



PRASA

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

Wartość i granice sensacji dziennikarskiej

Życie ludzkie staje się coraz bardziej skomplikowane, tempo — coraz szybsze, walka o byt — coraz uciążliwsza i bardziej zawzięta. Prasa, która odzwierciedla życie, jego skłócone nurty i wiry, nie może pozostawać gładką i cichą taflą martwych wód. Umysłowość ludzka, trawiona niepokojem, szuka nowych i silnych podniet. Gdzież są te arkadyjskie czasy, kiedy dziennik z jednakową flegmą, i drukiem jednakim, bez zbędnych nagłówek, informował cierpliwych czytelników,

że eks-cesarz Napoleon Bonaparte opuścił wyspę Elbę w kierunku nieznanym, a zaraz potem donosił o przyjeździe słynnej zagranicznej śpiewaczki i o trapiącej miasto niepogodzie! W podobny sposób, nieco wcześniej, „Leipziger Zeitung“ umieściła wiadomość o śmierci Fryderyka Wielkiego. Nie tak dawno, bo w 1878 r., „Breslauer Zeitung“ depeşe o zamachu na życie Cesarza Wilhelma I podała na ostatniej stronie, wśród drobnych informacji...

Pogoń za sensacją dziennikarską jest objawem i wytworem nowych czasów. Nie znaczy to przeoczyć, aby reporterka dziennikarska już dawniej nie posiadała w swych dziejach kart zaszczytnych. Przed 50—

60-u laty Blowitz cieszył się wielkim rozgłosem, umiał torować sobie drogę do największych potentatów świata, potrafił docierać do źródeł najzazdrośniej tajonych wiadomości. Wyprawa Stanley'a do Sudanu celem odszukania pułk. Gordona do dziś dnia pozostaje jednym z najświetniejszych przykładów inicjatywy, przedsiębiorczości i odwagi dziennikarskiej.

Na czym tedy polega rozwój elementu sensacji w prasie doby dzisiejszej?

Pozostawmy na stronie te rodzaje sensacji, które sprzeczne są z godnością i etyką zawodu dziennikarskiego. Mówmy wyłącznie o tych kategoriach sensacji, które tej godności i etyce nie uwłaczają. Więc — rozmach inicjatywy, szybka orientacja i decyzja w aktualności pewnych zagadnień, w ich promieniowaniu na psychikę szerokich mas czytelniczych. Sprawna organizacja służby informacyjnej, sprężysty własny wywiad, skuteczny dobór współpracowników. Umiejętność w

podawaniu wiadomości, drażniące ciekawość tytuły i podtytuły, zgrabny układ graficzny. Ta sama wiadomość, zależnie od jej podania, w jednym dzienniku wywoła wrażenie, w innym — przejdzie bez zwrócenia uwagi. Przeciętny czytelnik gazet coraz częściej unika długich artykułów, wymagających mozolniejszego skupienia myśli. Przerzuca szybko dziennik poranny, przy śniadaniu, w tramwaju, — w wagonie kolejowym, który go wiezie do pracy. Zatrzymuje wzrok na efektownie sformułowanych nagławkach, które nieraz, co już staje się przesadą, więcej zajmują miejsca, niż treść notatki. Sensacja polega przede wszystkim na trafnej segre-

T R E Ś Ć N U M E R U

Stefan Krzywoszewski: Wartość i granice sensacji dziennikarskiej.

Franciszek Głowiński: Komunalne Kasy Oszczędności a prasa.

Prasa polska zagranicą.

Prasa francuska w r. 1935.

Prasa angielska w r. 1935.

Sprawy kolportażowe.

Przyjęcie na Ratuszu dla przedstawicieli prasy.

ŻYCIE ORGANIZACYJNE.

Prace Polskiego Związku Wydawców

Organizacje dziennikarskie.

KRONIKA KRAJOWA.

Państwo a prasa.

Statystyka.

Wśród wydawnictwo.

Bibliografia.

Różne.

USTAWY I ROZPORZĄDZENIA.

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE.

Voir le sommaire en langue française à la page 16-ème.

gacji wiadomości, na bystrem i celowym wydobyciu i wyzyskaniu watorów, które w tych wiadomościach tkwią. Bo niebezpiecznym byłoby złudzenie, że danej informacji inne dzienniki nie posiadają. Ten fortunny dla naszej redakcji zbieg okoliczności staje się coraz rzadszy, zwłaszcza wobec dzisiejszego rozwoju agencji informacyjnych. Dość dawno, bo już przed 40-tu laty, znany wydawca i naczelny redaktor „N. Wiener Tagblatt'u“, Szeps, chętnie powtarzał, z właściwym mu pogodnym sceptycyzmem, że najcenniejsze dla redakcji wiadomości są zmyślone. Albowiem żadna inna redakcja ich nie zdobędzie. Są zawsze interesujące i niezwykle (któżby się trudził fabrykowaniem wiadomości szarych i powszednich!). I wreszcie — nie powodują specjalnych kosztów... Oczywiście, był to paradoks, bo rozmyślne szerzenie fałszywych wiadomości wprędce wywołuje skutki opłakane. Sensacja w swej treści winna zawsze opierać się na przesłankach rzetelnych. Decyduje w tej mierze dobra wiara i głębsze poczucie odpowiedzialności ze strony kierowników redakcyjnych. Poczucie smaku i taktu.

Rzetelna sensacja bywa zawsze pożądana. Sensacja sztucznie wyciągnięta, a przesadnie stosowana, rychło męczy i osłabia zaufanie czytelnika. Nieprzyjemna zwłaszcza staje się nadmierna kumulacja rzekomych sensacyj. Naprzykład — całe strony poświęcone mordom, samobójstwom, procesom kryminalnym... Niezbyt liczni są czytelnicy, chętnie i dłużej zatrzymujący się na tego rodzaju cmentarzach. W równej mierze sprawia zawód czytelnikowi zbyt rażąca sprzeczność między sensacyjnym nagłówkiem, a ubogą treścią wiadomości. Najniebezpieczniejszą wszakże jest sensacja na tle faktów i wydarzeń, zaczerpniętych z życia prywatnego. Pomijając odpowiedzialność prawną, — w grę wchodzi tutaj odpowiedzialność moralna. Dziennikarz, dbały o swój honor i o honor swej korporacji, spełniając swój obowiązek zawodowy, winien zawsze pamiętać, jaką wartość i znaczenie

posiada dla każdej jednostki dobre imię, ile tragedij osobistych i rodzinnych może spowodować nieogłębność lub zacierzowanie, nawet przy dobrej wierze.

Minister Goebbels powiedział niedawno w Kolonji, że dziennikarze winni być mężami zaufania rządu, oni to bowiem kształtują wierzenia i poglądy narodu. Zapewne, w tym krasomówczym zwrocie jest dużo egzageracji, dopasowanej do panujących w Rzeszy konjunktur politycznych. Częściej lub rzadziej — rządy zmieniają się. Domagać się od dziennikarzy, by z równą gorliwością i zapałem służyli poglądom każdego rządu, — byłoby pozbawieniem ich wolności przekonań i myślenia, byłoby szkoleniem Giboyer'ów.

Londyński „Punch“, z racji 150-letniego jubileuszu „Times'a“,

przedstawił sędziwego a tak czerstwego jubilata, jako starszego pana w wygodnym pradziadowskim fotelu.

— Na czym polega pański długi żywot i tak doskonale zdrowie?

— Na równomiernych, metodycznych obyczajach, na szklance czystych nowin każdego ranka, na unikaniu wszelkiej przesady i przelicytowywania się. I na tem także, że zawsze naprzód myślę, a potem dopiero mówię.

Sądzę, że nauka, zawarta w tym angielskim uśmiechu, więcej jest warta, niż pseudo-naukowe dysertacje i patetyczne wezwania... Obok swoistego talentu czy zdolności, nieodzownych w każdym zawodzie, najcenniejszymi cnotami dziennikarza pozostaną zawsze: stałość, prawda, jasność i poczucie odpowiedzialności.

Stefan Krzywoszewski.

Komunalne Kasy Oszczędności, a prasa

W ostatnich latach coraz bardziej ważkim czynnikiem struktury gospodarczo finansowej kraju stają się Komunalne Kasy Oszczędności.

Na koniec roku 1935 Kas tych istniało w Polsce 359, z czego przypada na Polskę Zachodnią — 115 Kas (przeciętnie na województwo 57), na Śląsk — 18 Kas, na województwa centralne i wschodnie — 131 kas, (przeciętnie 14 na województwo) i na Małopolskę 95 Kas (przeciętnie 24 na województwo). Miarą poważnej roli jaką Kasy odgrywają obecnie w stosunkach finansowych jest fakt, iż na dzień 31 grudnia 1935 roku zgromadziły one 676.455.000 zł. wkładów, t. zn. sumę znacznie wyższą, niż wszystkie prywatne banki akcyjne, działające w Polsce, które w tymże czasie — według danych Głównego Urzędu Statystycznego — dysponowały wkładami w sumie łącznej 504.800.000 zł. Na terenie Komunalnych Kas Oszczędności daje się obserwować nieustanna praca nad podnoszeniem sprawności i poziomu ich pracy wewnętrznej i ich rozwoju. Krzepną przytem Komunalne Kasy Oszczędności, jako zrzeszona, zorganizowana siła społeczno - gospodarcza. Skupione są w czterech silnych, dobrze zorganizowanych związkach regionalnych (Warszawa, Poznań, Lwów, Katowice), których organizacyjną nadbudową, centralizującą całą pracę, jest Związek Związków Komunalnych Kas Oszczędności w Warszawie. Związki te dysponują poważną, na wysokim poziomie stojącą, prasą organizacyjną w formie fachowych czaso-

pism, do których należą: „Oszczędność“ (Warszawa), „Czasopismo Kas Oszczędności“ (Poznań) i „Kwartalnik Kas Oszczędności“ (Lwów). Dużo miejsca poświęca zagadnieniom Kas Komunalnych miesięcznik „Przegląd Oszczędnościowy“, ukazujący się w Warszawie. Celom propagandy oszczędnościowej służą takie wydawnictwa jak „Gazetka Oszczędnościowa“ i „Praca i Oszczędność“. Ścisłe współpracuje ze Związkami Komunalnych Kas Oszczędności Samorządowy Instytut Wydawniczy w Warszawie, mający za sobą duży dorobek w dziedzinie książek oraz popularnych broszur, afiszów i ulotek, poświęconych zagadnieniom ruchu oszczędnościowego.

Uderzającą jest rzeczą, iż zarówno Związki Komunalnych Kas Oszczędności jak i większość poszczególnych Kas należy do tych nielicznych w Polsce zrzeszeń i instytucyj gospodarczych, które rozumieją rolę i znaczenie propagandy i reklamy oraz stale pracują nad ich rozwojem. Żadna także w Polsce kategoria pism fachowych nie poświęca tyle uwagi zagadnieniom propagandy, co czasopisma Związków Komunalnych Kas Oszczędności.

Na tle głuchego milczenia, jakie, jeśli chodzi o zagadnienia propagandowe, panuje w innych zrzeszeniach gospodarczych i w prasie fachowej innych branż, na tle niemal zupełnego ignorowania kwestji propagandy i reklamy przez banki prywatne i państwowe, szczególnie interesująca i znamienne brzmią głosy prasy Komunalnych Kas Oszczędności.

rare z nich, najbardziej charakterystycznych, cytujemy poniżej.

„Zbiorowa propaganda — pisze dr. J. Kuźnar w „Czasopiśmie Kas Oszczędności” — staje się nieodzownym i coraz donioślejszym czynnikiem i wykładnikiem współczesnego życia. Im szybszy, rozlewniejszy i trudniejszy staje się jego nurt, poważniejsze zadania, tem więcej odpowiedzialna rola przypada propagandzie, która informując, orientując, zachęcając, przekonując i t. p., pobudza, wzmacnia i podnosi zainteresowania, potrzeby i stopę życiową danej zbiorowości ludzkiej. Funkcja propagandy polega na włączeniu najszerszych sfer ludności w proces wytwarzania i konsumowania wszelkiego rodzaju dóbr kulturalnych, materialnych i duchowych. Postępująca demokratyzacja kultury byłaby nie do pomyślenia bez współdziałania propagandy. Odcinki życia zbiorowego, nieobjęte w ogóle lub w niedostateczny sposób akcją propagandową, wykazują osłabienie tętna rozwojowego na rzecz odcinków lepiej pod tym względem obsłużonych”.

W temże „Czasopiśmie Kas Oszczędności” dr. Z. Witkowski, omawiając szeroko rozwiniętą zagranicą akcję „uświadamiania finansowo-bankowego ludności”, pisze co następuje: „Temu też należy zawdzięczać w głównej mierze wysoki stopień doskonałości gospodarczej, jakie osiągnęły społeczeństwa tych państw o rozwiniętej kulturze ekonomicznej. Jeżeli np. w Anglii czek jest równie popularnym środkiem płatniczym, jak pieniądź gotówkowy, jeżeli co drugi obywatel posiada własne konto bankowe, czy to oszczędnościowe czy też bieżące, jeżeli dla Anglika lub Amerykanina bank jest jego kasjerem i inkasentem, doradcą finansowym, przyjacielem, który spieszy mu z pomocą kredytową i t. p., jeżeli zagadnienie tezauryzacji niemal nie istnieje w tych krajach — to trzeba to przypisać przedewszystkiem konsekwentnej, umiejętniej i owocnej propagandzie tych instytucji i popularyzowaniu przez nie zasad racjonalnej gospodarki finansowej poszczególnych jednostek”.

