwem telegrafu, telefonu i radia (zagadnienia telekomunikacyjne).

3) Sprawa stosunków prasy i radia.

4) Sprawa stosunków prasy z przemysłem papierniczym i akcji przeciwko wyższym cenom papieru i surowców papierniczych.

5) Sprawa usprawnienia międzynarodowego przewozu pism pocztą i kolejami (pociągami ekspresowymi) i sprawa potanienia taryf pocztowych i kolejowych w obrocie międzynarodowym.

6) Sprawa zorganizowania tanich i możliwie najszybszych przewozów pism w komunikacji międzynarodowej przy pomocy samolotów.

7) Zagadnienie stosunku FIADEJ do innych międzynarodowych organizacji prasowych.

8) Sprawa ustanowienia międzynarodowego dowodu prasowego dla wydawców i dyrektorów wydawnictw oraz redaktorów i publicystów nienależących do Związków dziennikarskich.

Nadto poruszone zostały przez Polski Związek Wydawców w krótkich notatkach:

1) Sprawa sprzedaży pism zagranicą i rabatów kolportażowych.

2) Sprawa wymiany informacji o uznanych przez poszczególne Związki biurach ogłoszeniowych.

W większości wyżej wymienionych kwestii referaty generalne na zjazdach FIADEJ były powierzane dyr. Stanisławowi Kauzikowi, a wnioski referatów Polskiego Związku Wydawców były uchwalane bez większych zmian i uzupełnień. Stanowi to poważny dowód uznania dla prac Polskiego Związku, prowadzonych systematycznie od 6 lat nad zagadnieniami zagranicznymi prasy.

Ponadto Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism opracował i wydał materiały, dotyczące zagadnień prasowych następujących:

a) w sprawie prostowania fałszywych wiadomości celem przedstawienia II Międzynarodowej Konferencji Rządowych Biur Prasowych i Przedstawicieli Organizacji Prasowych w Madrycie w r. 1934 — memoriał drukowany w języku francuskim,

b) w sprawie postulatów prasy w dziedzinie telekomunikacji, — do użytku Międzynarodowej Konferencji Unii Telekomunikacyjnej, w Kairze, w lutym 1938 r.

#### STOSUNKI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM Z INNYMI ORGANIZACJAMI MIĘDZYNARODOWYMI

W zrozumieniu konieczności utrzymywania bliskiego kontaktu ze wszystkimi organizacjami międzynarodowymi, pracującymi na terenie prasowym, Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism, nawiązał stosunki z Międzynarodową Unią Stowarzyszeń Prasowych (Uniap), z Międzynarodową Federacją Przedstawicieli Prasowych, akredytowanych przy Lidze Narodów w Genewie, z Międzynarodową Federacją Prasy Technicznej i Periodycznej (FIPT) i z Federacją Międzynarodową Dziennikarską (FIJ), a także korespondował z następującymi organizacjami: Sekcją Prasową i Sekcją Komunikacyjną Sekretariatu Ligi Narodów w Genewie, z Międzynarodowym Biurem Pracy w Genewie, z Biurem Międzynarodowej Unii Pocztowej i z Biurem Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej w Bernie, z Międzynarodową Unią Prawa Autorskiego, z Międzynarodową Federacją Linii Lotniczych, z Międzynarodową Izbą Handlową, z Międzynarodową Unią Reklammy i innymi.

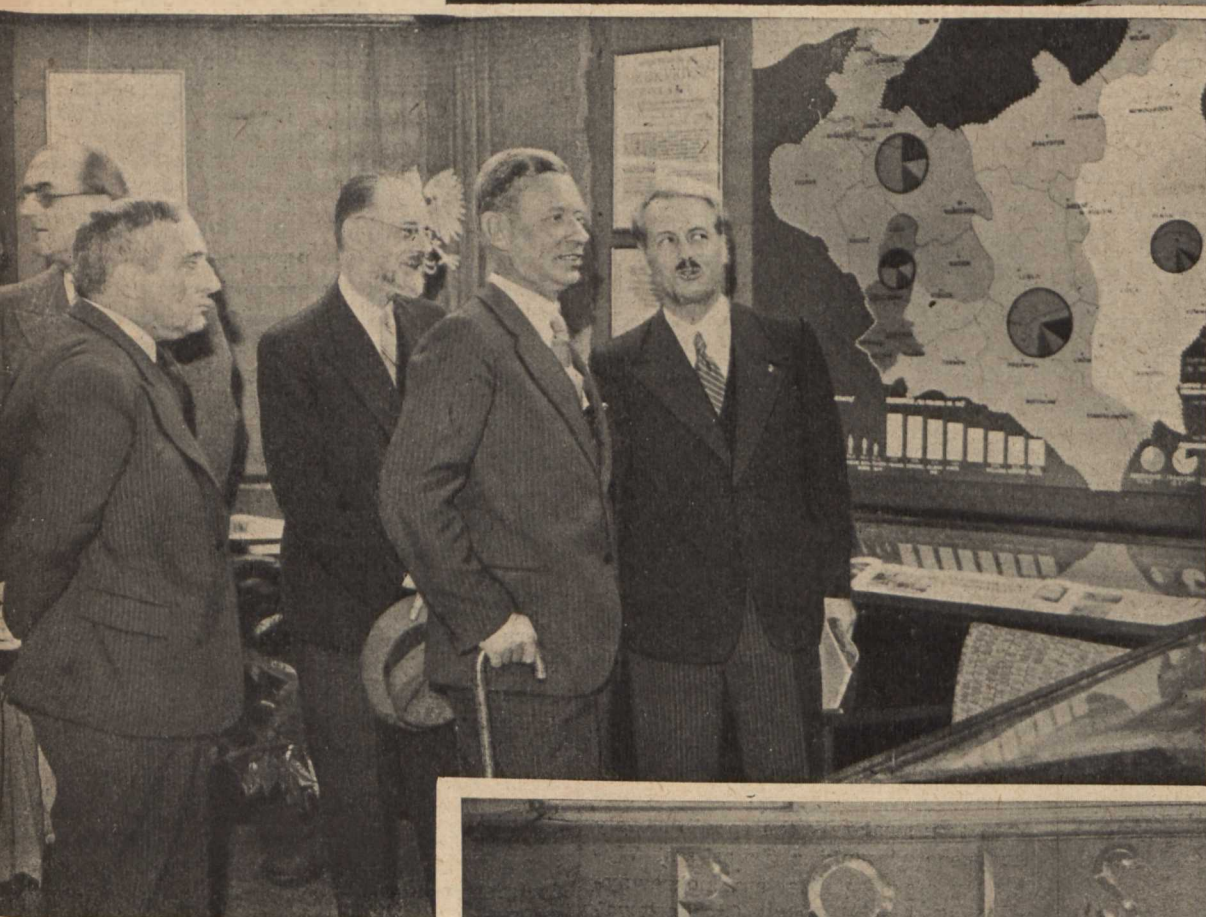
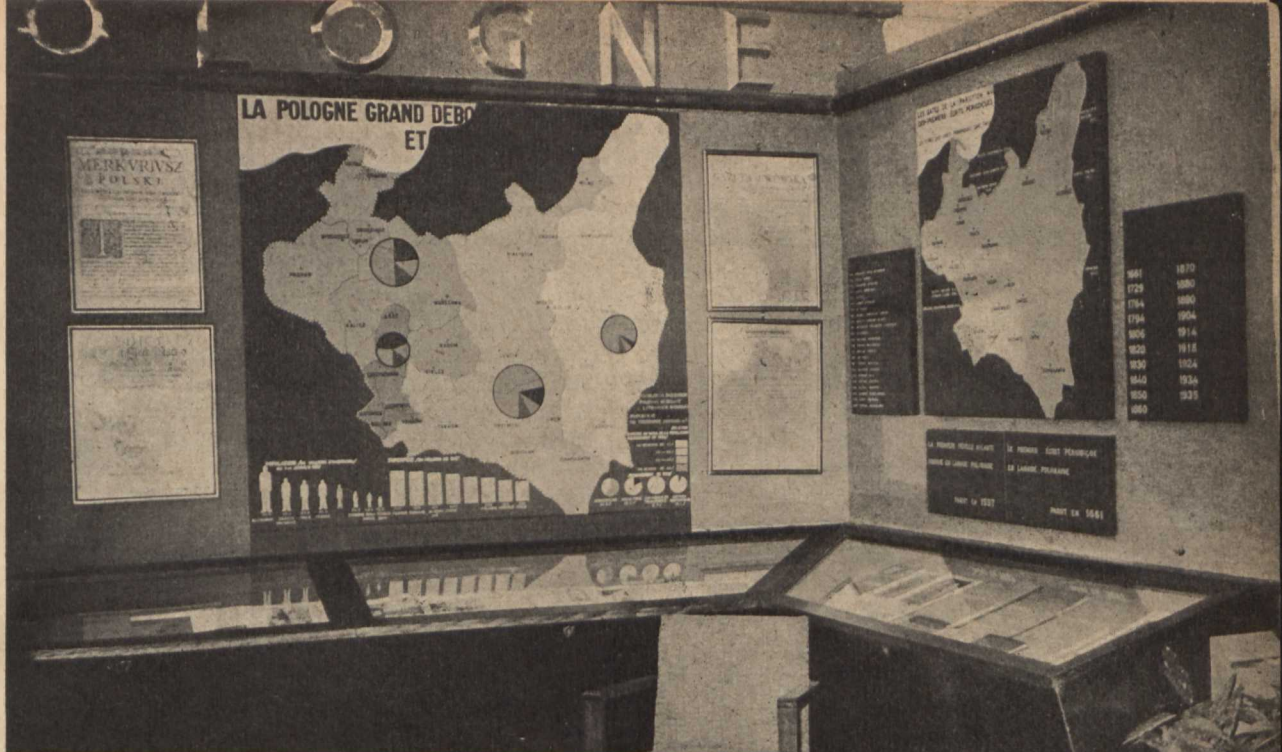
#### Prace na terenie UNIAP'u.

Naskutek zaproszenia p. Franciszka Reyndersa, prezesa Związku Wydawców pism belgijskich, prezesa Międzynarodowej Unii Związków Prasowych oraz członka Komitetu Wykonawczego



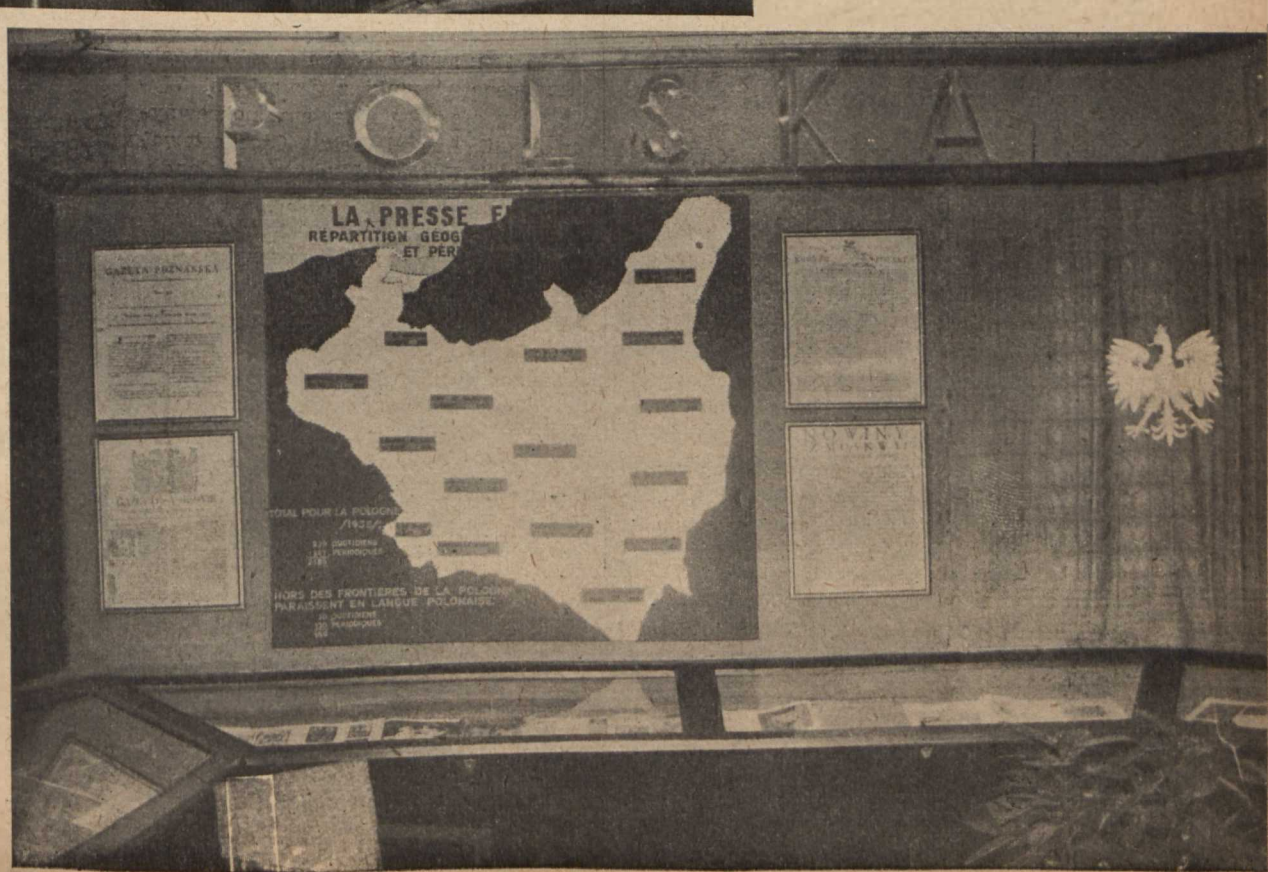
# PRASA POLSKA NA MIĘDZY- NARODOWEJ WYSTAWIE PARYSKIEJ W R. 1937

Dział polski  
w Pałacu Prasy,  
zorganizowany  
przez Związek  
Wydawców  
Mapy, obrazujące  
historyczny i terytor-  
jalny rozwój prasy  
polskiej oraz struktu-  
rę gospodarczą  
P o l s k i



Ambasador  
Łukasiewicz  
na otwarciu działu  
polskiego, oprowa-  
dzany przez dyr  
Kauzika. Opodal  
stoją pp. T. Świącicki  
kierownik paryskie-  
go oddziału P. A. T.,  
Leszek Serafinowicz  
(Lechoń) z ambasady  
polskiej i Z. Klings-  
land, korespondent  
„Kurieria Porannego”

Fragment stoiska  
prasy polskiej:  
mapa, przedsta-  
wiająca stan prasy  
polskiej wg poszczegól-  
nych województw  
Stoisko prasy pol-  
skiej wyróżnione zo-  
stało przez Jury Wy-  
stawy odznaczeniem  
„Grand Prix”





F. I. A. D. E J., władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zdecydowały wydelegować swego przedstawiciela na XX-ty Kongres Unii, który odbył się w czerwcu 1934 r. w Antwerpii.

