



PRASA

ORGAN POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM
ORGANE DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS DE JOURNAUX ET DE PERIODIQUES

Bilans ubiegłego roku

Rok ubiegły był niezwykle doniosłym etapem pracy i rozwoju Związku Wydawców. Ten charakter nadała mu nie tylko intensywność działania władz i organów Związku, nie tylko fakt, że na każdym niemal odcinku interesów wydawniczych ta aktywność Związku przyniosła realne a korzystne rezultaty. Pozytywne wyniki w dziedzinach, objętych dotychczasową działalnością naszej organizacji, są świadectwem tej wielkiej roli, jaką Związek odgrywa w życiu prasy, przy rozwiązywaniu codziennych, elementarnych zagadnień wydawniczych. Na tym nie mogła poprzestać organizacja, żywiąca ambicje stworzenia dla prasy polskiej warunków, któreby umożliwiły jej dorównanie w rozwoju prasie Europy Zachodniej oraz pozwoliły wypełnić wielkie zadania narodowe, państwowe i społeczne. W obliczu zaniedbań i braków, które, w konsekwencji niewoli, ciąży wciąż jeszcze nad polskim życiem społecznym i gospodarczym, a w szczególności nad rozwojem prasy polskiej, niezbędna jest akcja pionierska, twórcza, torująca prasie nowe drogi ekspansji i wskazująca na nowe sposoby rozwiązywania problemów prasowych.

Ta świadomość już w latach poprzednich kierowała wieloma poczynaniami władz Związku. Nigdy jednak nie znalazła tak mocnego wyrazu, jak w roku ubiegłym. W okresie tym na czoło prac naszej organizacji wysunęły się trzy nowe zagadnienia: współpraca z naczelną organizacją dziennikarską, studia przygotowawcze nad organizacją ośrodka wie-

dzy prasowej, oraz akcja na rzecz zapoczątkowania zbiorowej propagandy gospodarczej w Polsce.

Pierwsze nici stałej współpracy między Związkiem Wydawców a Związkiem Dziennikarzy R. P. zadziergnięte zostały w 1935 r. Powstała wówczas Komisja Porozumiewawcza, której celem była ochrona tytułu dziennikarza i redaktora w drodze stworzenia rejestru dziennikarzy. Dopiero jednak w r. 1937 zrealizowany został dalszy postulat Związku, dotyczący rozszerzenia zakresu współ-

pracy ze zorganizowanym światem dziennikarskim. Ustawa prasowa, uregulowanie warunków pracy dziennikarskiej, podniesienie poziomu polemik prasowych, rejestracja agencji — oto zagadnienia, które były w tym okresie rozważane na wspólnych zebraniach. Treść i charakter tych dyskusji świadczyły o obustronnym szczerym dążeniu do osiągnięcia rozwiązań, mających na celu szeroko pojęty interes prasy jako całości. Wyniki, dotychczas osiągnięte, upoważniają do wniosku, iż w drodze porozumienia dwóch naczelnich organizacji prasowych znajdują rozwiązanie najpoważniejsze zagadnienia prasowe w Polsce.

Inicjatywa utworzenia w Polsce instytucji, która objęłaby studia teoretyczne i praktyczne nad najważniejszymi nowoczesnymi zagadnieniami prasowymi, datuje się od kilku lat. Źródłem jej było przekonanie, że fundamentem rozwoju nowoczesnej prasy polskiej może być tylko rzetelna i pogłębiona wiedza o prasie, oparta na wynikach badań naukowych. Inicjatorzy zdawali sobie 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. Akcja na rzecz utworzenia ośrodka badań prasoznawczych podjęta została w 1936 r. i kontynuowana w 1937 r. Prace organizacyjne w ciągu tego roku o tyle zostały posunięte, że prawdopodobnie zebranie założycielskie Towarzy-

TREŚĆ ZESZYTU:

(Voir le sommaire en français à la page 20)

Bilans ubiegłego roku.

Ś. p. Bolesław Koskowski.

Zbiorowa umowa dziennikarska.

Jerzy Gutschke: *Doniosłe zagadnienie.*

Preliminarz budżetowy Państwa na rok 1938-39.

Posiedzenie konstytuujące Komisji Orzekającej.

Franciszek Głowiński: *Polski rynek ogłoszeniowy w r. 1937.*

Franciszek Kusz: *Problem druku gazetowego.*

Na papierowym rynku światowym pewne uspokojenie.

Władysł. Oszelda: *Problem prasy polskiej na terenie Belgii, Holandii i Luksemburgu.*

PRACE ZWIĄZKU WYDAWCÓW.

ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE.

KRONIKA KRAJOWA.

Państwo a prasa, Z życia prasy, Sprawy kolportażowe, Przegląd piśmiennictwa.

PRAWO A PRASA.

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE.

stwa Wiedzy Prasowej odbędzie się w pierwszych miesiącach r. b.

Trzecia dziedzina specjalnych prac Związku Wydawców w roku ubiegłym to akcja na rzecz zainicjowania w Polsce bezimiennej zbiorowej propagandy gospodarczej. Ta forma propagandy od szeregu lat praktykowana jest w całej Europie Zachodniej i w Stanach Zjedn. A. P. ku wielkiemu pożytkowi życia gospodarczego i prasy. Władze Związku, podejmując tę inicjatywę, świadome były korzyści, jakie przynieść może prasie polskiej rozwój tej formy propagandy. Zdawały sobie również sprawę, iż propaganda zbiorowa posiada doniosłe znaczenie państwowe. Szczególnie w Polsce, gdzie problem ożywienia rynku wewnętrznego jest naczelnym zagadnieniem polityki gospodarczej państwa.

Akcja władz Związku w tej dziedzinie nie została dotychczas uwieńczona ostatecznym rezultatem, którym winno być stworzenie specjalnej instytucji, powołanej do organizowania propagandy zbiorowej. Tym niemniej osiągnięto poważne wyniki. Do chwili podjęcia inicjatywy w tej mierze przez zrzeszoną prasę, sfery gospodarcze przeważnie nie interesowały się propagandą zbiorową, ignorowały jej znaczenie. Propaganda zbiorowa traktowana była nieufnie. Nie wierzone, aby można było stosować ją w Polsce. Ten stosunek kierowniczych sfer gospodarczych do propagandy zbiorowej należy, dzięki akcji Związku, do przeszłości. Niezliczone konferencje i memoriały przełamały mur obojętności. Zainteresowały się tą sprawą czynniki rządowe. Konieczność podjęcia akcji w tej dziedzinie spotyka się z coraz powszechniejszym zrozumieniem. Stwarza to dla planów Związku pomyślne widoki.

Trzy powyżej omówione specjalne zagadnienia nie wyczerpują bilansu prac roku ubiegłego. Podobnie jak w latach poprzednich, aktywność Związku zaznaczyła się we wszystkich ważniejszych dziedzinach życia prasy. Nie sposób w krótkim zestawieniu dać pełny obraz całości tych prac, których omówienie w dorocznych sprawozdaniach zajmuje kilkadziesiąt stron druku. Ograniczymy się jedynie do rzeczy najważniejszych.

Rok ubiegły rozpoczął się pod znakiem prac nad nową ustawą prasową, która wówczas znajdowała się na warsztacie bieżących prac rządu. Wobec przewidywanej zmiany podstaw prawnych bytu prasy, władze Związku podjęły starania o uwzględnienie licznych w tej mierze postulatów. Specjalna delegacja przedstawiła stanowisko Związku p. premierowi Składkowskiemu oraz p. wiceministrowi sprawiedliwości, prof. Chełmońskiemu, składając obszernie, umotywowane wnioski. O odbyto szereg konferencji z wyższymi urzędnikami ministerstw, zainteresowanych w sprawach prasowych. Poświęcono wiele ze-

brań wewnętrznych analizie projektów rządowych.

Prace rządu nad nowelizacją prawa prasowego nie zostały dotychczas sfinalizowane. Stwierdzić jednak należy, iż zabiegi władz Związku nie pozostały daremne. P. premier Składkowski zapewnił delegację, że postulaty Związku będą wzięte pod uwagę. Niektóre z postulatów, zawartych w memoriałach Związku, znalazły echo w przedwstępnych projektach ustawy.

Drugim niezwykle doniosłym zagadnieniem, związanym z planami ustawodawczymi rządu w stosunku do prasy, jest ustawa o uregulowaniu stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, której opracowanie podjęły czynniki rządowe w roku ubiegłym. Władze Związku Wydawców zawsze pragnęły należytego uregulowania kwestii zasadniczych, związanych z pracą dziennikarską. I również zawsze, — ze względu na wyjątkowo trudny i skomplikowany charakter sprawy, uważały, iż najwłaściwszą drogą jej rozwiązania będzie bezpośrednie i dobrowolne porozumienie wydawców i dziennikarzy. Zbiorowa umowa pracy. Ten pogląd przedstawiony został przez delegację władz Związku p. min. Kościłkowskemu. Wobec przychylnego stanowiska Związku Dziennikarzy podjęte zostały pertraktacje w sprawie zawarcia takiej umowy zbiorowej. W ciągu grudnia r. ub. uzgodniono szereg najważniejszych kwestii. Ostateczne podpisanie umowy nastąpi niechybnie w ciągu najbliższych tygodni.

Zakres współpracy Związku Wydawców ze Związkiem Dziennikarzy obejmował w r. ub., prócz ustawy prasowej i umowy zbiorowej, sprawę rejestracji dziennikarzy i agencji prasowych oraz zagadnienie podniesienia poziomu polemiki prasowych. Prace nad rejestrem dziennikarzy, zapoczątkowane jeszcze w 1935 r., w r. ub. posunęły się bardzo znacznie. Opublikowano 5 list dziennikarzy warszawskich, 2 listy dziennikarzy wielkopolskich, po 1 liście dziennikarzy krakowskich, lwowskich i poznańskich. Gromadzone są materiały, dotyczące agencji prasowych.

Doniosłym wydarzeniem w życiu prasy polskiej było porozumienie przedstawicieli Związku Wydawców, Związku Dziennikarzy R. P. oraz wydawców i naczelnych redaktorów dzienników warszawskich w sprawie powołania do życia specjalnej komisji, która ma czuwać nad poprawnością polemiki prasowych. Ustalono zasady, obowiązujące w polemikach prasowych. Będą one podstawą działalności Komisji Orzekającej. Utworzenie tej Komisji stanowi realizację uchwał Ogólnego Zebrania, Rady i Zarządu Związku, które wskazywały na konieczność podjęcia tej akcji.

Sprawa konkurencyjnej działalności radia w stosunku do prasy od szeregu lat stanowi jedną z zasadniczych bolą-

czek prasy polskiej. Rok ubiegły przyniósł w tej dziedzinie poważny akt na rzecz uporządkowania tych stosunków. Po długotrwałych układach w marcu r. z. między Związkiem Wydawców a S. A. Polskie Radio zawarte zostało porozumienie, regulujące zarówno sprawę reklamy radiowej jak i zagadnienie informacji nadawanych przez rozgłośnie. Zrealizowany został zasadniczy postulat prasy — likwidacja reklamowej działalności radia w zakresie reklam przedsiębiorstw prywatnych. Ustalono również wytyczne dotyczące działalności informacyjnej radia. Informacje, prócz tych których rozpowszechnianie leży w interesie państwa, nadawane być mają jako awizy, odsyłające słuchaczy po szczegóły do prasy. Nie czyni to wprawdzie w pełni zadość postulatowi prasy w tej dziedzinie, jest jednak niewątpliwie pewną poprawą w stosunku do stanu poprzedniego.

Znaczna część prac i zdobyczy Związku Wydawców w równej mierze dotyczy interesów prasy codziennej jak i prasy periodycznej. Czasopiśmiennictwo, prócz sfery spraw wspólnych z dziennikami, posiada jednak sporo zagadnień specjalnych. Ten wzgląd skłonił władze Związku do utworzenia przy Związku Komitetu Prasy Periodycznej. Działalność tego Komitetu wznowiona została w r. ub. Podjęto prace nad zagadnieniami papierniczymi, pocztowymi, drukarskimi, ogłoszeniowymi, propagandowymi i innymi. W niektórych dziedzinach już osiągnięte zostały konkretne wyniki. Najważniejszym jednak celem tych usiłowań było uruchomienie sekcji: rozwiązanie zasadniczych problemów prasy periodycznej osiągnięte być może jedynie przez wspólny, solidarny wysiłek wszystkich poważniejszych wydawnictw periodycznych. Projektowana jest organizacja branżowych grup czasopiśmienniczych, celem przyciągnięcia do współpracy wydawnictw, dotychczas pozostających poza Związkiem oraz sformułowania planu działań dla każdej z grup.

Podobnie, jak co roku, wiele zaległości i energii pochłonęły w r. ub. zagadnienia, dotyczące kosztów produkcji wydawniczej. Na plan pierwszy wysunęła się sprawa cen papieru. Tendencja zwyżkowa na rynkach światowych, przede wszystkim zaś wzrost cen papierówki w Polsce, stworzyły niebezpieczeństwo zwyżki cen papierów prasowych w Polsce. Władze Związku podjęły starania, aby tej zwyżce zapobiec. Przemysł papierniczy powoływał się na podrożenie surowców. Władze Związku wystąpiły do czynników rządowych, wskazując na niezwykle groźne konsekwencje, jakie pociągnęłaby za sobą dla prasy i całego życia gospodarczego zwyżka cen papieru, spowodowana znacznym i wciąż postępującym wzrostem cen papierówki, której głównymi dostawcami są Lasy Państwowe. Sytuacja wyjaśniła się w

czarwu r. ub. Gdy kilka papierni ogłosiło zwyżkę cen, rząd interweniował. Ceny papieru prasowego wróciły do poziomu poprzedniego. Jednocześnie czynniki rządowe postanowiły nie dopuścić do dalszych podwyżek cen papierówki oraz obniżyć cło na importowaną celulozę.

Zmiany organizacyjne w przemyśle papierniczym pociągnęły za sobą konieczność uregulowania na nowych podstawach stosunków prasy z poszczególnymi papierniami, produkującymi papiery prasowe. Zawarte zostały odpowiednie umowy między Związkiem Wydawców a producentami papieru.

Doświadczenia, uzyskane przez prasę w ciągu dwóch lat obecnego systemu obsługi prasy przez pocztę, wykazały konieczność wprowadzenia pewnych zmian i uzupełnień. Władze Związku przedłożyły Ministerstwu Poczty i Telegrafów w r. ub. obszerny memoriał w tej sprawie. Będzie on przedmiotem dyskusji z M. P. i T. w styczniu r. b.

Z innych prac Związku w dziedzinie pocztowej wymienić należy trzykrotne wystąpienia Związku w sprawie ulg taryfowych dla celów propagandy własnej pism, uwieńczone pozytywnym rezultatem, wystąpienie w sprawie przewozu pism autobusami, wydanie Pocztoowego Cennika pism, prenumerowanych za pośrednictwem poczty oraz miesięcznych uzupełnień do Cennika.

Prace Związku w dziedzinie podatkowej dotyczyły sprawy ulg w nabywaniu świadectw przemysłowych przez wydawnictwa, oraz obniżenia stopy opodatkowania hurtowych sprzedawców pism. Pierwszy z tych postulatów został w stosunku do niektórych ośrodków prowincjonalnych załatwiony przychylnie. Postulat niższego opodatkowania hurtowników zasadniczo traktowany jest przez władze skarbowe życzliwie. Ostateczne jego załatwienie przeciąga się ze względów proceduralnych.

Przechodząc do spraw ogłoszeniowych, w pierwszym rzędzie wspomnieć należy o dalszych pracach przygotowawczych Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, mających na celu zawarcie przez wydawnictwa dziewięciu umów dotyczących: 1) warunków płatności rachunków ogłoszeniowych i wysokości skont, 2) walki wydawnictw z bezpłatną i ukrytą reklamą, 3) wzmianek gratisowych pomieszczanych w łączności ze zleceniami ogłoszeniowymi, 4) wzmianek gratisowych pochodzących od instytucji społecznych, 5) rozrachunków towarowych między wydawnictwami a biurami ogłoszeń lub inserentami, 6) współdziałania wydawnictw w wypadkach uchylania się inserentów lub biur ogłoszeniowych od uregulowania należności, 7) sposobu obliczania ogłoszeń kliszowych lub mieszanych, nadsyłanych w ostatniej chwili, 8) ryczałtów ogłoszeniowych, 9)

wzajemnego informowania się wydawnictw o faktach niełojalnych metod pracy akwizycyjnej. Pierwsze trzy z powyższych umów opracowane zostały przez biuro Związku i przedłożone władzom Związku. Sprawa ta była rozważana na wielu posiedzeniach Rady, Zarządu i Prezydium, nadto — na licznych posiedzeniach specjalnych. Projekty umów były wielokrotnie zmieniane i uzupełniane celem dostosowania ich jak najściślej do potrzeb prasy i warunków rynku. Władze Związku czynią starania celem uzyskania akcesu do tych umów ze strony takiej liczby poważnych wydawnictw, któraby zagwarantowała skuteczną porozumienia.

Dążąc do uporządkowania stosunków na rynku ogłoszeniowym władze Związku zajęły się sprawą stosunku prasy do nowych agencji reklamowych. Na podstawie decyzji Rady opracowywany jest rejestr nowych biur ogłoszeniowych, odpowiadających warunkom ustalonym przez władze Związku.

W r. ub. polski rynek ogłoszeniowy stał się widownią kilku wydarzeń, które wymagały ingerencji Związku Wydawców. Poważnym wstrząsem było bankructwo Powszechnego Biura Ogłoszeń, które naraziło prasę na stukilkudziesięciotysięczne straty. Związek Wydawców, działając w zastępstwie swych członków, zainicjował i przeprowadził postępowanie upadłościowe. Władze Związku skutecznie ingerowały w sprawie projektu kampanii jednego z największych inserentów w Polsce, projektu, opartego na niebezpiecznych dla prasy zasadach. Trzecim wreszcie doniosłym wydarzeniem na rynku ogłoszeniowym była próba podjęcia działalności przez nowe biuro ogłoszeń p.n. J. Walter Thompson. Biuro to nie odpowiadało warunkom, ustalonym przez prasę dla biur nowopowstających. Z tego względu, jak również ze względu na szczególne okoliczności, które towarzyszyły powstaniu i początkowi działalności tego biura, władze Związku zmuszone były wezwać prasę do powstrzymania się od współpracy z biurem Thompson. Stanowisko prasy uwieńczone zostało całkowitym sukcesem.

W dziedzinie spraw kolportażowych działalność Związku, poza utrzymywaniem stałego żywego kontaktu z T-wem „Ruch”, szła w kierunku porozumień między wydawnictwami. Porozumienia, zainicjowane w początku 1937 r., dotyczyły godzin rozpoczynania sprzedaży dzienników południowych w Warszawie oraz uregulowania sprawy dołączania bezpłatnych dodatków do egzemplarzy pism. Oba te porozumienia zostały utrzymane. Nowym porozumieniem, zawartym z inicjatywy Związku, był układ kilku wydawnictw, dotyczący objętości numerów podczas lata 1937 r. Wspomnieć również należy o akcji władz Związku, mającej na celu uzgodnienie terminów wydawania dzienników pod-

czas Wielkiejnocy i Bożego Narodzenia.

W całokształcie działalności Związku doniosłą rolę pełni „Prasa”, będąca łącznikiem między organizacją a członkami Związku, zaś dla kierowniczych sfer politycznych, gospodarczych i społecznych — wyrazicielem poglądów i dezyderatów Polskiego Związku Wydawców Dzień i Czas. Rok ubiegły był nowym poważnym krokiem naprzód zarówno w dziedzinie redakcyjnej, która ulega stałej rozbudowie, jak i w dziedzinie administracyjno-wydawniczej. W początku 1938 r. ukaze się „Informator Prasowy”; będzie to pierwsze tego typu wydawnictwo w Polsce.