W innym artykule tegoż Dr. Witkowskiego, p. t. „Kierunki nowoczesnej propagandy Kas Oszczędności”, pomieszczonym w temże czasopiśmie, czytamy: „Nie należy w istocie zapominać, że skuteczna propaganda na rzecz K.K.O. jest jednym z najważniejszych czynników, od którego zależy rozwój Kas. Jakże bowiem rozszerzyć poszczególne agendy Kasy i powiększyć zakres jej działalności, jeżeli Kasa wskutek zaniedbywania racjonalnej akcji propagandowej cierpieć będzie na brak przyływu nowych wkładów, które stanowią najodpowiedniejsze środki obrotowe, umożliwiające zdrowy i pomyślny rozwój. Jeżeli Komunalne Kasy Oszczędności nie mają rozminąć się ze swym ustawowem zadaniem, polegającym przedewszystkiem na krzewieniu myślności oszczędnościowego wśród społeczeństwa i nie mają pojąć w stan marazmu i wegetacji, uwi-

docznający się zastojem operacji aktywnych wskutek braku odpowiednich funduszy obrotowych, winny przystąpić energicznie do wzmocnienia propagandy oszczędnościowej, do usprawnienia dotychczasowych metod i środków propagandowych, do poszukiwania nowych środowisk i dróg społecznych, które możnaby objąć skuteczną propagandą”.

Głosy powyższe to drobne wyjątki za pośrednictwem obszernej i źródłowych prac, poświęconych zagadnieniom propagandy i reklamy, które w latach ostatnich ukazały się na łamach czasopism wydawanych przez Związki Komunalnych Kas Oszczędności.

Zagadnienia propagandowe należą też do głównych trosk i zajmują poważne miejsce w pracach organizacyjnych, zarówno Związków Komunalnych Kas Oszczędności, jak i poszczególnych Kas. Od wielu już lat poważną pracą w tym kierunku prowadzą regionalne Związki K.K.O. W r. 1933 powołany został do życia i rozwija odtąd wydatną działalność Stały Komitet Propagandowy, złożony z przedstawicieli: Związku Związków K.K.O., Okręgowych Związków K.K.O., pism fachowych K.K.O. i Samorządowego Instytutu Wydawniczego. W sprawozdaniu Związku Związków K.K.O. za r. 1934 czytamy m. in. „Podobnie jak w roku poprzednim propaganda była stałą troską wszystkich posiedzeń Rady”. W budżecie Związku Komunalnych Kas Oszczędności w Warszawie na r. 1935, wyrażającym się w sumie 204.100 zł., aż 27.000 zł. przeznaczono na cele propagandowe.

Idąc w tej dziedzinie śladami swych zrzeczeń, również większość poszczególnych Kas posiłkuje się akcją propagandową. Działają w tym względzie w myśl zaleceń władz organizacyjnych; w sprawozdaniu Związku Związków K.K.O. za r. 1934 znajdujemy następującą uchwałę jednego z posiedzeń Rady Związku: „Propaganda centralna winna być uzupełnieniem propagandy indywidualnej K.K.O. Aby ułatwić Kasom prowadzenie tej propagandy w sposób ciągły i systematyczny, Rada jeszcze w 1933 r. zaleciła tworzenie przy wszystkich Kasach stałych komitetów lokalnych propagandy oszczędności. W roku ubiegłym Rada uchwaliła regulamin ramowy dla tych komitetów w opracowaniu Związku Warszawskiego”.

„W dzisiejszej pracy propagandowej — pisze p. R. Chodnikiewicz na łamach „Oszczędności” — jaką podejmują, nie wszystkie zresztą, Komunalne Kasy Oszczędności, widzimy szereg mniej lub więcej skutecznych wysiłków wprowadzenia w życie różnych środków propagandowych, pośrednich i bezpośrednich, które mają odegrać właściwą rolę przysparzania tym kasom nowych i stałych ciułaczy — wkładców”. Na zorganizowanie w dniu 31 października 1934 r. dorocznego Dnia Oszczędności 310 Komunalnych Kas Oszczędności wydatkowało łącznie 193.178 zł. Charaktery-

stycznym jest stały, z roku na rok znaczący się, wzrost zarówno ilości Kas biorących udział w organizowaniu Dnia Oszczędności, jako też sum wydatkowanych przez nie na ten cel. W r. 1933 organizowało Dzień Oszczędności 271 Kas, zaś w r. 1934 — 310 Kas. Wydatki zaś ze 173.571 zł. w r. 1933 wzrosły do wspomnianej już sumy 193.178 zł. w r. 1934. Największa z Kas, Komunalna Kasa Oszczędności m. Warszawy stale zwiększa swe wydatki na propagandę: w pierwszych pięciu latach działalności roczne wydatki Kasy na propagandę wahały się w granicach od 20 do 30 tys. zł., w następnych dwu latach wynosiły około 40 tys. zł. rocznie, w r. 1934 osiągnęły 50 tys. zł., a w r. 1935 — 60 tys. zł. K.K.O. pow. Warszawskiego wydała w ciągu roku 1935 na propagandę 36.902 zł 34 gr.

Pomyślny i szybki rozwój Komunalnych Kas Oszczędności, stale wzmacnianie wewnętrznej struktury i odporności finansowej tych Kas oraz ich krzepnięcie organizacyjne z jednej strony, a wyżej scharakteryzowany stosunek tych Kas i ich zrzeszeń do zagadnienia propagandy i reklamy — powinny jak najżywiej zainteresować prasę polską.

Komunalne Kasy Oszczędności odgrywają coraz ważniejszą, coraz bardziej czynną rolę w życiu gospodarczo-finansowym Polski. Rola ta jest pożyteczna i twórcza. Komunalne Kasy szerzą wśród ogółu zmysł przezorności życiowej i oszczędności, są bezpiecznymi zbiornicami oszczędzanej gotówki, przyczyniają się, dzięki swej akcji kredytowej, do ożywienia życia gospodarczego, zwłaszcza gdy chodzi o drobne rolnictwo, średni przemysł i rzemiosło. Tak działając, Komunalne Kasy Oszczędności stają się coraz ważniejszym czynnikiem ładu finansowego i rozwoju gospodarczych sił społeczeństwa. To też praca tych Kas zasługuje na szczególną opiekę i uwagę prasy, jako naturalnej opiekunki tych wszystkich prac społecznych, które zmierzają ku dobru ogólnemu. Każde wydawnictwo mające ambicję należytego wywiązywania się ze swych obowiązków prasowej służby na rzecz dobra publicznego — winno na swych łamach udzielać dużo miejsca i poparcia pożytecznej pracy Komunalnych Kas Oszczędności.

Z drugiej strony administracyjne kierownictwa poszczególnych wydawnictw zwrócić powinny uwagę na Komunalne Kasy Oszczędności, jako na klientów ogłoszeniowych prasy i to klientów, którzy, w miarę swego rozrostu i rozwoju, mogą stawać się coraz lepszymi klientami ogłoszeniowymi.

Jest rzeczą dobrze znaną fachowcom reklamy prasowej, że jeśli w jakiegokolwiek dziedzinie życia gospodarczego zjawia się zasadnicze zrozumienie roli i wagi propagandy i reklamy — to automatycznie powstaje, niemal zawsze, klient reklamy prasowej. Ogłoszenie prasowe jest bowiem środkiem reklamowym tej

skuteczności i siły, iż niemal w żadnej akcji propagandowej nie może on być pominięty, czy też stosowany w niedostatecznej mierze. Mogą się zdarzać błędy w ocenie wartości i skuteczności ogłoszenia prasowego, ale w rezultacie doświadczenie musi doprowadzić instytucję posiłkującą się propagandą i reklamą do należytego uwzględnienia w niej reklamy prasowej. Jeśli chodzi o Komunalne Kasy Oszczędności, błędy takie można niejednokrotnie obserwować zarówno w pewnych zaleceniach i wywodach kierowniczych czynników tych Kas, jak i w praktyce poszczególnych Kas. Ale naogół już obecnie widoczne jest duże zrozumienie wagi i znaczenia reklamy prasowej, zarówno w organizacjach kierujących Kasami jak i w samych Kasach.

W cytowanym już powyżej sprawozdaniu Związku Związków K.K.O. za r. 1934 w dziale p. t. „Propaganda“ zwrócona jest m. in. uwaga na propagandę w prasie codziennej i periodycznej. Wydatki, ponoszone przez Komunalne Kasy Oszczędności na cele reklamy prasowej, związane z organizacją Dni Oszczędności, wzrastają z roku na rok. W r. 1932 wyniosły one 25.183 zł, w r. 1933 — 30.511 zł., a w r. 1934 — 44.634 zł. Stanowiło to bardzo poważną część wydatków na organizację Dnia Oszczędności 1934 r., które wyniosły ogółem 193.178 zł. Obydwie Komunalne Kasy Oszczędności, mieszczące się w Warszawie, t. j. miejska i powiatowa, bardzo wydatnie korzystają z ogłoszeń prasowych. Współpracuje z prasą potężna Komunalna Kasa Oszczędności m. Krakowa. Obserwacja prasy prowincjonalnej wskazuje, iż bardzo wiele Kas Komunalnych, mieszczących się w miastach wojewódzkich i powiatowych, stale i wydatnie, z dobrymi przytem rezultatami, posługuje się reklamą prasową. Powiatowa Komunalna Kasa Oszczędności w Lublinie, pomieszczając oddawna, codziennie ogłoszenia i hasła propagandowe w miejscowych poczytnych dziennikach, osiągnęła w r. ub. bardzo poważny wzrost wkładów, nabyła w śródmieściu nowy okazały gmach i rozwija coraz wydatniejszą działalność kredytową. Komunalna Kasa Oszczędności m. Włocławka w ciągu roku 1934, stosując szereg różnych środków propagandy m. i. zamieściła w prasie miejscowej zgórą 200 wzmianek, ogłoszeń, artykułów i sprawozdań. Pisząc o propagandowej działalności tej Kasy, czasopismo „Oszczędność“ daje tytuł: „Przykład wzorowej propagandy“. Duże zrozumienie wagi reklamy prasowej wykazują Komunalne Kasy Oszczędności województw Poznańskiego i Pomorskiego. Kasy województwa Poznańskiego wydając w październiku 1934 r. na organizację Dnia Oszczędności 41.854 zł, przeznaczyły z tego 8.350 zł na reklamę prasową; Kasy województwa Pomorskiego z kwoty 12.132 zł, użytej w październiku na tenże cel — 3.208 zł wydatkowały na ogłoszenia prasowe.

Uwydatnione w postaci powyższych faktów zrozumienie ze strony Komunalnych Kas Oszczędności wagi ogłoszenia prasowego wskazuje, iż istnieją wszelkie warunki po temu, aby współpraca ogłoszeniowa Komunalnych Kas Oszczędności z prasą pomyślnie się rozwijała i rosła w swych rozmiarach ku pożytkowi obu stron.

Szczególnie ciekawe i wdzięczne zadanie ma w tej dziedzinie do spełnienia prasa prowincjonalna i pewne kategorie prasy periodycznej, zwłaszcza zaś prasa kobieca, mogąca odegrać doniosłą rolę w akcji propagandy oszczędnościowej wśród szerokich rzesz kobiet, dysponujących budżetami i wydatkami domowymi. Prasa prowincjonalna i periodyczna tem żywiej zainteresować się powinna Komunalnymi Kasami Oszczędności, że jej rola propagandowa ignorowana jest systematycznie, a wbrew doświadczeniom całego świata, przez ogólnie państwowe, centralistyczne instytucje oszczędnościowe.

Rozważając tę kwestję i organizując swą współpracę z Komunalnymi Kasami Oszczędności, prasa prowincjonalna i periodyczna może poważnie ułatwić sobie akcję w tej dziedzinie, pomagając poszczególnym Kasom Oszczędności w or-

ganizowaniu akcji reklamowej. Bardzo wiele z tych Kas, zwłaszcza na prowincji, nie zawsze umie sobie radzić z praktycznymi zadaniami reklamowymi. Pomoc okazana w tym względzie Kasom przez administrację wydawnictw spotka się bezwątpienia z wdzięcznością i ułatwi utrwalenie stosunków ogłoszeniowych z Kasami. Niektóre wydawnictwa poczyniły już w tej dziedzinie pożyteczne doświadczenia. Dużo zaś praktycznych wskazówek i materiałów, umożliwiających tak pojętą, a skuteczną współpracę administracji wydawnictw z Kasami, znaleźć mogą kierownictwa wydawnictw w rocznikach wyżej wymienionych czasopism fachowych, poświęconych zagadnieniom oszczędnościowym oraz w wydawnictwach Samorządowego Instytutu Wydawniczego, zwłaszcza zaś w książce T. Uhmy p. t. „Dajmy Polsce rodzimy kapitał“.

Reasumując, stwierdzić należy, iż zarówno rozwojowi życia gospodarczego i finansowego kraju, jako też interesom K.K.O., a zarazem swoim własnym interesom dobrze przysłużą się wydawnictwa, których zarówno redakcje jak i administracje czynnie zainteresują się sprawami Komunalnych Kas Oszczędności.

Franciszek Głowiński.

PRASA POLSKA ZAGRANICĄ

Jubileuszowy numer „Gazety Olsztyńskiej“.

W dniu 1 kwietnia r. b. ukazał się jubileuszowy numer „Gazety Olsztyńskiej“, wydany z okazji 50-lecia tego wydawnictwa. Wielostronicowy, pięknie wydany numer chlubnie świadczy o żywotności i rozmachu jedyne polskiego dziennika, wydawanego w Prusach Wschodnich. Treść numeru wskazuje na żywy kontakt, utrzymywany przez „Gazetę Olsztyńską“ z polską ludnością Prus.

Na czele numeru znalazły się życzenia, nadesłane przez Prymasa Polski ks. kardynała Hlonda, oraz przed przedstawiciele Światowego Związku Polaków z Zagranicy. Artykuły, skreślone przez wybitnych Polaków, zamieszkałych w Rzeszy niemieckiej, omawiają znaczenie i rolę, jaką odgrywa „Gazeta“ w życiu Polonji niemieckiej, podnosząc wielkie zasługi wydawnictwa w dziele krzewienia uczuć narodowych wśród ludu polskiego w Warmji i na Mazurach. Dzieje pisma skreślił jego obecny kierownik, p. Seweryn Piętny oraz liczni dawniejsi i obecni współpracownicy wydawnictwa.

Groźna sytuacja prasy polskiej w Niemczech.