Organizacja ta, która podczas Kongresu obchodziła 40-tą rocznicę swego założenia, jest najstarszą międzynarodową organizacją prasową. Zrzesza ona zarówno stowarzyszenia wydawców pism codziennych i periodycznych, jak i związki dziennikarzy i literatów, oraz mieszane stowarzyszenia prasowe. Dzięki takiemu zespoleniu organizacji prasowych wszystkich rodzajów i oddieni UNIAP uważa się za związek międzynarodowy najbardziej powołany do reprezentowania całokształtu życia prasowego wobec opinii międzynarodowej, nie zdołała jednak skupić przedstawicieli większej liczby organizacji wydawców dzienników, ani organizacji dziennikarzy, które w większości należą do FIJ.

W skład Unii wchodzi obecnie 6 organizacji wydawców i 27 organizacji dziennikarzy 15 krajów Europy oraz szereg organizacji pozaeuropejskich.

Nowy statut Unii w sposób następujący precyzuje jej cele: organizowanie wspólnej akcji w sprawach zawodowych, interesujących świat dziennikarski i wydawniczy, ustalenie reguł i zwyczajów, obowiązujących w działalności prasowej i publicystycznej i przeprowadzenie uznania tych reguł i zwyczajów przez organizacje zrzeszone w Unii, utrzymywanie stałych stosunków pomiędzy tymi organizacjami, udzielanie pomocy zawodowej członkom Unii, wykonującym swą pracę poza granicami swego kraju, oraz inicjowanie porozumień i umów międzynarodowych, dotyczących dziennikarstwa i własności literackiej. Nowy statut uchwalony na kongresie w Antwerpii w r. 1934, wprowadził szereg nowych postanowień, dotyczących podniesienia w Unii znaczenia i stanowiska Związków Wydawców Dzienników.

Od początku 1935 r. Związek Wydawców bierze udział w pracach UNIAP jako członek zwyczajny.

#### Współpraca z FIJ.

Biorąc za podstawę memoriał Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w sprawie wzajemnych stosunków międzynarodowych organizacji prasowych, przedstawiony przez delegację polską na III Kongresie FIADEJ w 1934 r. w Paryżu. Kongres Federacji w Zurychu w lipcu 1935 r. zdecydował przystąpić do współpracy w pierwszym rzędzie z Międzynarodową

Federacją Dziennikarzy. Po porozumieniu telegraficznym z prezydium Kongresu tej organizacji, który obradował w tym samym czasie w Helsinkach, Kongres FIADEJ uchwalił powołać do życia Komisję Mieszaną Porozumiewawczą obu tych organizacji i delegować do tej Komisji prezesa Federacji dyr. Ernesta Rietmanna (Szwajcaria), dyr. A. M. Chauchat'a (Francja), dyr. J. W. Henry'ego (Holandia) i dyr. St. Kauzika (Polska).

Zadaniem Komisji Porozumiewawczej FIADEJ i FIJ jest regulowanie międzynarodowych zagadnień prasowych interesujących zarówno wydawców, jak i dziennikarzy.

Na dwóch Zjazdach Komisji, które odbyły się w grudniu 1935 r. w Paryżu i we wrześniu 1936 r. w Zurychu, rozpatrzono następujące zagadnienia: kwestię współpracy prasy na rzecz pokoju światowego, sprawa rewizji konwencji berneńskiej, dotyczącej międzynarodowego prawa autorskiego, zagadnienie wymiany międzynarodowej dziennikarstwa, sprawa międzynarodowej legitymacji prasowej oraz ułatwień komunikacyjnych dla dziennikarzy, sprawa warunków pracy dziennikarza za granicą, kwestia stosunków prasy i radia, sprawa ankiety na temat prasowych stosunków prasy w poszczególnych krajach.

#### STOSUNKI Z WYDAWCAMI I ORGANIZACJAMI WYDAWCÓW EUROPY.

Władze Związku podjęły i utrzymywały stałe stosunki korespondencyjne, w następstwie zaś stosunki osobiste z kierownikami poszczególnych wydawnictw zagranicznych oraz z władzami organizacji wydawców poszczególnych państw Europy. Wyjazdy za granicę zarówno pp. wydawców zrzeszonych w Związku, jak i członków władz i biura Związku były wykorzystywane, aby stosunki te utrwalić. W ten sposób zostały nawiązane stosunki z Związkami Wydawców oraz organizacjami pokrewnymi Anglii, Austrii, Belgii, Czechosłowacji, Danii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Jugosławii, Łotwy, Niemiec, Rumunii, Szwajcarii, Szwecji, Węgier, Włoch oraz Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej.

Również i wizyty w Polsce przedstawicieli zagranicznych wydawnictw oraz organizacji prasowych były wykorzystywane celem zacieśnienia tych stosunków. Wymienić tutaj w pierwszym rzędzie należy wizyty p. Henryka Kuijpersa, wydawcy dziennika holenderskiego „De Maasbode” w Rotterdamie na jesieni 1932 r. i ojca Jacka Herman-

sa, redaktora tegoż dziennika w grudniu 1934 r., wypróbowanych przyjaciół Polski, a także przyjęcie wydane przez władze Związku dla członków VIII Kongresu Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej na jesieni 1935 r. w Warszawie.

#### ZAGRANICZNA AKCJA

##### INFORMACYJNO-PROPAGANDOWA

Od 1935 r. Biuro Związku Wydawców wydaje specjalny miesięczny biuletyn informacyjny w języku francuskim p. n. „Feuille d'Information”, w nakładzie przeciętnie 400 egzemplarzy. Biuletyn ten jest przeznaczony przede wszystkim do informowania o życiu prasowym polskim zagranicznej prasy zawodowej poświęconej sprawom prasowym (około 70 pism). Poza to biuletyn ten jest wysyłany zagranicę do Związku Wydawców i innych krajowych organizacji prasowych, do kompetentnych organów Ligi Narodów i kierowników międzynarodowych organizacji prasowych.

Powyższa akcja informacyjna dała pożądane rezultaty: szereg pism przedrukowuje stale wiadomości z polskiego biuletynu informacyjnego, m. in. Bulletin de l'Association Suisse des Editeurs de Journaux (Zürich), Le Moniteur de la Presse (Paris), Zeitungsverlag (Berlin), Zeitungsverleger (Wien), Biuletyny Związku Wydawców: czechosłowacki, holenderski i hiszpański oraz szereg innych pism.

Poza francuskim biuletynem informacyjnym, Biuro Związku rozsyła zagranicę w celach propagandowych około 100 — 200 egzemplarzy każdego numeru „Prasy”. Spis rzeczy tych numerów jest zawsze podawany również w języku francuskim.

Wspomnieć również należy o udziale Związku w wystawach międzynarodowych, a mianowicie: 1) w Międzynarodowej Wystawie Paryskiej w 1937 r., na której stoisko prasy polskiej, zorganizowane własnym sumptem przez Związek Wydawców, odznaczono zostało Grand Prix, 2) w Targach Królewskich w 1938 r.

W r. 1936 Niemiecki Instytut Wiedzy Prasowej w Berlinie zwrócił się do Związku Wydawców z prośbą o pomoc przy kompletowaniu materiału, dotyczącego prasy polskiej do III wydania „Handbuch der Weltpresse”, naukowego wydawnictwa Instytutu, najpoważniejszego wśród podobnych dzieł.

Władze Związku Wydawców podjęły się tego zadania, i dostarczyły Instytutowi Berlińskiemu szczegółowy materiał do działu polskiego „Handbuch der Weltpresse”.



## ZAGRANICZNI GOŚCIE ZWIĄZKU WYDAWCÓW

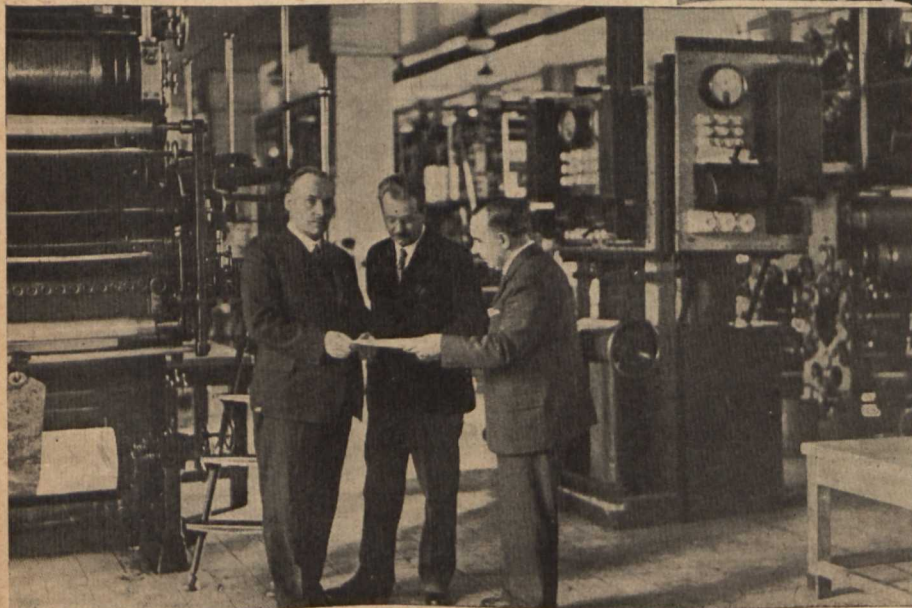


W listopadzie 1932 r. Związek Wydawców gościł w Polsce p. H. Kuijpersa, wydawcę największego katolickiego dziennika w Europie „De Maasbode“ (Rotterdam), wiceprezesa Holenderskiego Zw. Wydawców.

Przyjęcie wydane przez Związek dla dyr. Kuijpersa.

W roku 1933 odwiedził Polskę redaktor „De Maasbode“ O. H. Hermans, który w czasie wojny przywiózł do Warszawy fundusze, zebrane w Holandii dla Polaków — ofiar wojny.

Władze Związku podejmowały gości w salach Hotelu Europejskiego.



Dyr. Kuijpers zwiedza urządzenia S. A. Dom Prasy, oprowadzany przez prezesa A. Lewandowskiego w towarzystwie dyr. St. Kauzika.



# Współpraca poczty z prasą

Pismo po wydrukowaniu dotrzeć musi w czasie jak najkrótszym do czytelników, rozrzuconych po całym kraju. Ten wzgląd sprawia, iż wśród zagadnień wydawniczych kwestie przewozowe zajmują jedno z naczelnych miejsc. Instytucją przewozową, najściślej współpracującą z prasą, jest poczta.

Zakres tej współpracy jest bardzo szeroki i nie ogranicza się do samego przewozu pisma. W dziedzinie prenumeraty zamiejscowej cały stosunek między wydawnictwem a jego prenumeratorem oparty jest na usługach poczty, która współdziała w propagandzie pisma (egzemplarze okazowe, prospekty itp.), dostarcza wydawcy zamówienie, należności za pismo i wszelką korespondencję, abonentowi zaś przewozi egzemplarze pisma. Formą jeszcze dalej idącego pośrednictwa poczty w prenumeracie zamiejscowej jest system prenumerowania pism na poczcie szczególnie rozpowszechniony w Polsce Zachodniej: urząd pocztowy zamawia prenumeratę i doręcza abonentom przesyłane przez wydawnictwa egzemplarze — administracja pisma nie zna nawet nazwisk prenumeratorów. W poważnym stopniu współdziała również poczta z prasą w dziedzinie kolportażu: przewóz paczek z pismami przy pomocy autobusów, przesyłanie zwrotów oraz należności do wydawnictw, wreszcie sprzedaż pism prowadzona przez urzędy pocztowe w tych miejscowościach, gdzie brak prywatnych punktów kolportażowych — oto formy tej współ-

pracy. Wspomnieć jeszcze należy o telefonach prasowych i wielkiej różnorodności innych usług poczty, z których prasa korzysta na równi z innymi klientami urzędów pocztowych.