Akcja Związku na terenie międzynarodowym prowadzona była w dwóch kierunkach: z jednej strony były to prace i wystąpienia, wynikające z udziału Polskiego Związku Wydawców we władzach Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców oraz Unii Międzynarodowych Stowarzyszeń Prasowych, z drugiej — uczestnictwo w wystawach międzynarodowych. Na obu terenach osiągnięte zostały poważne sukcesy. Na odbytym w Wiedniu V Międzynarodowym Kongresie Wydawców delegacja polska otrzymała liczne dowody uznania za prace nad międzynarodowymi zagadnieniami prasy. Liczne wnioski polskie zostały jednomyślnie przyjęte. Wnioski te dotyczyły spraw telekomunikacyjnych, międzynarodowych przewozów samolotowych i wagonami sypialnymi, międzynarodowej legitymacji prasowej, cen papieru, nadto sprawy walki z fałszywymi wiadomościami prasowymi. Pozytywne wyniki osiągnięte zostały przez delegację Związku Wydawców również na Kongresie Unii.

Wielki sukces przyniósł Polskiemu Związkowi Wydawców udział w wystawie paryskiej. Stoisko prasy polskiej w Pawilonie Prasowym, zorganizowane przez Związek własnym sumptem, zyskało pochlebne oceny prasy paryskiej i fachowców; jury wystawy przyznało tej wystawie prasy polskiej najwyższe odznaczenie — Grand Prix. W ramach wystawy paryskiej Związek Wydawców zorganizował czytelną pism w kawiarni pawilonu polskiego.

Drugim wystąpieniem Związku Wydawców na wystawach międzynarodowych w r. ub. było stoisko prasy polskiej na Targach Królewieckich.

Ten krótki zarys działalności Związku w r. 1937 nie obejmuje całokształtu jego pracy organizacyjnej, świadczeń na rzecz akcji społecznych, propagandy czytelnictwa, licznych zabiegów i wystąpień w indywidualnych sprawach członków Związku, ekspertyz sądowych, porad prawnych i fachowych oraz wielu innych spraw. Tak pobieżny przegląd prac naszej organizacji daje jednak obraz rozległego ich zakresu, napięcia energii i czujności oraz doniosłości osiągniętych rezultatów.

Niepowetowana strata

Zgon ś. p. Bolesława Koskowskiego

Prasie polskiej ubył jeden z najznakomitszych jej przedstawicieli.

Po dłuższej chorobie zmarł ś. p. Bolesław Koskowski b. senator, naczelny publicysta polityczny „Kuriera Warszawskiego”. Pisarz wiedzy rozległej, bystrości umysłu wyjątkowej, talentu niepospolitego.

Artykuły wstępne, które pisywał ś. p. Bolesław Koskowski przez szereg lat w Kurierze Warszawskim, były zawsze wyrazem głębokiej troski o dobro kraju, przemyślenia, rozważa, rzetelnego poczucia odpowiedzialności. Cechowała je jasność, czystość i prostota formy. Nieustraszony w obronie tez, które uważał za swoją prawdę, Koskowski umiał zachować rycerskie zwyczaje wobec przeciwnika, jeśli ufał jego dobrej wierze i woli. Sprowokowany do walki, stawał się polemistą niebezpiecznym. Celność jego argumentów i dobroćliwa ironia bywały niezrównane.

Związany od lat najwcześniejszych z ideologią narodowo - demokratyczną, Koskowski cenił jednak wysoko swą niezależność publicystyczną. Nie poddawał się przelotnym fuktuacjom opinii, nie gonił za łatwą popularnością.

Swą służbę publiczną spełniał z najwyższą powagą, kierując się zawsze i wyłącznie sumieniem nieskazitelnego patrioty.

Cieszył się powszechnym szacunkiem. Był chlubą prasy polskiej.

Jego zgon jest stratą niepowetowaną.

Urodzony w 1870 r., śp. Bolesław Koskowski szkołę średnią ukończył w Lublinie, następnie zaś studiował prawo i ekonomię na uniwersytetach w Warszawie, Wrocławiu i Brukseli, gdzie uzyskał tytuł doktora. Rezultatem pracy naukowej śp. Koskowskiego był szereg rozpraw i książek o sprawie rolnej, samorządzie terytorialnym, wreszcie zaś o ustroju państwa.

Pracę publicystyczną rozpoczął Bolesław Koskowski w latach osiemdziesiątych ubiegłego stulecia jako współpracownik „Przeglądu Tygodniowego” i „Głosu” za redakcji J. L. Popławskiego. W roku 1899 objął sekretariat redakcji ówczesnej „Gazety Polskiej”. W roku 1905 został naczelnym redaktorem „Gońca Porannego i Wieczornego” wreszcie przeniósł się do „Kuriera Warszawskiego”, gdzie pracował kolejno jako sekretarz redakcji, korespondent berliński i petersburski a wreszcie jako naczelny publicysta.

Od wczesnej młodości ś. p. Bolesław Koskowski interesował się zagadnieniami politycznymi i w pracy politycznej brał czynny udział. Początkowo jako członek tajnej Ligi Narodowej, później, za czasów okupacji, jako jeden z kierowników koła międzypartyjnego. W roku 1922 otrzymał mandat do Senatu z ramienia Narodowej Demokracji.

Jednocześnie z pracą polityczną rozwijał ś. p. Koskowski żywą działalność na polu społecznym i zawodowo-organizacyjnym. Do niedawna piastował prezesurę Związku Dziennikarzy. W uznaniu wielkich zasług położonych przez ś. p. Bolesława Koskowskiego dla dziennikarstwa polskiego, Towarzystwo Literatów i Dziennikarzy oraz Kasa Literacka nadały Mu godność członka honorowego.

Zbiorowa umowa dziennikarska

We współżyciu między światem wydawczym a światem dziennikarskim zachodzi niewątpliwie poważna rewizja pojęć. Na pomyślną zmianę wpływa nie reakcja uczuć, lecz coraz głębsze zrozumienie, że ostateczne cele obu tych światów są te same, że wewnętrzne swary, spory i uprzedzenia osiągnięcie tych celów tylko oddalały.

Skuteczniejsze zabiegi w kierunku uzgodnienia wysiłków podjęte zostały w r. 1935, kiedy Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism wspólnie z Związkiem Dziennikarzy R. P. przystąpiły do ustalenia „Rejestru Dziennikarzy”, mającego objąć wszystkie osoby, uprawnione do używania tytułu dziennikarza.

Zadanie było uciążliwe. Komisja Porozumiewawcza, do której z ramienia Związku Wydawców weszli prezes Stefan Krzywoszewski, wiceprezisi Mieczysław Dobija, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz oraz dyr. Stani-

slaw Kauzik, zaś z ramienia Związku Dziennikarzy — wiceprezisi tego zrzeszenia, pp. Witold Giełżyński i Hieronim Wierzyński oraz prezes Syndykatu Warszawskiego, p. Stefan Grostern, odbyła niezliczoną ilość posiedzeń. Na niektóre z nich byli zapraszani w charakterze rzeczoznawców przedstawiciele prowincjonalnych syndykatów dziennikarskich i członkowie Rady Związku Wydawców, reprezentujący poszczególne ośrodki wydawnicze.

Samo jednak opracowanie Rejestru nie było w stanie uregulować stosunków, istniejących w zawodzie dziennikarskim. Cel ten mógł być osiągnięty dopiero przez ustalenie punktu wyjścia, że w redakcjach za stałych współpracowników mogą być uważani tylko dziennikarze zarejestrowani, oraz że liczba aplikantów, zatrudnionych w redakcjach, musi być ograniczona odpowiednio do liczby pracujących w tychże redakcjach dziennikarzy zarejestro-

wanych. Sprawa ta jednak mogła być uregulowana jedynie w ramach ogólnego uporządkowania dziennikarskich zagadnień zawodowych.

Zagadnienie uregulowania stosunków w zawodzie dziennikarskim było oddawna przedmiotem troski nie tylko kół dziennikarskich i wydawniczych, ale również sfer rządowych i politycznych. Dążenie do unormowania spraw zawodu dziennikarskiego znalazło wyraz już w r. 1920, kiedy to wniesiony został do Sejmu projekt ustawy dziennikarskiej. Od tego czasu podejmowano szereg prób rozwiązania tego zagadnienia na drodze ustawodawczej, żadna z nich jednak nie doprowadziła do celu.

W r. ub. Komisja Zawodowa Związku Dziennikarzy opracowała projekt ustawy dziennikarskiej, który został uznany przez władze Związku Dziennikarzy za oficjalny wyraz poglądów tej organizacji i przedłożony władzom państwowym. Postulat unormowania spraw zawodu dziennikarskiego na drodze ustawodawczej znalazł poparcie czynników rządowych, które przystąpiły ze swej strony do pracy nad tym zagadnie-

niem. Stanowisko władz Związku Wydawców w tej sprawie było następujące. Ustawa państwowa, z natury rzeczy mało elastyczna, o charakterze z konieczności ramowym, nie jest, zdaniem władz Związku, najwłaściwszym narzędziem dla regulowania spraw zawodu o tak specjalnym charakterze jak zawód dziennikarski. Wychodząc z tego założenia, władze Związku Wydawców wystąpiły z inicjatywą rozwiązania zagadnień zawodowych dziennikarstwa na drodze porozumienia pomiędzy organizacjami wydawców i dziennikarzy. Inicjatywa Związku Wydawców spotkała się ze zrozumieniem i uznaniem ze strony władz Związku Dziennikarzy R. P. W wyniku wzajemnego porozumienia podjęte zostały w jesieni ub. r. pertraktacje w sprawie ogólnopolskiej umowy zbiorowej, któraby regulowała całość kształt stosunków i zagadnień w zawodzie dziennikarskim.

Wraz z postępem prac i z uwagi na ich doniosłe znaczenie, rozszerzało się grono przedstawicieli władz Związku Wydawców, uczestniczących w obradach. Prócz powyżej wymienionych członków Komisji Porozumiewawczej, gorliwy udział w pracach wzięli: z ramienia Związku Dziennikarzy R. P. prezes Związku płk. Mieczysław Ścieżyński, z ramienia Związku Wydawców: prezes Rady p. Feliks Mrozowski, wiceprezesa pp. Bolesław Biega, Leon Puławski, Roman Leitgeber (Poznań) i Edmund Gromski (Lwów), członkowie Rady pp. Hilary Gottowt (Poznań) i Alfred Ksycki (Znin).

Obustronna dobra wola i poczucie rzeczywistości sprawiły, że podjęty trud doprowadził do pomyślnego wyniku. W chwili, kiedy te słowa piszemy, projekt umowy zbiorowej między Związkiem Dziennikarzy R. P. a Polskim Związkiem Wydawców Dzienników i Czasopism został nieomal w całości uzgodniony.

Projekt ten, będąc wyrazem rzetelnej troski o materialny i kulturalny poziom prasy polskiej, jako jednego z ważniejszych czynników w naszym życiu publicznym, obejmuje równocześnie całość kształt norm, dotyczących warunków materialnych pracy dziennikarzy, ich obowiązków i uprawnień. W opracowaniu tych norm przedstawiciele obu Związków kierowali się troską o należne zabezpieczenie pracowników dziennikarskich w granicach możliwości wydawnictw. Projekt uwzględnia szczególny charakter pracy dziennikarza, wymagający dużego napięcia energii, wyczerpującej nerwowo. Z tych też względów projekt wprowadza szereg odchyleń od zasad obowiązującego ustawodawstwa pracy w kierunku korzystnym dla dziennikarzy. Tak np. projekt przewiduje 6-miesięczne wypowiedzenie dla dziennikarzy, mających za sobą ponad 20 lat pracy w swoim zawodzie.

Przepis ten ma na celu tymczasowe rozwiązanie kwestii odpowiedzialnego zabezpieczenia dziennikarzy na wypadek braku zatrudnienia, przepis zaś o zapomódze pośmiertnej dla rodzin zmarłych dziennikarzy — zabezpieczenie rodziny zmarłych dziennikarzy. Niezależnie od sformułowanych w układzie przepisów o charakterze tymczasowym, obie strony podejmą w myśl projektu Komisji akcję, mającą na celu zorganizowanie specjalnej instytucji ubezpieczeniowej, któraby zapewniła dziennikarzom możliwość egzystencji na starość, w wypadkach niezdolności do pracy lub braku zatrudnienia.

Znalazł również urzeczywistnienie w projekcie jeden z najważniejszych postulatów zrzeszonych dziennikarzy, a mianowicie postulat umożliwienia dziennikarzowi natychmiastowego rozwiązania stosunku pracy bez ujemnych dla dziennikarza skutków w wypadku zmiany kierunku politycznego pisma (clause de conscience). Analogiczne uprawnienia przyznaje projekt również wydawcy w stosunku do dziennikarza, łąmającego obowiązek lojalności względem kierunku politycznego, reprezentowanego przez pismo.

Projekt wprowadza pozatym szereg przywilejów dla dziennikarzy w dziedzinie urlopów, czasu pracy, terminu wypowiedzenia umowy i in. Specjalny przepis projektu zapewnia dziennikarzowi, skazanemu za przestępstwo prasowe, wypłatę wynagrodzenia za czas ewent. odbywania kary za przestępstwo prasowe.

Akceptując w znacznej części postulaty zrzeszonych dziennikarzy w dziedzinie ekonomicznej, delegacja Zw. Wydawców dała wyraz przeświadczeniu, iż rozwiązanie problemów natury finansowej, wynikających ze stosunku wydawnictwa do pracowników dziennikarskich w kierunku zapewnienia dziennikarzom koniecznej niezależności materialnej — jest niezbędne dla uporządkowania podstawowych warunków rozwoju prasy.

W toku pracy nad uporządkowaniem spraw redakcyjnych wysunęło się dotychczas nietknięte a ważne zagadnienie prywatnych agencji informacyjnych. Działalność tych agencji nasuwa w niektórych wypadkach pewne zastrzeżenia zarówno z punktu widzenia ogólnego jak z punktu widzenia interesów prasy. Dlatego uregulowanie tego zagadnienia należy do najpilniejszych problemów prasowych w Polsce.

Porozumienie, osiągnięte w sprawie poziomu polemiki prasowych, powołanie do życia Komisji Orzekającej i wreszcie zbiorowa umowa dziennikarska, oto plan współpracy Związku Dziennikarzy R. P. z Polskim Związkiem Wydawców Dz. i Cz. Na drodze do podniesienia powagi prasy polskiej i jej autorytetu, — etapy wielkiego znaczenia. Mamy nadzieję, że rok bieżący przyniesie w tym

zakresie nowe zdobycze, że prace przygotowawcze nad utworzeniem Towarzystwa Wiedzy Prasowej doprowadzą do zamierzonego celu. I że problem uporządkowania prasowych źródeł informacyjnych wejdzie na drogę konkretnych rozstrzygnięć.

Doniosłe zagadnienie

W grudniu ub. roku komendant Wyższej Szkoły Wojennej, gen. Kutrzeba, wygłosił w siedzibie Polskiej Akademii Literatury odczyt o nowoczesnej obronie granic Polski. Przyszła wojna będzie miała — według koncepcji prelegenta — charakter powszechny, obejmie cały kraj od właściwego frontu bojowego poprzez linie komunikacyjne, zakłady przemysłowe, aż do ośrodków intelektualnych. Jaką w przyszłej wojnie będzie rola prasy? W jakiej mierze obecna organizacja prasy przystosowana jest do pogotowia obronnego na wypadek wojny? Jak należy rozumieć te przygotowanie?

Kraje o ustroju totalnym zajmują się tym problemem specjalnie. Dowodem publikacje poświęcone służbie informacyjnej w czasie wojny.

W Polsce zagadnienie organizacji pracy twórczej i wynalazczej ze stanowiska potrzeb obronnych państwa dojrzało do dyskusji publicznej. Dowodem praca Ministra W. R. i O. P. prof. Wojciecha Świętosławskiego w zbiorowej publikacji ku uczczeniu dyr. Stanisława Michalskiego p. t. „Kultura i nauka”. Prof. Świętosławski nie domaga się podporządkowania pracy twórczej wyłącznie celom utylitarnym. Apeluje jednak do uczonych, aby, obok prac ściśle teoretycznych, podejmowali również i organizowali badania naukowe w dziedzinie zagadnień dla państwa najważniejszych.

Od obowiązku tego nie może być zwolniona prasa i przyszłe ośrodki wiedzy prasowej. Warunki pracy dziennikarzy i wydawców w czasie wojny ulegną nagłym zmianom wskutek zaostrzonej cenzury wojskowej i trudności techniczno-wydawniczych, oraz zdekompletowania personelu pracowniczego. Działania wojenne ogarną rozległe tereny, przekształcając tradycyjny podział na „front” i „tyły”. Dla dowództwa wojskowego prasa będzie skutecznym środkiem kształtowania opinii społecznej i podtrzymywania zapału. Nie przesądzając, w jakich konkretnych formach taka współpraca się ułoży, musimy stwierdzić, że strona techniczno-organizacyjna prasy musi być znana w wyższym niż dotychczas stopniu kierowniczym czynnikom armii a zwłaszcza oficerom sztabowym. Mające powstać w Polsce ośrodki wiedzy prasowej winny w programie prac dostatecznie uwzględnić zagadnienie uprzystępowania prasoznawstwa sferom wojskowym.

Instytut Wiedzy Prasowej powinien objąć swym zasięgiem zagadnienia obronne państwa. Obowiązkiem pracowników naukowych na tym odcinku winny być studia nad tym, co się w zakresie prasowym na wypadek wojny przygotowuje poza granicami kraju. Na razie chodzi o postawienie na porządku dziennym aktualnego problemu.

Organizacje dziennikarskie i wydawnicze w programie prac na rok 1938 zapewne uwzględnią tak aktualny problem roli prasy z punktu widzenia obronności państwa.

Jerzy Gutsche.

Preliminarz Budżetowy Państwa na rok 1938-39

Preliminarz budżetowy Państwa, przedłożony Izbowi do rozpatrzenia, zawiera szereg pozycji, dotyczących dziedziny prasowo-wydawniczej.

Wpłata Polskiej Agencji Telegraficznej do Skarbu Państwa prelimitowana jest podobnie jak w latach ubiegłych na 60.000 zł. Rachunek strat i zysków P. A. T. za rok 1936 wykazuje stratę handlową w wysokości 27,7 tys. zł. (w roku 1935 zysk P. A. T. wyniósł 222 tys. zł.). Deficyt wywołany został 1) wzrostem wydatków Redakcji Informacyjnej, spowodowanym znacznymi kosztami obsługi zagranicznej w związku z wojnami abisyńską i hiszpańską, oraz

zmniejszeniem dochodów, 2) w Biurze Wydawnictw na skutek obniżenia stawek ogłoszeniowych w „Monitorze Polskim” oraz znacznego spadku prenumeraty urzędów i instytucji państwowych, 3) w Biurze Ogłoszeń i Reklam wskutek ograniczenia budżetów reklamowych w poszczególnych przedsiębiorstwach i monopolach. Nie bez wpływu pozostała również likwidacja drukarni państwowych w Łodzi i Lublinie.

Wyniki finansowe poszczególnych działów P. A. T. w r. 1936 w porównaniu z r. 1935 przedstawiały się jak następuje:

DZIAŁ	1936 r.			1935 r.
	Koszty eksploatacyjne (w tys. zł.)	Wpływy z produkcji zasadniczej (w tys. zł.)	Zysk lub strata (w tys. zł.)	Zysk lub strata (w tys. zł.)
Redakcja Informacyjna	1.689.—	917.—	— 772.—	— 514.—
Biuro Wydawnictw	849.—	1.834.—	+ 985.—	+ 1.061.—
Biuro Ogłoszeń i Reklam	1.694.—	2.129.—	+ 435.—	+ 487.—
Biuro Filmowe	846.—	442.—	— 44.—	— 59.—
Instytut Filmowy	191.—	171.—	— 20.—	— 26.—
Centrala Druków	3.778.—	3.900.—	+ 122.—	+ 53.—
Drukarnie Państwowe	3.170.—	3.639.—	+ 469.—	+ 500.—

Jak widać z powyższej tabeli działami deficytowymi są: Redakcja Informacyjna, Biuro Filmowe i Instytut Filmowy; działami dochodowymi: Biuro Wydawnictw, Biuro Ogłoszeń i Reklam, Centrala Druków i Drukarnie Państwowe. Dodać należy, że podane powyżej kwoty wydatków na redakcję informacyjną obejmują jedynie wydatki centrali, nie obejmują zaś wydatków na służbę informacyjną, ponoszonych przez oddziały.