W ostatnich miesiącach nad prasą polską w Rzeszy Niemieckiej zawisło nowe groźne niebezpieczeństwo, wywołane rygorystycznym stosowaniem przepisów ustawy dziennikarskiej do redaktorów pism polskich. Ustawa ta wprowadziła zasadę, iż cała działalność prasowa, uprawiana na terenie Rzeszy, winna mieć jedynie na celu dobro i interes narodu i państwa niemieckiego. Do przestrzegania

tych postanowień uprawniona jest centralna organizacja zawodowa (Reichsverband der deutschen Presse) wzgl. jej terenowe oddziały (Landesverbände). W razie stwierdzenia przekroczenia, winny otrzymuje upomnienie. Trzecie upomnienie jest równoznaczne z odebraniem prawa wykonywania zawodu dziennikarskiego na terenie Rzeszy.

Praktyka wykazała, iż wystąpienia na łamach pism polskich, mając za przedmiot choćby tylko ostrożną analizę konkretnych przekroczeń wobec ludności polskiej, traktowane są jako wykroczenia przeciw interesom narodu i państwa niemieckiego. Wnet następują represje. W ten sposób odebrano prawa dziennikarskie p. Wacławowi Jankowskiemu, redaktorowi Gazety Olsztyńskiej i p. Janowi Skoli, redaktorowi pisma „Kulturwehr“, organu Związku Mniejszości Narodowych w Rzeszy. Wielu redaktorów Polaków otrzymało już dwa upomnienia.

Odebranie debitu w Niemczech Kurjerowi Poznańskiemu.

W początku kwietnia niemiecki minister spraw wewnętrznych pozbawił debitu „Kurjer Poznański“ na czas do 20 czerwca r. b.

Korespondent PAT — prezesem Związku Korespondentów Zagranicznych.

Na odbytem w Londynie w dniu 1 kwietnia walnem zebraniu Związku Korespondentów Zagranicznych (Foreign Press Association) prezesem tej organizacji wybrany został p. dr. Stefan Litauer, londyński korespondent PAT.

Prasa francuska w roku 1935

Proces rozwojowy prasy francuskiej nie jest łatwy do dokładnego ustalenia. Nakłady poszczególnych wydawnictw nie są ujawniane, pozostają „tajemnicą interesu”. Istnieje wprawdzie przy „Izbie Reklam” (Chambre Syndicale de la Publicité) urząd do badania nakładów wydawnictw codziennych i periodycznych. Na ogólną jednak liczbę 7776 wszystkich tych wydawnictw, drukowanych w ubiegłym roku we Francji, tylko 116 poddało się miarodajnemu sprawdzeniu wysokości swoich nakładów. Pewne światło w tej mierze rzucają bilanse poszczególnych przedsiębiorstw wydawniczych. Nie są to jednak dane ściśle. Powoływać się zatem można tylko na cyfry, w ogólnym zarysie odpowiadające istocie rzeczy.

Według berlińskiego miesięcznika „Zeitungswissenschaft”, który zagadnienia prasowe zwykł traktować poważnie i według metod naukowych, nakłady główniejszych dzienników paryskich przedstawiały się w r. 1935 jak następuje:

„Petit Parisien“	1.650.000 egz.
„Paris - Soir“	1.500.000 „
„Journal“	900.000 „
„Matin“	850.000 „
„Petit Journal“	500.000 „
„Intransigeant“	400.000 „
„Ami du peuple“	400.000 „
„Excelsior“	311.000 „
„Echo de Paris“	300.000 „
„Humanité“	201.255 „
„Jour“	200.000 „
„Quotidien“	148.000 „
„Paris - Midi“	120.000 „
„Populaire“	120.000 „

Dzienniki „L'Oeuvre” i „Figaro” pretendują do nakładu, dochodzącego do 200.000 egz. „Zeitungswissenschaft” ogranicza się wszelako tylko do stwierdzenia tych pretensyj. Nakład „Temps”, najpoważniejszego we Francji dziennika politycznego, obliczany jest na 70 tysięcy egz. Większość tego nakładu rozchodzi się poza granicami Francji.

Obok prasy stołecznej, we Francji rozwija się i prosperuje liczna, zasobna i w poszczególnych wypadkach doskonała prasa regionalna. Oto czołowe jej organy:

„Le Progrès” (Lyon)	450.000 egz.
„Le Petit Marseillais” (Marsylja)	350.000 „
„L'Ouest-Eclair” (Rennes)	345.000 „
„La Petite Gironde” (Bordeaux)	320.000 „
„Le Nouvelliste de Lyon” (Lyon)	230.000 „
„La Dépêche de Toulouse” (Tuluza)	270.318 „
„L'Echo du Nord” (Lille)	265.017 „
„La France de Bordeaux” (Bordeaux)	221.667 „
„Le Petit Dauphinois” (Grenoble)	200.000 „
„Lyon-Republicain” (Lyon)	200.000 „

Jest jeszcze siedem innych dzienników prowincjonalnych, które biją ponad 100 tysięcy egz.: „Reveil du Nord” (Lille), „Dernières Nouvelles de Strassbourg”, „Marseille - Matin”, „Tribune Republicaine” (St. Etienne), „Journal de Rouen”, „L'Ouest-Journal” (Rennes), „L'Est Republicain” (Nancy).

A teraz tygodniki paryskie:

„Gringoire“	485.000 egz.
„Dimanche Illustré“	430.000 „
„Candide“	340.000 „
„Ric et Rac“	270.965 „
„L'Illustration“	200.000 „
„Je suis partout“	110.000 „
„Miroir du Monde“	90.000 „

Prowincja francuska nie posiada wydawnictw tygodniowych o większych nakładach.

Powodzenie dziennika „Le petit Parisien”, ugruntowane jest na świetnym reportażu własnym oraz na układzie z Londyńskim „Times'em”. Układ ten zapewnia paryskiemu dziennikowi równoczesność wszystkich informacji, jakie potrzebny „Times” otrzymuje od swych korespondentów, rozproszonych na całym globie. Koncern wydawniczy dziennika „Le Petit Parisien” opiera się przytem na bardzo mocnych podstawach finansowych. Należą do tego koncernu, poza głównym organem, „L'Excelsior” paryski, oraz prowincjonalne: „Marseille-Matin”, „Ouest-Journal” (Rennes), „Nouveliste de Morbihan”, „Oran-Matin” i „L'Est-Republicain” (Nancy). Ogólny dzienny nakład tego koncernu wynosi 2.300.000 egz. różnych dzienników i periodyków. Należą doń tygodniki: „Miroir du Monde”, „Dimanche Illustré”, „Science et Vie”, „Le Miroir des Sports”, „Ciné-Miroir”, „Nos Loisirs”, „L'Agriculture Nouvelle” i miesięcznik „Omnia”.

Pod względem ogłoszeniowym rywalizuje z koncernem „Petit Parisien” „Le Journal”, który pozostaje w najbliższym kontakcie z Agencją Havas'a, i pod względem informacji jest niewątpliwie i stale przez tę agencję uprzywilejowany. Agencja Havas'a prócz tego, przed dwoma laty nabyła dziennik Coty'ego „L'Ami du peuple”; posiada również znaczne wpływy w wydawnictwie „Petit Journal”. Dodajmy, że Agencja Havas'a dzierżawi dział ogłoszeniowy w 240 dziennikach na 353, które się we Francji znajdują.

W zawrotnym wyścigu o wysokość nakładu bardzo niebezpiecznym zapaśnikiem okazał się dziennik „Paris-Soir”, założony zaledwie przed 13-u laty. Zdobyl on szybki i niebywały sukces świetną sprawnością swojej obsługi informacyjnej oraz dzięki doskonale zorganizowanemu reportażowi ilustracyjnemu i umiejętnemu uwzględnieniu zainteresowań sportowych.

„Paris-Soir” zapewnił sobie współpracę utalentowanych dziennikarzy (br. Tha-

raud), i pierwszy zaopatrzył się we własne samoloty. Podczas powitania Venizelosa na Krecie i w pierwszych miesiącach wojny abisyńskiej oddały one temu dziennikowi niezrównane przysługi. Faktem jest także, że ostatnie wiadomości, podawane przez radio późnym wieczorem, zmniejszyły we Francji zainteresowanie dla pism porannych na rzecz pism popołudniowych. To także w pewnym stopniu jest prawdopodobnie przyczyną znacznego spadku, jaki odczuwają niedawno tak potężne „Petit Journal” i „Ami du Peuple”.

Uwagę zwracają poważne nakłady, zyskane przez dzienniki prowincjonalne. Dawny stan posiadania prasy paryskiej został naruszony. Obsługa informacyjna dzienników prowincjonalnych przeważnie dotrzymuje kroku prasie paryskiej, a pod względem redakcyjnym stoją one nieraz bardzo wysoko. Takie dzienniki np., jak „Depêche de Toulouse”, „Le Petit Marseillais”, „L'Ouest-Eclair” i „Journal de Rouen” są czytane w całej Francji.

Nowy, powojenny typ tygodników francuskich zdobył szerokie masy czytelników. Dawny monopol ilustracji ciężkiego kalibru („L'Illustration”, „Le Monde Illustré”) został przelamany. Nowe tygodniki („Gringoire”, „Candide”) osiągnęły wielkie nakłady. Wychodzą w różnych dniach tygodnia. „Paris-Dimanche” trzyma się starej tradycji: ukazuje się w sprzedaży w sobotę wieczorem.

Rok ubiegły tem się we Francji wyróżnia, że nie powstał żaden nowy poważny dziennik. Zaledwie — trzy tygodniki. Jakże porównanie z Polską, w której nowe periodyki wyrastają jak grzyby po deszczu, choć zwykle rychlej od wiosennych grzybów znikają. Owe trzy nowe tygodniki francuskie, to „Vendredi”, pismo dla intelektualistów o charakterze antyfaszystowskim, „Savez-vous”, pismo informacyjno-ilustrowane dla szerszych warstw i „Choc”, tygodnik polityczny, zbliżony do kół wojskowych.

Pod względem dochodowym większość dzienników znalazła się w roku ubiegłym w położeniu krytycznym. Spadek nakładu („Petit Journal”, „Intransigeant”), i redukcja ogłoszeń zmusiły niektóre redakcje do daleko idących oszczędności. „Le petit Journal” zmniejszył prawie do połowy swój sztab redakcyjny. Według oświadczenia p. Jerzego Bourdon, prezesa „Syndykatu Narodowego Dziennikarzy”, każdy z dzienników paryskich musiał sięgnąć do swoich rezerw. W lepszej sytuacji znalazły się dzienniki prowincjonalne. W dziedzinie ogłoszeń daje się spostrzec tendencja ze strony inserentów do bardziej intensywnego korzystania z tygodników. Część reklam, które dotąd były udziałem pism codziennych, przeszła do tygodników. Zpośród dzienników paryskich największą sumę ogło-

szeń osiągają: „Paris - Soir“, „L'Intransigeant“, „Le Journal“ i „Le petit Parisien“. Z dzienników prowincjonalnych — „L'Echo du Nord“, „Le Petit Marseillais“ i „La petite Gironde“. W dziedzinie drobnych ogłoszeń przodują „Paris - Soir“ i „L'Intransigeant“, ten ostatni jednak wykazuje raczej tendencję zniżkową. Najpotężniejszą agencją ogłoszenio-

wą jest Agencja Havas'a. Niektóre wielkie dzienniki posiadają własną obsługę akwizycyjną.

Wyniki eksploatacyjne francuskich przedsiębiorstw wydawniczych są tedy naogół ujemne. W paryskich kołach dziennikarskich utrzymują, jakoby nawet „Paris - Soir“ zamknął bilans dotkliwą stratą.

ning News' 727.946 egz. (Rothermere), liberalny „Star“: 608.472 egz., „Daily Telegraph“: 460.546 egz.

„Times“ wykazuje małe zmiany, jednakowoż — dodatnie. W grudniu z. r. nakład tego wielkiego dziennika wynosił 186.325 egz.

W prasie prowincjonalnej pierwsze miejsce pod względem nakładu zajmuje glosowski „Daily Record“: 232,265 egz.

Niebywale gdzieindziej nakłady osiągają w Anglii niedzielne wydawnictwa tygodniowe: „News of the World“ biją 3.350.000 egz., „People“ — 3.250.000 egz., „Sunday Express“ — 1.293.231 egz. Dla czytelnika kontynentalnego bajeczne powodzenie tych wydawnictw wkracza w metafizyczną dziedzinę psychiki angielskiej. Zarówno ze względu na poziom treści, jak ilustracji tych perjurydów dość trudno zrozumieć ich żywiołowy sukces.

W każdym razie stwierdzić należy, iż prasa angielska korzysta w całej pełni z dobrodziejstw okresu „prosperity“.

Gordon.

Prasa angielska w roku 1935

Okres lat tłustych, który w Anglii nastąpił po okresie kryzysowym, odbił się pomyślnie i na losach prasy. Czytelnicstwo gazet i perjurydów wzrasta, ożywienie w przemyśle i handlu wpływa jeszcze dodatkowo na rozwój ogłoszeń.

W roku ubiegłym powstały w Anglii dwa nowe dzienniki. Oba na prowincji, oba wieczorne. Dla nowych dzienników porannych już niema miejsca: prasa londyńska wyczerpała wszystkie możliwości ekspansji. Prowincjonalne dzienniki popołudniowe wcześniej dochodzą do prenumeratorów, niż stołeczne: operują na krótszych dystansach. W lutym r. b. powstał w Luton nowy tygodnik. Ale w okresie ostatnich czternastu miesięcy, równocześnie trzy dawne gazety przestały wychodzić. Właściwie tedy sytuacja nie uległa zmianie. Wśród owych trzech nieboszczyków znalazły się dwa dzienniki, wydawane w języku angielskim dla czytelników żydowskich.

Na początku r. b. Anglja posiadała ogółem 150 wydawnictw codziennych: Jedenaście z nich było poświęconych wyłącznie sportom, cztery — zagadnieniom handlu. Pozostałe 135 dzienników dzieliły się na 50 — porannych i 85 — wieczornych.