Jak poważnym czynnikiem w życiu wydawniczym jest obsługa pocztowa świadczy statystyka liczby egzemplarzy pism, przewiezionych i doręczonych przez pocztę w ruchu wewnętrznym:

1928 r.	— 147,4	milj. egz.
1929 „	— 172,2	„ „
1930 „	— 184,5	„ „
1931 „	— 161,9	„ „
1932 „	— 172,8	„ „
1933 „	— 173,2	„ „
1934 „	— 143,9	„ „
1935 „	— 175,4	„ „
1936 „	— 175,7	„ „
1937 „	— 247,8	„ „
1938 „	— 264,7	„ „

Jak widać z powyższego poczta doręczyła w r. ub. przeszło 264,7 milj. egzemplarzy w ciągu roku, czyli około 9 egz. na sekundę. Wobec tego, że nakład roczny dzienników i czasopism wynosi w Polsce 800—900 milionów egzemplarzy, widzimy, że przeszło  $\frac{1}{4}$  całego nakładu rozchodzi się za pośrednictwem poczty.

Wielki zakres i znaczenie obsługi prasy przez pocztę sprawiły, iż zagadnienia, związane z tą obsługą, są stale przedmiotem bacznej uwagi władz pocztowych. Ostatnie dziesięciolecie było okresem szczególnie intensywnych i doniosłych przemian w tej dziedzinie. Przemiany te, idące po linii uspraw-

nienia działalności poczty i rozszerzenia jej współpracy z prasą, były wyrazem czynnego ustosunkowania się władz pocztowych do problemów, wynikających z obsługi prasy, ustosunkowania podyktowanego zrozumieniem roli, jaką pełni prasa w państwie oraz docenianiem znaczenia, jakie ma obsługa pocztowa dla należytego wypełnienia przez prasę jej zadań państwowych i społecznych.

Przemiany w ostatnim 10-leciu w dziedzinie współpracy poczty z prasą dotyczyły niemal wszystkich bez wyjątku form obsługi pocztowej prasy. Najważniejsze oczywista znaczenie miała zasadnicza reforma służby gazetowej. Po dokładnych, niemal dwuletnich studiach nad całokształtem tego zagadnienia, prowadzonych w kontakcie z organizacją wydawców pism, wprowadzono w r. 1936 nowe przepisy, modernizujące i usprawniające służbę gazetową. W szczególności usprawniono stronę techniczną przesyłania pism za pośrednictwem poczty, przez znaczne uproszczenie związanych z tym manipulacji, zwolniono prasę od całego szeregu uciążliwych czynności przy ekspedycji pisma. Pozwala to na znacznie szybsze ekspediowanie nakładów. Uproszczeniu uległ również system rozrachunków między pismem a urzędem pocztowym.

Osobny dział w stosunkach poczty z prasą stanowi prenumerata pism za pośrednictwem poczty, rozpowszechniona specjalnie w Poznańskim i na Pomorzu. Pisma prenumerowane w urzędach stanowią na ziemiach zachodnich  $\frac{2}{3}$  wszystkich pism, doręczanych przez pocztę.

Pośrednictwo w prenumeracie pocztowej było czynnością wybitnie dla poczty deficytową i w toku prac nad nowymi przepisami pocztowymi powstał projekt całkowitej likwidacji prenumeraty pocztowej. Ostatecznie system prenumeraty pocztowej zachowano, przerywając tylko część świadczeń na wydawców pism. Za zachowaniem prenumeraty pocztowej nie przemawiały żadne względy handlowe. Poczta jednak zdecydowała się ponieść związane z nią świadczenia, uwzględniając przyzwyczajenie ludności do tego sposobu prenumeraty pism oraz pragnąc poprzeć wysiłki prasy w dziedzinie rozwoju czytelnictwa.

Niezmiernie ważnym dla prasy zagadnieniem, ściśle związanym ze służbą gazetową, jest kwestia doręczania pism. Poczta sprawą tą zajmowała się intensywnie od szeregu lat, traktując ją na szerszej płaszczyźnie ogólnego uspraw-



Nadawanie paczek gazetowych





*Fragment rozdzielni*

nienia i rozszerzenia służby doręczycielskiej. Sprawa ta wiąże się ściśle z rozbudową sieci placówek pocztowych. Celem zwiększenia liczby placówek niezbędne było wydatne obniżenie kosztów ich utrzymania. Osiągnięto to drogą zastępowania placówek droższych tańszymi, jak np. przemianę mniejszych urzędów na agencje o tym samym zakresie działania. Zwiększenie ilości punktów obsługi we wsiach uzyskano przez stałe zwiększanie ilości listonoszów wiejskich, którzy stanowią niejako ruchome placówki pocztowe, gdyż praca ich nie ogranicza się do doręczania przesyłek, ale przyjmują również wszelką korespondencję, wpłaty, zgłoszenia na prenumeratę itp., stając tym samym ważne ogniwo między miastem i jego wiejskim klientem.

Sieć listonoszów wiejskich obejmuje obecnie prawie całą Polskę, z wyjątkiem nielicznych tylko powiatów. Ilość rejonów listonoszów wiejskich wzrosła w latach 1928-1938 z 2614 do 7537. To rozbudowywanie i usprawnianie aparatu doręczycielskiego, które w ostatnich latach posunięte zostało bardzo daleko, jest szczególnie ważne dla prasy, której stworzyło możliwość dotarcia szerokiego na wieś, dawniej dla prasy trudno dostępną.

Ważnym udogodnieniem w obsłudze prasy przez pocztę było rozszerzenie obsługi pocztowej czasopism na tereny wielkich miast. Przy stosunkowo niskich nakładach periodyków polskich

doręczanie ich przez własnych roznosicieli do różnych, często znacznie od siebie oddalonych punktów w dużym mieście było b. kosztowne i opóźniało znacznie dotarcie nakładu do czytelników. Dziś wszyscy prenumeratorzy miejscy otrzymują pismo szybko za pośrednictwem sprawnej obsługi pocztowej.

Duże znaczenie dla prasy miało zezwolenie władz pocztowych na przesyłanie za opłatą gazetonową egzemplarzy z ubiegłych okresów prenumeraty. Pozwala to wydawnictwom na dostarczanie nowym prenumeratorom egzempl. nieaktualnych na niewielką opłatą.

W końcu 1935 r. poczta wprowadziła sprzedaż pism w urzędach pocztowych tych miejscowości, w których nie ma prywatnych punktów kolportażowych. Są to z reguły miejscowości małe o niskim poziomie czytelnictwa, w których nie mogłyby utrzymać się sprzedawca pism. W ten sposób urzędy pocztowe stały się uzupełnieniem sieci normalnych punktów kolportażowych, odgrywając poważną rolę w dziedzinie propagandy czytelnictwa. W r. 1937 sprzedano w kolportażu pocztowym za pośrednictwem 1847 placówek poczt. ponad 2,2 mln. pism na sumę 101 tys. zł.

Ważne specjalnie dla prasy było wprowadzenie przez pocztę „przekazów rozrachunkowych“, jako taniego i dogodnego środka przekazywania należności za prenumeratę. Przekazy rozrachunkowe, wprowadzone w r. 1934, rozpowszechniły się bardzo szybko i dzi-

siaj stosuje je przeważająca liczba wydawnictw. Dowodzi to najlepiej ich użyteczności dla prasy. Idąc prasie jak najbardziej na rękę poczta zezwoliła na druk blankietów przekazów rozrachunkowych przez wydawnictwa zarówno na łamach pism jak luźno. Ułatwia ta znakomicie posługiwanie się tym sposobem przekazywania prenumeraty.

Doceniając znaczenie podniesienia czytelnictwa pism w Polsce poczta wydatnie ułatwia propagandę własną wydawnictw. Już od 1932 r. prasa korzysta ze specjalnej ulgowej taryfy przy rozsyłaniu egzemplarzy okazowych i prospektów propagandowych. Dawniej egzemplarze okazowe i prospekty musiały być opłacane wg taryfy dla druków, od r. 1932 obowiązują za nie te same opłaty co za czasopisma aktualne. Ta ulgowa taryfa ma na celu stworzenie warunków jak najbardziej sprzyjających szerokiej propagandzie na rzecz prenumerowania pism. Niezależnie od tych stałych ulg poczta w ciągu kilku ostatnich lat szereg razy udzielała jeszcze dalej idących ulg okresowych. Ulgi te wynosiły 50% opłat normalnych za egzemplarze okazowe i prospekty.

Kończąc ten sumaryczny przegląd wysiłków poczty nad usprawnieniem i rozszerzeniem obsługi prasy należy podkreślić, iż ich rezultaty miały i mają nadal niewątpliwie wpływ na wzrost czytelnictwa i rozeszerzenia zasięgu prasy w Polsce.

(Pr)



# 20 lat rozwoju P. A. T.

Dzieje Polskiej Agencji Telegraficznej pokrywają się z okresem pierwszego dwudziestolecia po odzyskaniu niepodległości przez Państwo Polskie.

P. A. T. powstała, jako agencja urzędowa 18 października 1918 r. za czasów Rady Regencyjnej. Wówczas liczyła tylko dwóch pracowników, obecnego wicedyrektora P. A. T. p. F. Orzechowskiego i p. Karola Irzykowskiego. P. F. Orzechowski był pierwszym kierownikiem P. A. T. Małe, kilkupokojowe Biuro w Pałacu Kronenberga stanowiło centralę, która rozpoczynała pracę z trzema zaledwie oddziałami na prowincji. Dziś jest to instytucja, która swymi placówkami i korespondentami ogarnęła poniekąd wszystkie ważniejsze punkty na globie ziemskim; poza redakcją posiada szereg działów o charakterze bądź technicznym, bądź handlowym, bądź pomocniczym.

Ta ogólnikowa charakterystyka daje już pojęcie o wysiłku, jaki został wykonany w ciągu ubiegłego 20-to lecia, aby PAT stała się instytucją równorzędną ze starszymi od siebie agencjami telegraficznymi zagranicą, którym dorównuje dzisiaj nowoczesnymi urządzeniami technicznymi, organizacją i wydajnością pracy.

Obecny stan rozwoju PAT osiągnięty został przez szereg etapów pośrednich, nad którymi warto się pokrótce zastanowić. Najpierw więc należało rozszerzyć sieć oddziałów krajowych i nawiązać łączność z największymi agencjami zagranicznymi. Utworzono więc na przełomie 1918 i 1919 r. oddziały prowincjonalne w Lublinie i Łodzi, a potem we Lwowie i Krakowie, dokąd napływały pierwotnie wiadomości zagraniczne z Wiednia. Z kolei nawiązano styczność z francuską agencją Havasa i angielską Reutersa. W r. 1919 powstają też oddziały w Poznaniu, Gdańsku, Bydgoszczy, Toruniu i Wilnie oraz reprezentacje na terenach plebiscytowych — w Cieszynie, Bytomiu, Olsztynie i Kwidzynie.

Od stycznia 1919 do maja 1919 kierownikiem P.A.T był p. Alfred Wysocki, późniejszy ambasador R. P. przy Kwi-rynale.

Dopiero po wojnie polsko - bolszewickiej, w r. 1921 można było rozpocząć następny etap oparcia organizacji PAT na zasadach autonomicznych, przekształcając ją z urzędu informacyjnego na instytucję informacyjno - dziennikarską. Przystąpiono więc nie tylko do rozszerzenia współpracy z wielkimi agencjami zagranicznymi na zasadzie wymiany wiadomości prasowych, ale również do wysyłania własnych kores-



Gmach centrali Polskiej Agencji Telegraficznej w Warszawie

pondentów, uzupełniających obsługę agencji zagranicznych.

W okresie tym dyrektorem PAT jest Piotr Górecki (1921 — 1929). Centrala przenosi się z biura mieszczącego się w gmachu Prezydium Rady Ministrów do własnego, kilkunastopokojowego lokalu przy ul. Mokotowskiej 14, po Ministerstwie b. Dzielnicy Pruskiej. Redakcja i biuletyn ulega rozszerzeniu i zróżniczkowaniu. Całodzienna praca odbywa się na 3 zmiany. Utworzone zostają stałe placówki PAT w Berlinie, Wiedniu, Paryżu, Rzymie, Królewcu i Moskwie. Oprócz transmisji telegraficznej w korespondencji z zagranicą PAT w r. 1922, jako pierwsza z agencji europejskich, wprowadziła samodzielny odbiór depeš radiowych. Z 40 współ-

pracowników w r. 1921 liczba ich wzrasta w r. 1923 do 123. Do biuletynu politycznego i ekonomicznego dochodzi w r. 1924 osobny serwis sportowy oraz w r. 1925 giełdowy, a liczba obsługiwanych dzienników wzrasta do 80-ciu.

W celu podniesienia dochodowości PAT, w której koszty rozszerzającej się coraz bardziej służby informacyjno-prasowej nie mogły być pokryte z niedostatecznych wpływów z opłat abonamentowych i dotacji z budżetu państwowego, — w r. 1924 utworzony zostaje pierwszy dział o charakterze handlowym. Mianowicie powstaje poza redakcją t. zw. Wydział Ogłoszeń i później reklam. Wówczas dopiero stało się też możliwym przekształcenie PAT na podstawie rozporządzenia Prezydenta R.P.



z 26.VI.1924 na przedsiębiorstwo państwowe, skomercjalizowane. Zwiększyła się przy tym swoboda działania instytucji, umożliwiającą rozwinięcie szerszej inicjatywy w zakresie rozbudowy aparatu informacyjno - prasowego i działów dochodowych.

Przybywa więc oddział w Katowicach i wyznaczeni zostali korespondenci w większych miastach wojewódzkich i prowincjonalnych. Sieć korespondentów i placówek zagranicznych uzupełniona zostaje włączeniem do niej miast takich, jak Budapeszt, Genewa, Londyn, Nowy York, Praga i Ryga. Poza tym PAT pozostaje w stosunkach umownych ze wszystkimi większymi agencjami urzędowymi świata w liczbie 28-u.

