



PRASA

ORGAN POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

ORGANE DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS DE JOURNAUX ET DE PERIODIQUES

Odezwa Prezydium Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism do Wydawców Dzienników i Czasopism

Akcja zimowej pomocy dla bezrobotnych podjęta przez najwyższe czynniki państwowe wymaga wielkiego powszechnego wysiłku. Każdy obywatel państwa, który pracuje i zarabia, każde środowisko społeczne — zdobyć się winny na najwyższą na ten cel ofiarność.

Całe społeczeństwo współdziałać musi w zabiegach i pracach Ogólnopolskiego Obywatelskiego Komitetu Zimowej Pomocy Bezrobotnym.

Jest to nakaz zbiorowego sumienia. Jest to akt społecznego rozumu: obrona setek tysięcy ludzi przed głodem, zimnem i rozpaczą.

W obliczu tego wielkiego zadania, prasa polska musi stanąć na wysokości swego posłannictwa.

Wydawnictwa zrzeszone w Związku Wydawców, zgodnie ze swą tradycją czynnego służenia Państwu we wszystkich kwestiach ogólnopolskiego znaczenia, udzieliły akcji zimowej pomocy dla bezrobotnych swego gorącego poparcia już od pierwszego momentu tej akcji.

Działając dalej w tymże kierunku oraz dając przykład czynnej ofiarności, prasa polska musi pobudzić i wzmocnić ofiarność powszechną.

Cały swój wpływ na miliony czytelników, całą swą moc oddziaływania na społeczeństwo — winna prasa oddać na usługi wielkiego dzieła zimowej pomocy dla bezrobotnych.

Na łamach wszystkich dzienników i czasopism winny zabrzmieć potężne wezwania, budząc ofiarność wszystkich warstw społeczeństwa na rzecz bezrobotnych. W ten sposób prasa przyczyni się do złagodzenia w Polsce w ciągu tej zimy niedoli ludzi pozbawionych pracy.

Wzywamy całą prasę polską do godnego spełnienia tego społecznego obowiązku, do wykazania jak największego propagandowego wysiłku dla akcji, którą podjął i prowadzić będzie Ogólnopolski Obywatelski Komitet Pomocy Zimowej Bezrobotnym, utworzony pod patronatem Pana Prezydenta Rzeczypospolitej i Pana Generalnego Inspektora Sił Zbrojnych.

Prezydium Rady i Zarządu Głównego

Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism

Warszawa, dn. 14.X.1936 r.

Jednością silni

Cele, zadania i prace Polskiego Związku Wydawców Dzien. i Czas. są bardzo rozległe, różnorodne i skomplikowane. Takie bowiem jest życie polskie, a jednym z jego najwięcej eksponowanych odcinków jest niewątpliwie działalność wydawnicza.

Jeszcze nie minęło dziesięć lat od czasu, kiedy Związek rozpoczął na szerszą skalę swe prace, a już w kołach wydawniczych całej Polski ugruntowało się zdecydowane przekonanie, że egzystencja i dalszy rozwój Związku stały się nieodzowną potrzebą i koniecznością. Ze jego ustalone i umocnione istnienie jest warunkiem porządkowania i normalizacji stosunków w prasie, że związało się nierozdzielnie z jej losami.

Na ostatnim posiedzeniu Zarządu Związku, gdy dyskusja nad długą litaniją porządku dziennego zbliżała się ku końcowi, jeden z uczestników zabrał głos.

„— Przyznajmy, panowie, — powiedział, — że od czasu, kiedy chodziliśmy luzem, walcząc w pojedynkę z trudnościami i współzawodnicząc z sobą często bez potrzeby, a prawie zawsze — bez pożytku, nasze stosunki uległy wielkiemu przeobrażeniu. Teraz zasiadamy przy jednym stole, o najdrażliwszych sprawach dyskutujemy rzeczowo i życzliwie, i na drodze wzajemnych ustępstw i zrozumienia wspólnych interesów uzgadniamy nasze wysiłki“.

— Któż z Panów dziś nie zdaje sobie jasno sprawy, jakie znaczenie dla bytu i rozwoju prasy osiągnął nasz Związek, jak dalece stał się nieodzownym! Dziś już niepodobna sobie wyobrazić naszej pracy bez tych skoordynowanych wysiłków w ramach Związku!“.

Słowa te przyjęte zostały przez obecnych z jednomyślnym uznaniem, były bowiem wyrazem tego przeświadczenia, jakie ugruntowało się wśród zrzeszonych wydawców. Ciężki okres kryzysowy udowodnił w sposób przekonujący, że w dziedzinie zabiegów konkurencyjnych małe nieporozumienia wywołują nieraz długotrwałe kampanie, a wszelkie walki powodują straty zarówno dla zwyciężonych, jak dla zwycięzców.