Inny ciekawy objaw notuje Berliński miesięcznik „Zeitungswissenschaft“: walka konkurencyjna poszczególnych wydawnictw w Anglii w znacznej mierze zlagodniała. Koszty wojenne okazały się tak wysokie, że nawet zwycięstwo nie przyniosło spodziewanych korzyści. Zyski odnosili przeważnie tylko czytelnicy i prenumeratorzy, zasypywani różnego rodzaju nagrodami, premjami i zwiększoną niepomiernie objętością numerów.

Walka między prasą codzienną a radjem zaostrza się. Radjowa obsługa informacyjna budzi w świecie dziennikarskim niezadowolone. Zdarzają się coraz częściej wypadki, że reportaży radjowy wyprzedza informacje prasy. Tak np. stało się z wiadomością o zaręczynach ks. Gloucester: radjo wydoszło tę wiadomość, zanim doszła ona do prasy.

Czołowe miejsce w angielskiej prasie codziennej zajmuje od 2½ lat „Daily Herald“, którego nakład codzienny w drukiem półroczu ubiegłego roku wynosił

przeciętnie 2 miliony egzemplarzy. Na drugim miejscu trzyma się „Daily Express“, który w grudniu ubiegłego roku osiągnął przeciętny codzienny nakład 1872.606 egz. „Daily Mail“ zajmuje trzecie miejsce ze swojemi 1.751.363 egz., „News-Chronicle“ bije 1.348.000 egz.

Z londyńskich dzienników popołudniowych największy nakład posiadają „Eve-

SPRAWY KOLPORTAŻOWE

Kolportaż miejski w Warszawie za pośrednictwem T-wa „Ruch“

Przeciętna dzienna sprzedaż dzienników i czasopism utrzymywała się przez grudzień ub. r. i styczeń r. b. na poziomie przeciętnej dziennej sprzedaży w miesiącach wrześniu i październiku (250 tys.) przy ustabilizowanej już ilości punktów sprzedaży i tytułów. W lutym r. b. zanotować trzeba dalszy wzrost sprzedaży (w cyfrach globalnych) mimo wypadku niesprzyjającego kolportażowi — strajku drukarskiego w Warszawie, wywołany przyjęciem do kolportażu prasy żydowskiej (a w tej i żargonowej). W ten sposób ilość kolportowanych tytułów podniosła się o 20%, zaś sprzedaż egzemplarzowa osiągnęła dzienną cyfrę 260.000 egz.

Kolportaż prowincjonalny T-wa „Ruch“ w styczniu 1936 r. na tle r. 1935

1) Stan ilościowy miejscowości uległ w styczniu 1936 r. pewnemu skurczeniu, w stosunku do roku 1935 o 2,8% i wyrażał się cyfrą 680. Jest to zjawisko normalne w tej porze roku, tembardziej, jeśli porównamy z przeciętnym stanem r. 1935, na który oddziaływał w dużej mierze wzrost liczby miejscowości w porze letniej.

2) Ilość punktów kolportażowych uległa również nieznacznemu zmniejszeniu z przyczyn, jak wyżej, i wyrażała się cyfrą około 3.230.

3) Stan liczebny kiosków kolejowych nie uległ zmianie i pozostał równy poziomowi r. 1935, t. j. około 400 kiosków.

4) W terenie pozakoncesyjnym spadek i stan 2830 odbiorców z przyczyn, jak ad 1) i 2).

5) Stosunek procentowy tytułów warszawskich, kolportowanych przez „Ruch“ pozostał bez zmiany.

6) W porównaniu ze styczniem ub. r. wzrost sprzedaży pism i czasopism w styczniu 1936 procentowo wyrażał się cyfrą około 30%, a egzemplarzowo — około 940.000 egz., gdyż sprzedaż w styczniu 1935 r. wynosiła 3.310.000 egz., zaś sprzedaż w styczniu 1936 r. wyniosła 4.250.000 *).

7) Stosunek procentowy sprzedaży pism i czasopism wg. grup cen:

Styczeń 1935 r. Styczeń 1936 r.

5 gr.	—	8,10%
10 „	77,10%	74,83%
15 „	0,80%	0,65%
20 „	15,20%	11,42%
25 „	6,90%	5,00%
		100%
		100%

*) Bez kolportażu miejskiego w W-wie.

Przyjęcie na Ratuszu

dla przedstawicieli prasy warszawskiej

W zamierzeniach p. Prezydenta Stefana Starzyńskiego widoczna jest tendencja ustalania pewnych obyczajów i tradycji. W zeszłym roku, dn. 27 marca, odbyło się w Ratuszu wieczorne przyjęcie dla przedstawicieli Związku Wydawców Dzienników i Czasopism oraz dla przedstawicieli Związku Dziennikarzy R. P., naczelnych redaktorów dzienników warszawskich i kierowników Polskiego Radja. W tymże samym dniu tegoż samego miesiąca roku bieżącego, t. j. dn. 27 marca 1936 r. odbył się analogiczny obiad. Znaczna większość zebranych składała się z gości zeszłorocznych.

I tak, jak rok temu, p. Prezydent Stefan Starzyński w dłuższym, z wielką swadą wygłoszonym przemówieniu zobrazował wyniki gospodarki obecnego Zarządu Miasta za rok miniony. Więc: dalsze, skuteczne zabiegi celem uporządkowania finansów, utrwalenie kredytu miasta, znaczne powiększenie wydatków na niezbędne inwestycje. Obniżka ceny tych świadczeń, które ciążą jako obowiązek miasta: redukcja kosztu przejazdów tramwajami, ceny gazu etc. Akcja budowlana na ten rok — niestety bardziej ograniczona. Porządkowanie odziedziczonych trudności, jak walka z cudzoziemskimi akcjonariuszami elektrowni warszawskiej, któ-

rzy od szeregu lat, rok rocznie zabierają po 13 milionów złotych; sprawa portu handlowego na Wiśle, wyeliminowanie kolejek dojazdowych z terytorjum miasta, szereg innych ważnych, a skomplikowanych zagadnień. Z przemówienia p. Prezydenta Starzyńskiego było widoczne, że Zarząd Miasta, pamiętając dokładnie o każdej, chociażby mniejszej wagi sprawie, na chwilę nie spuszcza oka z zasadniczej linii postępowania, którą sobie wytknął, i to mimo szkopułów, które wciąż piętrzy nieustępliwy kryzys finansowy.

Zasadniczy — powiedzmy — idealny program obecny Zarządu Miasta — to Warszawa, godna swego pierwszego stanowiska w wielkim państwie, to piękne, w zieleni ogrodów nad Wisłą nowoczesnie rozbudowane dzielnice, to rozległe parki, obejmujące dookoła rozrastającą się szybko stolicę, to pogłębienie przywiązania wszystkich mieszkańców do „swojego miasta“, niegasnące dlań ambicje. P. Prezydent Starzyński jest entuzjastą i optymistą. Wcale się z tem nie kryje. Ale jest przytem człowiekiem, umiejącym liczyć. Posiada wysokie poczucie rzeczywistości. Więc wynurzenia jego, nawet daleko wybiegające w przyszłość, znajdują żywy oddźwięk i wiarę,

że wspólnym wysiłkiem, umiejętnym skoordynowaniem wszystkich twórczych sił, z biegiem czasu da się zrealizować nawet to, co dziś może się wydawać mrzonką.

Imieniem Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism odpowiedział p. Starzyńskiemu prezes Rady Związku, p. Feliks Mrozowski, podkreślając rozmach, inicjatywę, energię i wiarę w jutro, cechujące poczynania i prace obecnego Zarządu Miasta pod kierownictwem p. Prezydenta Starzyńskiego i życząc jak najpełniejszego powodzenia. W tym samym duchu przemawiał prezes Związku Dziennikarzy R. P., p. Wyżel-Scieżyński.

Obiad w Ratuszu dla wydawców i redaktorów przypadł w przeddzień otwarcia Wystawy „Przyszłość Warszawy“. Wystawa ta, niezwykle pomysłowo zainicjowana i wykonana, jest jakgdyby znakomitą ilustracją plastyczną tych idei i planów, które p. Prezydent Starzyński zawarł w swoim przemówieniu. Przedstawia jasno i przejrzyście maksymalny program, nie dla jednego pokolenia oczywiście. Jeśli ma być ten program wykonany nawet w ciągu paru dziesiątków lat, już trzeba o nim konkretnie myśleć, już brać się do roboty. Myśleć o swoim mieście, pracować — dla swojego miasta.

ŻYCIE ORGANIZACYJNE

PRACE POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW

Posiedzenia Prezydium Rady i Zarządu Głównego

Połączone Prezydium Rady i Zarządu Głównego Związku Wydawców odbyły dwa posiedzenia w dniach 3 i 7 kwietnia. Przedmiotem obrad obu posiedzeń były sprawy związane z zagadnieniem uregulowania stosunków handlowych członków Związku ze Sp. „Centropapier“. Ponadto na posiedzeniu odbytem w dniu 7 kwietnia rozważano sprawę agencji informacyjnych i biur korespondencyjnych oraz sprawę emisji informacyjnych i ogłoszeniowych Polskiego Radja.

25-te posiedzenie Rady Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism

W dniu 26 marca r. b. obradowała w Warszawie Rada Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism pod przewodnictwem prezesa Rady p. Felik-

sa Mrozowskiego. W obradach wzięli udział niemal wszyscy członkowie Rady, której skład jest obecnie następujący: Ankiewicz Jan (Pielgrzym i Goniec Pomorski — Pelplin), Borman Antoni (Wiadomości Literackie), Chodak Józef (Gazeta Polska), Czarnecki Andrzej (Tygodnik Handlowy), Czoponowski Jerzy (Polska Zachodnia — Katowice), Dąbrowski Marjan (I. K. C. — Kraków), Dobija Mieczysław (Światowid — Kraków), Gottowt Hilary (Dziennik Poznański), Grabowski Adam (Czas), Gromski Edmund (Wiek Nowy — Lwów), Heinrich Stefan (Przegląd Elektrotechniczny), Hołwkowa Janina (Kurjer Poranny), Jeleński Szczepan (Tęcza — Poznań), Jurkiewicz Józef (Kurjer Wileński), Korfanty Witold (Polonia — Katowice), ks. Kosibowicz Edward (Wyd. ks. Jezuitów — Kraków), Krzywoszewski Stefan (Prasa), Kwiatkowski Jerzy (A. B. C. — Wieczór Warszawski), Leitgeber Roman (Kurjer Poznański), Lewandowski Antoni (Express Poranny i Dobry Wieczór), Ma-

chowski Stanisław (Plomyk), Maliniak Juljan (Robotnik), Mikicki Jan (Nowoczesna Sp. Wydawnicza), Mileski Wacław (Przegląd Organizacji), Mrozowski Feliks (Kurjer Warszawski), Niklewicz Mieczysław (Wydawnictwa Narodowe), Pawłowski Edward (Kurjer Bydgoski), Pieracki Zygmunt (Tow. Bluszcz), Podwysocki Stanisław (Zrąb i Pion), O. Justyn Nazim (wyd. OO. Franciszkanów — Niepokalanów), Poznański Maurycy (Republika — Łódź), Rozencajg Daniel (Nasz Przegląd), Sotomski Jan (Polska Zbrojna), Stypułkowski Jan (Echo — Łódź), Teska Lech (Dziennik Bydgoski), Wilkoszewski Franciszek (Goniec Częstochowski), Zakrzewski Stanisław Zenon (Reklama), Ziętowski Kazimierz (Dziennik Kujawski — Inowrocław), Zwierzyński Aleksander (Dziennik Wileński).

Po załatwieniu spraw formalnych dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik w obszernym referacie omówił wszystkie najistotniejsze zagadnienia związane ze

sprawą nowej ustawy prasowej, znajdującą się obecnie na warsztacie prac przygotowawczych Rządu. M. in. referent zanalizował szczegółowo zasady i podstawy, na których oparty był projekt ustawy prasowej, opracowany przed kilku laty przez władze Związku Wydawców i uzgodniony w r. 1930 z ówczesnym Rzędem. W obszernej dyskusji nad tym referatem omówiono postulaty prasy w tej dziedzinie. Poruszona została również sprawa konfiskat, przyczem podkreślono konieczność jaknajrychlejszego uporządkowania działań władz administracyjnych w tej dziedzinie.

Żywe zainteresowanie Rady Związku wywołał drugi skolei referat dyrektora Związku, poświęcony charakterystyce projektów, dotyczących ustawy dziennikarskiej. W dyskusji ustalono m. in., iż intencją władz Związku Wydawców jest osiągnięcie w tej sprawie porozumienia ze Związkiem Dziennikarzy. Omówiono także przebieg prac Komisji Porozumiewawczej wydawców i dziennikarzy nad rejestrem dziennikarskim.

W sprawie postulatów gospodarczych prasy, które stanowią program prac Związku Wydawców na okres najbliższy, wygłosił referat wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński. Postulaty te dotyczą: 1) ograniczenia etatyzacji w dziedzinach gospodarki publicznej, związanych z działalnością prasy i przemysłu graficzno-wydawniczego, 2) zniesienia kosztów produkcji wydawniczej, 3) spraw skarbowych, 4) spraw ogłoszeniowych regulowanych przez Państwo i 5) spraw warunków pracy w drukarniach wydawniczych.

Obszerna dyskusja rozwinęła się nad sprawami pocztowymi, które zreferował wicedyrektor Związku. Rozpatrzone w w świetle praktyki ostatnich miesięcy zarządzenia pocztowe w sprawie przekazów rozrachunkowych i w sprawie sprzedaży pism przez pocztę. Rada Związku sformułowała szereg dezyderatów i wniosków, które przedstawione zostaną Ministerstwu Poczty i Telegrafów.

Po przerwie obiadowej Rada wysłuchała sprawozdania dyrektora Związku z przebiegu pertraktacji ze Spółką „Centropapier”, dotyczących warunków współpracy handlowej z tą Spółką wydawnictw zrzeszonych w Związku. Następnie omówiono sprawę udziału prasy w Wystawie Reklamowej w Warszawie oraz w Międzynarodowej Wystawie Prasowej w Paryżu.