Od r. 1928 zapoczątkowany został odrębny Biuletyn Kulturalny, który poza wiadomościami naukowymi, artystycznymi itp. objął z czasem również i dział wiadomości społecznych. PAT znów w tym wypadku była pionierką, gdyż dotąd żadna inna agencja tego rodzaju biuletynu nie posiadała. W tym czasie biuletyny PAT obejmowały dziennie ok. 10 tys. słów informacji telegraficznych. Wprowadzono specjalną obsługę parlamentarną dla prasy prowincjonalnej. Rozpoczyna się też współpraca PAT z Polskim Radiem.

Oprócz grupy redaktorów, władających językami obcymi, których głównym zadaniem było zaopatrywanie krajowej prasy w informacje zagraniczne, rozwija się w Centrali osobna redakcja t. zw. zagraniczna, informująca drogą telegraficzną, radioemisyj i pocztą lotniczą agencje zagraniczne i innych abonentów w Europie, lub Ameryce o wszelkich przejawach życia i wydarzeniach, dotyczących Polski.

Rozwój istniejącego działu ogłoszeniowo - reklamowego ilustrują w roku 1928 cyfry 4000 klientów, dających ok. 50 tys. zleceń rocznie. Przystąpiono w tym czasie do organizacji dwóch nowych działów: 1) fotograficznego dla zaopatrywania prasy codziennej i periodycznej krajowej i zagranicznej, drogą wymiany i abonamentu w aktualny materiał ilustracyjny; 2) filmowego przede wszystkim dla wyświetlania w kinoteatrach reportaży aktualności. Oczywiście dla tak rozszerzonej działalności PAT dotychczasowe jego pomieszczenia były niewystarczające. To też musiało nastąpić oddzielenie wszystkich działów administracyjnych i handlowych od redakcji i przeniesienie ich do osobnego budynku na Krakowskim Przedmieściu 50, obok gmachu Prezydium Rady Ministrów. I to zresztą tylko czasowo.

Od roku 1929 do 1933 kieruje PAT jako Dyrektor Naczelny, Roman Starzyński. W tym okresie wprowadzono zaopatrywanie prasy w matrycowy ser-



Fragment sal redakcyjnych P. A. T.

wis ilustracyjny. Zastosowano przesyłanie biuletynów PAT mniejszym wydawnictwom prasowym na prowincji t.zw. listami dworcowymi za zniżoną opłatą abonamentową. Od r. 1931 zawarto z zagranicą umowy o wymianie aktualności filmowych dla „Kronik filmowych PAT“, które też zostają wkrótce udźwiękowione. Uzyskanie na drodze wymiany zagranicznych reportaży aktualności filmowych, umożliwiło PAT zaprowadzenie stałego „Tygodnika Aktualności filmowych PAT“ i wyrugowania z rynku polskiego tygodników obcych „Foxa“ i „Paramountu“.

W roku 1932 wcielono do PAT b. Dyрекcję Wydawnictw Państwowych z „Monitorem Polskim“ i „Gazetą Lwowską“. Nowy ten dział zaczyna się stopniowo rozszerzać kreując nowe wydawnictwa, jak miesięcznik „Wiadomości Portu Gdynińskiego“, codziennie drukowany „Biuletyn Giełdowy PAT“, „Rocznik Polityczno-Gospodarczy PAT“, którego nakład z roku na rok stale wzrasta.

Dział wydawnictw PAT jest prowadzony pod kierunkiem Dyr. Orzechowskiego

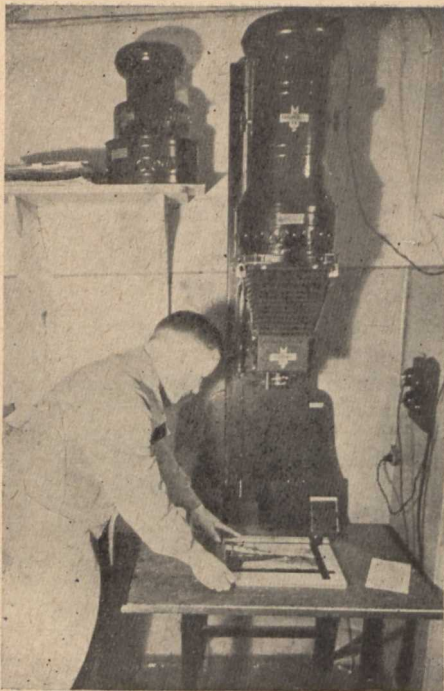
W dziale redakcyjnym przybywają oddziały w Białymstoku, Gdyni i Łucku. Liczba korespondentów krajowych wynosi ok. 60-ciu, a zagranicznych wrzasta do 70-ciu. Powiększenie tego działu, wraz ze wszystkimi pododdziałami pomocniczymi i technicznymi, jak transmisja i ekspedycja, powoduje konieczność opuszczenia dotychczasowego lokalu redakcji na Mokotowskiej 14 i przeniesienie się wraz ze wszystkimi prawie innymi działami do nowonabycy tego własnego gmachu przy ul. Kró-

lewskiej 5, po Banku Gospodarstwa Krajowego, gdzie też mieści się dotychczas Centrala PAT w Warszawie. Wówczas dopiero można było rozpocząć wysiłki nad wprowadzeniem dalekopisów do obsługi niektórych Oddziałów prowincjonalnych i redakcyj dzienników stołecznych.

W r. 1933 Naczelną dyrekcję obejmuje min. Konrad Libicki. Naczelnym Redaktorem zostaje Mieczysław Obariski, który od 17 września 1938 przechodzi na stanowisko Dyrektora Naczelnego PAT, powierzając kierownictwo działu redakcyjnego red. Witoldowi Kindlerowi. Okres rozwoju PAT od 1933 r. znamionuje zupełne zmodernizowanie obsługi prasowej, przez upowszechnienie dalekopisów (t.zw. teleskryptorów) przy przekazywaniu materiału redakcyjnego z Centrali do redakcyj większych dzienników, oddziałów prowincjonalnych i niektórych urzędów, a wiadomości giełdowych do Banków. W korespondencji z zagranicą zastosowane zostają na dużą skalę najnowocześniejsze samopiszące radiodbiorniki. W Centrali PAT zostaje założona radiostacja nadawcza.

Te nowe udoskonalenia techniczne pozwalają odciążyć transmisję telegraficzną i telefoniczną, zarzucić zupełnie zapoczątkowaną w r. 1926 metodę przesyłania szyfrowanych emisji radiofonicznych za pośrednictwem Polskiego Radia z własnego studio PAT. Równocześnie przyczyniają się one do usprawnienia, przyśpieszenia i podniesienia dokładności obsługi prasowej. Wzmogło się przez to tempo oraz nasilenie pracy redakcyjnej, powierzonej zwiększonemu zespołowi wykwalifikowanych dziennikarzy zawodowych, oraz sił po-





Fragment laboratorium fotograficznego  
P. A. T.

mocniczych, jak stenografowie, radiotelegrafisci, telegrafistki i daktylografki. Faktem jest, że pod względem nowoczesności urządzeń technicznych oraz organizacji PAT przodowała ostatnio niektórym agencjom zachodnio-europejskim.

O rozmiarach pracy Redakcji informacyjnej w ostatnim czasie świadczą dane, wykazujące iż zatrudnionych jest w Centrali 28 redaktorów i ich pomocników, 42 pracowników technicznych i biurowych, 20 woźnych i ekspedytorów. W 8 oddziałach krajowych pracuje 83 osoby, na 19 placówkach stałych zagranicą 23 osoby, wreszcie 183 nadzwyczajnych korespondentów krajowych i 54 zagranicznych.

Tych bezmała 500 ludzi współdziała w zdobywaniu, przekazywaniu, redagowaniu, powielaniu i ekspediovaniu wiadomości zamieszczanych w kilkunastu biuletynach codziennych: politycznym, gospodarczym, kulturalnym, sportowym, parlamentarnym, wydawanej od początku 1939 r. nieoficjalnej „Kronice wypadków” i Kroniki m. st. Warszawy oraz szeregu biuletynów radiotelegraficznych, telegraficznych i pocztowych przeznaczonych dla agencji sprzymierzonych, prasy polsko-amerykańskiej, dla statków polskich na morzu i in.

W r. 1938 Redakcja informacyjna Centrali, nie licząc prowincjonalnych biuletynów lokalnych, wydawała dziennie materiał w objętości 96 karetek pisma maszynowego dziennie, czyli przeciętnie 312 wiadomości, zawierających ponad 32 tys. słów, czyli 10,5 milj. rocznie. Przy tym wysłano do placówek

zagranicznych i statków ponad 4,5 milj. słów i przeprowadzono rozmowy telefoniczne trwające łącznie 50,5 tys. min. Z obsługi PAT w kraju korzysta ok. 120 abonentów.

Rozszerzony ostatnio „Wydział Ilustracji Prasowej” PAT pod kierownictwem red. Prystupy, wydaje codzienny serwis fotograficzny, który wyprodukował 98 tys. fotografii prasowych, m. in. również w związku z prowadzoną na szeroką skalę wymianą fotograficzną aktualii z zagranicą. Telefotografii nadanych i odebranych przez telegraf otrzymano i wysłano 75 sztuk. Zatem i w zakresie obsługi ilustracyjnej PAT stosuje najnowocześniejsze metody.

Do PAT przyłączone zostały od r. 1934 „Drukarnie państwowe”, których dyrektorem jest M. Guranowski. Wykonywają one wszelkie druki, zwłaszcza wymagające kontroli i ewidencji

oraz drukują urzędowe wydawnictwa.

Równolegle utworzona została pod kierunkiem dyr. A. T. Mucharskiego „Centrala Druków”, której celem jest wykonanie i rozdział druków państwowych pomiędzy poszczególne drukarnie.

Rozległą działalność reklamowo-ogłoszeniową prowadzi pod kierownictwem dyr. Z. Zakrzewskiego Biuro Ogłoszeń i Reklam PAT, rozporządzając m. in. reklamą na słupach i w tramwajach stolicy i in. miast.

Na czele biura filmowego, którego działalność obejmuje produkcję tygodniowej „Kroniki Filmowej PAT”, filmów krótkometrażowych, i t.zw. dział „wąskiej taśmy” — stoi dyr. M. Skalski.

Całokształt spraw administracyjno-finansowych podlega od r. 1931 dyr. Karolowi Czernemu, zastępcy Dyrektora Naczelnego. J. O. N. (Pr.).

## Rozwój radiofonii polskiej w latach ostatnich

„Radiofonia jest organizmem, który musi pozostawać na usługach narodu i państwa”: stwierdzeniem tej naczelnej zasady rozpoczyna się wydana niedawno przeszło 150-stronicowa książka p. t. „Radio w Polsce w latach 1935—1938”, zawierająca przegląd działalności Polskiego Radia w okresie, kiedy z przedsiębiorstwa prywatnego przekształciło się ono w instytucję, kierowaną ściśle w myśl intencji polityki rządowej.

Ewolucja ta odpowiada linii rozwojowej radiofonii światowej, gdyż w szeregu współczesnych państw prywatne towarzystwa eksploatujące radiofonię przejęte zostały w latach ostatnich przez państwo, w innych zaś są ściśle przez nie kontrolowane — ile że „mikrofony rozgłośni radiowych (jak czytamy w cytowanej książce, w rozdziale pierwszym p. t. „Radio w służbie narodu i państwa”) stały się niezastąpionym środkiem nawiązywania bezpośredniego kontaktu z masami ludzkimi, oddziaływania na ich nastrój, kierowania ich czynami, mobilizowania opinii publicznej i dokładnego oraz szybkiego informowania społeczeństwa o tym, co się dzieje w kraju i na świecie”. To też przed mikrofonami Polskiego Radia stawali w momentach zasadniczej dla państwa wagi wszyscy, którzy prowadzą Polskę dzisiejszą: P. Prezydent Rzplitej, Marszałek Śmigły-Rydz, wszyscy szefowie rządu i ministrowie, radiowe mikrofony sprawozdawcze pełniły służbę wszędzie, gdzie chodziło o

podkreślenie rezultatów osiągniętych w dotychczasowej pracy państwowej na różnych jej odcinkach lub o wskazania na przyszłość.

Przełomowym zaś, jeśli chodzi o ugruntowanie w umysłach wszystkich obywateli znaczenia radiofonii, był rok 1938. Pamiętne są pod tym względem zarówno chwile szczęśliwie zakończonego konfliktu polsko-litewskiego, jak zwłaszcza dramatyczne dni wrześniowe, kiedy radiofonia nie tylko polska ale i światowa przeszła próbę sprawności informacyjnej i propagandowej, stając się równocześnie pierwszoplanowym środkiem rozkazodawczym. Ten okres utrwalił i pogłębił przekonanie o wadze i znaczeniu radiofonii w organizacji współczesnego państwa.

Na tle tego wzrastającego znaczenia radiofonii tym donioślejsza staje się sprawa radiofonizacji kraju. W tej dziedzinie rozpoczęła się, z chwilą przejścia Polskiego Radia przez państwo, intensywna akcja, oparta o czynniki społeczne, która objęła całe społeczeństwo, docierając także do warstw, dawniej obojętnych wobec radiofonii. W grudniu 1934 wyszkolono pierwsze kadry instruktorów, mających zaznajamiać ludność — zwłaszcza wiejską — z instalacją odbiorników i odbiorem audycji, w trzyleciu zaś 1935 — 1937 odbyły się 184 kursy przysposobienia, na których przeszkolono około 10 tysięcy osób, pracujących organizacyjnie na



terenie wiejskim — nie mówiąc o przeszło 100 kursach na terenie organizacji, przeprowadzonych przez instruktorów lokalnych.