W objaśnieniach do preliminarza znajdujemy ciekawe dane dotyczące nakładów wydawnictw Polskiej Agencji Telegraficznej. Biuro Wydawnictw P. A. T. wydawało w r. 1936 m. inn.:

Monitor Polski — Dziennik Urzędowy Rzeczypospolitej w średnim nakładzie 4000 egz. (ogółem w r. 1936: 1061 kolumn tekstu urzędowego i 1315 kolumn ogłoszeń).

Zbiór Wyroków N. T. A. w nakładzie 750 egz.

Gazetę Lwowską — w dzierżawie. Biuletyn Giełdowy w nakładzie 1300 egz.

Wiadomości Portu Gdynińskiego — miesięcznik w nakładzie 500 egz.

Rocznik Polityczno-Gospodarczy w nakładzie 3000 egz.

Arkady — miesięcznik w nakładzie 2000 egz.

W wpływach Ministerstwa Poczty i Telegrafów prelimitowana jest kwota 10.000 zł. jako udział w zyskach sp. z o. o. „Reklama Pocztowa”. Odpowiednia suma w roku ubiegłym wynosiła 25 tys. zł. W preliminarzu ani w objaśnieniach do niego nie znajdujemy żadnych bliższych danych o działalności „Reklamy Pocztowej”.

Przedsiębiorstwo Polska Poczta, Telegraf i Telefon przeznaczają na reklamę usług poczty 50 tys. zł.

W preliminarzu Ministerstwa Komunikacji znajdujemy w dwóch pozycjach kwoty przeznaczone na popieranie i

propagandę turystyki. Zarząd Główny przewiduje na ten cel wydatek 50 tys. zł., a przedsiębiorstwo „Polskie Koleje Państwowe” — 2060 tys. zł., czyli 3 razy więcej niż w roku ubiegłym (w r. 1937/8 — 700 tys. zł.).

Sumy z preliminarza Zarządu Głównego mają iść na „zasilki na domy wycieczkowe, schroniska turystyczne, budowę i znakowanie ścieżek górskich oraz na wydawnictwa turystyczne”. „Wydatki na cele propagandowe P. K. P. obejmują wydawnictwo ilustrowane-

Posiedzenie konstytuujące Komisji Orzekającej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy

W dniu 21 stycznia r. b. odbyło się posiedzenie konstytuujące Komisji Orzekającej Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy, na którym dokonano wyboru prezydium.

Na przewodniczącego Komisji na rok 1938 powołany został jednomyślnie p. Stefan Krzywoszewski, prezes Zarządu Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Wiceprzewodniczącym wybrano również jednomyślnie wiceprezesa Związku Dziennikarzy, red. Witolda Giełżyńskiego. Skład Komisji Orzekającej przedstawia się 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), płk. Adam Rudnicki (Polska Zbrojna). Z ramienia Związku Dzienni-

go przewodnika kolejowego, druk ulotek i widokówek dla zagranicy, plakatów propagandowych, subwencjonowanie zagranicznych biur podróży, subwencjonowanie instytucji społecznych i samorządowych w dziedzinie ich zamierzeń inwestycyjnych z zakresu turystyki, zagraniczną reklamę prasową oraz udział w międzynarodowych imprezach propagandowo-turystycznych”.

Jak wynika z powyższego objaśnienia, Ministerstwo Komunikacji nie zmieniło swego ustosunkowania do zagadnień propagandy turystyki wewnętrznej, unikając w dalszym ciągu reklamy prasowej na łamach pism krajowych.

Ministerstwo Spraw Wewnętrznych przewiduje subwencję w wysokości 5100 zł. dla czasopism technicznych.

Ministerstwo Rolnictwa i Reform Rolnych zwiększyło znacznie „subwencje na popieranie kultury wsi” (z 296 tys. zł. w r. ub. do 447 tys. w r. b.) motywując to między innymi koniecznością popierania czasopism rolniczych oraz znacniejszego poparcia akcji czytelnictwa drogą obniżenia prenumeraty czasopism. Lasy Państwowe prelimitują na propagandę ogólną i handlową 225 tys. zł. (w roku ub. — 200 tys.).

Uzdrowiska Państwowe przeznaczają na propagandę i wydawnictwa 79.215 zł. (w r. 1937/8 — 61.500 zł.). Szczegółowe zestawienie porównawcze przedstawia się następująco:

	1938/9	1937/8
Busko-Zdrój	13.015	11.500
Ciechocinek	22.000	15.000
Druskienniki	11.800	10.000
Krynica	30.400	24.000
Szkoło	1.000	1.000

Z pośród monopolów państwowych, podobnie jak w latach ubiegłych, tylko monopol loteryjny uwidacznia sumę przeznaczoną na reklamę. Suma ta w trzecim już z kolei okresie budżetowym wynosi 410 tys. zł.

Ministerstwo Opieki Społecznej, prelimitując 3.143 tys. na walkę z chorobami i przeznaczając z tego 80.000 na akcję zapobiegawczą i propagandową, nie przewiduje żadnych kwot na propagandę prasową.

karzy pp.: Zygmunt Berezowski (Warszawski Dziennik Narodowy), Witold Giełżyński (I. K. C.), dr. Tadeusz Głuźniński (A. B. C.), Ryszard Piestrzyński (Kurier Poranny), Zygmunt Piotrowski (Robotnik), Mieczysław Starzyński (Gazeta Polska), Antoni Wieczorkiewicz (d. Dziennik Poranny).

Na mocy uchwały, powziętej na zebraniu przedstawicieli Związku Dziennikarzy R. P. i Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism oraz wydawców i naczelników redaktorów dzienników warszawskich, w dn. 25.X. 1937 r., Komisja Orzekająca Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy ma za zadanie orzekanie w sprawach dotyczących polemik prasowych między wydawnictwami i dziennikarzami.

Biuro Komisji Orzekającej mieści się w lokalu Związku Wydawców, tel. 540-50.

Polski rynek ogłoszeniowy w roku 1937

Rok 1937 przyniósł w Polsce dalsze, coraz wyraźniejsze i głębsze dowody poprawy sytuacji gospodarczej.

Według obliczeń Instytutu Badania Konjunktur Gospodarczych i Cen ogólny wskaźnik produkcji przemysłowej, który w r. 1932 spadł do poziomu 53,7 (przyjmując rok 1928 za 100) w listopadzie 1937 podniósł się do poziomu 86,8. Rzut oka na kształtowanie się sytuacji w ważniejszych gałęziach przemysłu wykazuje, iż rok 1937 dał nam: wyraźny wzrost produkcji w przemyśle węglowym, naftowym, w hutnictwie żelaznym, w przemyśle cynkowo-olowianym, mineralnym, chemicznym, drzewnym, spożywczym, papierniczym; niejednolicie kształtowała się sytuacja w przemyśle włókienniczym, ale wyraźny był wzrost produkcji przędzy bawełnianej; w dziedzinie handlu zagranicznego obroty były naogół większe niż w r. 1936, przy czym zaznaczył się wyraźny wzrost importu; wzrosły na ogół obroty wewnętrzne handlu hurtowego; poważnie podniósł się zbyt artykułów monopolowych.

Dysproporcja

w dziedzinie ogłoszenia prasowego.

Zdawałoby się, że takie kształtowanie się sytuacji gospodarczej w kraju powinno spowodować silny rozrost reklamy prasowej, zwłaszcza, że w okresie gdy wraz z rozwojem produkcji wzrasta zatrudnienie i dopływ gotówki do wszystkich warstw społeczeństwa — otwierają się przed przemysłem i handlem specjalnie ciekawe i frapujące perspektywy pozyskiwania przy pomocy racjonalnej reklamy nowych nabywców.

Niestety, stwierdzić należy wyraźną dysproporcję między skalą i tempem ogólnej poprawy gospodarczej, a rozwojem sytuacji w dziedzinie reklamy prasowej.

Lekki, niejednolity

wzrost ilości ogłoszeń.

Z uwagi na rozproszenie reklamy prasowej w setkach wydawnictw codziennych i periodycznych nie dysponujemy dotychczas w Polsce cyfrowymi zestawieniami, dotyczącymi spadku i wzrostu ilości i wartości ogłoszeń pomieszczanych w prasie. Stała jednak obserwacja rynku ogłoszeniowego oraz informacje ważniejszych wydawnictw i biur ogłoszeń pozwalają stwierdzić, iż w stosunku do silnego spadku ogłoszeń, jaki przyniosły najcięższe lata kryzysu tj. okres lat 1931 — 1934, ani rok 1936, ani nawet 1937 nie dały prasie polskiej takiej poprawy sytuacji ogłoszeniowej, która odpowiadałaby, bodajby w przybliżeniu, poziomowi i tempu poprawy w

innych dziedzinach naszego życia gospodarczego.

Rok 1937 przyniósł lekki, ale bardzo niejednolity wzrost dopływu ogłoszeń do prasy. W wydawnictwach uznawanych na rynku za specjalnie dobre i ważne organy ogłoszeniowe oraz w wydawnictwach specjalnie aktywnych, jeśli chodzi o propagandę własną i akwizycję — rok 1937 dał wzrost wpływów z ogłoszeń wahający się w granicach od kilku do kilkunastu procent, a w poszczególnych, wyjątkowych wypadkach dochodzący do 20%.

W większości jednak wydawnictw obroty ogłoszeniowe pozostawały w r. 1937 na dotychczasowym, a więc niskim poziomie; są nawet wydawnictwa, w których obroty te uległy pewnemu spadkowi. To niepomysłne kształtowanie się sytuacji ogłoszeniowej szczególnie wyraziście daje się obserwować w wielu mniejszych dziennikach prowincjonalnych i w szeregu periodyków; działy ogłoszeniowe tych dwu kategorii wydawnictw znajdowały się w roku 1937 w dalszym, wyraźnym zaniedbaniu.

Nowi inserenci — nowe biura ogłoszeń.

Wzrost wpływów ogłoszeniowych w części prasy osiągnięty został głównie w drodze podwyższenia budżetów ogłoszeniowych przez szereg stałych inserentów; można było przy tym obserwować następujące, ciekawe i znamienne zjawisko: szereg inserentów wypróbowałszy w latach ostatnich, przeważnie bez należytych rezultatów, intensywne korzystanie z innych środków reklamy — powrócił w roku 1937 do zwiększenia wydatków na ogłoszenia prasowe.

Natomiast, mimo silnego wzrostu produkcji, wzmoczenia importu i ożywienia handlu hurtowego, rok 1937 nie przyniósł, w dziedzinie reklamy prasowej, ani jednego inserenta naprawdę wielkiego, tj. przeznaczającego na reklamę rocznie kilkaset lub co najmniej paręset tysięcy złotych. Pojawiła się natomiast na rynku pewna, niewielka zresztą, ilość nowych inserentów średnich i małych.

Jest przy tym rzeczą bardzo charakterystyczną, iż ogłoszenia wszystkich najważniejszych nowych inserentów dostarczane były prasie przez biura pracujące na rynku polskim od dawna lub co najmniej od kilku czy paru lat. Żadnej zaś aktywności nie przejawiały, jeśli chodzi o pozyskiwanie nowych inserentów, nowe biura ogłoszeń.

W roku 1937 powstała w Polsce wyjątkowo duża ilość tych nowych biur ogłoszeń. I — jak to przewidywali znawcy naszych stosunków ogłoszeniowych — biura te nie stały się czynnikiem pozytywnej, pozytywnej pracy ogłoszenio-

wej; weszły na drogę najmniejszego oporu tj. walki rabatowej o inserentów, od dawna w prasie ogłaszających się. Bilans działalności tych nowych, założonych w r. 1937, biur ogłoszeń jest raczej ujemny; nie wniosły na rynek nic pozytywnego; większość ich natomiast przyczynia się do zwiększania zamętu rabatowego i kredytowego.

Kto i jak ogłaszał się.

W okresie wiosennego sezonu ogłoszeniowego bardzo rozmaicie przedstawiała się sytuacja na poszczególnych odcinkach pracy ogłoszeniowej. Pomyślnie wypadła kampania przemysłu radiotechnicznego (wielkie kampanie firm: Państwowe Zakłady Tele- i Radiotechniczne, Telefunken, Philips, Elektrit, Kosmos oraz szereg mniejszych kampanii jak Radio Union, Capello i in.); przemysł radiotechniczny ogłaszał się przy tym w pierwszej połowie r. 1937 nie tylko intensywnie, ale i wyjątkowo długo bo aż po czerwiec. Nie przyniósł natomiast należytego silnego dopływu sezonowych, przedświątecznych ogłoszeń okres przed Świętami Wielkiej Nocy; również dość słabo wypadły wiosną i na początku lata kampanie ogłoszeniowe większości uzdrowisk i szkół; z pośród uzdrowisk szersze kampanie ogłoszeniowe rozwinęły: Morszyn, Krynica, Rabka, Ciechocinek, Wiśła, Truskawiec i parę innych; biura podróży (Orbis, Francopol, Argos i in.) ogłaszały się przeważnie niezbyt wiele i to w bardzo ograniczonej ilości pism; dość poważną kampanię ogłoszeniową przeprowadziła Linia Gdynia Ameryka; wiosną i latem dość intensywną akcję ogłoszeniową podjęła fabryka opon samochodowych i rowerowych Stomil; z firm samochodowych jedynie Polski Fiat i Lilpop pomieściły większe serie ogłoszeń, ograniczając je jednak do bardzo niewielkiej ilości pism; z pośród przedstawicieli zagranicznych samochodów znacznie większą ilość ogłoszeń ułokowały w pismach firmy Polska Spółka Motoryzacyjna i B-cia Bergman; również niewielką ilość ogłoszeń zleciło prasie kilka przedstawicielstw motocykli zagranicznych; sporadycznie, okolicznościowo ogłaszały krajowy motocykl „Szkół” produkujące go Państwowe Zakłady Inżynierii; oleje i smary samochodowe reklamowały niemal wyłącznie, w małej przytem ilości pism, „Karpaty” (koncern „Małopolska”) i Vacuum Oil Company. Nie stosowały, poza nielicznymi wyjątkami, reklamy prasowej przedstawicielstwa i fabryki rowerów; Państwowe Zakłady Uzbrojenia, produkujące rowery „Łucznicz”, zleciły serię ogłoszeń bardzo ograniczonej liczbie wydawnictw. Niewielkie kampanie, ale w poważnej ilości pism, przeprowadziły na wiosnę hodowle i składy nasion, oraz szkółki drzew na czele z firmami Ulrich, B-cia Chomicz, Godzisz, Ostrowiec, Hoser i Hozakowski. Słabo wypadły na wiosnę i latem kampanie ogłoszeniowe importerów i wytwórców aparatów i mate-

riałów fotograficznych; w tej dziedzinie zanotować można tylko niewielkie serie ogłoszeń Kodaka, Zeissa, Agfy, Leici i Vöigtländera.

Sezon jesienny i gwiazdkowy.

Po paru miesiącach normalnego letniego zastojów ogłoszeniowego — jesień i początek zimy przyniosły ożywienie na rynku ogłoszeniowym. Spowodowane to jednakże zostało głównie wzmocnieniem akcji reklamowej ze strony stałych, wielkich inserentów, ogłaszających się w różnych sezonach (radiotechnika, farmaceutyka, kosmetyka, pewne chemikalia, pewne artykuły spożywcze itp.).

Właściwy bowiem sezonowy ruch ogłoszeniowy nie dał jesienią i na początku zimy należytych rezultatów. Zawiodły niemal całkowicie jesienne i zimowe ogłoszenia przemysłu konfekcyjnego i obuwniczego; z przemysłu konfekcyjnego ogłaszały się, zresztą słabo, tylko niektóre fabryki wyrobów trykotowych (głównie Matuszewski) i kapeluszy (głównie Goepfert). Zupełnie nie ogłaszały się fabryki kaloszy i botów; do minimalnych rozmiarów sprowadziła swą, tak wydatną w latach ubiegłych, kampanię ogłoszeniową firma Bata. Nie wszystkie fabryki wyrobów cukrowych ogłaszały się w okresie gwiazdkowym; te z nich, które z ogłoszeń korzystały (Fuchs, Wedel, Suchard, Branka, Franboli, Plutos i parę mniejszych) występowały przeważnie z niewielkimi kampaniami. Również skąpo ogłaszał się przed świętami Bożego Narodzenia przemysł wyrobów spirytusowych; w tej gałęzi zanotować należy jedynie kampanię przedświąteczną Polskiego Przemysłu Wódczanego i małe serie ogłoszeń Haberbuscha i Suchowoli; Cinzano ogłaszane było w tym roku niemal wyłącznie w periodykach. Prawie zupełnie nie ogłaszali się importerzy zegarków. Z pośród piór wiecznych poważniejsze kampanie prowadziło jedynie przedstawicielstwo Watermana (kampania całoroczna) i Kawuska (kampania przedświąteczna); inne wieczne pióra ogłaszane były tylko sporadycznie, w bardzo niewielkiej ilości pism.

Jeśli chodzi o sezonowe ogłoszenia detalu, dało się zauważyć pewne ożywienie, wystąpiło ono jednak głównie tylko w kilku miastach (Warszawa, Poznań, Bydgoszcz, Toruń) i ograniczyło się w przeważnej mierze do niewielkiej ilości pism specjalnie forytowanych przez drobnego inserenta; ogłaszały się przy tym głównie firmy sprzedające: konfekcję, futra, meble, urządzenia mieszkań, radioodbiorniki, obuwie, wina i wyroby spirytusowe, artykuły spożywcze i tp. Sumarycznie ujmując sprawę jesiennych i przedświątecznych ogłoszeń detalu i biorąc pod uwagę wszystkie ważniejsze ośrodki wydawni-

cze i wszystkie poważniejsze pisma — stwierdzić należy, iż wciąż jeszcze ilość tego typu ogłoszeń jest mała.

Inserenci prywatni.

W ciągu obu głównych sezonów ogłoszeniowych ubiegłego roku, jeśli chodzi o przedsiębiorstwa prywatne, na czoło grup gospodarczych, wydatnie korzystających z reklamy prasowej, wysuwał się, tak samo jak w latach ubiegłych, przemysł i handel farmaceutyczny, chemiczny i perfumeryjno-kosmetyczny; większe i mniejsze kampanie reklamowe przeprowadziły m. in. następujące firmy tych branż: koncern Schichta, Puls, Odol, Palmolive, Pebeco, Miraculum, Scotte et Bowne, Bayer, Motor, Ontax, Bukowski, Asmidar, Perfection, Persil, Barcikowski, Stempniewicz, Żak, Wenda, Karpiński, Wojnowski, Cholekinaza, Polherba, Odesser, Paulin, Pollabor, Gąsecki, Synerga, Marynowski, Spiess, Warszawskie Laboratorium Chemiczne, Wu-El-Ka, Bourjois, Breszel i Bruzda, Ergos, Falkiewicz, Gessner, Nasierowski, Malinowski, Majde, Polo, Adamczewski, Wolski, Mikłaszewski, Mikolasch, Original, Pariwar, Paris-Varsovie, Mary, Dobrolin, Sidol, Glimar, Promonta, Radocha, Proton, Rawski, Kaiser-Borax, Szach, Vasenol, Anida, Strahl, Brocard, Sroczyński, Parfumerie d'Orient, Axela, Chemergon, Kowalski, Bochner, Apteka Mazowiecka, Guhl, Glimar, Flit, Forvil, Lubelski, Ettineer, Górnośląska Wytwórnia Chemiczna, Cedib, Glazer, Gilot, Panonia, Apotheke i in.