Ostatnie punkty obrad Rady stanowiło rozpatrzenie i zatwierdzenie sprawozdania finansowego za rok 1935 oraz preliminarza budżetowego Związku na rok 1936.

Konferencje z przedstawicielami Sp. „Centropapier”

Przedstawiciele władz Związku Wydawców w osobach pp.: wiceprezesa Rady Zygmunta Pierackiego, prezesa Zarządu Głównego Stefana Krzywoszew-

skiego, wiceprezesów Zarządu Mieczysława Dobiji, Antoniego Lewandowskiego i Mieczysława Niklewicza oraz dyrektora Związku odbyli w dniach 30 marca i 7 kwietnia r. b. konferencje z przedstawicielami zarządu Sp. „Centropapier” w osobach pp. H. Steinhagena, H. Karpińskiego, Al. Hoeke, J. Kocięckiego, L. Kozłowskiego i K. Skarżyńskiego. Zasadniczym przedmiotem tych konferencji była sprawa uregulowania warunków współpracy handlowej członków Związku ze Sp. „Centropapier”. W związku z tem rozważona była sprawa kosztów przewozu surowców, półfabrykatów i fabrykatów papierniczych, sprawa jakości i gramatury papieru oraz sprawa warunków sprzedaży papieru za pośrednictwem hurtowni.

Sprawy powyższe były również przedmiotem konferencji dyrektora Związku z p. p. H. Steinhagenem i H. Karpińskim, odbytej w dniu 24 marca oraz z p. p. A. Hoeke i J. Kocięckim, odbytej w dniu 31 marca.

Rejestr Dziennikarzy

Podkomisja Dwóch w osobach pp. Witolda Giełżyńskiego wiceprezesa Związku Dziennikarzy R. P. i dyrektora Związku Wydawców odbyła w dniach 14 i 25 marca r. b. dwa posiedzenia, poświęcone dalszym pracom nad rejestrem dziennikarzy. Na posiedzeniach tych przystąpiono do ustalenia spisu dziennikarzy z terenu Polski Zachodniej i Małopolski. Kandydatury nieuzgodnione rozpatrywane będą na następnych posiedzeniach przy udziale przedstawicieli organizacji wydawców i dziennikarzy z danych środowisk.

Pertraktacje ze związkami drukarzy

W dniach 3 i 9 marca odbyły się dwie konferencje Komisji Związku Wydawców do spraw drukarskich w osobach pp. Mieczysława Niklewicza, Zygmunta Pierackiego, Antoniego Lewandowskiego oraz dyrektora i wicedyrektora Związku z przedstawicielami Związku Zawodowego Drukarzy i Pokrewnych Zawodów w Polsce i Związku Zawodowego Pracowników Drukarskich i Pokrewnych Zawodów w Polsce w osobach pp. A. Skrzyńskiego, St. Stańczykowskiego, K. Blarowskiego, A. Joczysa, S. Ostafina, H. Szona i E. Seroczyńskiego.

Przedmiotem tych konferencji była sprawa opracowania szczegółowego regulaminu pracy w drukarniach gazetowych m. Warszawy na podstawie umowy zawartej w lutym r. b. oraz likwidacja szeregu spraw, wynikłych w przebiegu strajku, który miał miejsce w lutym b. r.

Sprawa regulaminu rozważana była również na trzech wewnętrznych posiedzeniach członków Komisji drukarskiej Związku Wydawców; projekt, sformu-

wany w wyniku obrad Komisji, przesłany został organizacjom drukarskim, jako propozycja Związku Wydawców.

Uzupełnienie do Poczтового Cennika Dzienników i Czasopism

W marcu i w pierwszej połowie kwietnia biuro Związku Wydawców opracowało i wydało drukiem dwa uzupełnienia do Poczтового Cennika Dzienników i Czasopism, zawierające łącznie 44 tytuły pism.

Uzupełnienia te dostarczone zostały władzom pocztowym, celem przesłania do urzędów pocztowych w całym kraju.

Depesza gratulacyjna

W dniu Jubileuszu 50-lecia „Gazety Olsztyńskiej” władze Polskiego Związku Wydawców wysłały na ręce kierownika tego wydawnictwa, p. Seweryna Pieniężnego, depeszę treści następującej:

„Redaktor Seweryn Pieniężny”

Gazeta Olsztyńska Mühlenstrasse 2, Allenstein.

W dniu Jubileuszu pięćdziesięciolecia zbożnej i chlubnej pracy Gazety Olsztyńskiej Rada Naczelna Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism przesyła w imieniu prasy Rzeczypospolitej wyrazy najwyższego uznania i podziwu dla wyników pracy i wytrwałości kierowników i współpracowników Gazety Olsztyńskiej wraz z najserdeczniejszymi życzeniami dalszej owocnej pracy dla wspólnych nam ideałów.

Prezes Rady Naczelnej Feliks

Mrozowski

Prezes Zarządu Głównego Stefan

Krzywoszewski

Dyrektor Związku Stanisław

Kauzik”.

*Z dniem 1 maja r. b.
biuro Polskiego Związku
Wydawców zostanie prze-
niesione z lokalu dotych-
czasowego, przy ul. Kra-
kowskie Przedmieście 40
m. 11, do lokalu przy u-
licy Zgoda 8 m. 4. Nu-
mery telefonów nie ule-
gną zmianie.*

A stylized, high-contrast illustration of a person in profile, wearing a cap with the word 'RUCH' on it. The person is holding a large, tilted rectangular sign. The background consists of a grid of small squares on the left and horizontal lines on the right.

**W
CAŁEJ
POLSCIE**

KSIĘGARNIE
KOLEJOWE
KOLPORTAŻ
MIEJSKI
DOSTAWA
DZIENNIKÓW
i CZASOPISM

POLSKIE TOWARZYSTWO
KSIĘGARNI KOLEJOWYCH

RUCH S.A.

WARSZAWA • AL. JEROZOLIMSKA 63

ATELIER RUCH - JAN MUCHARSKI

ORGANIZACJE DZIENNIKARSKIE

Walny Zjazd Związku Dziennikarzy R. P.

Dnia 29 marca w sali komisji budżetowej sejmu odbył się doroczny Walny Zjazd Związku Dziennikarzy R. P. Obrady zajął prezes Związku red. Ścieżyński, wzywając obecnych do uczczenia pamięci Marszałka Piłsudskiego. Zebrani wysłuchali przemówienia stojąc i chwilą milczenia uczcili pamięć Wielkiego Męża.

Z kolei oddano cześć zmarłym w roku ubiegłym członkom Związku. Na żałobnej liście znaleźli się Stanisław Brandowski (Pomorze), Dionizy Królikowski (Poznań), Wiktor Kulerski (Pomorze), Antoni Krzywy (G. Śląsk), Stefan Olszewski i Feliks Przysiecki (Warszawa), Konstanty Srokowski (Kraków), Samuel Janowski, Leon Koprowski i Józef Leszczyński (Sekcja Żydowska Syndykatu Warszawskiego).

Na zebranie przybyli przedstawiciele rządu w osobach pp. podsekretarza stanu w Prezydium Rady Ministrów, Grzybowski, naczelnika wydziału prasowego MSZ. Skińskiego i naczelnika wydziału prasowego Prezydium Rady Ministrów, Łączkowskiego. Prezes Ścieżyński udzielił głosu p. podsekretarzowi stanu Grzybowskiemu, który witając Zjazd, oświadczył:

— Rząd zdaje sobie w pełni sprawę z doniosłej roli, jaką w życiu kulturalnym, politycznym i gospodarczym odgrywa prasa. P. premier Kościłkowski w programowym przemówieniu sejmowym podkreślił szczególnie silnie znaczenie twórczego wysiłku w dziedzinie pracy nad podniesieniem kultury narodowej... Należy pragnąć, ażeby zagadnienie pracy nad podniesieniem kultury narodowej znalazło się na głównej linii zbieżnej poglądów wszystkich panów.

Mówca zaznaczył, że podnosząc poziom prasy, dziennikarstwo może oddać Państwu Polskiemu i przyszłości narodu nieocenione usługi. Troska o uregulowanie stanu prawnego zawodu dziennikarskiego pozostaje nadal w programie bieżących i pilnych spraw Rządu.

Prezes Ścieżyński dziękował pp. przedstawicielom Rządu, za przybycie na Zjazd, stwierdzając, że u obecnego premiera, który zawsze był bliski zagadnieniom i sprawom zawodu dziennikarskiego, dziennikarze znajdują zrozumienie swoich potrzeb i interesów.

Do komisji weryfikacyjnej weszli pod przewodnictwem red. Wierzyńskiego pp. Boski, Kędziński, Rubel i Szydłowski. Komisja w czasie zarządzanej przerwy zbadała przedstawione mandaty i stwierdziła, że na Zjeździe reprezentowane są 63 mandaty z ramienia 10 należących do Związku Syndykatów i Zarządu Głównego, który uczestniczy w Zjeździe na równych prawach z delegatami.

Po tych formalnościach wstępnych ukonstytuowano przez aklamację prezydium Zjazdu. Na przewodniczącego powołany został red. Jerzy Wiewiórski, jako przedstawiciel Syndykatu Warszawskiego, na wice-przewodniczących red. Sławik z Syndykatu Śląskiego i Biogoński z Syndykatu Pomorskiego, na sekretarzu red. Strumph-Woitekiewicz z Warszawy i Damm z Syndykatu Lwowskiego.

Po rozdaniu obecnym sprawozdania z działalności ustępującego Zarządu, prezes Ścieżyński wygłosił dłuższe przemówienie, zawierające uzupełnienie i wyjaśnienie wielu ważnych zagadnień.

Skarbnik Dunin-Wąsowicz przedstawił bilans zamknięcia na 1 stycznia 1936 r., wyrażając przeświadczenie, że gospodarowano oszczędnie i w granicach preliminarza. Skarbnik składa dwa wnioski, jeden o zwolnieniu syndykatów od składek na Związek za bezrobotnych, którzy zostali zwolnieni od składek w syndykatach macierzystych, i drugi — o odrzuceniu wszystkich podań w sprawie umorzenia zaległości.

W imieniu Głównej Komisji Rewizyjnej p. Stefan Dunin przedkłada wniosek o udzielenie absolutorium Zarządowi Głównemu, stwierdzając przytem, że załączenia Głównej Komisji Rewizyjnej co do ściągnięcia zaległości są skrupulatnie wykonywane, gospodarka prowadzona celowo, a preliminarz uszanowany.

Prezes Sądu Dziennikarskiego red. Filochowski zdaje sprawę z działalności Sądu, który załatwił w okresie sprawozdawczym trzy sprawy. Mówca stawia jednocześnie wniosek o wprowadzeniu instytucji zastępców sędziów w liczbie 3.

Przewodniczący Komisji Zawodowej red. Giełżyński składa sprawozdanie z działalności komisji tej, zatrzymując się obszerniej na rokowaniach komisji porozumiewawczej ze Związkiem Wydawców i na pracach przygotowawczych do opracowania projektu ustawy dziennikarskiej.

Przed otwarciem dyskusji nad sprawozdaniami prezes Ścieżyński informował zebranych, że Rada Naczelna Związku Wydawców na posiedzeniu w dniu 27 marca r. b. powzięła uchwałę, zapraszając Związek Dziennikarzy do rokowań o projekcie ustawy dziennikarskiej.

Dyskusję otworzył red. Nowakowski (Warszawa), który wypowiedział wiele krytycznych uwag o działalności ustępującego Zarządu, szczególnie ubolewając, że Zarząd Główny Związku nie przedsięwziął żadnych kroków celem rozszerzenia amnestji na t. zw. przestępstwa prasowe. Mówca zgłasza dwa wnioski: o przedsięwzięcie akcji na rzecz uzyskania amnestji indywidualnej dla redaktora odpowiedzialnego „Robotnika“ p. Niemyskiego i o przedsięwzięcie akcji przeciw rozszerzonej interpretacji przepisów, dotyczących informacji o śledztwach sądowych.

P. Rubel (Kraków) odczytuje uchwałę Walnego Zgromadzenia Syndykatu Krakowskiego. Wnioski dotyczące ustawy dziennikarskiej zostały odesłane do komisji zawodowej Związku.

Red. Warchałowski (Kraków) postawił wniosek, aby Zarząd zwołał, jeśli to okaże się potrzebne, nadzwyczajny Walny Zjazd dla rozpatrzenia projektu ustawy dziennikarskiej.

Red. Bazylewski (Warszawa) przypomniał historię prac nad ustawą dziennikarską i zgłosił wniosek, polecający Zarządowi Głównemu podjęcie ze Związkiem Wydawców rokowań co do zgodnego opracowania zasadniczych postanowień ustawy dziennikarskiej.

Red. Grostern (Warszawa) przedłożył i motywował następujący wniosek:

„Przyjmując do wiadomości sprawozdanie Zarządu Głównego Związku Dziennikarzy R. P. za okres od 31 marca 1935 do 29 marca 1936, Walny Zjazd wyraża życzenie, aby Związek:

1) zawsze, niezachwianie i bezkompromisowo stał na stanowisku wolności słowa drukowanego,

2) aby Zarząd Główny Związku był bardzo ostrożny i powściągliwy przy tworzeniu nowych syndykatów i oddziałów w kraju,

3) aby wzmocnił spójnię organizacyjną przez wzmocnienie kontaktu Wydziału Wykonawczego z Syndykatami,

4) aby w pracy nad zagadnieniem unormowania praw zawodowej dziennikarstwa trzymał się zasadniczych wytycznych projektów, od 16 lat opracowanych przez Związek. Najważniejsze z tych wytycznych, to: a) ustawowe zagwarantowanie praw zawodowej organizacji dziennikarskiej bez wprowadzania przymusu organizacyjnego, b) ustawowe zabezpieczenie uprawnień zawodu dziennikarskiego jako służby publicznej, c) rozwinięcie i rozszerzenie ustawodawstwa społecznego ze szczególnem uwzględnieniem ubezpieczenia na wypadek choroby, starości i zabezpieczenia rodzin po zmarłych dziennikarzach.