Jest to tylko jeden odcinek pracy, która równocześnie prowadzona jest także bezpośrednio przez mikrofon w postaci akcji premiowych (wielkie konkursy letnie i zimowe, z coraz tłumniejszą frekwencją, jak o tym świadczy prawie 300.000 odpowiedzi w konkursie zimowym z przed roku) i premiowania specjalnego abonentów rozpoczynających nowe 100-tysięczne serie abonentów radiowych (ostatnio premiowano w ten sposób pierwszego w Polsce „milionera“ eteru); dalej należą tu wystawy radiowe, akcja propagandowo-wydawnicza, akcja terenowa przy pomocy specjalnych wozów megafonowych, akcja zwalczania zakłóceń w odbiorze, zmiana taryfy abonamentowej; wszystko to ma na oku wspomaganie radiofonizacji kraju.

Wyniki zaś, osiągnięte przez radiofonizację, charakteryzują wymownie cyfry radioabonentów: 374 tysiące na 1 stycznia 1935 i 861 tysięcy w trzy lata później, na Nowy Rok 1938. Ten tak szybki przyrost przewyższa pod względem tempa wiele krajów zagranicznych, nawet przodujących na tym polu: gdy bowiem w roku 1937 przybyło radioabonentów (w stosunku do stanu z początkiem roku) w Anglii 6 i pół proc., w Danii 8, w Niemczech nieco ponad 11, w Belgii niespełna 14 i pół, to Polska wykazała przyrost ponad 27 proc. W stosunku do ludności mieliśmy przed 5 laty, w dniu 1 stycznia 1934. stan taki, że 1 odbiornik radiowy przypadał na 106 osób, na 1 zaś listopada 1938 liczba ta zmniejszyła się do 37 osób.

W miarę jak radio staje się coraz bardziej instytucją użyteczności publicznej, a słuchanie jego audycji niezbędną potrzebą kulturalną życia codziennego kilka milionów słuchaczy, zwiększają się także trudności co do takiego ułożenia programów, aby rozwiązywały w całej pełni stojące przed radiem zadania. Główna w tym względzie przeszkoda, jaką jest brak bezpośredniego kontaktu ze słuchaczami (których wykonawca programu radiowego nigdy nie widzi), została usunięta przez nawiązanie kontaktu pośredniego: jak najsumienniejsze badanie li-

stów nadchodzących od słuchaczy i zwracanie się do nich przy rozmaitych okazjach ze specjalnymi apelami o wypowiedzianie swych opinii. Załatwianiem tej korespondencji (szybko rosnącej, bo z niespełna 80 tysięcy w roku 1935 doszła prawie do 300 tysięcy w roku 1937) zajmuje się, obok rozmaitych „skrzynek“ radiowych, specjalne Biuro Studiów. Prowadzi ono stale ewidencję upodobań słuchaczy (w roku 1936 przeprowadzono wielką ankietę w sprawie całego programu, na którą otrzymano 14 tys. odpowiedzi) i zajmuje się śledzeniem rozwoju radiofonii w innych krajach, zarówno pod względem technicznym jak i programowym.

W działalności programowej Polskiego Radia dokonano w tym okresie szeregu zasadniczych zmian. W dziale więc muzycznym stworzono m. in. własną orkiestrę symfoniczną, która wyszła niebawem poza ramy studia radiowego, występując publicznie w Warszawie i Krakowie (głośne Festiwale wawelskie) i odnosząc duży sukces na wystawie światowej w Paryżu w roku 1937. Popierano dalej rozwój muzyki w miastach prowincjonalnych, wyznaczając ich orkiestrom odpowiednio wydane miejsce w programach ogólnopolskich. Położono wielki nacisk na propagandę muzyki polskiej, z jednej strony polegającą na wydobywaniu z zapomnienia dzieł dawnych, z drugiej na popularyzacji muzyki nowej (zwłaszcza koncerty poświęcone Szymanowskiemu), z trzeciej wreszcie na kulcie pieśni ludowej; konkurs na nieznaną pieśń ludową przyniósł wspaniały plon przeszło 500 tekstów, dotąd nigdzie jeszcze nie publikowanych.

W dziale literackim wciągnięto do współpracy z Teatrem Wyobraźni polskich autorów, odtąd coraz częściej piszących oryginalne słuchowiska radiowe. W dziedzinie powieści mówionej zapoczątkowano z powodzeniem nową jej formę („Dni powszednie państwa Kowalskich“ M. Kuncewiczowej). Nie wchodząc w dalsze szczegóły, zaznaczyć wypada jeszcze duży rozwój w działach audycji przeznaczonych dla młodzieży oraz audycji wiejskich i rolniczych, dalej zwracanie coraz większej uwagi na audycje (i osobne krótkofalowe programy) przeznaczone dla Polonii zagranicznej, wreszcie na wymianę programów radiowych z zagranicą, która obejmuje

rocznie ponad 100 audycji nadanych na obce stacje lub od nich odebranych.

Bodaj jednak najintensywniejszą dziedziną działalności polskiej radiofonii w latach ostatnich była jej akcja inwestycyjna. Myślą przewodnią było tu przede wszystkim danie na terenie całej Polski dobrych warunków na odbiór detektorowy, w którym to celu wzmocniono moc wszystkich stacji nadawczych: ogólnopolskiej w Raszynie (tzw. Warszawa I) z 120 do 300 kilowatów, stacji zaś regionalnych do 50 KW, a o ile o stacje lokalne chodzi, do 10 KW. Założono także kilka nowych stacji (Warszawa II, Baranowice, Łuck). Olbrzymi ten plan został już niemal w całości zrealizowany lub jest w trakcie końcowych robót.

Drugi dział akcji inwestycyjnej stanowi wyposażenie poszczególnych rozgłośni w odpowiednie urządzenia techniczne dla polepszenia warunków pracy programowej. W pierwszej linii dotyczy to odpowiednich pomieszczeń na studia — dotąd umieszczane w budynkach nieodpowiednich i w sposób mniej lub bardziej improwizowany. Wybudowano zatem w roku 1936/37 nowy gmach dla rozgłośni katowickiej — na najnowocześniejszych wzorach i zdobyczach technicznych oparty, a w całości w kraju wykonany. Drugim gmachem tego typu, będącym już na ukończeniu, jest budynek rozgłośni w Łodzi, trzeci (już w użytku) powstał w Baranowiczach, następny buduje się w Łucku, w trakcie prac przygotowawczych znajdują się dwa dalsze, we Lwowie i Poznaniu, a wreszcie — wielki gmach radiowy w stolicy — Warszawie.

W chwili obecnej biura Polskiego Radia rozrzucone są aż w kilkunastu punktach Warszawy, przy czym najważniejsze z nich (studia) pozostawiają bardzo wiele do życzenia, mieszczą się bowiem w budynku wynajętym, z trudem i tylko częściowo do potrzeb radia dostosowanym. Nowy gmach, którego budowa będzie niebawem rozpoczęta a w roku 1942 zakończona, powstanie w pobliżu placu Unii Lubelskiej i mieć będzie imponujące rozmiary: powierzchnia zabudowy 5.000 metrów kwadr., kubatura 133.000 metrów sześć., główny blok w postaci wieży o 22 piętrach.

(Pr.)



# Zarys działalności Związku Uzdrawisk Polskich

## w okresie 20-tu lat niepodległości

### Związek Uzdrawisk Polskich.

Dotychczas jedyną reprezentacją centralną uzdrawisk jest Związek Uzdrawisk Polskich w Warszawie, zrzeszający niemal wszystkie uzdrawiska w Polsce w ilości 44 zdrojowisk i stacyj klimatycznych oraz największe kąpieliska morskie, w ich liczbie Gdynia — Orłowo i 19 miejscowości kąpieliskowych położonych w Gminach Hel i Strzelno. Związek ten istniejący już 27 lat, a od 12 lat działający na terenie Warszawy, reprezentuje i broni interesów uzdrawisk wobec Rządu i społeczeństwa, dąży do ułatwienia ich rozwoju, stanowi konieczny łącznik pomiędzy poszczególnymi uzdrawiskami a władzami państwowymi oraz prowadzi jak najszerzą propagandę. Wszelka inicjatywa i staranie ze strony uzdrawisk w kierunku podniesienia ich poziomu, rozbudowy i ulepszenia urządzeń znajduje swego rzecznika w Związku, który interweniuje u odnośnych władz, składa memoriały, zwołuje konferencje i uzyskuje audiencje u najwyższych czynników, aby ich zapoznać i zarazem zjednać dla sprawy uzdrawiskowej.

Z drugiej strony, doceniając znaczenie lecznictwa uzdrawiskowego, Związek wiele starań poświęca jego popularyzacji i należytemu zorganizowaniu, urządzając odczyty naukowe, współpracując przy redakcji wydawnictw z zakresu poszczególnych dziedzin lecznictwa, jak np. dietetyki, talassoterapii i t.p. Jednym z najcenniejszych dokonań Związku Uzdrawisk z tego zakresu

jest współpraca przy organizacji Polskiego Instytutu Balneologicznego i intensywne zbieranie środków na ten cel.

Również na szczególną uwagę zasługuje inicjatywa Związku w kierunku należytej organizacji w Polsce niedocenianego dotychczas i zaniedbanego u nas lecznictwa morskiego. Sprawami tymi zajmuje się specjalna Komisja Uzdrawisk Nadmorskich, która współpracuje z władzami administracyjnymi i rządowymi w terenie oraz konsoliduje działalność licznych organizacji i instytucji o pokrewnych zadaniach.

Dalszym rodzajem pracy Związku jest propaganda uzdrawisk. Ograniczone wpływy budżetowe nie pozwalają mu wkładać większych sum w tę akcję, jednakże w ramach posiadanych możliwości prowadzi się intensywną propagandę całego przemysłu uzdrawiskowego. Do prac tych zaliczyć należy prowadzenie stałego biura informacyjnego dla publiczności, wydawanie stałego tygodniowego biuletynu prasowego, który rozsyłany jest do 450 redakcyj i agencji w całej Polsce, umieszczanie w prasie artykułów, wzmianek i komunikatów o uzdrawiskach, organizowanie wycieczek dla prasy i lekarzy do uzdrawisk, urządzenie odczytów, udział w licznych wystawach, a także wydawanie własnych publikacji i plakatów o uzdrawiskach.

Praca Związku Uzdrawisk rozszerza się nieustannie w miarę rozwoju naszego organizmu państwowego i uakty-

wniania się życia gospodarczego, którym dotrzymuje kroku również i przemysł uzdrawiskowy. Jeżeli nawet uzdrawiska posiadają jeszcze duże braki, z czego najlepiej one same zdają sobie sprawę, nie należy braków tych wyolbrzymiać i szerzyć pesymizmu, gdyż w ciągu krótkich dwudziestu lat zrobiono naprawdę wiele, bardzo wiele — o ile nie wszystko, co było możliwe.

Rzucmy okiem w tę, stosunkową niedaleką przeszłość celem zapoznania się przynajmniej pobieżnego z dorobkiem uzdrawisk w Polsce Niepodległej.

### Dwadzieścia lat pracy.

Dwadzieścia lat temu — w momencie odradzania się niepodległej Polski uzdrawiska nasze znajdowały się w stanie kompletnej dewastacji. Rządy zaborcze nie tylko że nie popierały ich rozwoju, ale celowo zaniedbywały i czyniły im trudności w uskutecznieniu własnych zamierzeń. Chodziło o to, aby nie robiły konkurencji badom istniejącym w krajach zaborczych. Polacy z zaboru austriackiego i niemieckiego jeździli do Karlsbadu, Marienbadu, Baden - Baden, Kissingen i t.p., a z rosyjskiego do Odessy lub na Kaukaz do Essentuk, Narzanu, Borżomu. To też nasze uzdrawiska nie mając skąd czerpać środków na konieczną rozbudowę, siłą rzeczy pozostawały daleko wstecz w rozwoju za innymi. Wiele z nich ponadto zostało zniszczonych i spalonych w czasie wojny, jak n.p. Druskienniki, Solec i inne.

W takim stanie rzeczy zastała je odradzona Polska. Z nowymi siłami przystąpiono do pracy; wśród innych dziedzin przemysłu polskiego i uzdrawiska wyteżwały wszystkie siły i mobilizowały wszelkie środki, aby podciągnąć się wzwyż, aby wejść na drogę koniecznej europeizacji.

Rządy polskie nie miały wówczas możliwości przyjąć uzdrawiskom z wydatniejszą pomocą materialną, natomiast ustawodawstwo poszło uzdrawiskom na rękę. Polska ustawa uzdrawiskowa z r. 1922, znowelizowana rozporządzeniem Prezydenta Rzeczypospolitej w r. 1928 została w tymże roku wydana nakładem i staraniem Związku Uzdrawisk w druku wraz z rozporządzeniami wykonawczymi i przepisami pokrewnymi oraz szeregiem komentarzy prawnych. Zaznaczyć należy że wydawnictwo to było pierwszą próbą nie



Morszyn-Zdrój. Nowy Dom Zdrojowy i pijalnia wód



tylko w Polsce, ale i w Europie ujęcia w jedną całość i objaśnienia prawniczego całokształtu zarządzeń i przepisów dotyczących życia uzdrowisk. Odnośnie samej ustawy podkreślić należy, że w jej artykułach 7 i 8 Państwo zapewniło uzdrowiskom, posiadającym charakter użyteczności publicznej specjalną opiekę i ulgi od Rządu, oraz uprawniło je do korzystania z odpowiedniej pomocy ze strony Skarbu przy wprowadzaniu przez te uzdrowiska urządzeń zdrowotnych. Na tej podstawie już łatwiej było uzdrowiskom budować swoją przyszłość.