W ciągu całego niemal roku (za wyjątkiem miesięcy letnich) poważnie zasiłały pracę ogłoszeniami wspomniane już wyżej wytwórnie radioodbiorników; jesienią i zimą ukazały się serie ogłoszeń żarówek: Osram, Tungsram i Philips. W różnych okresach dość dużo ogłaszały się fabryki giliz (głównie: Herbewo, Aida, Sokół, Przemysł Gilzowy, mniejsze kampanie: Altesse-Wisła i Solali). Systematycznie i wydatnie stosował reklamę prasową szereg fabryk i hurtowni artykułów spożywczych (głównie: Maggi, Franck, Knorr, Ovomaltine, Oetker, mniejsze kampanie firm: Luba, Stella, Bananas, Schweitzer, Bensdorp, Wanda, Front-Fiszew i inne); z firm importujących kawę i herbatę ogłaszały się: Lyons, Pluton, Franboli, Lipton, Warszawskie Towarzystwo Handlu Herbatą i inne. Spore kampanie ogłoszeniowe przeprowadziły: przemysł produkcji i import nici zagranicznych (Krajowy Przemysł Niciany, Ifis, Güterman), wytwórnie nożyków do golenia (Grom, Chromstal, Polonóz, Polonus Zawisza i inne), fabryki elementów - baterii i sprzętu elektrotechnicznego (Centra, Gródek, Daimon), fabryki platerów (Fraget, Norblin). Z pośród towarzystw ubezpieczeniowych większą kampanię przeprowadził, w paru okresach, tylko Powszechny Zakład Ubezpieczeń Wza-

jemnych; poza tym kilka prywatnych towarzystw umieściło małe serie ogłoszeń w niewielkiej ilości najbardziej wpływowych pism. Banki (za wyjątkiem małej serii ogłoszeń Banku Komunalnego) zupełnie nie korzystały z reklamy prasowej. Natomiast dość dużą ilość ogłoszeń zleciły prasie komunalne kasy oszczędności z dwoma warszawskimi K. K. O. na czele. Paromiesięczne kampanie reklamowe w dużej ilości pism przeprowadziły Targi Poznańskie i Targi Wschodnie. Ponadto z pośród większych serii ogłoszeń inserentów różnych branż na zanotowanie zasługują ogłoszenia firm: Herzfeld i Victorius, Ómielów, Höntsch, Czechowiczka, Glocer, szereg kursów samochodowych, szereg kursów i szkół kosmetycznych itp. Wielkim, lokalnym inserentem prasy warszawskiej była w roku ubiegłym Elektrownia Miejska.

Monopole, instytucje i przedsiębiorstwa państwowe.

Przechodząc do ogłoszeń monopolów, przedsiębiorstw i instytucji państwowych podkreślić należy na wstępie wielkie kampanie ogłoszeniowe P. K. O. i Loterii Państwowej. Szczególnie żywe zrozumienie wagi i skuteczności ogłoszenia prasowego daje Loteria Państwowa, której dyrekcja gros swego poważnego, bo wynoszącego 410.000 zł, funduszu propagandowego przeznacza na reklamę prasową; z kampanią Loterii Państwowej ściśle się wiążą trzy razy co roku powtarzane wielkie serie ogłoszeń wszystkich większych kolektur loteryjnych. W paru okresach serie dużych ogłoszeń pomieścił w prasie Monopol Spirytusowy; natomiast minimalnie korzystał z reklamy prasowej Monopol Tytoniowy. Ministerstwo Poczty w roku ubiegłym dysponowało w swym budżecie na cele propagandowe kwotą zaledwie 50.000 zł. i w rezultacie bardzo słabo korzystało z reklamy prasowej; również nie posiłkowało się reklamą prasową Ministerstwo Komunikacji; charakterystyczną jest przytym rzeczą, że wyszczególnienie wydatków z funduszu propagandowego - reklamowego tego ostatniego ministerstwa (fundusz ten wynosił 700 tys. zł.) nie przewidywał wydatku na reklamę prasową. Dość poważną ilość zleceń ogłoszeniowych otrzymały w roku ubiegłym dzienniki i czasopisma z Generalnej Dyrekcji Lasów Państwowych i podlegającej tej dyrekcji firmy „Paged” W ciągu całego roku przeprowadzało na łamach prasy kampanię reklamową Polskie Radio. Przy pomocy łamów szeregu wydawnictw prowadził akcję informacyjno-propagandową MS. O akcji ogłoszeniowej szeregu innych instytucji i przedsiębiorstw państwowych była już mowa w pierwszej części niniejszych uwag.

Reklama zbiorowa

Rok miniony nie przyniósł w Polsce żadnych większych poczyną w dziedzi-

nie propagandy i reklamy zbiorowej, tak wielką rolę odgrywającej w życiu gospodarczym szeregu krajów zagranicy. Zanotować tu można tylko niewielkie kampanie: Związku Komunalnych Kas Oszczędności, przemysłu cementowego i zrzeszonych organizacji rybackich.

Nastrój w prasie i perspektywy roku 1938.

Jak już zaznaczone zostało na wstępie tych uwag, nie dla wszystkich wydawnictw w Polsce w jednakowy sposób kształtowały się w roku ubiegłym sprawy ogłoszeniowe. Wśród tej części prasy, której rok 1937 przyniósł wzrost ilości ogłoszeń, dawała się wyczuwać wyraźna tendencja do zapewnienia sobie lepszych i korzystniejszych niż dotychczas warunków pracy ogłoszeniowej; w ślad za tym przyszło stopniowe likwidowanie wielu ustępstw do których zmuszał okres kryzysu; zaczęto m. in. stosować ściślejsze niż dotychczas przestrzeganie warunków płatności i oględne operowanie kredytem, zwłaszcza w stosunku do nowych biur. Jedno z wielkich, dobrze i sprężyście administrowanych wydawnictw obniżyło w roku ubiegłym udzielane dotychczas wszystkim klientom i biurom ogłoszeń rabaty z 30 na 20%, a mimo to zwiększyło ilość ogłoszeń. Szereg innych wydawnictw przeprowadził mniejsze zmiany, idące

w kierunku poprawy, na korzyść wydawnictw, warunków ogłoszeniowych.

Rozwój sytuacji gospodarczej w kraju pozwala mniemać, iż rok 1938 stwarza w dziedzinie reklamy możliwości nie tylko utrzymania obecnego stanu rzeczy, ale osiągnięcia dużej poprawy sytuacji. Na rynku polskim pracuje szereg wielkich producentów i importerów, którzy mogą być dla reklamy prasowej pozyskani; wielkie perspektywy mogłyby otworzyć podjęcie szeregu kampanii reklamy zbiorowej. A wreszcie bardzo wiele nowych możliwości leży w dziedzinie ogłoszeń średniego i drobnego przemysłu, handlu detalicznego i rzemiosła; lata ostatnie przyniosły tym gałęziom życia gospodarczego zwiększenie obrotów, ale dopiero w roku ubiegłym zaczęły one odczuwać finansowe, zarobkowe skutki tej poprawy; nadszedł więc moment odpowiedni po temu, by pozyskać dla reklamy prasowej te tysiączne rzesze firm, mogących być drobnymi wprawdzie, ale ważnymi, dzięki swej masowości, inserentami.

To też rozpoczynający się rok daje wdzięczne i rozległe pole do pozytywnej i owocnej pracy zarówno dla aktywnych, chcących i umiejących iść naprzód administracji wydawnictw, jako też dla biur ogłoszeń, chcących pożytecznie pracować na rzecz prasy.

Franciszek Kusz

Problem druku gazetowego

Artykuł niniejszy jest streszczeniem referatu, wygłoszonego przez p. H. G. Clarke (Anglia) na Kongresie właścicieli i dyrektorów drukarni, który odbył się w Budapeszcie w sierpniu ub. r. Tezy referatu uzupełnione zostały uwagami, opartymi na własnych obserwacjach i doświadczeniach autora artykułu.

W miarę wzrostu oświaty szerokich mas ludności, gazeta staje się artykułem pierwszej potrzeby. Problem produkcji artykułu tak ważnego poddany został gruntownym i systematycznym badaniom. Szły one i idą w dalszym ciągu we wszystkich kierunkach; m. in. podjęta została analiza produkcji technicznej gazety, w szczególności zaś — badania nad surowcami, niezbędnymi w drukarstwie, z których najważniejsze są: papier, farba i metal. Przy badaniach tych jako główny cel — obok sprawności produkcji — brano pod uwagę konieczność nadania gazetce takiej szaty graficznej, by czytanie pisma było jak najbardziej ułatwione.

Jednym z krajów, gdzie poświęcono w ostatnich latach najwięcej uwagi problemowi ułatwienia procesu czytania gazet, jest Anglia. Przede wszystkim więc zastosowano najdoskonalsze maszyny, na jakie inżynierowie-konstruktorzy zdobyć się mogli. Na przykładzie „Timesów” w Londynie, które w roku 1932 gruntownie zmieniły swe instalacje techniczne, wzorowały się i nadal wzorują wydawnictwa prowincjonalne, zmieniając gruntownie swe urządzenia i maszyny. Poświęcono również wiele uwagi czynnikom zasadniczym, tj. surowcom, których jakość trzeba było dostosować do ogromnej szybkości produkcji, aby nie tylko nie obniżyć, ale jeszcze podnieść poziom tej

produkcji. Zastosowano najbardziej żywe i proste czcionki nagłówkowe, ze szczególnym uwzględnieniem czcionek dla nagłówkowania ogłoszeń oraz dla składania tytułów poszczególnych działów, przy czym przyjęto zasadę, że krój czcionek tytułowych powinien być w miarę możliwości dostosowany do treści informacji lub ogłoszenia, tak, ażeby czytelnik, przyzwyczajony do układu pisma, z charakteru czcionek mógł już wnioskować, czy dana wiadomość leży w sferze jego zainteresowań.

Poddano również badaniom wpływ zabarwienia papieru na czytelność pisma, analizowano wpływ różnych gatunków papieru gazetowego na jakość druku.

Nie mniej ważnym czynnikiem, który poddawano studiom, to wybór odpowiedniej farby. Farbie poświęciliśmy niedawno specjalny artykuł i w przyszłości temat ten będziemy mieli na uwadze. Na tym miejscu ograniczymy się do podania praktycznej wskazówki. Długotrwałe studia i obserwacje nad farbą, służą do druku na maszynach wyposażonych bądź to w walce gumowe bądź żelatynowe wykazały, że farby rotacyjne wymagają odpowiedniej temperatury. Jak się okazało, wynosi ona 16—19° Celsjusza. Taką więc temperaturę utrzymywać należy w hali maszyn rotacyjnych.

Następnym z kolei surowcem drukarskim, któremu poświęcimy kilka uwag, jest *metal gazetowy*. Dopiero od niedawna, bo w ostatnich latach, zaczęto analizować metale, zestawiane dla produkcji gazetowej.

Dużą rolę odgrywa właściwe zestawienie stopu, tudzież odpowiednia temperatura przy odlewach. Są to ważne czynniki uzyskania doskonałego stopu. Dobry metal drukarski posiadać winien dwie zasadnicze właściwości. Powinien być dostatecznie płynny, przy czym jednak nie może osiągać temperatury, pod działaniem której matryce ulegałyby spalaniu. Musi też przy twardzeniu utrzymać odpowiednią elastyczność, aby nie zatracala się ostrość odlewu. Płynność nadaje metalowi jego główny składnik — ołów. Elastyczność i twardość nadaje przymieszka antymonu. Antymon sam substancja twarda, związała a łamliwa, dopiero przy wysokiej temperaturze staje się płynny. Dodatek cyny, materiału giętkiego i łatwo płynnego sprawia, że stop tych trzech metali, odpowiednio dozowanych, stwarza materiał, który daje ostry obraz w odlewie, nie niszcząc form matrycowych. Właściwe proporcje metali drukarskich podaje następujące zestawienie:

Metal stereotypowy: cyna 3—10%, antymon 14—17%, ołów 63—73%.

Metal linotypowy: cyna 2—4%, antymon 10—13%, ołów 88—83%.

Metal monotypowy: cyna 5—12%, antymon 14—25%, ołów 81—83%.

Właściwe zastosowanie odpowiedniej temperatury dla odlewów drukarskich jest bardzo ważnym momentem. Mnóstwo robót idzie na marne, chociaż zestawienie stopów było należycie dopilnowane, bo temperatura nie była odpowiednia. Nie należy przy tym lekceważyć drobnych na pozór czynników, które często poważne wywołują skutki. Są nimi: szybkość spływu metalu do formy, proces ochładzania, wielkość płyt stereotypowych, wreszcie temperatura powietrza w warsztacie. Ogólnie przyjętą jest zasada: im prędzej ochładzane bywają odlewy, tym są one trwalsze. Tłumaczy się to tym, że szybkie ochładzanie powoduje rozdzielanie kryształków antymonu, które tworzą t.zw. powierzchnię roboczą stopu.

W drukarniach gazetowych, w których bywają drukowane stale wielkie nakłady, z natury rzeczy wyjałowienie metali następuje w krótkim czasie. W takich wypadkach zaleca się w interesie jakości produkcji, należyte nasytanie metali antymonem i cyną.

Wielu błędów, kłopotów i strat unika drukarz, który poleca dopilnować, aby temperatura odlewów była należycie stosowana.

Kontrola temperatury metali drukarskich wykonuje się najdokładniej i najpraktyczniej przy pomocy specjalnych aparatów i urządzeń termostatycznych, przy zastosowaniu gazu lub elektryczności.

Najwłaściwszą temperaturą dla metali drukarskich jest temperatura 330° Celsjusza.

Brudzenie i przeświecanie druku.

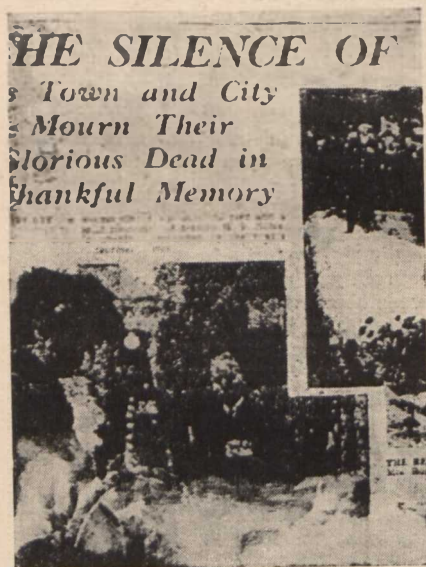
Brudzenie i transparowanie druku na drugą stronę papieru, tudzież zanieczyszczanie cylindrów drukarskich bywają znanym a częstym źródłem kłopotów drukarni oraz strat w materiale i czasie.

Zagadnienie t. zw. „brudzenia” czyli odbijania się druku na sąsiednich stro-

nach ma specjalne znaczenie przy druku gazet, które nie mają czasu na wyschnięcie. Szczególnie niebezpieczeństwo brudzenia przedstawiają ogłoszenia i ilustracje w czasopismach, które używając lepszych gatunków papieru, korzystając z maszyn rotacyjnych. Dla pokonania tej trudności zaczęto ilustracje tak montować, aby trafiały na pierwsze cylindry. Nie rozstrzygnięto jednak jeszcze trudności druku rotacyjnego przy autotypiach, po obu stronach gazety.

Pokonanie trudności, związanych z brudzeniem i przeświecaniem druku, wymagać będzie wiele jeszcze pracy i wysiłku ze strony konstruktorów maszyn i producentów farb, a najwięcej — ze strony fabrykantów papieru. Wydaje się bowiem, że klucz do rozwiązania zagadnienia leży w jakości papieru.

Dr Riddel, dyrektor angielskiego instytutu badawczego dla przemysłu graficznego poświęcił wiele pracy i czasu zagadnieniu przeświecania druku. Niektóre swoje doświadczenia fotografował i na kongresie tegorocznym w Budapeszcie prezentował zebrany. Sądzą, że skoro dla kongresu były one dostępne, nie popełnił przestępstwa, podając poniżej tablice, ilustrujące doświadczenia dra Riddela.



1. Fotografia strony gazetowej, dokonana przy zwykłym świetle.

Dr Riddel mniejszą uwagę poświęca farbie, która, jego zdaniem, powinna być szybciej schnąca niż farby obecnie używane. Więcej uwagi zwraca na jakość papieru rotacyjnego. Zdaniem dra Riddela w większości wypadków przeświecanie spowodowane jest nieodpowiednim gatunkiem papieru, który byłby cienki lub zbyt porowaty. Wady papieru są, moim zdaniem, również jedną z przyczyn t. zw. brudzenia. Ma ono miejsce wówczas, gdy papier nie został odpowiednio w masie skompresowany i kiedy przy zetknięciu z walcami maszyny drukarskiej ściera się jego powierzchnia, brudząc nie tylko produkt drukarski, ale zanieczyszczając również maszynę i kałamarze.

Kiedy w roku bieżącym zwiedzałem jedną z największych fabryk farb drukarskich na kontynencie, należącą do firmy Braci Hartmann Halle, współwłaściciel tej fabryki pokazywał mi w dziale farb rotacyjnych reklamację poważnego konsumenta, który żalił się na



2. Fotografla odwrotnej strony kolumny gazetowej. Widoczny jest tekst, drukowany na odwrocie.

złą jakość produktu i wykazywał straty, jakie skutkiem tego ponosi. Farba po pewnym okresie druku zasmarowała powierzchnię, pokryte czcionkami, a mycie walców pomagało tylko na czas krótki. W mojej obecności poddano nadesłaną próbę laboratoryjnej analizie. Po rozłożeniu chemicznym na poszczególne substancje i po wysuszeniu zostało sporo masy, która z farbą nie miała nic wspólnego. Kiedy substancję tę zbadano, okazało się, że jest to drobny pył pochodzenia papierowego. Papier był zbyt luźny, nie zawierał składników wiążących w dostatecznej ilości i wskutek tego okazał się podatnym do pylenia. Pył papierowy, osiadając na walcach drukarskich i mieszając się z farbą, uniemożliwił w końcu druk gazety.

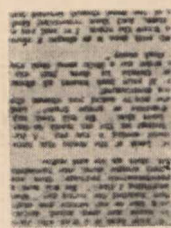
W związku z papierem krótka uwaga: wiele kłopotu sprawiają niejednokrotnie drukarzom załamania i fałdy w papierze rotacyjnym. Braki te są skutkiem nieodpowiedniego obchodzenia się z rolami wapierni, szczególnie przy przewijaniu papieru z rol maszynowych na role drukarskie. Pożądane byłoby, aby papiernie zwróciły na to uwagę i postarały się te niedomagania usunąć.



3. Fotografia dokonana przy zastosowaniu ultrafioletowych promieni wykazuje, jak olej strony odwrotnej przebija na papier.

Druk typograficzno-rotacyjny.

Spotykamy często, że ilustracje autotypowe odbijane rotacyjnie, przeświecają na odwrotną stronę:



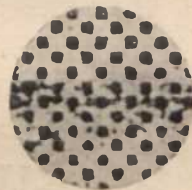
Ryc. 1. Odbitka jest widoczna na odwrocie.



Ryc. 2.

Fachowcy nie byli zgodni co do przyczyny tej wadliwości — nie wiadomo, czy źródło prześwieciań przypisać należy transparentności papieru, czy też brudzeniu farbą. Odwołano się do opinii instytutu dla spraw graficznych w Londynie.

Mikroskopowe badania tych odbitek wykazały, że: pomiędzy punktacjami autotypowymi przeświecień odwrotnej strony widoczne są ślady siatki.



Ryc. 3. Autotypia (15-krotnie powiększona). Widoczna jest tu farba między zabrudzonymi punktami.



Ryc. 4. Ta sama autotypia, co na ryc. 3 (92-krotnie pow.). Tu widzimy że miejsca międzypunktowe są zupełnie zabrudzone farbą.