Jedno z najbardziej zasadniczych zadań Związku, to wytykanie i torowanie dróg

wzajemnego zbliżenia się poszczególnych grup i jednostek wydawniczych, do koordynowania ich wysiłków, do uskutecznienia porozumień, uzgadniających wspólną akcję. Ileż niepotrzebnych strat da się na tych szlakach uniknąć, ile korzyści zdobyć, i jak atmosferę pracy, — jej „klimat“ oczyścić i wartościowo podnieść!

Wśród dorobku Związku na tym odcinku jego działań, zanotujmy dwa fakty z ostatnich miesięcy. Nie są one wielkiej wagi, nie stanowią rozstrzygnięć w zasadniczych sprawach. Lecz są znamienym znakiem, że w atmosferze Związku i dalsze porozumienia, ważniejsze i trudniejsze, stają się realne.

Jeden fakt, to układ polubowny między trzema głównymi warszawskimi dziennikami południowymi co do terminu pojawiania się tych wydawnictw w sprzedaży ulicznej.

Każde pięć minut wcześniejszego rzucenia na ulicę jednego dziennika przed innymi zwiększa szanse jego kolportażu. To jest rzecz niewątpli-

wa. Ale równocześnie współzawodnictwo w tej dziedzinie łatwo sprowadza na absurdalne manowce. Przyspieszając wciąż terminy wydań, redakcje tem samem muszą rezygnować z później nadchodzących wiadomości. Osłabiają zatem wartość wewnętrzną swoich dzienników.

Interwencja Związku sprawiła, że sprzedaż owych trzech głównych wydawnictw południowych została uzgodniona. Ma rozpoczynać się w dni powszednie nie wcześniej, jak o godz. 11 m. 35. Przed tą godziną niedozwolone jest wypuszczanie dzienników poza obręb ich siedzib.

Drugi fakt dotyczy dodatków bezpłatnych. Przybrały one, na prowinjacji zwłaszcza, rozmiary niepokojące. Do dziesięciogroszowych dzienników zaczęto dołączać gratisowo dawniejsze egzemplarze czasopism tygodniowych, których cena nominalna przekraczała nieraz parokrotnie cenę dziennika. Prawda, była to „makulatura“, czasopisma z przed kilku tygodni, nawet miesięcy. Dla mniej wybrednego czytelnika jednak takie dodatki stanowiły lekturę, wstrzymywały od nabywania tych samych czasopism po cenie normalnej. Na rynku kolportażowym rosło coraz większe zamieszanie. Powstawała obawa, że te niebezpieczne metody współzawodnitwa mogą zdeprecjonować w oczach czytelników zarówno rozrzucone tak lekceważąco czasopisma, jak i dzienniki, mające się tego rodzaju sposobów propagandy.

Najciekawsze, że pomysł ten nie był zgoła nowy. Franciszek Max. Sobieszkański, — nieoceniony badacz przeszłości prasy polskiej, — stwierdza, że w okresie Sejmu Czteroletniego w Warszawie ujawniło się znaczne ożywienie wydawnicze.

Wskutek tego wzmożło się współzawodnictwo. I już wówczas podjęto bezpłatne rozsyłanie prenumeratom starych periodyków naukowych. „Nie wiele to jednak pomagało, pisał Sobieszkański, zwolna ustawały wszystkie“...

Z inicjatywy Zarządu Związku, przedsiębiorstwa wydawnicze, które ów system praktykowały, zgodziły się zaniechać dodatków bezpłatnych, zarówno do całości nakładu, jak i do jego części.

TREŚĆ ZESZYTU

Odezwa Prezydium Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism do Wydawców Dzienników i Czasopism.

St. Krz.: Jednością silni.

Jan Mokrzycki: Czytelnictwo, analfabetyzm, prasa.

Z międzynarodowych organizacji prasowych:

Stanisław Kauzik: II posiedzenie Komitetu Porozumienia Międzynarodowych Federacji Wydawców i Dziennikarzy.

S. K.: Posiedzenie Zarządu Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców.

Jerzy Gutschke: II Międzynarodowy Kongres Dziennikarzy Katolickich w Rzymie.

S. K.: Międzynarodowa Wystawa Prasy Katolickiej w Rzymie.

Prasa w Niemczech:

Propaganda prasy niemieckiej.

Kolportaż dzienników i periodyków w Niemczech.

Rozwój prasy w Sowietach.

J. M.: Ewolucja opłat pocztowych za przesyłanie pism.

30-lecie Kuriera Poznańskiego.

Sprawy kolportażowe.

ZYCIE ORGANIZACYJNE

Prace Polskiego Związku Wydawców.

Sprawy dziennikarskie.