5) aby ogólnie traktował t. zw. koniunktury dla rozstrzygnięcia zasadniczych postulatów dziennikarstwa t. j. ustawy i układu zbiorowego, natomiast aby w miarę możliwości posuwał naprzód sprawę rejestru dziennikarskiego i ograniczenia dopływu praktykantów do redakcyj, unormowania kwestji legitymacji dziennikarskich, prawa dziennikarzy i ich rodzin do ulg kolejowych i paszportowych.

Red. Beaupré (Warszawa) zreferował doręczony przezeń Ministerstwu Sprawiedliwości memoriał w sprawie wolności prasy, wskazujący na niezgodne z przepisami praktyki konfiskacyjne. W dalszej dyskusji zabierali głos red. Rumun (G. Śląsk), Boski (Warszawa), Flach (Kraków), Strumph-Wojtkiewicz (Warszawa). Red. Warchałowski w imieniu Syndykatu Krakowskiego przedłożył rezolucję, wzywającą władze Związku do podjęcia zabiegów celem obrony wolności prasy.

W imieniu Zarządu Głównego zabierali głos pp. Besterman, Zalewski i prezes Ścieżyński.

Przed głosowaniem rezolucji i wniosków, Walny Zjazd uchwalił budżet na r. 1936, a także wniosek skarbnika Dunin-Wąsowicza, polecający Zarządowi stworzenie specjalnego funduszu dla różnej pomocy rodzinom zmarłych członków i udzielania zapomóg na wychowanie sierot. W myśl wniosku opracowany będzie i zatwierdzony specjalny statut Udzielono wreszcie jednomyślnie absolutorium ustępującemu Zarządowi.

Na prezesa Związku na nową dwuletnią kadencję obrany został p. Mieczysław Ścieżyński, za którym wypowiedziało się 46 głosów, 17 głosów otrzymał red. Antoni Beaupré. Na wiceprezów obrani zostali przez aklamację pp. Giełżyński Witold i Wierzyński Hieronim. Do Wydziału Wykonawczego powołani zostali pp. Dunin-Wąsowicz Władysław, Medard Kozłowski, Antoni Beaupré, Władysław Besterman i Natan Szwalbe. Na członków Zarządu Głównego, reprezentujących poszczególne Syndykaty, Zjazd zatwierdził następujące kandydatury: z Poznania pp. Jarochowski i Kędziński, z Krakowa pp. Flach i Warchałowski, z Lwowa p. Weinstock, z Pomorza pp. Fiedler i Górnicki, z Łodzi pp. Gumkowski i Szenberg-Górski, ze Śląska p. Sławik, z Białegostoku p. Jakób Szapiro, z Wilna p. Szydłowski, z Gdańska p. Łada-Bieñkowski, z Warszawy pp. Bazylewski i Nowakowski. Sąd Dziennikarski obrano przez aklamację. Weszli doń z Warszawy pp. Filochowski Waclaw, Obarski Mieczysław, Kenig Aleksander, Majewski Stanisław, Gotlieb Heszal, ze Lwowa p. Nechay Adam, z Wilna p. Charkiewicz, z Krakowa

wa p. Chelmirski, z Łodzi p. Probst. Do Głównej Komisji Rewizyjnej zostali powołani pp. Stefan Dunin, Perle i Kamiński.

Po dokonaniu wyborów Zjazd uchwalił większość przedstawionych w czasie dyskusji wniosków i rezolucji, a m. in. następujące:

„I. Walny Zjazd Zw. Dz. R. P. stwierdza, że dotychczasowe praktyki konfiskacyjne nie są zgodne z obowiązującym ustawodawstwem prasowym, a co gorsze są niejednolicie stosowane na różnych terenach Rzeczypospolitej. Wobec tego, Zjazd wzywa Wydział Wykonawczy do podjęcia w porozumieniu ze Związkiem Wydawców energicznych kroków dla obrony wolności prasy, a przede wszystkim:

a) do przeprowadzenia tej zasady w przyszłej ustawie prasowej,

b) do czasu wydania ustawy, do podjęcia analogicznych zabiegów, celem przeprowadzenia jej w drodze tymczasowych zarządzeń władz,

c) do specjalnej interwencji na rzecz zgodnej z zasadą wolności prasy interpretacji art. 159 k. k.

II. Walny Zjazd wzywa Zarząd Główny do podjęcia energicznych starań, zmierzających do uzyskania indywidualnej amnestji dla dziennikarzy skazanych z art. 255 k. k.

III. Walny Zjazd wzywa Zarząd Główny, aby w pracy nad zagadnieniem unormowania praw zawodowych dziennikarstwa trzymał się zasadniczych wy-

tycznych projektów, od 15 lat opracowywanych przez Związek, a z których najważniejsze są: a) ustawowe zawo-
wanie praw organizacji zawodowej dzien-
nikarskiej bez wprowadzania przymusu
organizacyjnego, b) ustawowe zabezpie-
czenie uprawnień zawodu dziennikarskie-
go jako służby publicznej, c) rozwinię-
cie i rozszerzenie ustawodawstwa spo-
łecznego na rzecz dziennikarzy ze szcze-
gólnym uwzględnieniem zagadnienia u-
bezpieczenia na wypadek choroby, sta-
rości i zabezpieczenia rodzin po zmarłych
dziennikarzach“.

W parę dni po Zjeździe nowe władze Związku ukonstytuowały się, powołując na sekretarza generalnego p. Medarda Kozłowskiego, na skarbnika p. Dunin-
Wąsowicza. Prezydjum Związku dorę-
czyło p. premierowi Kościłkowskiemu
uchwalone przez Zjazd rezolucje.

Zarząd Zrzeszenia Pisarzy Katolickich

W dniu 5 kwietnia r. b. odbyło się Walne Zgromadzenie Zrzeszenia Pisarzy Katolickich, na którym wybrano władze Zrzeszenia w składzie następującym: pre-
zes Zarządu — prof. Oskar Halecki, wi-
ceprezesi — dr. Kazimierz M. Morawski
i prof. Tretiak, sekretarz generalny —
Adam Romer, skarbnik — Michał Sobań-

ski, członkowie Zarządu — pp. Antoni
Beaupré, Artur Chojecki, Ks. Zygmunt
Kaczyński, Medard Kozłowski, Henryk
Łubieński, dr. Jan Moszyński, Wanda
Miłaszewska, Konrad Olchowicz, Jan
Rembieliński, min. Władysław Sobański i
Anna Słonczyńska. Kierownictwo sekcji
literacko-wydawniczej objęła p. Kossak-
Szczycka, zaś sekcji publicystyczno-
dziennikarskiej — p. Leon Radziejowski.

Nowe władze Syndykatu Dziennikarzy Krakowskich

W pierwszych dniach kwietnia r. b. odbyły się wybory uzupełniające do władz Syndykatu Dziennikarzy Krakowskich. Prezesem Syndykatu został p. Flach, wi-
ceprezesami pp. Warchałowski i Woy-
czyński.

Nowe władze T-wa Literatów i Dziennikarzy

Prezydjum Zarządu T-wa Literatów i Dziennikarzy ukonstytuowało się na rok 1936/37 jak następuje: prezes p. Konrad Olchowicz, wiceprezesi pp. Antoni Bogu-
sławski i Jan Adolf Hertz.

ROZCIERACZKI TRÓJWALCOWE

DLA PRZEMYSŁÓW:

WYROBU FARB
GRAFICZNEGO
LAKIERNICZEGO

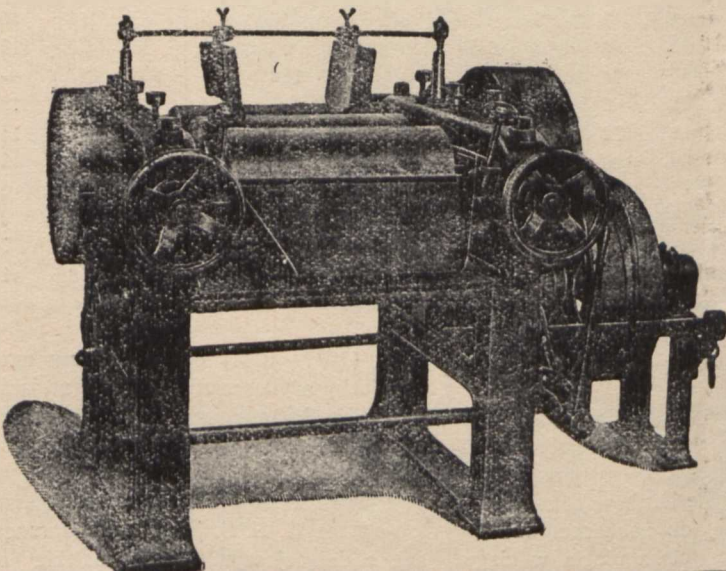
I T. P.

WYRABIAJĄ:

ZAKŁADY PRZEMYSŁOWE

ST. WEIGT SP. AKC.

ŁÓDŹ, UL. SENATORSKA 7/9



KRONIKA KRAJOWA

PAŃSTWO A PRASA

Prace Komisji do zbadania gospodarki przedsiębiorstw państwowych

W końcu marca r. b. ustalony został przez Prezydium Komisji podział przedsiębiorstw, poddanych badaniu, na grupy oraz przydział referatów. W grupie I znalazły się m. in. Drukarnie Państwowe, Polskie Radio i Reklama Poczтовая. Referaty w tej grupie objęli pp. Arct, Gerner i Żółtowski.

Zadaniem Komisji jest: zbadanie gospodarki przedsiębiorstw państwowych i ich wpływu na budżet Państwa z jednej, a na przedsiębiorczość prywatną z drugiej strony oraz opracowanie wniosków do ustaw i rozporządzeń, mających na celu uzdrowienie stosunków w dziedzinie przedsiębiorstw państwowych.

Nominacja w M. S. Z.

W kwietniu r. b. p. Zygmunt Wyszynski, dotychczasowy kierownik referatu w wydziale prasowym M. S. Z., mianowany został zastępcą naczelnika wydziału prasowego. Obecnie więc zastępcami naczelnika wydziału prasowego M. S. Z. są pp. Aleksy Wdziękoński i Zygmunt Wyszynski.

Zmiana na stanowisku kierownika referatu prasowego Zarządu Miejskiego m. Warszawy

P. Jerzy Kossowski, dotychczasowy kierownik referatu prasowego Zarządu Miejskiego m. st. Warszawy, w kwietniu r. b. opuścił swe stanowisko. Następcą p. Kossowskiego mianowany został p. Antoni Bida.

Zmiana w Zarządzie Reklamy Pocztovej

Dotychczasowy dyrektor Reklamy Pocztovej p. Melchior Wańkiewicz ustąpił ze swego stanowiska. Na jego miejsce powołano p. Krzysztofa Siedleckiego, b. podsekretarza stanu w Prezydium Rady Ministrów.

KOMPLETY „PRASY“ z lat 1930 do 1935 wł. (prócz wyczerpanych n-rów 3/31 i 12-1-2/32-33) są do nabycia w Administracji „Prasy“ w cenie 9 zł. Adres Administracji: Warszawa, Krak. Przedm. 40, m. 11, (od 1. V. b. r. — Zgoda 8, m. 4).

STATYSTYKA

ZESTAWIENIE

dotyczące ilości papieru sprzedanego przez Sp. Centropapier w m. lutym w latach 1935 i 1936 (dane w kg.)

Nazwa gatunku papieru i symbol w/g cennika Sp. Centropapier		Luty 1935 r.	Luty 1936 r.
Rotacyjny matowy	II — 0101	1.769.884	2.150.049
„ satynowany	II — 0102	76.167	49.400
Gazetowy w ark. mat.	II — 0103	5.037	10.032
„ „ sat.	II — 0104	3.203	2.573
Drukowy drzew. kl. VII mat.	II — 0203, 0204, 0205,	755.476	910.510
	0206.		
Drukowy drzew. kl. VII sat.	II — 0207, 0208, 0209,	222.498	294.596
	0210		
Drukowy drzew. kl. VI mat.	II — 0401 i 0402	36.030	58.148
„ „ „ VI sat.	II — 0403	267.005	324.147
„ bezdrzewny mat.	III — 0203	13.106	40.786
„ „ sat.	III — 0206	3.896	8.272
Ilustracyjny drzewny	II — 0801, 0802 i 0803	33.032	43.797
„ bezdrzewny	III — 0306	19.707	48.015
Tiefdruck drzewny	II — 0901, 0902	17.784	25*)
„ bezdrzewny	III — 0304	—	—
R a z e m		3.222.825	3.940.300

*) Cyfra ujemna powstała w związku z większymi zwrotami.