Odbijanie czy przeświecanie? Czy farba brudzi, czy też papier prześwieca? W chęci udzielenia na to pytanie odpowiedzi, drobny ściniek zadrukowanego papieru gazetowego o grubości 0,000032 m/m, poddano badaniom mikroskopowym. Stwierdzamy, że farba, widoczna na powierzchni, niezbyt głęboko wsiąka w papier.



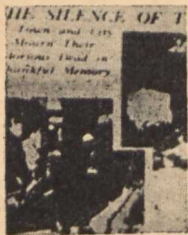
Rys. 5. Przekrój przez papier gazetowy (138-krotnie powiększenie). Widoczna jest warstwa farby i struktura papieru.

Powyższe doświadczenie dowodzi, że farba tu nie przebija. A może olej, w farbie zawarty, był tu przyczyną przeświecania? Doświadczenie wykazało jednak, że farba nie przeniknęła przez całą grubość papieru. Wobec tych wątpliwości przeprowadzono ponownie badania, tym razem przy pomocy promieni ultrafioletowych. Promienie te sprawiają, że niektóre przedmioty, ustawione w ciemności, występują barwnie. — Papier gazetowy np. ukaże się pod działaniem ultrafioletowych promieni jako płaszczyzna czerwona, zaś olej mineral-



**KSIĘGARNIE KOLEJOWE
KOLPORTAŻ MIEJSKI
DOSTAWA DZIENNIKÓW I CZASOPISM**

ny, jeden ze składników farby rotacyjnej, występuje w kolorze niebiesko-zielonym. Doświadczenie to pozwala stwierdzić, czy powodem przebijania druku na odwrotną stronę jest olej.



Ryc. 6. Fotografia ilustracji przy zwykłym świetle. Tekst czcionkowy ze strony odwrotnej widoczny tu jest w autotypil.



Ryc. 7. Odwrotna strona tejże ilustracji przy zwykłym świetle



Ryc. 8. Obraz pierwszej strony reprodukcji wyżej ilustracji, widziany przy naświetlaniu promieniami ultrafioletowymi. Białe miejsca świecą się z racji zawartości oleju mineralnego który przebija z drugiej strony.

Promienie fiołkowe udowadniają w tym wypadku, że istotnie mamy do czynienia z nadmiarem oleju w farbie, który przebija na odwrotną stronę druku, jednakże prześwietlanie nie wykazuje żadnej różnicy pomiędzy płaszczyznami pokrytymi czcionkami, a ilustracjami. Prześwietlanie więc druku wskutek nadmiaru oleju było nieznaczne; stwierdzono również, że i farba nie rozszerzała się nadmiernie poza granice obrazu.

Nieczystości druku mają więc w tym wypadku swoje źródło gdzie indziej, mianowicie w maszynie rotacyjnej, przy drugim cylindrze, który przytłaczając nieprawidłowo świeżo zadrukowaną taśmę papierową, siłą swego nacisku przetłacza farbę na odwrotną stronę.

Franciszek Kusz

cze knieje tej wyspy nabył znany francuski fabrykant czekolady Menier, w celach myśliwskich: hodował tam różne dzikie bestie, — łosie, wilki, rysie, różnokolorowe lisy, i na polowania ściągał znakomitych nemrodów paryskich. Z kosztownej zabawki fabrykanta czekolady Niemcy uczynią podstawę istnienia dla swych papierni. Być może, iż wskutek tego zmniejszy się ich zapotrzebowanie na papierówkę polską.

W Szwecji największa fabryka papieru Holmes Bruk (Norrköping) zakupiła olbrzymi kompleks leśny (195.000 akrów). Jednakże nie ma pewności, czy Szwecja będzie mogła w dalszym ciągu eksportować dotychczasowe quantum papieru.

W Finlandii zorientowano się, że wobec szalonego wywozu drzewa w ciągu ostatnich lat, zasób bogactw leśnych wydatnie się zmniejsza, — przestaje być niewyczerpanym. W sferach kompetentnych panuje przeświadczenie, że eksport drzewa finlandzkiego za granicę osiągnął maximum swoich możliwości i że już nie będzie go można powiększać. Koła przemysłowe zabiegają o ograniczenie wywozu surowych materiałów drzewnych. W pierwszych 9 miesiącach 1937 r. eksport papierówki finlandzkiej wykazał 33%-w ypryrost. Trzecią część wywożonego drzewa zabierają Niemcy, resztę — Francja, Holandia, Norwegia i Szwajcaria.

Zwyzka cen na papier nie ustała dotąd tylko we Francji. W grudniu cena papieru wzrosła o 32,35 fr., osiągając poziom 201,30 fr. za 100 kg. Po zwyżce cen dzienników, wielkie tygodniki paryskie, jak „Gringoire”, „Marianne” i „Choc” podniosły cenę egzemplarza (na 1,25 fr.). Stara „L'Illustration” podniosła cenę — na 5 fr. Prowincjonalne dzienniki przechodzą, jak dzienniki paryskie, na 50 cent.

Na papierowym rynku światowym pewne uspokojenie

„Bulletin” szwajcarski, śledzący uważnie stan rynków papierowych w Europie i w Ameryce, w ostatnim zeszycie (grudzień 1937) stwierdza niejaką poprawę sytuacji: dzięki usilnym zabiegom i wielkim inwestycjom finansowym powiodło się zbliżyć poziom produkcji papieru do poziomu jego spożycia. Nie należy się jednak łudzić, aby ta poprawa była już ostatecznym rozwiązaniem przesilenia. Na razie, — oświadcza organ wydawców szwajcarskich, — można mieć nadzieję, że w ciągu roku 1938 nie nastąpi dalsza zwyżka cen. Zwiększenie popytu ustało, produkcja zwiększyła się.

Trzy wielkie fabryki papieru w Kanadzie (Abitibi Power and Paper Co., Price Brothers i International Paper Co.) postanowiły cenę ustaloną na pierwsze półrocze 1938 r. utrzymać na cały rok bieżący w kwocie 150 dolarów za tonnę. Zważywszy na rolę jaką odgrywa na rynkach światowych papier kanadyjski, decyzja ta utrudni zapędy akcji zwyżkowej.

Celem zapewnienia sobie dostatecznej ilości surowca, Niemcy zakupiły od rządu kanadyjskiego (w charakterze prywatnego nabywcy), cały leśny obszar wyspy Anticosti, położonej przy ujściu rzeki Św. Wawrzyńca. Kiedyś malowni-

„NASZ SKLEP – URANIA” S. A.

HURTOWE SKŁADY PAPIERU I MATERIAŁÓW PIŚMIENNYCH
ZAKŁADY LINIERSKIE I INTROLIATORSKIE
FABRYKA ZESZYTÓW, BRULIONÓW I KSIĄG HANDLOWYCH

CENTRALA: Warszawa, ul. Sienna 15, tel. 270-97 i 590-80

ODDZIAŁY: Warszawa, ul. Jasna 1, tel. 650-97; Poznań, Pl. Nowomiejski 5, tel. 37-84; Katowice, ul. Stawowa 3, tel. 305-72
Łódź, ul. Piotrkowska 90, tel. 203-60; Brześć n/B., ul. 3-go Maja 5, tel. 1-09.

POLECA: do użytku uczącej się młodzieży wszystkich szkół specjalne

ZESZYTY WOJSKOWE, opracowane przez Wojsk. Inst. Naukowo-Oświatowy, M. S. Wojsk. dla spopularyzowania ogólnej wiedzy o wojsku.

ZESZYTY POLSKIEGO CZERWONEGO KRZYŻA, opracowane przez Zarząd Główny Polsk. Czerw. Krzyża, jako propaganda idei niesienia pomocy bliźnim w czasie pokoju i na wypadek wojny.

WIELKI WYBÓR PAPIERÓW: drukowych, handlowych, pakowych i in.

Artykułów biurowych i przyrządów kreślarskich.

Podręcznik do obliczania kosztów robót budowlanych. (Wydawnictwo własne).

ROK ZAŁOŻENIA FIRMY 1912.

Niezawodne wyniki

osiąga każdy inserent z reklamy i propagandy przeprowadzonej na lamach popularnych w Polsce czasopism Towarzystwa Wydawniczego »BLUSZCZ«, ponieważ

- 1 czasopisma koncernu »Bluszcz« docierają bezpośrednio do środowiska kobiecego, w którym, jak wiadomo, dokonywana jest największa ilość zakupów;
- 2 czasopisma koncernu »Bluszcz« są czytane przez zwarty zespół stałych czytelniczek, podstawą bowiem tych pism jest stała prenumerata, stanowiąca około 70% nakładów;
- 3 czasopisma koncernu »Bluszcz« są rozpowszechnione w całej Polsce;
- 4 czasopisma koncernu »Bluszcz« są czytane w spokojnej domowej atmosferze przez licznych członków rodziny, co znakomicie zwiększa skuteczność i trwałość ogłoszenia.

Wydawnictwa koncernu:

„B L U S Z C Z” — tygodnik

ilustrowany społeczno-literacki założony w r. 1865, najstarszy spośród istniejących w Europie — dociera do kulturalnych środowisk kobiecych

„PRAKTYCZNA PANI” — tygodnik

popularny, rozpowszechniony w szerokich kołach kobiecych — idealny organ dla reklamy artykułów masowego zbytu.

„KOBIEȚA W ŚWIECIE I W DOMU” — dwutygodnik

poświęcony życiu domowemu, towarzyskiemu i modom wytwornej pani domu, rozpowszechniony w sferach zamożniejszych, a więc kupujących więcej, oraz kupujących lepsze i droższe wyroby.

„J A T O Z R O B I Ę” — dwutygodnik

jedyne w Polsce czasopismo poświęcone robotom ręcznym oraz zagadnieniom efektywnego urządzenia wnętrza.

„DZIECKO i MATKA” — dwutygodnik

rozpowszechniony wśród młodych matek, których jest najlepszym przyjacielem i doradcą. Uwzględnia okres poczęcia i niemowlęctwa.

Egzemplarze okazowe, oferty, kosztorysy bezpośrednio lub przez biura ogłoszeń
TOWARZYSTWO WYDAWNICZE „BLUSZCZ” — WYDZIAŁ REKLAMY
WARSZAWA. SOLEC 87 TELEFON 628-44

Problem prasy polskiej na terenie Belgii, Holandii i Luksemburgu

Stały wzrost emigracji polskiej w Belgii, Holandii i Luksemburgu uczynił aktualnym zagadnienie prasy polskiej w tych trzech państwach. Potrzeba stworzenia własnego pisma, któreby odzwierciedlało stosunki, panujące w tych trzech państwach i któreby stanowiło wiadomości organizacyjne, okazała się niemal koniecznością. Zaczęły się pojawiać efemerydy prasowe, wydawane dorywczo, bez planu, wytwarzające na rynku czytelnictwem chaos. Biuletyn Mijsji Katolickiej, organ katolików polskich w Belgii, Danii i Holandii, nie przyczynił się wiele do wyjaśnienia sytuacji. Przebrzmiało bez echa wydawane od r. 1932 przez ks. dr Władysława Pajaka „Hasło”. Żywot tego pisma był krótki, bo zaledwie półtoraroczny. Inne próby, jak wydawanie pism „Polonia” czy „Informator” (r. 1934), pozostawiły po sobie tylko smutne wspomnienia. Wydawcy nie zdołali wywiązać się ze swych zobowiązań finansowych.

Tak mniej więcej wygląda „stan” prasy polskiej w Belgii, na odcinku ostatnich kilku lat. Wypada nadmienić, że właśnie w okresie tych kilku lat emigracja z Polski przybrała na sile.

Wysiłkiem garści jednostek zaczęło wychodzić na pobliskiej ziemi holenderskiej skromne objętością pismo Polaków w Holandii. Jeśli uwzględnimy fakt, że ogółem Polaków w Holandii mieszka około 3.000, a przed kilku laty było ich tam jeszcze mniej, wysiłek nauczyciela Błaszczyka w Limburgii holenderskiej, który był właściwym założycielem pisma, należy ocenić jako godny uznania. P. Błaszczyk umiał zainteresować górników, potrafił być wydawcą, redaktorem, administratorem i kolporterem. Ze skromnej pensji nauczycielskiej nieraz musiał przyłożyć grosza, a nieraz wysłuchać wymówek. Wytrwa-

łość założyciela nie pozwoliła pismu upaść. Przeciwnie, osiągnęło ono samowystarczalność. Był to może jedyny wypadek wśród skupisk polskich na szerokim świecie, że składające się z trzech tysięcy głów osiedle górniczo-robotnicze zdobyło własne niesubsydiowane pismo.

W tym czasie na terenie Belgii coraz głębiej zaczęła dominować myśl, aby miesięcznik „Polak w Holandii” przenieść na teren Belgijski. Ustalono, że wiadomości z Belgii będą nadsyłane do Brunssum w Holandii na ręce redaktora Błaszczyka. Wyłoniły się jednak trudności. „Korespondenci” nie zawsze wywiązywali się ze swych zadań na czas. Byli to przeważnie nauczyciele, którzy poza swoją pracą nauczycielską spełniają dziesiątki innych funkcji, jako instruktorzy harcerscy, sportowi, reżyserzy teatrów amatorskich, organizatorzy kółek oświatowych etc. Tak było przez rok 1935 i 1936. P. Błaszczyk w Holandii nie dał się zmóc przeciwnościom.

W roku bieżącym, bawiąc w lecie w Belgii, Holandii i Luksemburgu, starał się usilnie, aby „problem” prasy polskiej na terenie tych emigracji został rozwiązany. Po wielu debatach uchwałą centralnych organizacji polskich w Belgii, Holandii i Luksemburgu postanowiono stworzyć, a właściwie rozszerzyć zakres zasięgu „Polaka w Belgii i Holandii”, przekształcając go na „Polak w Belgii, Holandii i Luksemburgu”. Przyrzeczono sobie wzajemną współpracę, przyszedł także z realną pomocą Światowy Związek Polaków z Zagranicy. Pismo ma obecnie mieć charakter nie tylko informacyjny, lecz przede wszystkim organizacyjny. Ma być cementem, spoidłem moralnym Polaków w Belgii, Holandii i Luksemburgu. Ma być ich doradcą i powiernikiem.

Udział prasy w akcji Pomocy Zimowej

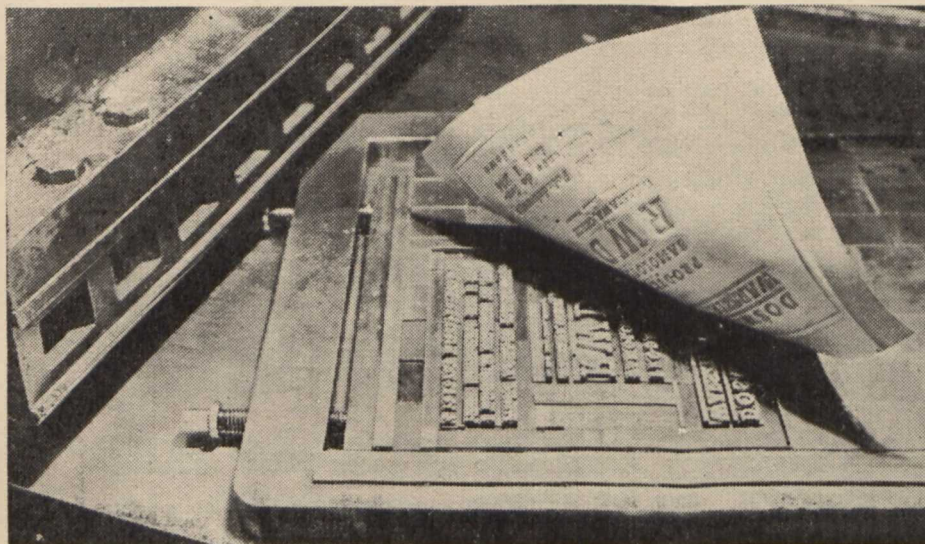
Założeniem akcji Pomocy Zimowej jest powszechność, pociągnięcie do świadczeń na rzecz bezrobotnych jak najszerszych kół społeczeństwa. Naturalne jest więc, że inicjatorzy tej doniosłej akcji tak samo w r. ub. jak i obecnie zwrócili się o pomoc propagandową w pierwszym rządzie do prasy i jej organizacji, których przedstawiciele powołani zostali do udziału w pracach sekcji propagandowej Ogólnopolskiego Obywatelskiego Komitetu Pomocy Zimowej.

Doceniając zasadnicze państwowe znaczenie akcji Pomocy Zimowej, władze Związku Wydawców nie ograniczyły się do udziału w pracach Komitetu, lecz podjęły usilne starania, aby cała prasa polska, przede wszystkim zaś zrzeszona w Związku, otwarła jak najszerszej swe łamy dla materiałów propagandowych Komitetu Pomocy Zimowej. To dążenie władz Związku Wydawców znalazło swój wyraz przede wszystkim w odezwie Prezydium Związku do wydawców dzienników i czasopism. Odezwe tę, którą podaliśmy in extenso na czele listopadowego zeszytu „Prasy”, przedrukowało szereg pism.

Biuro Związku nawiązało kontakt ze wszystkimi większymi wydawnictwami w Polsce, przesyłając im instrukcje i okólniki dotyczące technicznej strony propagandy, numerów kont P. K. O. Komitetów lokalnych itp., Nadto rozesłany został do kilkuset wydawnictw komplet kilkunastu haseł propagandowych w formie matryc przystosowanych do szerokości szpalt. W początku grudnia biuro Związku zaleciło wydawnictwom nasilenie akcji propagandowej w okresie zbiórki publicznej. Większe wydawnictwa prowincjonalne wezwane zostały w drodze telegraficznej przez władze Związku do odpowiedniej propagandy. Z okazji koncertów na cele Pomocy Zimowej, urządzanych w Warszawie, biuro Związku zwróciło się do wydawnictw stołecznych o bezpłatne świadczenia ogłoszeniowe.

Stwierdzić należy, iż prasa polska, w zrozumieniu państwowej i społecznej doniosłości zimowej pomocy bezrobotnym, żywo zareagowała na apel władz Związku. Na łamach pism ukazują się w znacznej ilości zarówno hasła, rozesłane przez biuro Związku, jak i materiały dostarczone przez Komitet Ogólnopolski lub Komitety lokalne. W odpowiedzi na rozesłane okólniki, biuro Związku otrzymało liczne odpowiedzi wydawnictw, deklarujących pomoc propagandową. Wszelkie imprezy, związane z Pomocą Zimową, popierane są przez prasę wydatną i skuteczną propagandą. W porównaniu z rokiem ubiegłym rozmiar świadczeń propagandowych prasy na rzecz Pomocy Zimowej wykazuje niewątpliwie wzrost.