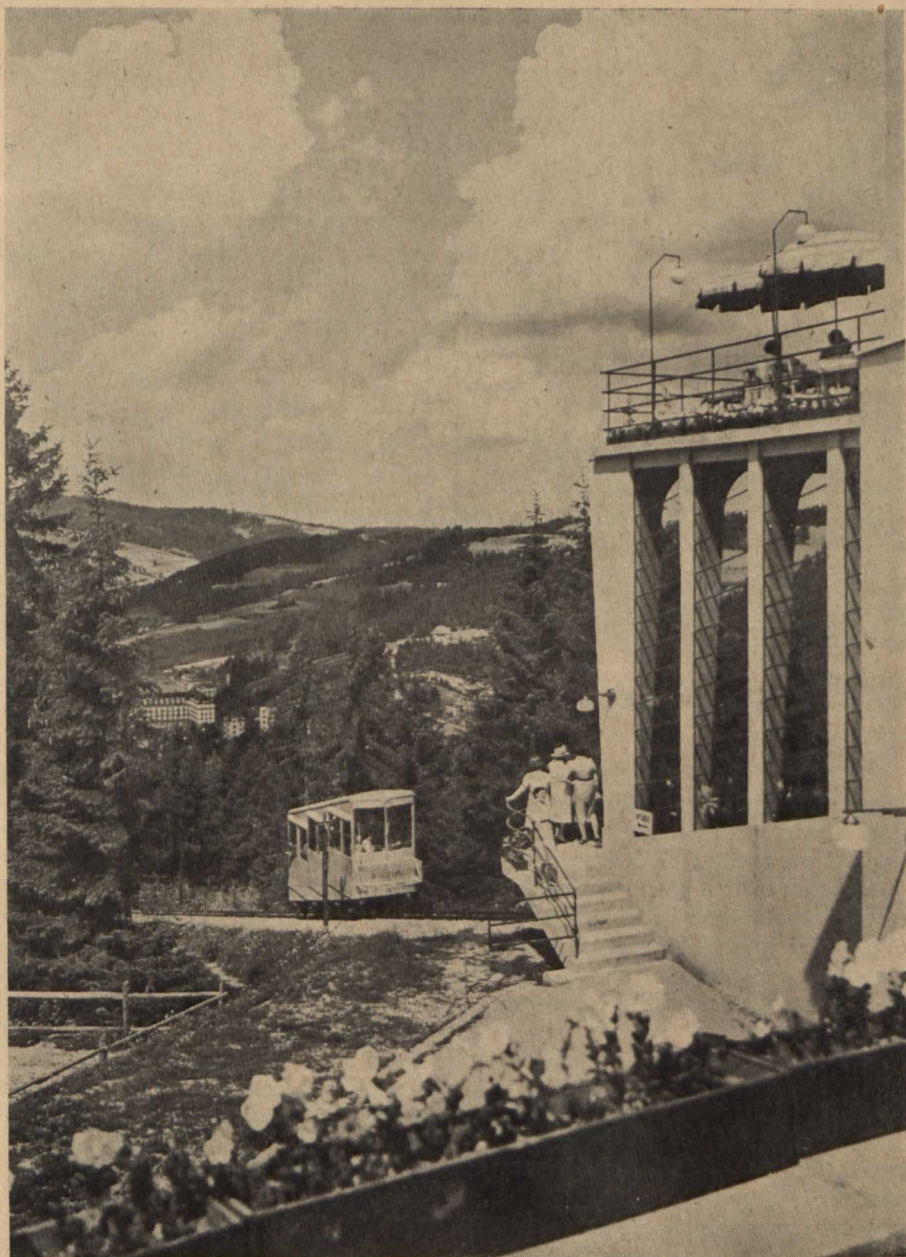
#### Uzdrowiska inwestują

Zrobiono dużo. W ciągu dwudziestu lat, które wobec trwającej całe pokolenia ewolucji gospodarczej innych narodów — są chwilką zaledwie, — możemy wykazać się zaszczytnym dla nas dorobkiem. Jeżeli zważy się ponadto, że wskutek kryzysu gospodarczego i Skarbowi Państwa trudno było udzielić poważniejszej pomocy uzdrowiskom na inwestycje, — i zdane one przeważnie były wyłącznie na własne siły, dane statystyczne o poczynionych wkładach i osiągniętych rezultatach muszą wzbudzić prawdziwy szacunek. Cyfry te mówią o wielkim wysiłku na jaki zdobył się przemysł uzdrowiskowy, aby dać swojemu kuracjuszowi jak najlepsze warunki pobytu i leczenia.

Największe tempo przybrały prace inwestycyjne w czasie ostatnich 5 — 10 lat i z tego też okresu posiadamy możliwie dokładne zestawienia, sporządzone przez Związek Uzdrowisk Polskich. Trzydzieści największych uzdrowisk zainwestowało w tym dziesięcioleciu pokązną sumę 50 milionów. Prym dzierży tu Krynica „królowa wód polskich”, — która włożyła w inwestycje przeszło 12 milionów, na następnych miejscach stoją Zakopane, Ciepłocinek i Morszyn, legitymujące się kwotami przekraczającymi 5 milionów. Ale i inne uzdrowiska nie zostają w tyle: Iwonicz zainwestował przeszło 3 miliony, Otwock blisko 3 miliony, Rąbka 2.700.000, Inowrocław, Żegiestów, Truskawiec — każde około półtora miliona, Druskienniki, Busko, Szczawnica, Gdynia - Orłowo po milionie. Wkłady mniejszych uzdrowisk idą również w setki tysięcy.

Przeglądając zestawienie inwestycji dokonanych przez poszczególne miejscowości, które jest jakby generalnym rachunkiem sumienia przemysłu uzdrowiskowego z jego udziału przy budowie gmachu państwa polskiego, widzi się pilną, wytrwałą pracę, nie ustającą ani na jeden rok, ani na jeden miesiąc.

Powstają na terenie uzdrowisk z roku na rok zakłady lecznicze, sanatoria



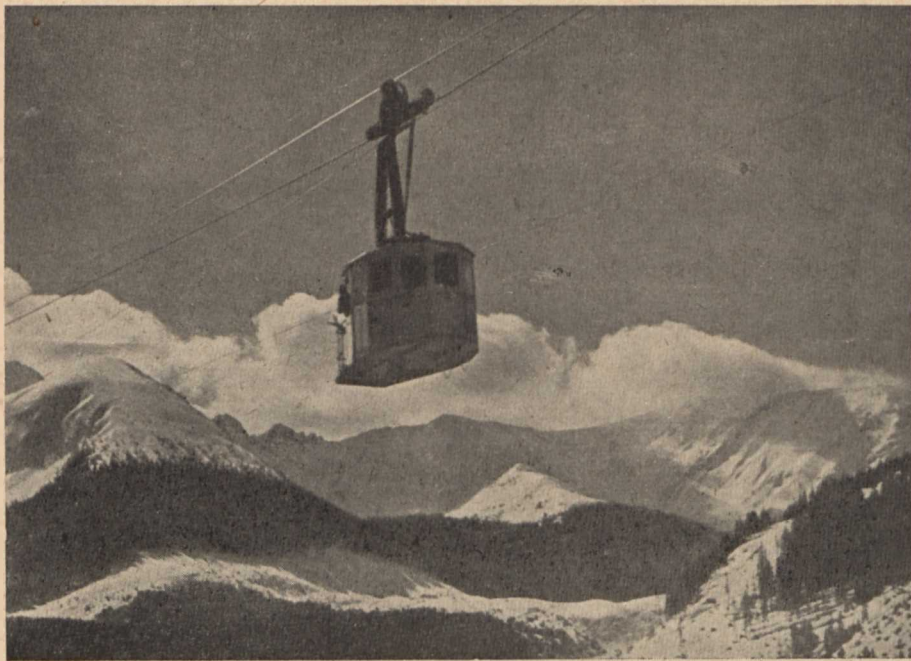
Krynica. Górna stacja kolejki. Widok z Parkowej Góry.

domy zdrojowe, szpitale, hotele, wille prywatne i publiczne, nowe łazienki. Buduje się pijalnie, inhalatoria, pawilony do kąpiel mineralnych, baseny kąpielowe. Zakłada się parki, ogrody, zwiększa liczbę zieleńców, wprowadza się nowoczesne urządzenia sportowe, skocznie, tory łyżwiarskie, narciarskie. Biegnie kolejka linowa na Kasprowy Wierch, kolejka górską na Parkową Górę w Krynicy, teraz nowa na Gubałówkę. Jedno uzdrowisko po drugim łoży dziesiątki i setki tysięcy na budowę wodociągów, filtrów, zaprowadzenie kanalizacji i innych urządzeń sanitarnych, studzien artezyjskich, na prace elektryfikacyjne. Nieustannie ulepsza no istniejące urządzenia lecznicze i wprowadzono nowe, jak n.p. elektro-i hydro - terapeutyczne. Prócz tego dają się zauważyć wszędzie i stale prowadzone renowacje, remonty, rozbudowa

gmachów, rozszerzanie zakładów. Nie szczędzą uzdrowiska wkładów również i na budowę dróg, brukowanie i asfaltowanie ulic, budowę mostów, chodników, regulację potoków i t.p.

Największy zaś podziw wzbudzać musi nasze wybrzeże, które zmieniło swe oblicze jak za dotknięciem różdżki czarodziejskiej: tam, gdzie rozciągały się pustynie piaszczyste, dziś kwitną gęsto rozsiane, ludne, wesołe kąpieliska, białą białe szosy, okręty zawijają do portów, a dziesiątki pociągów dziennie przywożą i odwożą kuracjuszy. Dawne wioski rybackie zmieniły się w głośnie, popularne uzdrowiska, a obok nich powstało szereg kąpielisk nowych, jak Orłowo, Hallerowo, Jastrzębia Góra, Jasne Wybrzeże, a szczególnie Jurata, gdzie każda willa jest małym arcydziełem nowoczesnej architektury, a każdy pensjonat posiada najwyższy komfort.





Zakopane. Kolej linowa. Wagon w biegu na tle Tatr.

Na tle tej wyteżonej pracy nad podniesieniem poziomu uzdrowisk rozwija się lecznictwo zdrojowe i klimatyczne tudzież podnosi się ogólne uświadczenie społeczeństwa co do znaczenia kuracji i profilaktyki dla zdrowia ludzkiego a również co do pozycji w gospodarstwie narodowym bogactw naturalnych posiadanych przez uzdrowiska

#### Wymowa statystyki frekwencji.

Frekwencja z roku na rok się wzmacnia, statystyki prowadzone przez uzdrowiska mówią o tym aż nadto wymownie. Szczególnie w niektórych miejscowościach przedstawia się to wręcz imponująco: Morszyn dziesięć lat temu miał tylko 700 kuracjuszy, podczas, gdy obecnie liczba ich wynosi 7.000 a więc wzrosła dziesięciokrotnie. Iwonicz 10 lat temu gościł 5 tysięcy kuracjuszy rocznie, obecnie zaś miewa ich 10 tysięcy, czyli o 100% więcej. Rabka, która dawniej miała około 15 tysięcy, teraz dochodzi do 26. Truskawiec zwiększył ilość swych kuracjuszy z 9 na 16 tysięcy, Wrochta zaś z 3,5 tys. na przeszło 7 tysięcy, — nie mówiąc już o Krynicy, w której olbrzymich cyfrach (30 — 35 tysięcy) zwiększenie o 5 tysięcy już niewiele znaczy.

Cyfry te jednakże znacznie mniej efektownie przedstawiają się, jeżeli weźmie się je w stosunku procentowym do ogółu ludności w Polsce. Według bowiem obliczeń Związku Uzdrowisk Polskich odsetek leczących się w uzdrowiskach w stosunku do ogółu ludności w Polsce waha się w latach ostatnich od 0,4 — 0,6%, podczas gdy w Niemczech wynosi od 4%, we Wło-

szech 3% i t.p. Odsetek ten wygląda wręcz tragicznie, jeżeli zważy się, że — jak podaje obliczenie dokonane w Z.U.S. — 26.000.000 ludności w Polsce nie może leczyć się na swój koszt, jest to więc 78% ogółu, — 7.000.000 zaledwie leczy się z pomocą instytucji państwowych, samorządowych, ubezpieczeniowych i organizacji społecznych (czyli 21% ogółu), a tylko 500.000 t.j. 0,15% leczy się na koszt własny. Wynik ten daje nader smutne świadectwo o możliwości kraju, ale także wyjaśnia zły stan zdrowotności w Polsce.

#### Przyszłość lecznictwa społecznego.

Wobec powyższych danych jasne jest, że postulatu popularyzacji i demokratyzacji uzdrowisk nie zrealizuje nawet największa propaganda ani zapewnienie uzdrowiskom najwyższego poziomu. O uprzywilejowanie najszerzym masom obywateli tych źródeł zdrowia publicznego jakimi są miejscowości kuracyjne musi zatroszczyć się inicjatywa społeczna.

W Polsce początek na tej drodze został już zrobiony. Najszerzej rozwinął tę akcję oczywiście Zakład Ubezpieczeń Społecznych, który posiada na terenie uzdrowisk polskich 9 własnych sanatoriów, a ogółem rozporządza miejscami dla przeszło 10 tysięcy osób rocznie.