S T A T Y S T Y K A

pocztowego ruchu czasopism w lutym 1936 r. w zestawieniu z analogicznymi danymi z r. 1935

(dane w tysiącach egzemplarzy)

Nazwa miejscowości	Nadane w lutym 1936 r.			Nadane w lutym 1935 r.			Doręczone w lutym 1936 r.			Doręczone w lutym 1935 r.		
	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysłane nieperjodycznie (okazowe, dożywane i inne)	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysłane nieperjodycznie (okazowe, dożywane i inne)	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysłane nieperjodycznie (okazowe, dożywane i inne)	Dzienniki	Czasopisma	Dzienniki i czasopisma wysłane nieperjodycznie (okazowe, dożywane i inne)
	w prenumer.			w prenumer.			w prenumer.			w prenumer.		
Bydgoszcz	209	—	—	303	13	—	116	85	29	117	86	22
Gdynia	3	1	1	5	12	1	61	14	3	43	14	10
Katowice	260	132	8	257	183	13	59	65	12	56	72	13
Kraków	1.063	437	14	1.987	764	6	91	124	—	108	184	—
Lublin	33	21	2	58	12	4	66	23	24	86	20	18
Lwów	642	611	72	1.204	490	2	138	46	16	136	22	13
Łódź	195	109	10	292	105	7	213	118	7	186	95	2
Poznań	976	943	48	858	871	67	49	48	6	66	47	6
Toruń	455	24	2	482	19	4	66	29	7	68	42	2
Warszawa	2.571	3.483	476	2.478	1.126	128	104	53	6	43	22	7
Wilno	223	339	13	430	293	5	59	54	1	45	38	1

Prasa polska w świetle statystyki

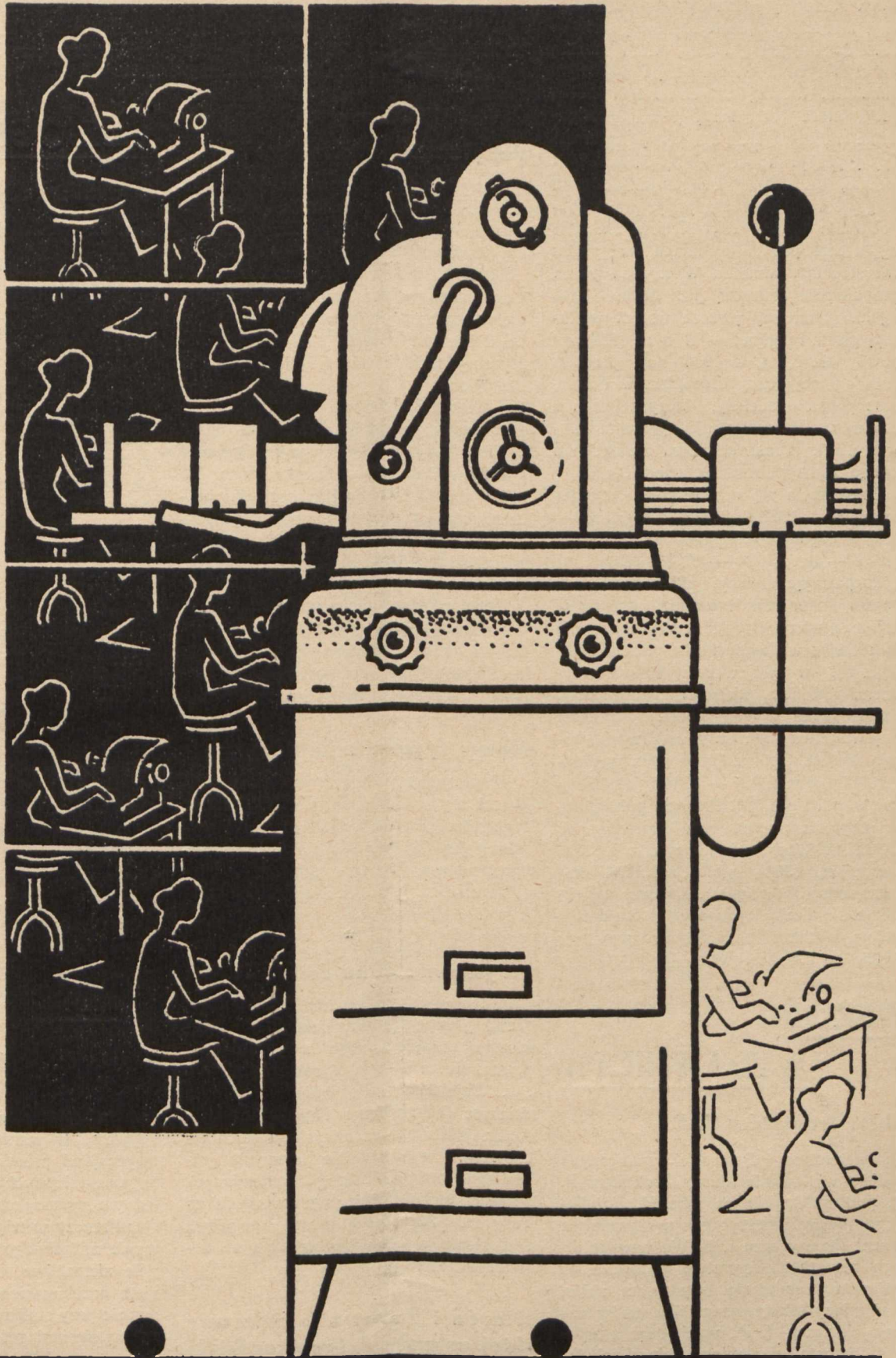
W poprzednim zeszycie „Prasy“, referując wydaną przez Główny Urząd Statystyczny Statystykę Druków za rok 1934, ograniczyliśmy się do zaznaczenia ewolucji, jakiej prasa polska uległa w ciągu

8 lat (1927—1934) pod względem ogólnej liczby wydawnictw, języka, w jakim pisma są drukowane oraz częstości wychodzenia. Podkreśliśmy przytem, iż za okres 1927—1934 Statystyka Druków podaje tylko dane, obliczone według metody przez G. U. S. już obecnie zarzuconej, a dającej wyniki dość dalekie od

najlepsze maszyny i urządzenia nowolankowe

Gestetner

ZIZ



W KAŻDEM BIURZE

rzeczywistości. Z tego względu liczby, na których moglibyśmy się oprzeć, mogą być uważane tylko jako dane porównawcze. Zastrzeżenia powyższe mają zastosowanie i do niniejszej notatki.

Najliczniejszą grupę czasopism polskich stanowią pisma ogólnoinformacyjne i literackie. Łącznie stanowią one około 33% ogólnej liczby, która wreszcie podczas tych 8 lat nie uległa większym zmianom. Według danych za lata 1933 i 1934, które różnią pisma informacyjne od literackich, na prasę informacyjną przypada ok. 31,5%, na prasę literacką ok. 1,5%. Drugie miejsce pod względem liczebności zajmuje prasa gospodarcza: w roku 1927 stanowi ok. 10% ogółu czasopism; w latach następnych ten stosunek wzrasta. W r. 1934 pisma gospodarcze stanowią już blisko 13% ogółu. Silniejszy jeszcze wzrost wykazują pisma religijne. — W roku 1927 stanowiły ok. 6,5%, w 1934 zaś przeszło 10% ogólnej liczby czasopism w Polsce, oraz pisma młodzieży, których liczba z 6% w r. 1927 wzrosła do poziomu 9% w r. 1934. Prasa naukowa nie zmieniła swego stanu posiadania, około 3,4%.

Zmniejszyła się liczba pism urzędowych (w r. 1927 stanowiły 6,7%; 1934—4%) i organów zrzeszeń zawodowych (1927 — 6%; 1934 — 5%).

Rozpatrując zmiany, jakie zaszły w terytorjalnym rozmieszczeniu prasy w Polsce, stwierdzamy, że w okresie od 1927 do 1934 bezwzględna liczba pism zmniejszyła się w województwach warszawskim, łódzkim, kieleckim, lubelskim, białostockim i wołyńskim. Pozostałe województwa oraz m. Warszawa wykazują wzrost. Ogólna liczba pism w okresie 1927 (pism 1975) — 1934 (pism 2566) zwiększyła się o 591. Przeszło połowa tego przyrostu przypada na Warszawę. W r. 1927 w Warszawie ukazywało się 592 czasopism, (30% ogółu), w r. 1934—900 czasopism (35% ogółu). Znaczne zwiększenie się liczby czasopism wykazują wojew. poznańskie (o 65 wydawnictw), śląskie (o 63) i lwowskie (o 63).

WŚRÓD WYDAWNICTW

Zbiór traktatów R. P.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych podjęło wydawanie Zbioru Traktatów R. P., pod redakcją naczelnika M. Potulickiego; pierwszy zeszyt tego wydawnictwa ukazał się w marcu r. b. We wstępie do tego zeszytu Ministerstwo podkreśla, iż oddawna zamierzało wydawać zbiór, obejmujący teksty wszystkich umów zawartych przez R. P., wychodząc z założenia, iż istnienie takiego zbioru uchylałoby konieczność posługiwania się wielotomowym kompletem Dziennika Ustaw. Z uwagi na pewne trudności techniczne oraz fakt, iż większość umów, zawartych w pierwszych latach niepodległości już

wygasła, Ministerstwo ograniczyło się do podjęcia wydania Zbioru Umów, obejmującego wszystkie umowy, które obowiązywały w dniu 1 stycznia 1936 r.

Zbiór Traktatów ukazywać się będzie w formie zeszytów, opatrzonych kolejną numeracją.

Sfery, interesujące się stosunkami międzynarodowymi Polski, niewątpliwie powitają z żywym zadowoleniem to pożyteczne wydawnictwo.

Pożyteczne wydawnictwo

Nowym objawem pożytecznej i owocnej działalności Instytutu Bałtyckiego w Toruniu jest podjęcie przez tę instytucję wydawnictwa w języku angielskim „Baltic Countries“ (Kraje Bałtyckie). Czasopismo to poświęcone jest naukowemu badaniu podstaw współzycia w dziedzinie gospodarczej, kulturalnej i politycznej ludów i państw, położonych nad Bałtykiem.

Dotychczas ukazały się 2 zeszyty. W opracowaniu ich udział wzięło 80 uczonych polskich i zagranicznych, głównie z krajów bałtyckich i anglosaskich. Na każdy zeszyt składają się oryginalne prace naukowe z zakresu ekonomii, geografii i historii krajów bałtyckich, artykuły o charakterze sprawozdawczym i obszerny dział recenzyj.

Jeden z następnych numerów „Baltic Countries“ poświęcony będzie zagadnieniu zaplecza południowego Bałtyku m. in. Śląskowi oraz roli gospodarczej pomostu Bałtycko-Czarnomorskiego.

Nowy tygodnik katolicki

W pierwszych dniach kwietnia r. b. ukazał się w Poznaniu pierwszy numer tygodnika „Kultura“. Redaktorem i wydawcą jest ks. dr. Stanisław Bross. Artykuł wstępny w tym numerze „Kultury“ zamieścił J. E. ks. Kardynał August Hlond.

*

„Wystawne okno świata“

Pod powyższym tytułem ukazał się w Nr. 6 „Przeglądu Graficznego, Wydawniczego i Papierniczego“ z r. b. artykuł p. Franciszka Kuksza, dyrektora drukarni Św. Wojciecha w Poznaniu, poświęcony działowi drukarskiemu Targów Lipskich. Autor, jeden z czołowych polskich fachowców w dziedzinie przemysłu graficznego, omawia szereg interesujących nowości technicznych, wystawionych na Targach. Szczególną uwagę poświęca doniosłemu wynalazkowi maszyn do zestawu świetlnego.

„Naród i Państwo“ o hitlerowskiej ustawie dziennikarskiej

W ostatnim (11) numerze tygodnika „Naród i Państwo“, który, ukazując się zaledwie od 10 tygodni zajął już poważne miejsce wśród polskiej prasy politycznej i skupił grono wybitnych współ-

pracowników, ukazał się interesujący artykuł p. Józefa Wojciechowskiego p. t. „Hitlerowska ustawa o zawodzie dziennikarskim“. Autor omawia niemiecką ustawę dziennikarską z punktu widzenia polityczno-prawnego, szczególną uwagę poświęcając sytuacji prasy polskiej w Rzeszy w świetle przepisów tej ustawy i jej stosowania.

BIBLIOGRAFJA

Rocznik Polityczny i Gospodarczy PAT na r. 1936

Wydawnictwo Rocznika Politycznego i Gospodarczego P.A.T. zapoczątkowane zostało w roku 1932 tak, że tom tegoroczny stanowi piąte jego kolejne wydanie. Ogrom materiału zebranego w Roczniku czyni zeń bardzo cenne wydawnictwo informacyjno-adresowe. Wiadomości podane w Roczniku są naogół starannie korygowane i aktualizowane z roku na rok. Ponadto redakcja stara się systematycznie o zwiększenie ilości informacji, wprowadzając w każdym tomie nowe działy i rozszerzając dotychczasowe.

Ostatnie wydanie rocznika PAT jest dalszym krokiem naprzód w rozwoju tego ze wszech miar pożytecznego wydawnictwa. Objętość rocznika w porównaniu z rokiem poprzednim wzrosła przeszło o 200 stron. Jest to rezultat znacznego rozszerzenia działów: Życie Oświatowe i Kulturalne i Życie Gospodarcze, oraz wzbogacenia wielu innych działów. Również wzbogacony został dział, poświęcony prasie. Podano informacje o organizacjach prasowych, dotychczas nieuwzględnionych, rozszerzono dział agencji, wprowadzono nowy dział, poświęcony międzynarodowym organizacjom prasowym. Bardzo cenną innowacją jest znaczne ulepszenie indeksu.

RÓŻNE

O pisma w kawiarniach

„Tygodnik Ilustrowany“ w jednym z ostatnich numerów wystąpił przeciw panującemu w warszawskich kawiarniach zwyczajowi prenumerowania tylko kilku najpoczytniejszych pism, i to z reguły w jednym egzemplarzu. W wyniku tego stanu rzeczy w większości kawiarni otrzymanie zażądanej pisma jest bądź wogóle niemożliwe, bądź połączone z długim oczekiwaniem. O ile uda się zgromadzić przy stoliku kilka czasopism, wnet znajdują się inni goście, którzy poproszą o „wypożyczenie“ egzemplarzy, zebranych do przeczytania.

Uwagi kronikarza „Tygodnika“ trafnie charakteryzują stan rzeczy w kawiarniach warszawskich. Odbiega on daleko od wzorów Zachodniej Europy.

USTAWY I ROZPORZĄDZENIA

Ogłoszenia lekarzy i zakładów leczniczych.

Lubelska Izba Lekarska uchwaliła przepisy o ogłaszaniu i reklamowaniu się lekarzy oraz zakładów leczniczych. Przepisy te zostały ogłoszone w Nr. 4 Dziennika Urzędowego Izby Lekarskich z 1.IV. 1936 r. Zawierają one między innymi postanowienie, iż Zarząd Izby Lekarskiej Lubelskiej ustali wzór ogłoszenia, w szczególności zaś dopuszczalną jego wielkość i formę.

Debit pocztowy.

Zabroniony jest przywóz do Polski, rozpowszechnianie w kraju i przewóz zagranicę następujących czasopism: Ludowa Gazeta (Aubervilleres — Francja), Informacje Prasowe (Paryż), Ruskij jazyk i literatura w sriedniej szkole (Moskwa), Za torfjanuju industriju (Moskwa), Mirowoje chozajstwo i mirowaja politika (Moskwa), Higjena i Zdorowje (Leningrad), Zatiejnik (Moskwa), Kolchoznyj put (Rostow n/Donem), Teatr i Dramaturgja (Moskwa) i Under Stime (Paryż).