Prasa • Reklama • Propaganda posługują się często *matrycami*



proj. Z. Suliński

Posiadane przez nas nowoczesne urządzenia pozwalają na szybką i masową produkcję matryc

SP. AKC. ZAKŁ. GRAF.
DRUKARNIA POLSKA

W DZIERŻAWIE SPÓŁKI WYDAWNICZEJ CZASOPISM SP. Z O. O. • WARSZAWA, SZPITALNA 12

33-cie posiedzenie Rady Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism

W dniu 20 stycznia r. b. obradowała w Warszawie Rada Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism pod przewodnictwem prezesa Rady p. Feliksa Mrozowskiego. W obradach wzięli udział wszyscy niemal członkowie Rady, której skład jest obecnie następujący:

Ankiewicz Jan (Pielgrzym i Goniec Pomorski), Biega Bolesław (Wieczór Warszawski), Bormannowa Ludwika (Pani Domu), Chodak Józef (Gazeta Polska), Cieślak Stanisław (Słowo Pomorskie), Czarnecki Andrzej (Tygodnik Handlowy), Czołonowski Jerzy (Polska Zachodnia), Dąbrowski Marian (I.K.C.), Dobija Mieczysław (Światowid), Falkiewicz Jerzy (Przegląd Techniczny), Goerne Antoni (A. B. C.), Gottowt Hilary (Dziennik Poznański), Grabowski Adam (Czas), Gromski Edmund (Wiek Nowy), Heinrich Stefan (Przegląd Elektrotechniczny), Hołówkowa Janina (Kurier Poranny), Jeleński Szczepan (Tęcza), O. Kolbe Maksymilian (wyd. Niepokalanowa), Korfanty Witold (Polonia), ks. Kosibowicz Edward (wyd. ks. Jezuitów), Ksycki Alfred (Zakł. Wyd. A. Ksyckiego), Krzywoszewski Stefan (Prasa), Leitgeber Roman (Kurier Poznański), Lewandowski Antoni (Dom Prasy), Maliniak Julian (członek Rady), Mileski Wacław „Przegląd Organizacji”, Niklewicz Mieczysław (Dziennik Wileński), Nusbaum - Ołtaszewski Marian (Republika), Olchowicz Wacław (Kurier Warszawski), Pawłowski Edward (Kurier Bydgoski), Podwysocki Stanisław (Wiedza i Życie), Puławski Leon (Gazeta Polska), Rozenowajg Daniel (Nasz Przegląd), Sawicki Władysław (Rolnictwo), Sotomski Jan (Polska Zbrojna), Strzetelski Stanisław (Goniec Warszawski), Stypułkowski Jan (Echo), Teska Lech (Dziennik Bydgoski), Wilkoszewski Franciszek (Goniec Częstochowski), Włodarski Józef (Słonko), Zakrzewski Stanisław Zenon (Reklama), Ziętowski Kazimierz (Dziennik Kujawski), Zwierzyński Aleksander (Dziennik Wileński).

Po załatwieniu spraw formalnych dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik w obszernym referacie omówił sprawę uregulowania stosunków prawnych zawodu dziennikarskiego, podkreślając dążenie czynników rządowych do definitywnego rozwiązania tego zagadnienia, oraz przedstawiając genezę i przebieg pertraktacji między Związkiem Wydawców a Związkiem Dziennikarzy, mających na celu zawarcie zbiorowej umowy o pracy dziennikarzy. Następnie dyr. Kauzik szczegółowo zreferował projekt

umowy zbiorowej, opracowany w wyniku tych pertraktacji.

Nad sprawami, związanymi z kwestią umowy zbiorowej, wywiązała się obszerna dyskusja w wyniku której upoważniono specjalną delegację do podpisania umowy po wprowadzeniu do niej nieznacznych zmian i uzupełnień.

Po przerwie obiadowej dyr. Kauzik omówił obecny stan prac rządu nad ustawą prasową, następnie zaś poinformował zebranych o podjęciu działalności przez Komisję Orzekającą, które to ciało, powołane do życia z inicjatywy Związku Wydawców i Związku Dziennikarzy R. P., ma na celu orzekanie w zatargach, wywołanych niewłaściwymi formami polemik prasowych.

Wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński omówił wyniki działalności Związku Wydawców w sprawach podatkowych, a mianowicie w sprawie świadectw przemysłowych dla dzienników prowincjonalnych oraz w sprawie opodatkowania hurtowych sprzedawców pism. Następnie dyr. Głowiński obszernie zreferował przebieg akcji Związku w stosunku do Ministerstwa Poczty i Telegrafów, mającej na celu realizację szeregu zasadniczych postulatów pocztowych prasy, które przedstawione zosta-

ły panu ministrowi Kalińskiemu w obszernym memoriale w listopadzie r. ub. Referent zakomunikował nadto zebranym o pozytywnym wyniku starań władz Związku, dotyczących okresowej ulgi dla wydawnictw w opłatach za przesyłanie egzemplarzy okazowych i prospektów.

Podczas dyskusji nad sprawami pocztowymi podkreślono konieczność zrewidowania szeregu przepisów o obsłudze prasy przez pocztę w kierunku dostosowania ich do życiowych potrzeb prasy. Poruszona była również sprawa nadmiernej wysokości opłat za przesyłanie pism w obrocie wewnętrznym oraz zagranicę, nadto zaś sprawa wprowadzenia pocztowych paczek gazetowych.

Prezes Krzywoszewski zakomunikował zebranym o pomyślnym rozwoju prac Komitetu Prasy Periodycznej, który w ostatnich miesiącach podjął akcje organizowania poszczególnych grup czasopiśmiennictwa w formie oddzielnych sekcji. Dotychczasowe prace, już częściowo uwieńczone konkretnymi wynikami, wykazały, iż przed tym nowym organem Związku stoją bardzo poważne zadania, których realizacja przynieść może całemu czasopiśmiennictwu wielkie korzyści.

Bilans Związku za r. 1937 oraz preli-minarz dochodów i wydatków na r. 1938 jednogłośnie uchwalono. Ostatnim punktem porządku dziennego było przyjęcie szeregu wydawnictw w poczet członków Związku.

W lutym 1938 roku wyjdzie z druku nakładem miesięcznika „Prasa”

INFORMATOR PRASOWY n a r o k 1938

Informator

zawierać będzie działy następujące:

Wiadomości ogólne o prasie polskiej

Najważniejsze daty z historii prasyw Polsce, Prasa polska w liczbach (zestawienia statystyczne), Bibliografia dzieł o prasie polskiej,

Władze nadzorujące prasę • Informacje szczegółowe o prasie

Informacje o pismach, zrzeszonych w Związku Wydawców z uwzględnieniem cenników ogłoszeń, Agencje prasowe, Prasa polska za granicą.

Organizacje prasowe

Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism (powstanie, zadania, dokonane prace, władze Związku). Organizacje dziennikarskie, Wspólne instytucje wydawców i dziennikarzy. Rejestr dziennikarzy,

Międzynarodowe organizacje prasowe • Instytucje współpracujące z prasą • Informacje techniczne • Dział ogłoszeniowy

Redakcja i Administracja Informatora:

Warszawa, Zgoda 8/4, tel. Red. 540-50, tel. działu ogł. 540-00

POSIEDZENIE PREZYDIUM RADY I ZARZĄDU GŁÓWNEGO

Połączone Prezydium Rady i Zarządu Głównego odbyły posiedzenia w dniu 19 stycznia r. b.

Przedmiotem obrad była sprawa umowy zbiorowej o pracy dziennikarskiej oraz sprawy organizacyjne i finansowe Związku.

W dniu 14 stycznia odbyło się wspólne posiedzenie Prezydium Zw. Wydawców i Zw. Dziennikarzy, poświęcone omówieniu organizacji Komisji Orzekającej.

SPRAWA UMOWY ZBIOROWEJ W ZAWODZIE DZIENNIKARSKIM

W dniach 29 grudnia oraz 5, 11, 19 i 21 stycznia r. b. odbyły się pod przewodnictwem prezesa Rady Związku Wydawców p. Feliksa Mrozowskiego 5 kolejnych posiedzeń Komisji Porozumiewawczej.

W posiedzeniach tych poza przewodniczącym brali udział ze strony Związku Dziennikarzy wiceprezesa Związku red. Witold Gieżyński i red. Hieronim Wierzyński, ze strony Związku Wyd. wiceprezesa Rady pp. Bolesław Biega, Edmund Gromski i Roman Lietgeber, prezes Zarządu Głównego p. Stefan Krzywoszewski, wiceprezesa Zarządu pp. Mieczysław Dobija, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, członkowie Rady pp. Hilary Gottowt i Alfred Ksyci, oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik i wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński.

Posiedzenia Komisji poświęcone były dalszym pertraktacjom w sprawie układu zbiorowego, który by normował warunki pracy w zawodzie dziennikarskim. Projekt układu, opracowany przez Komisję, omawiamy w art. p. t. Zbiorowa umowa dziennikarska, umieszczonym w nin. n-rze.

KONFERENCJE W MIN. POCZT I TELEGRAFÓW

W dniach 17 i 18 stycznia r. b. dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik i wicedyrektor p. Franciszek Głowiński odbyli konferencje z dyrektorem departamentu pocztowego w Ministerstwie Poczty i Telegrafów p. Antonim Owsionką; w konferencji nadto wzięli udział pp. naczelnik Bohdan Zakrzewski i radca Otto Diem. Przedmiotem konferencji był całokształt postulatów pocztowych prasy, omówiony w zasadniczym memoriale władz Związku z listopada r. ub.

ULGI POCZTOWE DLA CELÓW PROPAGANDY

Szereg czasopism, należących do Związku Wydawców zwróciło uwagę władz Związku, iż okresy ulg w opłatach pocztowych dla celów propagandy własnej prasy, uzyskiwane dorocznie przez władze Związku, nie odpowiadają potrzebom tego odłamu prasy periodycznej,

dla której najdogodniejszym okresem propagandy jest druga połowa grudnia i pierwsza połowa stycznia. Dotyczy to w szczególności pism, ukazujących się rzadziej, które prenumerowane są przeważnie na pełne okresy roczne lub półroczne. Pragnąc umożliwić tej kategorii czasopismom przeprowadzenie propagandy własnej w okresie najbardziej odpowiednim, władze Związku wystąpiły w grudniu r. ub. do Ministerstwa Poczty i Telegrafów z postulatem udzielania na indywidualne podania wydawnictw ulg w czasie od 15 grudnia do 15 stycznia. Sprawa powyższa została załatwiona przez władze pocztowe przychylnie. Na skutek spóźnionego terminu jednak tylko niewiele wydawnictw mogło wyzyskać tę ulgę.

Podobnie jak w latach poprzednich, władze Związku z początkiem b. r. zwróciły się do Ministerstwa Poczty i Telegrafów o udzielenie ogólnej ulgi w opłatach za przesyłanie egzemplarzy okazowych, prospektów i wszelkich druków propagandowych wydawnictw. Jako termin wejścia w życie ulg, władze Związku proponowały dzień 5 marca, mając na uwadze konieczność poczynienia odpowiednich przygotowań przez wydawnictwa; w myśl postulatu Związku okres ulgowy trwać ma miesiąc, tj. do 5 kwietnia.

Sprawa powyższa została załatwiona przez władze pocztowe w myśl dezyderatów prasy.

POSIEDZENIE KOMITETU PRASY PERIODYCZNEJ

Czwarte z rzędu posiedzenie Komitetu Prasy Periodycznej od chwili wznowienia w r. ub. jego działalności odbyło się w dniu 18 stycznia r. b. w lokalu Związku Wydawców. W obradach, którym przewodniczył prezes Stefan Krzywoszewski, wzięli udział pp. Zygmunt Domański, Mieczysław Gładkowski, Stefan Heinrich, ks. Edward Kosibowicz, Mikołaj Łazęcki, Tadeusz Malewski, Bohdan Miłaszewski, ks. Franciszek Pauliński, brat Wawrzyniec Podwapiński, Stanisław Podwysocki, Stanisław Potoczny, Eugeniusz Rafalski, dr. Franciszek Rodziewicz, Stanisław Serwin, oraz wicedyrektor Związku Franciszek Głowiński i sekretarz Komitetu Jan Mokrzycki.

Ks. dyr. Kosibowicz złożył sprawozdanie z prac Komisji papierniczej Komitetu, podkreślając, iż uzyskane zostały konkretne rezultaty w dziedzinie polepszenia warunków nabywania papierów przez członków Związku zarówno bezpośrednio w papierniach jak i u hurtowników.

Dyr. Głowiński poinformował zebranych o przebiegu akcji Związku w sprawach pocztowych, w szczególności zaś o wyniku dotychczas odbytych dwóch konferencji z przedstawicielami Ministerstwa Poczty i Telegrafów.

Następnie p. Mokrzycki przedstawił zebranym w krótkim referacie plan działalności Komitetu oraz poszczególnych grup czasopiśmienniczych, zwracając uwagę na szereg konkretnych a doniosłych dla prasy zagadnień, które mogą znaleźć rozwiązanie w drodze wspólnej akcji prasy periodycznej.

Nad zagadnieniami poruszonymi przez referentów rozwinęła się ożywiona dyskusja. Dr. Rodziewicz poinformował zebranych o powstaniu komitetu porozumiewawczego pism ogólnolekarskich i omówił pokrótce strukturę i plan działalności komitetu. Prezydium i uczestnicy posiedzenia wyrazili przekonanie, iż pożądane jest, aby komitet prasy lekarskiej nawiązał jak najściślej współpracę z Komitetem Prasy Periodycznej.

Sprawy organizacyjne Komitetu omawiali obszernie: p. prezes Krzywoszewski, ks. dyr. Kosibowicz, p. Podwysocki, dyr. Głowiński, p. Mokrzycki, sprawy papiernicze — p. Gładkowski, sprawy pocztowe — p. Potoczny.

W wyniku obrad postanowiono upoważnić Komisję Papierniczą Komitetu, aby podjęła akcję organizowania grup branżowych prasy, powołując do swego grona przedstawicieli poszczególnych grup.

SPRAWY PAPIERNICZE

W dniu 12 stycznia r. b. odbyła się konferencja w sprawie warunków handlowej współpracy wydawnictw czasopism — członków Związku ze S. A. Steinhagen i Saenger. W konferencji tej wzięli udział ze strony S. A. Steinhagen i Saenger — członek zarządu tej spółki dyr. Ludwik Kozłowski i dyr. Aleksander Hoeke, ze strony Związku Wydawców pp. prezes Stefan Krzywoszewski, ks. dyr. Edward Kosibowicz, dyr. Stefan Heinrich, dyrektor Związku Stanisław Kauzik i wicedyrektor Związku Franciszek Głowiński.

W wyniku dyskusji ustalono wytyczne, które będą podstawą stosunków handlowych między wydawnictwami czasopism — członkami Związku a S. A. Steinhagen i Saenger.

NUMERY ŚWIĄTECZNE

Przed świętami Bożego Narodzenia Prezydium Związku, podobnie jak w latach ubiegłych, zwróciło się do wydawnictw z prośbą o uzgodnienie terminów wydania ostatniego numeru przedświątecznego i pierwszego poświątecznego. Według propozycji Prezydium, ostatni numer przed Bożym Narodzeniem ukazać się miał w godzinach rannych w piątek 24 grudnia, pierwszy poświąteczny rano w poniedziałek 27 grudnia.

Stwierdzić należy, iż cała prasa polska, poza bardzo nielicznymi wyjątkami dostosowała się do wezwania Prezydium Związku Wydawców.

ORGANIZACJE I SPRAWY DZIENNIKARSKIE

Zjazd FIJ-u w Krakowie

W myśl uchwały, powziętej na sesji zarządu głównego F. I. J. w Wiedniu (8 — 12 października ub. r.), następną sesją zarządu głównego (maj 1938) odbędzie się na zaproszenie delegacji polskiej w Krakowie i Warszawie. Będą to pierwsze obrady Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej na terenie Polski.

Program zjazdu przedstawia się następująco:

Uczestnicy sesji (prezydium stałe i delegaci poszczególnych organizacji krajowych) przybywać będą do Krakowa w ciągu niedzieli 22 maja. Obrady będą otwarte w dniu 23 maja przed południem w sali Rady Miejskiej; po ukonstytuowaniu się prezydium i komisji uczestnicy zjazdu udadzą się na Wawel, gdzie złożą hołd u sarkofagu marszałka Piłsudskiego i zwiedzą zamek królewski. Popołudnie 23 maja oraz dzień następny przeznaczone są na prace komisyjne. W środę 25 maja uczestnicy zjazdu wy-

jadą na zwiedzanie kopalń w Wieliczce, skąd po śniadaniu w podziemiach, w sali św. Barbary, odjadą po południu do Warszawy.

Dwudniowy pobyt w Warszawie (czwartek — piątek 26 i 27 maja) wypełni zwiedzanie miasta i okolic oraz posiedzenie zamknięcia, które odbędzie się w czwartek po południu, w sali Resursy Kupieckiej. Na czwartek wieczór przewidziany jest obiad oficjalny, wydany przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych, oraz raut u p. ministra Becka, na piątek śniadanie wydane przez zarząd miasta i herbatka w Klubie Prasy Zagranicznej. W piątek wieczorem nastąpi wyjazd do Gdyni, gdzie goście zagraniczni w sobotę 27 maja zwiedzać będą port i jego urządzenia. Ostatnim punktem oficjalnego urogramu będzie śniadanie na „Batorym” który o północy tegoż dnia wyruszy z Gdyni, zabierając na pokładzie część delegatów zagranicznych.

Związek Dziennikarzy R. P. o rokowaniach z wydawcami

W dniu 6 stycznia b. r. odbyło się w Warszawie posiedzenie pełnego zarządu Związku Dziennikarzy R. P. (z udziałem przedstawicieli wszystkich syndykatów), zwołane specjalnie dla powzięcia uchwały w sprawie projektowanej ustawy dziennikarskiej oraz wszczętych w związku z tym rokowań ze Związkiem Wydawców na temat ewentualnego zawarcia umowy zbiorowej. Przewodniczył prezes zarządu red. Ścieżyński. Po wysłuchaniu sprawozdań, złożonych przez red. Giełżyńskiego i Wierzyńskiego, oraz wyczerpującej dyskusji, powzięto jednomyślnie następującą uchwałę:

Zarząd Główny ZDRP po wysłuchaniu sprawozdania Wydziału Wykonawczego o rokowaniach ze Związkiem Wydawców i przeprowadzonej nad tym sprawozdaniem dyskusji oświadcza:

1) Przyjęty na posiedzeniu Zarządu Głównego w dniu 14 listopada 1937 r. projekt ustawy dziennikarskiej wpłynął na inicjatywę czynników rządowych i wydawniczych w kierunku unormowania praw i obowiązków zawodu dziennikarskiego.

2) Trwając przy zasadzie ustawowego uregulowania tych spraw Zarząd Główny uznaje, że byłoby z korzyścią dla zawodu dziennikarskiego stworzenie przed wydaniem ustawy okresu przejściowego, w którym postanowienia projektu

Związku byłyby poddane próbie życia. W tym okresie postulaty zawodu dziennikarskiego ustalone przez Związek powinny być uregulowane umową zbiorową między Związkiem Dziennikarzy i Związkiem Wydawców, opartą na istniejącym tytule ustawowym.

Umową taką mają m. i. być objęte następujące postulaty:

a) w wydawnictwach podlegających umowie zatrudnia się tylko dziennikarzy zorganizowanych z dopuszczeniem aplikantów w określonym stosunku procentowym,

b) dodatkowe zabezpieczenie dziennikarzy na wypadek braku i niezdolności do pracy, starości oraz z innych przyczyn, a także zabezpieczenie wdów i sierot po dziennikarzach, niezależnie od obowiązujących norm ustawowych.

3) Podejmując propozycję Związku Wydawców w sprawie zawarcia umowy zbiorowej Zarząd Główny udziela Wydziałowi Wykonawczemu pełnomocnictwa do podpisania preliminarzowego protokołu umowy w terminie do 15 stycznia b. r. i do poczynienia dalszych potrzebnych kroków wobec czynników rządowych i Związku Wydawców.

4) Definitywna umowa z terminem 3-letnim (do końca 1940 r.) powinna być podpisana do 30 stycznia b. r.

WALNE ZEBRANIE SYNDYKATU DZIENNIKARZY WILEŃSKICH

W dniu 9 stycznia odbyło się do-
roczne walne zebranie Syndykatu Dziennikarzy Wileńskich, na którym po wysłuchaniu sprawozdania ustępującego zarządu i przeprowadzeniu dyskusji wybrano nowe władze Syndykatu. Prezesem został przez akklamację wybrany ponownie dr. Walerian Chankiewicz, członkami zarządu: Tadeusz Ciszewski („Słowo”), Zofia Kownacka („Dziennik Wil.”), Marian Szydłowski i Józef Świącicki („Kurier Wileński”).

Walne zebranie rozważało nadto sprawę ustawy dziennikarskiej i uchwaliło zmianę art. 5 statutu w tym kierunku, iż „członkami Syndykatu nie mogą być żydzi i osoby pochodzenia żydowskiego”. Za wnioskiem padło 13 głosów przeciwko 5, przy 4 wstrzymujących się od głosowania.