Na drugim miejscu stoi wojsko, które może leczyć w uzdrowiskach ok. 5 tys. osób, inne zaś organizacje, instytucje i zrzeszenia łącznie mogą pomieścić w swych ośrodkach około 7 tysięcy. Inicjatywę wykazują tu najróżniejsze instytucje, jak Stowarzyszenia Urzędników Państwowych i wszelkie inne

związki pracownicze, Rodzina Urzędnicza, Związek Nauczycielstwa Polskiego, Związek Funkcjonariuszy Policji Państwowej, Polski Czerwony Krzyż, Uniwersytety, Towarzystwa Pomocy Młodzieży Akademickiej, rozmaite towarzystwa opieki nad dzieckiem i t.p.

Widać więc, że akcja ta obejmuje wiele sfer społeczeństwa i rozwija się nieustannie w dalszym ciągu, zataczając coraz szersze kręgi. Do lecznictwa społecznego należy przyszłość, gdyż przy naszej strukturze społecznej stanowi ono jedyną drogę do upowszechnienia kuracji uzdrowiskowej wśród ludności. To też rozwój uzdrowisk powinien pójść w tym kierunku, możliwości bowiem ich rozrostu i polepszenia stanu finansowego wobec ubóstwa polskiego społeczeństwa leżą tylko na drodze społecznego lecznictwa. Trudno bowiem opierać rozbudowę naszych miejscowości kuracyjnych na owych 0,15% ludności, które mają możliwość leczenia się z własnej kieszeni.

#### O pomoc kredytową.

A rozwój ten nie może się zatrzymać. Jak wykazaliśmy powyżej uzdrowiska nasze zdradzają silną dynamikę rozwojową, a jeżeli stan ich dotychczas jest niezadawalający, nie należy o to winić ich samych. Bez pomocy z zewnątrz uzdrowiska nie dadzą sobie rady i nie będą w stanie wprowadzić koniecznych inwestycji, któreby je postawiły na wymaganym poziomie. Dotąd niestety musiały obywać się prawie bez żadnej pomocy ze strony Państwa, gdyż kredyty rządowe jeżeli nawet sporadycznie były udzielane, to w tak minimalnym stopniu, że nie mogły posunąć naprzód rozbudowy uzdrowisk, jakby należało. Najbardziej uprzywilejowane spośród uzdrowisk są państwowe i te też rozwijają się najpomyślniej. Druga kategoria uzdrowisk — samorządowe skorzystały chociaż w niewielkiej wysokości z przywileju ustawy oddłużeniowej, która zdjęła z nich część ciężaru przyjętych z konieczności zobowiązań. Jednakże gros uzdrowisk jest prywatnych i te są najbardziej upośledzone. Mimo nieustannych starań o tańsze kredyty ze strony Państwa otrzymują je w stopniu minimalnym, a przeważnie muszą posługiwać się drogim kredytem krótkoterminowym, bardzo uciążliwym w obsłudze, nieraz wprost rujnującym i w wielu wypadkach uniemożliwiającym poczynienie koniecznych inwestycji. Obecnie zaś, gdy zaczyna się rozwijać coraz bardziej międzynarodowa współpraca świata uzdrowiskowego i gdy Związek Uzdrowisk Polskich wstąpił do Międzynarodowej Federacji Uzdrow-



Wkrótce ukaże się tom IV-ty dzieła

## POLSKA W CZASIE WIELKIEJ WOJNY

(1914 – 1918)

Tom IV

### GOSPODARKA FINANSOWA ROSJI, NIEMIEC I AUSTRII NA ZIEMIACH POLSKICH PODCZAS WIELKIEJ WOJNY

w opracowaniu

**STANISŁAWA KAUZIKA**

str. 390

Biblioteka historyczna Towarzystwa Badania Zagadnień Międzynarodowych  
Wydawnictwo Fundacji Pokojowej Carnegiego.

wisk, a nawet prezes Z.U.P. został wybrany jednym z wiceprezesów Federacji, — nie można uchylać się od współdziałania i nie można ustawać w dążeniu do wprowadzenia koniecznych inwestycji i rozbudowy, aby dorównać chociaż niektórym uzdrowiskom innych państw stowarzyszonych.

#### **Brak reprezentacji urzędowej**

Przemysł nasz wymaga większego niż dotychczas zainteresowania i wydawniejszej pomocy ze strony Rządu. Silnie odczuwa się brak specjalnej komórki urzędowej, za pośrednictwem której mogłyby uzdrowiska skutecznie i bezpośrednio załatwiać swoje sprawy, a także znaleźć należyłą pomoc i obronę, o ile chodzi o całokształt zagadnień uzdrowiskowych. Przemysł uzdrowiskowy reprezentuje tak wielkie bogactwo gospodarcze, że stanowczo do takiej reprezentacji ma prawo.

Sprawa ta przedstawiała się znacznie korzystniej przed 15-tu laty, kiedy jeszcze istniało Ministerstwo Zdrowia, będące resortem również i lecznictwa uzdrowiskowego, które miało w nim swój własny wydział. Niestety w r. 1923 Ministerstwo to skasowano, a sprawy zdrowia publicznego powierzono Generalnej Dyrekcji Służby Zdrowia przy Ministerstwie Spraw Wewnętrznych. Jednak i tam jeszcze posiadaliśmy nasz specjalny wydział uzdrowiskowy. Z biegiem czasu jednakże sprawa posiadania urzędowego odpowiednika przybiera dla uzdrowisk obrót coraz mniej korzystny. Oto w r. 1932 kompetencje w zakresie spraw zdrowia publicznego przelano na Ministerstwo Opieki Społecznej, gdzie tworzy się Departament Służby Zdrowia już bez wydziału uzdrowiskowego i nawet bez referatu, poświęconego ich interesom. W ten sposób uzdrowiska zostają zupełnie pozbawione reprezentacji w

lonie samego Rządu, co gorsza, są obecnie właściwie rozproszkowane i podlegają różnym Ministerstwom, gdyż jakkolwiek resortowym jest Ministerstwo Opieki Społecznej, bardzo wiele spraw uzdrowisk należy do kompetencji Ministerstw Spraw Wewnętrznych, Komunikacji, a nawet Przemysłu i Handlu.

Sytuacja ta niezawodnie uległaby poprawie, gdyby zostało restytuowane Ministerstwo Zdrowia, o co dopominają się coraz głośniejsze sfery reprezentujące lecznictwo, szpitalnictwo i dzie-

dziny pokrewne. Zapewniłoby to niezawodnie należyłą uwagę i opiekę również uzdrowiskom. Ministerstwo to bowiem, mając jako jeden z głównych celów ochronę zdrowia i życia ludności oraz dozór nad leczeniem chorych szczególnie w zakładach publicznych — siłą rzeczy zainteresowałoby się bliżej uzdrowiskami, jako pierwszorzędym terenem lecznictwa.

**Halina Minkiewicz**

Dyrektor Związku Uzdrowisk  
Polskich.  
(Pr.).

### **Polska Ajencja Agrarna i Ogólno-Informacyjna**

Ajencja powstała w lutym 1935 r. W pierwszej fazie swej działalności Ajencja, której pełna nazwa brzmiała „Biuro prasowe — Polska Ajencja Agrarna“, ograniczała się do rejestrowania wszystkich zjawisk politycznych, społecznych i gospodarczych, zachodzących na terenie wsi polskiej. W początkowych miesiącach istnienia Ajencja wydawała raz w tygodniu 11 stronicowy biuletyn. Od lipca 1935 Ajencja przeszła na wydawanie biuletynów trzy razy w tygodniu.

W związku ze zwiększeniem zasięgu informacji ajencyjnych, z których korzystało około 200 pism, tak krajowych jak i zagranicznych, przystąpiono do rozszerzenia działów Ajencji i wydawania codziennego biuletynu. Od roku 1939 Ajencja wychodzi w dwóch wydaniach dziennych, obejmujących poza działem politycznym i gospodarczym, serwis artykułowy, sprawy rzemieślnicze, wiadomości ukraińskie, ze świata pracy, nauka, kultura i sztuka, kąć kobiecy, wiadomości różne (codziennie),

aktualne wiadomości z polityki zagranicznej (codziennie), biuletyn sportowy, porady praktyczne, rolnicze, przegląd cen. Poza tym raz w tygodniu ukazują się korespondencje i wiadomości ze Stanów Zjednoczonych, biuletyn oświatowo-społeczny, sprawy młodzieżowe itp.

Ze względu na różnorodność materiału informacyjnego zmieniono w 1937 roku nazwę Ajencji na „Polska Ajencja Agrarna i Ogólnoinformacyjna“. Od roku 1938 Ajencja wydaje miesięcznik pod tytułem „Wiadomości Gospodarcze Polskiej Ajencji Agrarnej“ pod redakcją p. Władysława Olkiewicza.

Na czele Ajencji stoi red. Henryk Dzendzel. Sekretariat redakcji prowadzi od marca b. r. red. Wincenty Sławkowski. Kierownikiem działu gospodarczego jest red. Jan Kunert.

Dział propagandowy i ogłoszeń prowadzi red. Jan Kowalewski i red. Jan Radomski. W dziale młodzieżowym współpracuje p. Kazimierz Marjanowski.  
(Pr.).



# Bilans 5-letniej działalności Krajowych Zakładów Telefunken

Dewizą Krajowych Zakładów Telefunken S. A. jest: dobry i coraz lepszy odbiornik. Ta zasada jest podstawą wspaniałego rozwoju Zakładów Telefunken, który w ciągu zaledwie kilku lat przemienił niewielką stosunkowo wytwórnię w wielkie, nowoczesne zakłady przemysłowe.

W ciągu 5 lat swej działalności Krajowe Zakłady Telefunken wypracowały 33 typy odbiorników. Każdy z tych typów to kolejny etap stałego procesu udoskonalania technicznego odbiorników Telefunken.

Ostatnio, cała seria odbiorników Telefunken stoi pod znakiem superów,

i szybko, w zupełnej harmonii kierownictwa z pracownikami.

Handlowa strona przedsiębiorstwa została zorganizowana równie sprytnie. Personel biurowy, liczący 70 osób, wykonywa ogrom czynności, związanych ze sprzedażą, wysyłką towaru, reklamą i realizacją należności.

Krajowe Zakłady Telefunken prowadzą hurtową sprzedaż swych wyrobów na całym terenie Rzeczypospolitej Polskiej i w. m. Gdańska. Utrzymują one stały i bezpośredni kontakt z placówkami handlowymi w najodleglejszych krańcach kraju. Miarą rozwoju działalności Zakładów jest fakt, że liczba firm obsługiwanych wzrosła z 400 do przeszło 1.200.

Nieustanną troską Krajowych Zakładów Telefunken jest także obsłużenie klientów, by byli oni w zupełności zadowoleni. To też, prowadząc hurtową sprzedaż i dostawę aparatów do odsprzedawców, starają się Zakłady Telefunken utrzymać jak najściślejszy kontakt z odbiorcami w celu zapoznania się z ich wymaganiami i pragnieniami. Ten stały kontakt z klientem wzmacniany jest jeszcze przez przedstawicieli Zakładów, którzy stale odbiorców w swym rejonie odwiedzają.

Specjalne warsztaty obsługi technicznej utrzymują stały service odbiorników radiowych i dbają o ich niezawodne działanie.

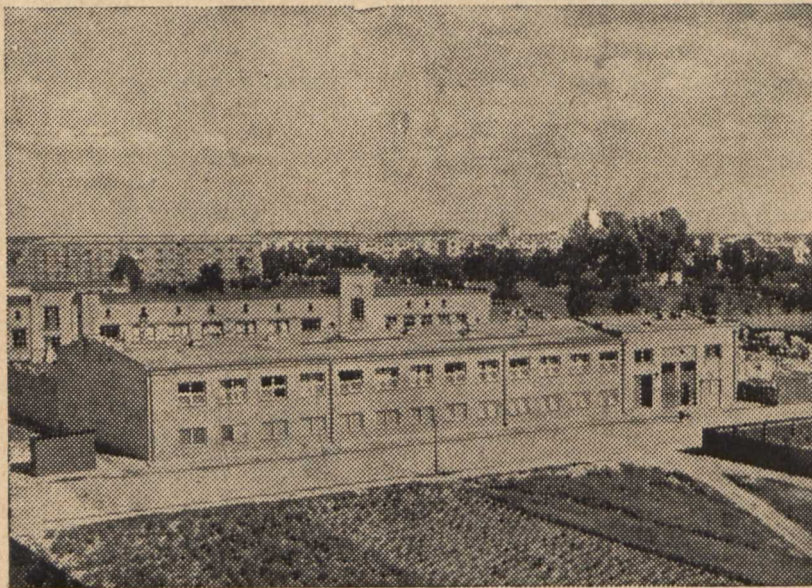
W większych miastach Polski Zakłady Telefunken utrzymują przy biurach przedstawicieli składy odbiorników celem szybkiego zaspokojenia miejscowego zapotrzebowania i usprawnienia obsługi klientów w danym rejonie.

Poza sprzedażą radioodbiorników Zakłady Telefunken prowadzą sprzedaż lamp radiowych Telefunken, które dzięki swym wybitnym zaletom cieszą się od szeregu lat zasłużonym uznaniem wśród radiosłuchaczy, czego dowodem są setki milionów lamp, będących w codziennym użyciu w odbiornikach, rozsianych po całym świecie.

Zakłady Telefunken szeroko stosują nowoczesną propagandę swych wyrobów, posiadającą charakter ściśle rzeczowy i obiektywny.