Kontrola obrotów amatorów-fotografów.

Na zasadzie okólnika Ministerstwa Przemysłu i Handlu Nr. 6 z dnia 29 lutego 1936 r. Nr. PA III.1/26 amatorzy-fotografowie, sprzedający swe prace, uznani będą przez władze przemysłowe za rzemieślników, o ile obrót roczny, osiągnięty przez nich ze sprzedaży zdjęć przekroczy 300 zł. Ministerstwo zaleciło w tymże okólniku, aby przy kontroli wysokości obrotu, osiąganego przez amatorów-fotografów, władze przemysłowe specjalną uwagę zwróciły na czasopisma i wydawnictwa.

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

ABISYNJA

Prasa abisyńska.

Berliński miesięcznik „Zeitungswissenschaft“ podaje dokładne wiadomości o rozwoju prasy w państwie Negusa. Jeśli prasa ma odzwierciedlać poziom kultury, wywody byłyby bardzo smętne. W chwili obecnej drukują się w Addis-Abeba 4 gazety: dwie w języku francuskim i dwie w amharyjskim. Czasem, bardzo nieregularnie, pojawia się jeszcze w języku amharyjskim „Gwiazda Poranna”. Gazety te wydawane są raz na tydzień. Jedynie „Le seul Journal Français d'information“ wychodzi dwa razy w tygodniu. Nakłady wynoszą od 1000 do 1500 egzemplarzy.

AUSTRJA

Gazety a kawiarnie.

Wysoka względnie cena dzienników wiedeńskich sprawia, że mieszkaniec stolicy naddunajskiej woli czytać je w kawiarni, niż kupować na własność. Kawiarnie wiedeńskie są wybornie zaopatrzone w gazety i czasopisma, obsługa jest wzorowa, a w dodatku przeczytane wiadomości można zaraz w gronie „Stammgastów“ rzeczowo omówić. Jak dalece cena dzienników wpływa na ich sprzedaż, świadczy fakt, że tańsze „małe piśmka“ jak „Das Kleine Volksblatt“, „Kleine Volkszeitung“, „Das Kleine Blatt“ i „Illustrierte Kronenzeitung“ osiągają, zwłaszcza w niedziele, ogromne nakłady.

BULGARJA

„La parole Bulgare“.

Od dn. 2 marca r. b. zaczął wychodzić w Sofji nowy dziennik w języku francuskim „La Parole Bulgare“. Ma on zastąpić francuską „La Bulgare“, która rzekomo z powodu trudności finansowych zakończyła swój żywot w dniu 31 grudnia z. r. Okazało się jednak widocz-

nie, że autorytatywny rząd bułgarski nie może obyć się bez organu, któryby informował zagranicę w języku powszechnie dostępnym, o sprawach i wydarzeniach bułgarskich. Do redagowania nowego pisma powołani zostali przeważnie dawni współpracownicy nieboszczki „La Bulgare“.

EGIPT

Pamięć rządu w stosunku do dziennikarzy.

Sztuka przewidywania jest cechą rzetelnych mężów stanu. Strażnikom ładu i porządku w Egipcie nie jest obcą ta maksyma. Wprowadzając nową, dość zaostrzoną ustawę prasową, a równocześnie pragnąc dać dowód stałej życzliwości wobec dziennikarzy, rząd egipski polecił w każdym większym więzieniu zwiększyć liczbę czystych i jasnych cel dla przyszłych ofiar nowej ustawy. Będzie w nich światło elektryczne i woda gorąca. „Mein Liebchen, was willst du noch mehr?“

GRECJA

Osobliwość.

Ateny posiadają jedyną zapewne w swym rodzaju osobliwość wydawniczą: oto na trzech różnych piętrach jednego gmachu mieszczą się trzy poczytne dzienniki greckie, z których jeden reprezentuje kierunek komunistyczny, drugi monarchistyczny, trzeci — liberalny.

ITALJA

Dziennik włoski w Abisynji.

„Quotidiano Eritrea“, urzędowy dziennik, wychodzący w Asmarze, został kompletnie zreorganizowany i nazywać się będzie odtąd: „Nuova Eritrea“. Do końca

wojny redakcja składać się ma z korespondentów, wydelegowanych do Abisynji przez wielkie dzienniki włoskie.

Ekspedycja gazet do Afryki.

Zorganizowana została dla prasy stała obsługa samolotowa do Trypolisu. Gazety wysyłane są codziennie aeroplanem, który wylatuje z Rzymu rano, a w południe już ląduje w Trypolisie.

NIEMCY

Redukcja dzienników i czasopism.

Według statystyk oficjalnych, w r. 1935 zniknęło z widowni 1592 dzienników i czasopism. Jest to znacznie mniej, niż w r. 1934, w którym przestało wychodzić 3998 dzienników i czasopism, ale świadczy o dalszym i nieustępliwym ciągu przesilenia. Paryski „Moniteur de la Presse“ stwierdza, że w dwóch ostatnich latach liczba dzienników i czasopism, wychodzących w Rzeszy, spadła o 48%, t. j. prawie o połowę. Zainteresowanie czytelników, wobec sprowadzenia całej prasy niemieckiej — jednym strychulcem — do jednego mianownika, zmniejsza się z dniem każdym.

Dział ogłoszeniowy tonie w głębokim marazmie. Wykazuje spadek, sięgający 50%. P. Amann, Prezes Izby Prasowej Rzeszy, który jest równocześnie dyrektorem administracyjnym dziennika „Voelkischer Beobachter“ i kierownikiem firmy wydawniczej „Eher Verlag“, prowadzi bez przerwy swą kampanję. Polega ona na zmuszaniu wydawnictw, które zachowały choćby cień niezależności, do fuzjonowania z wydawnictwami narodowo-socjalistycznymi. W razie oporu, wydawnictwa niezależne są prosto zawieszane. Dotyczy to zwłaszcza prasy katolickiej. „Le Bulletin Suisse“, organ szwajcarskiego Związku Wydawców, podał listę 50-u niemieckich dzienników prowincjonalnych, które w ostatnich czasach ten los spotkał. Tym zarządzeniom p. Amanna opiera się dotychczas prasa hamburska.

W Hamburgu pierwsze miejsce pod względem nakładu zajmuje jeszcze wciąż „Hamburger Fremdenblatt”. „Moniteur de la Presse” w zakończeniu swych informacji notuje fakt następujący: p. Curt Broscher, szef jednej ze starszych firm wydawniczych w Rzeszy, został niedawno aresztowany przez tajną policję. Niebawem został zwolniony, wytoczono mu jednak proces o sprzyjanie masonerii. Na jakiej podstawie? P. Broscher miał złągodzić tekst jakiegoś sprawozdania, które zostało nadesłane do redakcji jego dziennika...

Zmniejszenie liczby korespondentów niemieckich zagranicą.

Ażeby otrzymać potrzebną sumę walut zagranicznych, wydawnictwa niemieckie muszą zwracać się do Izby Prasowej Rzeszy. W ten sposób egzystencja, a właściwie i dobór korespondentów zagranicznych prasy niemieckiej uzależniony jest od tejże Izby. Obecnie powzięta została decyzja, że żaden dziennik ani perjodyk niemiecki nie będzie mógł mieć więcej jak jednego korespondenta na dany kraj. Skrupuje to w niemałej mierze większe wydawnictwa Rzeszy, które w większych środowiskach miały nie raz po kilku korespondentów, obsługujących różne działy (polityka, sprawy gospodarcze, literatura, sztuka, teatr). Strychulec p. Amanna nie zatrzymuje się w swych „wyrównawczych” zabiegach.

Koniec ogłoszeń radiowych.

Radio niemieckie nie będzie obciążało swej działalności politycznej i kulturalnej akwizycją reklam.

W. BRYTANJA

Rozwój przedsiębiorstw prasowych.

„Bulletin” szwajcarski oblicza, że w ciągu 10-u ostatnich lat (1925-35) powstało w Anglii 740 nowych spółek akcyjnych, poświęconych wydawaniu dzienników i czasopism. Reprezentują one ogółem, jako kapitał zakładowy, 30 milionów funtów sterl.

Akwizycja abonentów.

Agitacja na rzecz prenumeraty odbywa się w Anglii przeważnie za pośrednictwem bardzo licznych agentów domokrajnych, którzy odwiedzają prywatne mieszkania, proponując zaabonowanie po-

wierzonych im dzienników i czasopism. Koszty tej propagandy są w stosunku do rezultatów tak wysokie, że coraz rzadziej udaje się związać koniec z końcem, zwłaszcza, że o nowych abonentów trudno. Najczęściej osiąga się przesunięcie z jednej gazety do drugiej. Jak dalece rynek czytelnicy jest nasycony, świadczy statystyka, którą zebrał i podaje „The Home Market”. Według tego zestawienia na sto rodzin w Anglii przypada 95 dzienników porannych, 57,5 wieczornych i 130 wydawnictw niedzielnych. W Londynie na 100 rodzin przypada 120 dzienników porannych. Sprzedaż dzienników w Anglii uprawiana jest w 54.800 kioskach i kramach. W 45.800 punktach sprzedają zajmują się właściciele kiosków i kramów.

Reklama uzdrowisk.

Uzdrowiska i letniska angielskie podejmują coraz energiczniejszą propagandę reklamową w prasie. Nawet małe miejscowości uczestniczą w tej akcji. Tak np. rada miejska miasteczka Harrogate (Yorkshire) wyznaczyła na najbliższy sezon sumę 4 tys. funtów sterl. na ogłoszenia w dziennikach i czasopismach. A w Polsce?...

S O M M A I R E

Stefan Krzywoszewski: Valeur et limites de la nouvelle sensationnelle.

Franciszek Głowiński: Les Caisses Communales d'Epargne et la presse.

La presse polonaise à l'étranger.

La presse française en 1935.

La presse anglaise en 1935.

La vente au numéro.

Reception des représentants de la presse par la municipalité de Varsovie.

LA VIE CORPORATIVE.

Les travaux de l'Association Polonaise des Editeurs.

Les organisations des journalistes.

CHRONIQUE POLONAISE.

LOIS ET DECRETS CONCERNANT

LA PRESSE.

LA PRESSE A TRAVERS LE

MONDE

Rekord popularności.

Książę Walji, dziś król Edward VIII, jeszcze w r. 1910 polecił jednej z agencji informacyjnych, aby nadsyłało mu wszystkie wycinki z gazet, dotyczące jego osoby. „Zeitung-Verlag” donosi, że liczba tych wycinków obecnie sięga 350.000 sztuk i stanowi 50 tomów.

Przygotowanie fachowe dziennikarza

W londyńskim Instytucie Dziennikarskim dyskutowano znów na temat zawodowego wykształcenia dziennikarzy. Główny referent p. Clarke, twierdził, że sztuka pisarska, a talent dziennikarski nie zawsze się identyfikują. Talent nowoczesnego dziennikarza wyraża się przede wszystkim w zdobywaniu wiadomości, w umiejętności docierania do ich źródeł i w trafnym tych wiadomości podaniu. Trzeba rozróżniać publicystykę od reportażu; reportaż dzisiaj jest podstawą dziennikarstwa. P. Clarke, kierownik Kursów Dziennikarskich na Uniwersytecie Londyńskim, wypowiedział opinię, że zdolny i zabiegliwy adept kunsztu dziennikarskiego może przyswoić sobie te cenne zalety. Praktyczne studia, jakie odbywają się w Uniwersytecie Londyńskim, zastępując wszechstronnie i doskonale długą dotychczasową praktykę w redakcjach, skracają znacznie jej okres.

W toku dyskusji przyznano jednak, że dopiero talent pisarski wydobycza z osiągniętych wiadomości pełną ich wartość.

Katolicka korporacja pisarzy i dziennikarzy.

Z okazji otwarcia katolickiej wystawy prasowej w Londynie założona została Katolicka Korporacja Pisarzy i Dziennikarzy Angielskich. Zadaniem tej organizacji jest współdziałanie w rozwoju akcji katolickiej. Planowane jest również założenie w Londynie Międzynarodowego Biura Informacyjnego dla prasy katolickiej.

Prasa katolicka w Anglii liczy 320 czasopism.

Z. S. R. R.

Produkcja papieru.

Nad rzeką Kamą powstała nowa wielka fabryka papieru, która produkować ma rocznie 104,000 ton papieru, w tem — 92,000 ton papieru rotacyjnego. Pierwszy oddział fabryki, zaopatrzony w maszyny pochodzenia rosyjskiego, ma być uruchomiony w najbliższym czasie. („Bulletin” szwajcarski).

OD WYDAWNICTWA

Uprzejmie prosimy o wyraźne i czytelne podawanie na przekazach rozrachunkowych okresu prenumeraty, za który należność zostaje wpłacona oraz adresu, pod którym pismo wysyłać należy.

Prenumerata „Prasy”: z przesyłką pocztową w kraju — 10 zł. rocznie; zagranicą — 12 zł. rocznie.

Cena 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.** Wkładka jednokartkowa do całego nakładu jednorazowo — 150 zł. Od tych cen klienci otrzymują przy 3-krotnym ogłoszeniu — 5% rabatu, przy 6-krotnym — 10%, przy 12-krotnym — 15% rabatu.

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

Rękopisów redakcja nie zwraca.

Przedruk z „Prasy” dozwolony za podaniem źródła.

Adres Redakcji i Administracji: Warszawa, Krakowskie-Przedmieście 40 m. 11. Tel. 540-00. Konto P. K. O. 18.606

Konto rozrachunkowe: Warszawa I nr. 751.

WYDAWCA: POLSKI ZWIĄZEK WYDAWCÓW DZIENN. I CZASOPISM.

REDAKTOR: STANISŁAW KAUKIŃ.

Zakłady Graficzne Tow. Wyd. „Bluszcz”, Warszawa, Sołec 87.