Syndykat wileński jest pierwszym, wprowadzającym „paragraf aryjski”. Wprawdzie w Syndykacie poznańskim nie ma ani jednego członka żyda, jest to jednak jedynie stan faktyczny, statut bowiem nie mówi o niedopuszczaniu żydów, stawiając dla członków jedynie wymóg narodowości polskiej.

KLUB PRASY ZAGRANICZNEJ

Warszawski Klub Prasy Zagranicznej na walnym zebraniu, odbytym w dniu 17 stycznia, wybrał ponownie swym prezesem p. Mac Larena (Reuter), sekretarzem Steinfurtha (Scherl-Verlag), skarbnikiem Frieditisa (L. T. A.). W skład zarządu weszli nadto pp. Valcini („Corriere della Sera”) i Lentz („Voelkischer Beobachter”).

Do doskonałą
masę walcową,
powłoki korkowe
i gumowe,
taśmy,
matryce
oraz filc
do stereotypii

dostarcza

INTERPRINT
BRONISŁAW S. SZCZEPSKI
WARSZAWA 1, KRÓLEWSKA 23,
TELEFONY: 683-38, 683-29

KRONIKA KRAJOWA

Państwo a prasa

ODZNACZENIA

W grudniu r. ub. opublikowana została druga, uzupełniająca lista osób odznaczonych w dniu 1 listopada r. ub.

Złoty Krzyż zasługi otrzymali m. innymi pp. Wacław Gąsiorowski z Warszawy za zasługi na polu pracy społecznej, za zasługi zaś na polu pracy w dziennikarstwie: dr. Walerian Charkiewicz (Wilno), Franciszek Galiński (Włochy), Stanisław Grek (Warszawa), Czesław Gumkowski (Łódź), Mieczysław Jerzy Orłowski (Warszawa), Zofia Osbergerowa (Warszawa) i Jerzy Wiórowski (Warszawa).

Z życia prasy

ZMIANA W „POLSCIE ZBROJNEJ”

W styczniu r. b. ustąpił ze swego stanowiska redaktor naczelny „Polski Zbrojnej” płk. Adam Rudnicki.

Obowiązki redaktora naczelnego pełni obecnie płk. Leon Koc, Szef Wojskowego Instytutu Naukowo-Oświatowego.

KOMITET POROZUMIEWAWCZY WYDAWCÓW CZASOPISM

OGÓLNOLEKARSKICH

Z inicjatywy dr. Franciszka Rodziewicza, naczelnego redaktora „Nowiny Społeczno-Lekarskich”, powstał w Warszawie w połowie grudnia r. ub. Komitet porozumiewawczy wydawców czasopism ogólnolekarskich, zrzeszający pisma następujące: „Medycyna”, „Warszawskie Czasopismo Lekarskie”, „Nowiny Lekarskie”, i „Nowiny Społeczno-Lekarskie”.

POTRÓJNY JUBILEUSZ W NIEPOKALANOWIE

OO. Franciszkanie w Niepokalanowie, gdzie ukazuje się Mały Dziennik, Rycerz i Rycerzyk Niepokalanej, obchodzili w grudniu r. ub. potrójny jubileusz: 20-lecie istnienia stowarzyszenia Milicja Niepokalanej, które jest wydawcą tych pism, 10-lecie istnienia Niepokalanowa oraz 15-lecie Rycerza Niepokalanej.

Liczba członków Milicji Niepokalanej przekracza obecnie milion osób w różnych krajach. W Japonii istnieje założony przez polskich misjonarzy japoński Niepokalanów; ukazuje się tam Rycerz Niepokalanej w języku japońskim. Ten sam tytuł nosi organ Milicji we Włoszech.

Pisma Milicji w Polsce osiągają b. znaczne nakłady. Rycerz Niepokalanej drukuje około 700 tys. egzemplarzy, Rycerzyk — około 180 tys. egzemplarzy. Bardzo poważny nakład posiada również Mały Dziennik.

Z okazji jubileuszu ukazał się specjalny numer Małego Dziennika w

zwiększonej objętości poświęcony w znacznej części historii i działalności Milicji Niepokalanej oraz historii jej wydawnictw.

NOWE PISMA

W połowie stycznia ukazał się w sprzedaży pierwszy numer ilustrowanego tygodnika „Kronika Polski i Świata”. Jest to gazeta tygodniowa o typie czasopisma tak popularnego zagranicą, szczególnie we Francji. W pierwszym numerze znajdujemy prace pióra: Melchiora Wańkowicza, Stanisława Strzelskiego, Stanisława Majewskiego, Zygmunta Nowakowskiego, Ludwika Ciechanowieckiej, Jerzego Przywieczerskiego, Adolfa Nowaczyńskiego, dr. Wojciecha Zaleskiego, Wiktora Podolskiego, Tadeusza Frenkla, Zygmunta Weissa, M. Sułowskiego, prof. J. Muszyńskiego, Zdzisława Bronca, Jerzego Pietrkiewicza; rysunki Jerzego Zaruby.

Cena zeszytu objętości 16 kolumn na papierze satynowanym — 50 groszy. Jako wydawca podpisuje pismo p. Bolesław Biega, dyr. naczelny wydawnictwa Wieczór Warszawski, wiceprezes Rady Związku Wydawców.

*

W styczniu r. b. ukazał się pierwszy numer miesięcznika „Zagon”, organu „Zrzeszenia Inteligencji Ludowej i Przyjaciół Wsi”.

Artykuł wstępny p. t. „Dlaczego tworzymy Zrzeszenie Inteligencji Ludowej” podpisany jest przez gen. Andrzeja Galicę.

Jako redaktor podpisuje pismo mgr. Wincenty Bryja. Cena zeszytu 50 gr.

*

Wydawnictwo Polskie R. Wegnera w Poznaniu wypuściło na rynek z Nowym Rokiem tygodnik powieściowy p. t. „Film, Romans”. Pismo to, redagowane przez F. A. Ossendowskiego, zawiera w każdym zeszycie opowiadanie, oparte na treści jakiegoś filmu i jest obficie ilustrowane zdjęciami z tego filmu (techniką wkłęsłodrukową).

*

W końcu grudnia r. ub. ukazał się w Warszawie pierwszy numer nowego żydowskiego dziennika porannego „Nowy Głos”. Wydawcą pisma jest Spółdzielnia Wydawnicza „Nasza Prasa”, nakładem której od szeregu lat ukazuje się „Der Moment” i inne pisma w języku żydowskim. Redakcją kieruje dr. A. Insler.

Sprawy kolportażowe

POMYŚLNY ROZWÓJ KOLPOTAŻU PROWINCJONALNEGO T-WA RUCH

Obliczenia wydziału statystycznego T-wa Ruch wykazują, iż rok 1937 przyniósł dalszy wzrost sprzedaży pism przez

Bezrobotny czeka
na pracę i chleb
Złóż ofiarę
na Pomoc Zimową!
Konto P.K.O. 70.200
Pomoc Zimowa

T-wa Ruch na terenie prowincji. W ciągu pierwszych 10 miesięcy ubiegłego roku sprzedano 46 milionów egzemplarzy; w porównaniu z r. 1936 stanowi to wzrost o okragłe 6 milionów egzemplarzy (14,9%). Ten pomyślny wynik częściowo wywołany został zwiększeniem sprzedaży 5 groszówek, głównie jednak silnym, 21%-owym, wzrostem ilości nabywanych pism 10-groszowych.

Na terenie Warszawy sprzedaż pism w r. 1937 utrzymała się na poziomie dotychczasowym: w r. ub. sprzedano 63.637 tys. egzemplarzy wobec 63.230 tys. w r. 1936. Sprzedaż pism 10-groszowych wzrosła o 3,5%.

Przegląd piśmiennictwa

NOWA PRACA O PROPAGANDZIE

O sprawach propagandowych pisze się w Polsce niesłychanie mało, w szczególności zaś zaniedbaną dziedziną jest propaganda polityczna. To zjawisko jest w jaskrawej sprzeczności z niewątpliwym faktem olbrzymiego wzrostu w latach ostatnich znaczenia zagadnień propagandowych na całym świecie. W ciągu niewielu lat propaganda we wszystkich niemal krajach, niezależnie od ustroju i formy rządów, stała się zagadnieniem politycznym i państwowym pierwszorzędnej wagi.

W Polsce zrozumienie dla społecznego i państwowego znaczenia propagandy jest jeszcze bardzo słabo rozwinięte. Dlatego pożyteczna jest każda nowa publikacja o propagandzie politycznej, uświadamiająca społeczeństwo o doniosłym znaczeniu zagadnień polityczno-propagandowych.

Ostatnio wyszła z druku praca p. Jerzego Życkiego pt. „Propaganda polityczna w Polsce w świetle postulatów chwili”. Napisana jasno i zwięźle, praca ta wyróżnia się tym, że autor nie ogranicza się do teoretycznych rozważań, lecz formułuje konkretny program szeroko zakrojonej akcji propagandowej na rzecz zagadnień państwowych. Niektóre poglądy autora budzą zastrzeżenia. Jako całość praca p. Życkiego jest interesującą próbą konkretnego rozwiązania kwestii politycznej propagandy państwowej.

Zbyt wysoki koszt inkasa

to bolączka wydawnictw, które w swej siedzibie mają niewielką liczbę prenumeratorów. W takich wypadkach najkorzystniejszym i najtańszym systemem inkasowym są pocztowe zlecenia inkasowe miejscowe.

Minimalny koszt

przy sumie do 5 zł. – 15 gr., do 10 zł. – 20 gr., ponad 10 zł. – 30 zł. – 30 groszy.

Duża skuteczność

Szczegółowych informacji udzielają wszystkie urzędy pocztowe, zaś członkom Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism – nadto referat pocztowy biura Związku.

WIARUS POLSKI

ROK ZAŁOŻENIA 1890

NAJSTARSZE CODZIENNE PISMO
WYCHODZĄCE W EUROPIE

Emigracja Polska
we Francji, Belgii i Holandii

czyta

„Wiarus Polski”

35, Rue du Château, LILLE (Francja)

„KATALOG PRASY SKAUTOWEJ”

Ukazała się na półkach księgarskich praca p. t. „Katalog Prasy Skautowej”, wydana przez Związek Harcerstwa Polskiego, a opracowana redakcyjnie przez harcmistrza Tomasza Piskorskiego, przy współpracy hm. Wacława Błażejewskiego i hm. Józefa Jacka Wnęka.

Chcąc zrozumieć prądrodło tego wydawnictwa, trzeba przypomnieć, że już w r. 1933, na Jamboree w Gödöllö, na Węgrzech, międzynarodowa konferencja prasy skautowej przyjęła do wiadomości wniosek polski, w którym przedstawiciele harcerskiej prasy polskiej zwracają się do Biura Międzynarodowego z propozycją zwoływania periodycznych konferencji prasy skautowej.

Inicjatywa polska przyoblekła się w kształt realny już na Zlocie Polskim w Spale, w r. 1935-ym. Wówczas to, na międzynarodowej konferencji Prasy Skautowej, zapadły bardzo ważne decyzje, dotyczące się sposobów współpracy między redakcjami wszystkich czasopism skautowych świata, w celu jak najskuteczniejszego propagowania ideałów harcerskich.

Na tegorocznym Jamboree w Holandii, Polska zorganizowała doskonałą wystawę prasy skautowej, oraz międzynarodową konferencję prasową. W rezultacie otrzymaliśmy mandat do zorganizowania centralnego biura prasowego.

Trwałym fundamentem do rozbudowania tego biura jest „Katalog Prasy Skautowej”, w którym mieszczą się tytuły i adresy wszystkich czasopism skautowych świata wraz z krótką notatką bibliograficzną.

Spis tych czasopism, podany jest, jak zresztą wszystko w tym wydawnictwie, w trzech językach: polskim, angielskim i francuskim.

PRASA POLSKA SZUKA NOWYCH DRÓG

Artykuł pod tym tytułem, pióra prof. Jerzego Gutsche, ukazał się w styczniowym zeszycie „Tęczy”. Autor z kompetencją a zarazem w sposób interesujący omawia szereg zagadnień prasowych, stawiając przed oczy czytelnika obrazy pracy i rozwoju prasy polskiej.

„Czas” z 11 stycznia r. b. omawiając ten artykuł, kreśli interesujące uwagi o sprawie czytelnictwa pism w Polsce.

„PODZIEMNA PRASA POWSTAŃCZA.

„Kurier Poranny” z 22 stycznia r. b. przyniósł artykuł p. Wł. Dunin Wąsowicza p. t. „Podziemna prasa powstańcza”, poświęcony tajnej prasie powstańcza styczeniowego.

CZASOPISMIENICTWO NA POMORZU W XIX WIEKU

Temat ten omawia p. Zygmunt Mocarcki na łamach czasopisma „Jantar” (Nr. 4/37) organu Instytutu Bałtyckiego, w artykule p. t. „Wartości regionalne druków pomorskich”.

P R A W O A P R A S A

ULGI PRZY NABYWANIU ŚWIADECTW PRZEMYSŁOWYCH

Ministerstwo Skarbu okólnikiem z dn. 31 grudnia 1937 r. L. D. V. 39762 4/37 zezwoliło na prowadzenie w r. 1938 wydawnictw pism codziennych na obszarze miast Bydgoszcz, Chorzów, Lublin i Sosnowiec na podstawie świadectw przemysłowych kategorii trzeciej przedsiębiorstw handlowych, zamiast ustawowej drugiej kategorii. Ulga powyższa przysługuje z urzędu, tj. bez obowiązku składania indywidualnych podań.

Okólnik ten wydany został na skutek starań władz Związku Wydawców.

Z ORZECZNICTWA SĄDU NAJWYŻSZEGO

Wydawnictwo utworów drukowanych a drukowanie ich (drukarnie) stanowią zupełnie odrębne w rozumieniu rozdz. XXI Cz. II lit. A taryfy, stanowiącej załącznik do art. 23 ustawy o państw. podat. przemysł., przedsiębiorstwa i jako odrębne wymagają nabycia dla każdego z nich oddzielnych świadectw przemysłowych. (Wyrok z dnia 10 maja 1937 r. 3 K. 395/37).

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

OGÓLNA

Międzynarodowa Wystawa

Prasy Technicznej

Od paru lat w czasie i w ramach Targów Lipskich stale odbywa się międzynarodowa wystawa prasy technicznej. Ideą tej wystawy jest zapoznanie z najpoważniejszymi organami technicznymi świata zarówno wystawców, będących poważnymi inserentami, jak i zwiedzających, z pośród których znaczna część również interesuje się reklamą w prasie technicznej.

W r. b. targi wiosenne trwać będą od 6 — 11 marca, targi jesienne od 28 sierpnia do 2 września.

Biuletyn Kontynentalnej Unii

Reklamowej.

Stale biuro Konstynentalnej Unii Reklamowej podjęło wydawnictwo stałego biuletynu informacyjnego, poświęconego sprawom organizacyjnym Unii oraz zagadnieniom reklamowym.

JAPONIA

Propaganda.

Rząd japoński wysyła dość liczną misję wybitnych publicystów japońskich do Europy i do Stanów Zjednoczonych. Mają oni nietylko informować opinię japońską, ale również prowadzić propagandę w duchu japonofilskim.

FRANCJA

Dziennikarze

nie przystąpią do Konfederacji Pracy

Syndykat dziennikarzy paryskich powziął postanowienie nie przystępowania do Generalnej Konfederacji Pracy (C. G. T.). Wniosek ten przeszedł 845 głosami na 1.500 głosujących.

NIEMCY

Nowy szef prasy.

Sekretarzem stanu w Ministerstwie propagandy mianowany został Karol Hnke. Szefem wydziału do spraw prasowych w tymże ministerstwie został mianowany dr. Otto Dietrich.

Odczyt płk. Loeba

Szef państwowego urzędu dla surowców wygłosił wobec grona decydujących osobistości niemieckich referat w sprawie produkcji papieru. Stwierdził, że na rynkach światowych rozporządzalna ilość surowca drzewnego ledwie pokrywa zapotrzebowania, i że w kon-

sekwencji jego ceny zwiększają. Tymczasem konsumpcja celulozy zwiększa się, zwłaszcza odkąd celuloza stała się ważnym artykułem przy wytwarzaniu pewnych tkanin oraz odkąd znalazła zastosowanie w innych gałęziach przemysłu. Dotychczas 70% surowca drzewnego, potrzebnego do fabrykacji papieru, przywożono do Niemiec z zagranicy.

Płk. Loeb zapewnił jednak swych słuchaczy, że trudności, wynikające z tej sytuacji, zostały już w dużej mierze opalone i że w najbliższych latach należy spodziewać się ich likwidacji. Drzewo przy fabrykacji papieru będzie w znacznym stopniu zastępowane przez węgiel. Nie mniej pomyślnie wypadły próby ze słomą krajową. Tym nie mniej płk. Loeb zachęcał do rozsądnie zredukowanej konsumpcji, a to celem osiągnięcia zawnazę pożądanej równowagi. („Zeitungswissenschaft”).

SOMMAIRE:

Le bilan de l'année écoulée.

In memoriam: Bolesław Koskowski.

Le contrat collectif des journalistes.

Le budget préliminaire de l'état pour 1938/9.

Franciszek Głowiński: Le marché des annonces en 1937.

Franciszek Kusz: La probléme de l'impression de journaux.

Une détente sur le marché mondial du papier.

La presse polonaise en Belgique, aux Pays Bas et au Luxembourg.

LES TRAVAUX DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS.

LES ORGANISATIONS DES JOURNALISTES EN POLOGNE.

CHRONIQUE POLONAISE.

LA LOI ET LA PRESSE.

LA PRESSE A TRAVERS

LE MONDE.

Praktyka dziennikarska, jako przedmiot studiów

W monachijskim Instytucie Wiedzy Prasowej, istniejącym przy tamtejszym uniwersytecie, założone zostało specjalne studium, mające obznajmiać słuchaczy bezpośrednio z praktyką dziennikarską. Kierownictwo objął dr. Meunier, jeden z znanych redaktorów dziennika „Völkischer Beobachter”. Praca w tym studium opierać się będzie na wzorach nowoczesnej redakcji. Studenti będą mieli sposobność wykorzystania nabytych wiadomości w praktyce życia redakcyjnego. Równoległe prowadzone ma być studium praktyczne, poświęcone administracji wydawniczej wielkiego dziennika. Niemieckie sfery prasowe doszły do przekonania, że wysokie społeczno-polityczne cele prasy mogą być osiągnięte jedynie drogą zespolenia i koleżeńskiego współzycia czynników dziennikarskich z czynnikami wydawniczo-administracyjnymi.

ROSJA SOWIECKA

Batagan.

„Prawda” moskiewska daje ponury obraz warunków, w jakich pracuje rosyjska prasa prowincjonalna. Niektóre redakcje mieszczą się w barakach drewnianych, na prędcie skleconych, nie zabezpieczających pracowników redakcyjnych ani od deszczu, ani od śniegu.

„Omskaja Gazieta” ma tak skąpą liczbę pracowników, że redaktorzy zmuszeni są pracować równocześnie jako zecerzy, oczywiście ręczni, bo linotypy do miast prowincjonalnych nie dotarły. W druku tej gazety dawał się odczuwać dotkliwie brak dostatecznej ilości czcionek litery e. Trzeba było ją opuszczać; okazało się, że działy miejscowa szczególnie się do tej litery zapaliła i stale ją wykradała.

Wszędzie daje się odczuć brak czcionek. Często nie starczy ich na wypełnienie drukiem całych kolumn. „Woroneżskaja Gazieta”, gdy jej ukradziono z drukarni litery nagłówka, przez dłuższy czas wychodziła bezimiennie.

RUMUNIA

Zmiany w prasie rumuńskiej.

Dojście do władzy w Rumunii elementów nacjonalistycznych wywoła, zdaje się, znaczne przeobrażenia w prasie rumuńskiej, idące przede wszystkim w kierunku usuwania elementów żydowskich. Tymi względami uzasadnione było zamknięcie kilku dzienników m. in. „Dimineata”, „Adevem!” i „Supta”. Szereg pism podaje, że rząd rumuński wydać ma zakaz współpracy żydów w dziennikach, ukazujących się w języku rumuńskim.