Nie można pominąć społecznej akcji, jaką prowadzą Zakłady Telefunken, ofiarowując szereg odbiorników na cele radiofonizacji kraju jak również fundując w r. 1937 samolot na F. O. N.

Zapoznanie się z rozwojem i działalnością Krajowych Zakładów Telefunken budzi podziw dla dorobku, bądź co bądź jeszcze młodej a jednocześnie tak już znanej firmy. (Pr.)



Siedziba Krajowych Zakładów Telefunken S. A. w Warszawie.

W roku powstania (1933), Zakłady Telefunken mieściły się w ciasnym, wynajętym lokalu, zatrudniając zaledwie 35 pracowników; 4 lata później przeniesione zostały do nowoczesnej, wielkiej fabryki, postawionej na własnym placu przy ul. Owsianej a zatrudniają w sezonie z górą 700 pracowników. O rozmiarach fabryki świadczy dzienna produkcja, wynosząca 400 aparatów; ilość ta może być w razie potrzeby 2-krotnie zwiększona.

Krajowe Zakłady Telefunken S. A. korzystają z licencji firmy Telefunken w Berlinie, co umożliwiło zastosowanie od razu we własnej produkcji najnowszych zdobyczy radiotechniki światowej. Obecnie Krajowe Zakłady Telefunken posiadają własne, doskonałe laboratorium, które pozwala na wprowadzanie coraz nowych, już rodzimych ulepszeń i wynalazków do ogólnego dorobku światowej radiotechniki.

Już pierwsze aparaty „Telefunken“ zdobyły sobie od razu duże uznanie wśród nabywców. Uznanie to wzrastało z każdym rokiem i z każdą nową serią stale ulepszanych aparatów, wypuszczanych na rynek przez Zakłady Telefunken.

odznaczających się wielką selektywnością, naturalnym i silnym dźwiękiem, oraz nowoczesnym, pięknym wyglądem zewnętrznym.

Nie ograniczając się do dbałości o techniczną stronę produkcji Zakłady Telefunken wielkie znaczenie przykładają do kwestii organizacji produkcji. Zastosowano na szeroką skalę naukową organizację pracy, która w miarę rozwoju fabryki ulega stałym ulepszeniom. Odbiornik, aż do momentu ukończenia montażu przechodzi przez szereg działów fabryki ściśle ze sobą powiązanych, lecz stanowiących każdy w sobie oddzielną całość. Ułatwia to znacznie dokładną kontrolę nad każdą wyprodukowaną częścią z osobna i nad ostatecznie wykończonym odbiornikiem. Kontrola ta jest bardzo dokładna i odbywa się w toku samej pracy, dzięki zastosowaniu najlepszego dla tego rodzaju produkcji systemu pracy zespołowej.

Krajowe Zakłady Telefunken zwracają wielką uwagę na dobór i wyszkolenie fachowe personelu oraz na zapewnienie pracownikom dobrych warunków pracy. Dzięki temu w Zakładach Telefunken praca idzie składnie



# T R E Ś Ć Z E S Z Y T U

## Ogólne zagadnienia prasowe

	Str.		Str.
Dziesięciolecie Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism . . . . .	1	Marian Grzegorzczak: Prasa polska w ostatnim 20-leciu . . . . .	9
Stefan Krzywoszewski: Zadania i posłannictwo wydawcy polskiego . . . . .	2	Franciszek Głowiński: O rozwój reklamy prasowej w Polsce . . . . .	12
Stanisław Kauzik: Wytyczne organizacji i działalności Polskiego Związku Wydawców . . . . .	5	Jan Mokrzycki: Perspektywy rozwojowe prasy polskiej . . . . .	17
		Józef Stemler: Karygodne upośledzenie . . . . .	19
		Witold Gostomski: Najważniejsze normy prawne dotyczące prasy . . . . .	20

## Dziesięć lat pracy Związku Wydawców

	Str.		Str.
Prace nad utworzeniem i rozwojem Związku Wydawców . . . . .	26	Sprawa kosztów druku . . . . .	62
Sprawa polemik prasowych . . . . .	37	Prasa a poczta . . . . .	67
Sprawa obsługi informacyjnej prasy . . . . .	40	Prace nad zagadnieniami ogłoszeniowymi . . . . .	74
Stosunki prasy z radiem . . . . .	41	Zagadnienia kolportażowe . . . . .	78
Towarzystwo Wiedzy Prasowej . . . . .	44	Sprawa przewozu pism . . . . .	82
Prawo prasowe . . . . .	46	O rozwój czytelnictwa . . . . .	88
Dział prawny . . . . .	48	Sprawy podatkowe i celne . . . . .	92
Unormowanie stosunków w zawodzie dziennikarskim . . . . .	49	Akcja na rzecz rozwoju prasy periodycznej . . . . .	104
Współpraca ze Związkiem Dziennikarzy . . . . .	52	Prawo autorskie . . . . .	110
Regulowanie cen papierów wydawniczych . . . . .	57	Działalność wydawnicza Związku . . . . .	111
		Działalność zagraniczna Związku . . . . .	113

## Dział informacyjny

	Str.		Str.
Bilans 5-letniej działalności Krajowych Zakładów Telefunkcyjnych . . . . .	128	Rozwój radiofonii polskiej w ostatnich latach . . . . .	122
20 lat rozwoju Polskiej Agencji Telegraficznej . . . . .	120	Współpraca poczty z prasą . . . . .	118
Komunalne Kasy Oszczędności . . . . .	51	Zarys działalności Związku Uzdrawisk Polskich w ciągu 20-tu lat niepodległości . . . . .	124
Polska Agencja Agrarna i Ogólnoinformacyjna . . . . .	127	Zbyt spirytusu napędowego szybko wzrasta . . . . .	81
Poważne zagadnienie . . . . .	87		

## Ogłoszenia

	Str.		Str.
Adresoreklama . . . . .	99	Chevrolet (Lilpop, Rau i Loewenstein) . . . . .	55
Ajencja Telegraficzna Express . . . . .	101	Chodaków S. A. . . . .	91
Atra S. A. . . . .	109	Cinzano . . . . .	83
Bank Handlowy . . . . . okładka	III	Dawidowicz, Kempniński i S-ka, S. A. . . . . okładka	II
Biblioteka Historyczna Tow. Badania Zagadnień Międzynarodowych . . . . .	127	Drozdowski Tadeusz i S-ka . . . . .	73
Biblioteka wydawnictw Związku Wydawców . . . . .	105	Drukarnia Polska . . . . .	38
Borkenhagen R. . . . .	105	Elektrownia Miejska m. W-wy . . . . .	101
		Franaszek J., S. A. . . . .	95



	Str.		Str.
Gdynia—Ameryka Linie Żeglugowe S. A. . . . .	73	Przegląd Ekonomiczny . . . . .	95
Gazownia Miejska m. W-wy . . . . .	93	Przegląd Organizacji . . . . .	93
Informator Handlowy . . . . .	97	Puls Fr., S. A. . . . .	103
Interprint, B. S. Szczepski . . . . .	77	Rattner Dr., S. A. . . . .	79
Kast i Ehinger, Sp. z o. o. . . . .	99	Reklama . . . . .	99
Kodak, Sp. z o. o. . . . .	79	Renoma, Biuro Dzienników i Ogłoszeń . . . . .	103
Komunalna Kasa Oszczędności m. W-wy . . . . .	61	Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny . . . . .	11
Komunalna Kasa Oszczędności pow. warsz. . . . .	85	Ruch, Tow. Księg. Kol. S. A. . . . .	64, 65
Lasy Państwowe . . . . . okładka	III	Stator, Sp. z o. o. . . . .	99
Liechs, Szczepański i S-ka . . . . .	83	Targi Katowickie . . . . .	93
Lourse L. . . . . okładka	IV	Thümecke Bracia . . . . .	99
Meyer Herman S. A. . . . .	85	Towarzystwo Reklamy Międzynarodowej . . . . .	43
Nauka Polska . . . . .	4	Turkieltaub Bracia . . . . .	109
Neuding Adolf i Synowie . . . . .	91	Walcownie Metali S. A. . . . .	109
Oświata, Biuro Dzienników i Czasopism . . . . .	101	Warszawska Agencja Reklamy . . . . .	79
Państwowe Zakłady Inżynierii . . . . .	77	Węgiełek W. i S-ka . . . . .	101
Philips S. A. . . . .	69	Winograd N., Biuro Dzienników . . . . .	105
Pniowiec Sp. z o. o. . . . .	91	Wysoka, S. A. . . . .	103
Polska Agencja Reklamy „PAR“ . . . . .	39	Związek Polskich Fabryk Cementu . . . . .	85
Prasa . . . . .	95	Związek Uzdrowisk . . . . .	101

## S O M M A I R E

	Pg		Pg
<b>Articles</b>			
Le X-ième anniversaire de l'Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques . . . . .	1	La presse et la radio . . . . .	41
Stefan Krzywoszewski: La tâche et le rôle de l'éditeur polonais . . . . .	2	L'Association de Science de la Presse . . . . .	44
Stanisław Kauzik: Lignes générales de l'organisation et de l'activité de l'Association Polonaise des Editeurs . . . . .	5	Le droit de la presse . . . . .	46
Marian Grzegorzczak: La presse polonaise dans les 20 ans dernières . . . . .	9	Contrat collectif de travail dans le journalisme polonais . . . . .	49
Franciszek Głowiński: Vers le développement de la publicité de presse en Pologne . . . . .	12	Collaboration avec la Fédération des Journalistes de la R. P. . . . .	52
Jan Mokrzycki: Les perspectives du développement de la presse polonaise . . . . .	17	Le papier . . . . .	57
Witold Gostomski: Les lois principales concernant la presse en Pologne . . . . .	20	Le coût d'imprimerie . . . . .	62
<b>Dix ans d'activité de l'Association Polonaise des Editeurs</b>			
Les travaux concernant l'organisation et le développement de l'Association . . . . .	26	La presse et la poste . . . . .	67
Question des polemiques dans la presse . . . . .	37	Les problèmes de la publicité . . . . .	74
Le service d'information . . . . .	40	La vente au numéro . . . . .	78
		Le transport des journaux . . . . .	82
		Action pour le développement de la lecture des journaux en Pologne . . . . .	88
		Les impôts et les droits de douane . . . . .	92
		Action pour le développement de la presse périodiques . . . . .	104
		Le droit d'auteur . . . . .	110
		Les publications de l'Association Polonaise des Editeurs . . . . .	111
		Activité internationale de l'Association . . . . .	113

Prenumerata „Prasy“: z przesyłką pocztową w kraju — 10 zł. rocznie; zagranicą 12 zł. rocznie

**CENY OGŁOSZEŃ:** Zwyczajne: 1 str. — 200 zł.; 1/2 str. — 110 zł.; 1/4 str. — 75 zł.; 1/8 str. — 60 zł. W tekście o 50% drożej. **Artykuły reklamowe, komunikaty i t. p.** o 100% drożej; oznaczone są literami (Pr.) **Wkładka** jednokartkowa do całego nakładu jednorazowo — 150 zł. **Ogłoszenia drobne** po 30 gr. za wyraz. Powyższy cennik nie dotyczy n-rów specjalnych.

Rękopisów redakcja nie zwraca. Przedruk z „Prasy“ dozwolony za podaniem źródła

**ADRES REDAKCJI I ADMINISTRACJI:** Warszawa, ul. Zgoda 8 m 4. Telefon Nr. 540-00. Konto rozrachunkowe Warszawa I. Nr. 751.

**RED.: STANISŁAW KAUKIK • WYDAWCA: POLSKI ZW. WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM • SEKR. RED.: JAN MOKRZYCKI**

Sp. Akc. Zakł. Graf. „Drukarnia Polska“, Warszawa, Szpitalna 12. tel. 272-06, 587-98, 643-33. w dzierżawie Sp. Wyd. Czasopism Sp. z o. o.





# LASY PAŃSTWOWE

DYREKCJA NACZELNA  
WARSZAWA 22, WAWELSKA 54

# PAPIERÓWKA

S O S N O W A  
Ś W I E R K O W A

## BANK HANDLOWY W WARSZAWIE

SPÓŁKA AKCYJNA  
ZAŁOŻONY W 1870 R.

**Centrala: Warszawa, Traugutta 7**

**Oddziały Miejskie:**  
Mazowiecka 18 i Tłomackie 1

**Oddziały prowincjonalne:**

Cieszyn	Lwów
Częstochowa	Łódź
Gdynia	Poznań
Kalisz	Radom
Katowice	Sosnowiec
Kraków	Wilno
Lublin	Wrocław

Przyjmuje  
WKŁADY NA KSIĄŻECZKI OSZCZĘDNOŚCIOWE IMIENNE I OKAZIENSKIE  
płatne natychmiast lub za wypowiedzeniem  
ZAŁATWIA WSZELKIE CZYNNOŚCI WCHODZĄCE W ZAKRES BANKOWOŚCI



...tradycja stanowi o kulturze narodów...

**150**  
LAT ISTNIENIA

*Dbajcie o zdrowie  
przez wypoczynek*

Już za Króla Stasia Damy i Panowie urzą-  
dzali zebrania, spotkania i herbatki to-  
warzyskie w najwytworniejszym lokalu

**C U K I E R N I  
L. LOURSE**

**KRAKOWSKIE PRZEDMIEŚCIE 13**

Konsumując prawdziwie najlepsze ciasta,  
cukry i napoje, przy dźwiękach dobrej muzyki  
i bogato zaopatrzonej czytelni.

**NIEZRÓWNANE LODY  
BILARDY - SZACHY - DOMINO**

**Dobra obsługa**

*Rendez-vous świata prasy*