Farby do druku niedoścignionej jakości produkuje
Spółka Akcyjna DR. RATTNER

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.; 1/3 str. — 75 zł.; 1/4 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 wyrz. 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 1. Nr. 751.

RED.: STANISŁAW KAUZIK • 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

PRASA

ORGAN
POLSKIEGO
ZWIĄZKU
WYDAWCÓW
DZIENNIKÓW
I
CZASOPISM

SPIS RZECZY
ZA
1937
ROK

BEZPŁATNY DODATEK
DO N-RU 1/1938 R. „PRASY”

Czas 2/190/8



Spis artykułów w porządku alfabetycznym nazwisk autorów

Nr.		Nr.
	Aubac Stefan: Muzeum Reklamy	2
	Baranowski Wojciech: O reformie stanu dziennikarskiego	1
	— Piszmy historię prasy polskiej	5
	Biernacki-Poraj Janusz: Propaganda własna wydawnictw niemieckich	2
	Dąbrowski Kazimierz: Prasa jako narzędzie propagandy oszczędności	10
	Gąsiorowski Wacław: Prasa polska w Ameryce	2
	Glezyński Witold: Rejestr Dziennikarzy	2
	Głowiński Franciszek: Zagadnienia propagandowe w Polsce	4
	— Zdrojownictwo krajowe i turystyka wewnętrzna a prasa	4
	— Propaganda i reklama zbiorowa a ogólny rozwój reklamy	5
	— Targi Poznańskie a prasa	5
	— Zagadnienia polskiej gospodarki wydawniczej w dobie obecnej	6—7
	— O naprawę stosunków ogłoszeniowych	8—9
	— Prasa — inserenci — biura ogłoszeń	11
	— Ku ożywieniu wymiany gospodarczej w Polsce	12
	Heinrich Stefan: Inkaso zaległej prenumeraty	3
	Jarochoński Bohdan: Dziennikarstwo wielkopolskie (1796—1806 r.)	11
	Karpiński Henryk: Uwagi w sprawie przemysłu i handlu papierniczego w Polsce	5
	Kauzik Stanisław: Towarzystwo Wiedzy Prasowej	2
	— Sytuacja gospodarcza ogólna a sytuacja prasy zagranicą i w Polsce	6—7
	— V-ty Międzynarodowy Kongres Wydawców	6—7
	— Prasa na Wystawie Międzynarodowej w Paryżu	8—9
	— XXII Kongres Międzynarodowej Unii Stowarzyszeń Prasowych	10
	Krzywoszewski Stefan: Ważne sprawy prasowe w świetle rozważań sejmowych	1
	— Prace Związku	5
	— Światowy kryzys papieru	8—9
	— O autorytet moralny prasy	10
	— Kiosk z gazetami czy nauka czytania	11
	— Zadania i prace Sekcji Czasopiśmienniczej przy Polskim Związku Wydawców Dzienników i Czasopism	12
	Kuczabiński Jan: Budżety reklamowe	11
	Kusz Franciszek: Światła i cienie ilustracji w dziennikach i czasopismach	2
	Kusz Franciszek: Maszyny drukarskie na tegorocznych Targach Lipskich	4
	— Wydawca, drukarz i farby	5
	— Niebezpieczeństwo utajone w farbach rotograwiurów	10
	Langer Olgierd: Rozmieszczenie ogłoszeń w dziennikach amerykańskich	5
	— Walka z nieodpowiednimi ogłoszeniami w prasie amerykańskiej	11
	Leitgeber Roman: Na Fleet Street — w królestwie angielskiej prasy	8—9
	Lortsch Piotr: Rola i zadania biur ogłoszeniowych	5
	Malewski Tadeusz: Reklama prasowa w okresie poprawy koniunktury	11
	Mokrzycki Jan: Prasa jako czynnik życia gospodarczego — II	1
	— Prasa jako czynnik życia gospodarczego — III	2
	— O udział szkoły w akcji propagandy czytelnictwa	3
	— Prasa jako czynnik życia gospodarczego — IV	4
	— O wzrost spożycia elektryczności	6—7
	— Przybyło 6 milionów czytelników	8—9
	— Normalizacja w prasie periodycznej	10
	— Postulaty prasy w sprawach pocztowych	11
	Noskowski Witold: Czytelnik jako spożywcza kultura	6—7
	— Prędko! — prędzej!! — jeszcze prędzej!!!	8—9
	— Jak to jest, a jak bywało	10
	Oszelda Władysław: Prasa polska w Rumunii	6—7
	Rafalski Eugeniusz: Interesy przedsiębiorstw wydawniczych w Anglii	3
	— Trzeci Światowy Kongres Reklamy w Paryżu	8—9
	Seyfried Edmund: Kolportaż pism w r. 1936 za pośrednictwem Polskiego T-wa Księg. Kol. „Ruch”	4
	— Kolportaż pism za pośrednictwem T-wa „Ruch” S. A. w r. 1937	10
	Sobolewski Stefan: Inwestycje w drukarniach wydawniczych I	5
	— Inwestycje w drukarniach wydawniczych — II	6—7
	Zakrzewski Stanisław Zenon: Europejski Kongres Reklamowy w Berlinie	1
	— Dekompozycja ogłoszeniowa	5
	— Dobre ogłoszenie	11
	Zieleniewski Leon: Poczta Królewiecka (1718—1720)	11
	Zycki Jerzy: Francja organizuje swą propagandę	6—7
	— Nowa publikacja o propagandzie	10
	— Propaganda polityczna w Polsce w świetle ostatnich postulatów chwili	11

Spis artykułów i notatek według przedmiotu

Nr.		Nr.
	PAŃSTWO A PRASA; USTAWODAWSTWO PRASOWE.	
	Krzywoszewski Stefan: Ważne sprawy prasowe w świetle rozważań sejmowych	1
	Sprawy prasowe w Sejmie i Senacie	2
	Reforma prawa prasowego we Francji	5
	oraz ustawy i rozporządzenia dotyczące prasy, w dziale „Prawo a Prasa” — we wszystkich numerach.	
	PRASA A ŻYCIE GOSPODARCZE.	
	Mokrzycki Jan: Prasa jako czynnik życia gospodarczego — II	1
	Mokrzycki Jan: Prasa jako czynnik życia gospodarczego — III	2
	— Prasa jako czynnik życia gospodarczego — IV	4
	Targi poznańskie a prasa	5
	SPRAWY ORGANIZACYJNE I DZIAŁALNOŚĆ ZWIĄZKU WYDAWCÓW.	
	Krzywoszewski Stefan: Prace Związku	5
	VIII Ogólne Zebranie członków Związku Wydawców	6—7
	Odezwa Prezydium Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism do wydawców dzienników i czasopism w sprawie Pomocy Zimowej	11

	Nr.
Sprawozdanie z akcji Pomocy Zimowej w r. 1936	11
Krzywoszewski Stefan: Zadania i prace Sekcji Czasopiśmienniczej przy Polskim Związku Wydawców Dzienników i Czasopism	12
oraz działy sprawozdawcze p.t. Prace Związku Wydawców we wszystkich zeszytach.	

ZAGADNIENIA GOSPODARCZE I ADMINISTRACYJNE PRASY.

Doniesie porozumienie	4
Kauzlk Stanisław: Sytuacja gospodarcza ogólna a sytuacja prasy zagranicą i w Polsce	6—7
Głowiński Franciszek: Zagadnienia polskiej gospodarki wydawniczej w dobie obecnej	6—7
Nowe ważne porozumienie wydawnicze	6—7

SPRAWY REDAKCYJNE.

O poziom polemik prasowych	8—9
Krzywoszewski Stefan: O autorytet moralny prasy	10
Uchwała Ogólnego Zebrania przedstawicieli Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism i Związku Dziennikarzy R. P. oraz wydawców i naczelnych redaktorów dzienników warszawskich, odbytego w dniu 25 października 1937 r.	11
Komisja Orzekająca Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism i Związku Dziennikarzy R. P.	11

SPRAWY DZIENNIKARSKIE.

Baranowski Wojciech: O reformie stanu dziennikarskiego	1
Gleżyński Witold: Rejestr Dziennikarzy	2
Reforma w stadium krystalizacji	3
O zasady uregulowania warunków pracy w dziennikarstwie	12
oraz dział „Sprawy dziennikarskie” we wszystkich zeszytach.	

REJESTR DZIENNIKARZY.

Wykaz dziennikarzy-redaktorów, pracujących na terenie Rplitej Polskiej oraz korespondentów zagranicznych pism polskich:

Kraków, lista Nr 1	12
Lwów, lista Nr 1	12
Pomorze, lista Nr 1	3
Warszawa, lista Nr 1	2
Warszawa, lista Nr 2	3
Warszawa, lista Nr 3	4
Warszawa, lista Nr 4	8—9
Wielkopolska, lista Nr 1	4
Wielkopolska, lista Nr 2	12

Wykaz dziennikarzy-redaktorów, zatrudnianych w pismach wychodzących w języku żydowskim:

Warszawa, lista Nr 1	4
Warszawa, lista Nr 2	8—9

PRASA A REKLAMA.

Zakrzewski Stanisław Zenon: Europejski Kongres Reklamowy w Berlinie	1
Aubac Stefan: Muzeum Reklamy	2
Sytuacja na francuskim rynku ogłoszeniowym	2
Wykłady o propagandzie	3
Zakrzewski Stanisław Zenon: Dekompozycja ogłoszeniowa	5
Langer Olgierd: Rozmieszczenie ogłoszeń w dziennikach amerykańskich	5
Lortsch Piotr: Rola i zadania biur ogłoszeniowych	5
Głowiński Franciszek: O naprawę stosunków ogłoszeniowych	8—9
Rafalski Eugeniusz: Trzeci Światowy Kongres Reklamy w Paryżu	8—9
Dwa lata działalności holenderskiego „Cebuco”	10
Propaganda i reklama prasowa na usługach życia gospodarczego (ankieta „Prasy”)	11
Zakrzewski Stanisław Zenon: Dobre ogłoszenie	11
Kuczabiński Jan: Budżety reklamowe	11
Głowiński Franciszek: Prasa — inserencje — biura ogłoszeń	11

	Nr.
Langer Olgierd: Walka z nieodpowiednimi ogłoszeniami w prasie amerykańskiej	11
Malewski Tadeusz: Reklama prasowa w okresie poprawy koniunktury	11
Propaganda i reklama prasowa na usługach życia gospodarczego (ankieta „Prasy”, dokończenie)	12
Głowiński Franciszek: Ku ożywieniu wymiany gospodarczej w Polsce	12

BEZIMIENNA I ZBIOROWA PROPAGANDA GOSPODARCZA.

Głowiński Franciszek: Zagadnienia propagandowe w Polsce	4
Głowiński Franciszek: Zdrojownictwo krajowe i turystyka wewnętrzna a prasa	4
Głowiński Franciszek: Propaganda i reklama zbiorowa a ogólny rozwój reklamy	5
Jedna z dróg do zwiększenia zbytu węgla w Polsce	5
O wzrost spożycia elektryczności	6—7
Propaganda zbiorowa a drobny przemysł	6—7
Dąbrowski Kazimierz: Prasa jako narzędzie propagandy oszczędności	10

PROPAGANDA POLITYCZNA.

Zycki Jerzy: Francja organizuje swą propagandę	6—7
— Nowa publikacja o propagandzie	10
— Propaganda polityczna w Polsce w świetle ostatnich postulatów chwili	11

PROPAGANDA WYDAWNICZA.

Biernacki-Poraj Janusz: Propaganda własna wydawnictw niemieckich	2
Propaganda ogłoszenia prasowego w Niemczech	10

CZYTELNICTWO; PROPAGANDA CZYTELNICTWA.

Rola czasopisma w szkole	1
Mokrzycki Jan: O udział szkoły w akcji propagandy czytelnictwa	3
— Przybyło 6 milionów czytelników	8—9
Krzywoszewski Stefan: Kiosk z gazetami czy czytania	11

SPRAWY KOLPORTAŻOWE.

Obrady w „Ruchu”	2
Seyfried Edmund: Kolportaż pism w r. 1936 za pośrednictwem Polsk. T-wa Księg. Kol. „Ruch”	4
Poważna sprawa	4
Działalność Tow. „Ruch” w r. 1936	6—7
Organizacja Księgarni Kolejowych w Niemczech	6—7
Seyfried Edmund: Kolportaż pism za pośrednictwem T-wa „Ruch” S. A. w r. 1937	10
oraz dział „Sprawy kolportażowe” w numerach 1, 2, 6—7, 8—9.	

SPRAWY POCZTOWE.

Heinrich Stefan: Inkaso zaległej prenumeraty	3
Mokrzycki Jan: Postulaty prasy w sprawach pocztowych oraz dział Sprawy Pocztove w Kronice Krajowej w zeszytach 4, 8—9.	11

PAPIER.

Karpiński Henryk: Uwagi w sprawie przemysłu i handlu papierniczego w Polsce	5
Sprawa cen papieru	6—7
Krzywoszewski Stefan: Światowy kryzys papieru	8—9
Mokrzycki Jan: Normalizacja w prasie periodycznej	10
Polski przemysł papierniczy w 1936 r.	10
Zagadnienie papieru na rynkach światowych	11

SPRAWY DRUKARSKIE.

Kusz Franciszek: Światła i cienie ilustracji w dziennikach i czasopismach	2
— Maszyny drukarskie na tegorocznych Targach Lipskich	4

Cała 2190/8

	Nr.
Sobolewski Stefan: Inwestycje w drukarniach wydawniczych	5
Kusz Franciszek: Wydawca, drukarz i farby	5
Sobolewski Stefan: Inwestycje w drukarniach wydawniczych — II	6—7
Kusz Franciszek: Niebezpieczeństwo utajone w farbach rotograwiurkowych	10
oraz dział „Sprawy drukarskie” w Kronice Krajowej w zeszytcie 11.	

WIEDZA PRASOWA; PRZYCZYNNKI PRASOZNAWCZE.

Kauzik Stanisław: Towarzystwo Wiedzy Prasowej	2
Wystawa polskiej prasy wojskowej	4
Statystyka druków w 1935 r.	4
Baranowski Wojciech: Piszmy historię prasy polskiej	5
Noskowski Witold: Czytelnik jako spożywca kultury	6—7
Statystyka druków	6—7
Noskowski Witold: Prędko! — prędzej!! — jeszcze prędzej!!!	8—9
— Jak to jest, a jak bywało	10
Jarochoowski Bohdan: Dziennikarstwo wielkopolskie (1796 — 1806)	11
Zieleniewski Leon: Poczta Królewiecka (1718—1720)	11

JUBILEUSZE.

35-lecie pracy dziennikarskiej S. Cwierałkiewicza	2
35-lecie pracy dziennikarskiej K. Pollacka	2
30-lecie pracy dziennikarskiej T. Garzdeckiego	2
30-lecie tygodnika „Kupiec — Świat Kupiecki”	2
10-lecie dwutygodnika „Pan! Domu”	4
30-lecie miesięcznika „Czasopismo Księgowych”	6—7
10-lecie tygodnika „Ilustracja Polska”	10
30-lecie „Dziennika Bydgoskiego”	12

ŻAŁOBNA KARTA.

Ś. p. Władysław Juliusz Schreiber	4
Ś. p. Dr. Jan Załplachta	4
Ś. p. Kazimierz Kaczanowski	5
Ś. p. Jan Lubicki	5
Ś. p. Antoni Beaupré	6—7

PRASA POLSKA ZAGRANICĄ:

Gąsiorowski Wacław: Prasa polska w Ameryce	2
Oszelda Władysław: Prasa polska w Rumunii	6—7
oraz dział Prasa Polska Zagranicą w Nr.Nr. 1, 2, 3, 6—7 8—9, 10, 11	

MIĘDZYNARODOWE ORGANIZACJE PRASOWE.

V Kongres F. I. A. D. E. J.	4
Kauzik Stanisław: V-ty Międzynarodowy Kongres Wydawców	6—7
XXII Kongres Międzynarodowej Unii Stowarzyszeń Prasowych	10
IX Kongres Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej i Zawodowej w Paryżu	10

PRASA I WIEDZA PRASOWA ZAGRANICĄ.

Prasoznawstwo w Niemczech	3
Wykłady Prasoznawcze na Uniwersytecie w Zurychu	3
Szwajcarskie problemy prasowe	3
Prasa japońska w chwili obecnej	3
Rafalski Eugeniusz: Interesy przedsiębiorstw wydawniczych w Anglii	3
Prasa w Austrii	4
Francja powołuje do życia Instytut Wiedzy Prasowej	5
Leltgeber Bolesław: Na Fleet Street — w królestwie angielskiej prasy	8—9
Instytut prasoznawczy przy Uniwersytecie Paryskim	8—9
Zeszyt „Zeitungswissenschaft” poświęcony prasie polskiej	8—9
„Handbuch der Weltpresse”	10
Nakłady prasy niemieckiej w latach 1934—36	11

MIĘDZYNARODOWA WYSTAWA W PARYŻU.

Pawilon Prasy na Wystawie Międzynarodowej w Paryżu 1937 r.	3
Prasa polska a Wystawa Paryska	5
Kauzik Stanisław: Prasa na Wystawie Międzynarodowej w Paryżu	8—9
Niemcy o stoisku prasy polskiej na wystawie paryskiej	10

K r o n i k a

PRACE POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW.

we wszystkich zeszytach

SPRAWY DZIENNIKARSKIE.

(Organizacje dziennikarskie)

we wszystkich zeszytach

KRONIKA KRAJOWA.

Przewóz pism	Nr. 2
Państwo a prasa	Nr. 1, 3, 6-7, 10, 11, 12
Z życia prasy	we wszystkich zeszytach.
Statystyka	Nr. 2, 4, 5, 6-7, 10, 11, 12
Papier	Nr. 2, 4
Sprawy pocztowe	Nr. 4, 8-9
Radio a prasa	Nr. 10
Sprawy drukarskie	Nr. 11
Odnaczenia	Nr. 8-9, 11, 12
Propaganda	Nr. 4
Przegląd prasy	Nr. 1, 2, 3, 5
Przegląd wydawnictw	Nr. 2, 4, 5, 6-7, 10, 11, 12
Prasa — Reklama	Nr. 8-9, 10
Różne	Nr. 4, 6-7, 8-9, 10, 11, 12

PRAWO A PRASA.

(Ustawy i rozporządzenia).

we wszystkich zeszytach

PRASA POLSKA ZAGRANICĄ.

Nr. 1, 2, 3, 6—7, 10, 11.

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE.

Kronika ogólna	Nr. 1, 2, 3, 6-7, 8-9, 10
Austria	Nr. 4, 12
Belgia	Nr. 3, 8-9, 11
Brazylia	Nr. 11
Bułgaria	Nr. 4
Chile	Nr. 4
Czechosłowacja	Nr. 1, 4
Dania	Nr. 11
Egipt	Nr. 4
Francja	we wszystkich zeszytach.
Hiszpania	Nr. 2, 11, 12
Irak	Nr. 11
Italia	Nr. 4, 5
Japonia	Nr. 3
Jugosławia	Nr. 10
Kuba	Nr. 2
Litwa	Nr. 3, 6-7
Niemcy	Nr. 1, 4, 8-9, 12
Palestyna	Nr. 1, 12
Portoriko	Nr. 1
Portugalia	Nr. 1
Rosja Sowiecka (Z. S. R. R.)	Nr. 1, 4, 5, 8-9, 10
Stany Zjednoczone A. P.	Nr. 2, 4, 8-9, 10, 11
Szwajcaria	Nr. 1, 2, 5, 10, 12
Szwecja	Nr. 2, 11
Turcja	Nr. 1, 11
Węgry	Nr. 1
Wielka Brytania	Nr. 2, 4, 5, 10, 11, 12