KRONIKA KRAJOWA

Radio a prasa.

Statystyka.

Z życia prasy.

Różne.

PRAWO A PRASA

PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

Voit le sommaire en langue française à la page 24-ème.

ły się zaniechać dodatków bezpłatnych, zarówno do całości nakładu, jak i do jego części.

Zastrzeżenie to nie odnosi się do dodatków stałych, przeznaczonych dla prenumeratorów, a stanowiących część składową numerów z dni powszednich lub świątecznych. Raz na rok dopuszcza się dołączenie bezpłatne kalendarza. Również zezwala się, aby wydawca, uruchamiając nowe, stałe wydawnictwo periodyczne, dołączał jednorazowo pierwszy okazowy numer tego wydawnictwa do innych swych wydawnictw.

Wydawnictwa, które zawarły to porozumienie, zobowiązały się czuwać, aby wszyscy hurtowi i deta-

liczni sprzedawcy ich wydawnictw ściśle przestrzegali zasad tej umowy.

O ile byliby stwierdzone, że którykolwiek z kontrahentów na pewnym odcinku podjął dołączanie do swych pism bezpłatnych dodatków, pozostali kontrahenci, po zawiadomieniu o tym fakcie Związku Wydawców, automatycznie zwolnieni byłiby z zobowiązań wynikających z tego układu, jednak tylko w odniesieniu do danego terytorialnego odcinka.

Na tej drodze jest jeszcze do osiągnięcia wiele znacznych korzyści.

St. Krz.

Czytelnictwo, analfabetyzm, prasa

Zagadnienie czytelnictwa w Polsce nie może być rozpatrywane w oderwaniu od jego materialnego podłoża — od polskiego rynku czytelniczego. Trzeba sobie zdać sprawę z charakteru i cech tego rynku, z procesów ewolucyjnych, którym podlega. Dlatego wstępem do uwag o analfabetyzmie musi być próba krótkiej, orientacyjnej charakterystyki rynku czytelniczego.

Polski rynek czytelniczego.

Polska liczy 33,8 mil. ludności. Z tej liczby nie wszyscy, oczywiście, mogą stać się czytelnikami. Przede wszystkim należy wprowadzić kryterium wieku. Odrazu nasuwają się pierwsze trudności — w którym roku życia rozpoczyna się normalne czytelnictwo pism? Z doświadczeń wiadomo, iż istnieje różnica między czytelnictwem czasopism i dzienników. Czytanie czasopism rozpoczyna się wcześniej; pierwszymi czytanyimi pismami są niemal z reguły czasopisma dziecięce, dla młodzieży i periodyki iustrowane. Rozważania nin. głównie dotyczyć będą czytelnictwa dzienników. Dlatego też i teraz uwzględnimy chwilę rozpoczęcia normalnej lektury dzienników. Otóż, jeśli pominąć te egzemplarze dzienników, które dorywczo, w drodze przypadku, trafiają do rąk dzieci, początek normalnej, świadomej lektury dzienników ma miejsce między 15 — 18 rokiem życia. Przyjmijmy jako granicę 17-ty rok życia. Na zasadzie danych Głównego Urzędu Statystycznego szacunkowo można ustalić, iż obywatele liczący mniej niż 17 lat stanowią około 38% ogółu ludności Polski t. j. 12,8 mil. Pozostali w liczbie około 21 mil., ze względu na wiek mogliby być czytelnikami dzienników. Wprowadźmy jednak kryterium umiejętności czytania: wyżej podana liczba rozpada się na dwie grupy: 32,7%¹⁾ t. j. 6,9 mil. stanowią analfabeci; resztę, 14,1 miliona,

stanowią ludzie umiejący czytać. Pierwsza grupa — to ludzie dla czytelnictwa straceni. Druga — stanowi właściwy rynek czytelniczego.

Miarą zdolności konsumpcyjnych rynku czytelniczego jest ilość rozchodzących się pism. W tej dziedzinie rozporządzamy jedynie dość przybliżonymi danymi i to tylko w odniesieniu do dzienników. Opierając się na konsumpcji papieru rotacyjnego, liczbę egzemplarzy dzienników, drukowanych rocznie w Polsce, można określić na około 722 mil. Odpowiada to około 2 mil. egzemplarzy dziennie. Należy jeszcze ustalić liczbę zwrotów. Znowu trzeba oprzeć się na szacunku przybliżonym, gdyż nie istnieją żadne ogólne dane w tej mierze. Wiadomo, że co do ilości zwrotów istnieją ogromne różnice między poszczególnymi wydawnictwami. Dzienniki o typie kolportażowym mają dużą liczbę zwrotów, dochodzącą do 30 — 40%, pisma, oparte w przeważającej mierze o prenumeratę, pracują przy minimalnej ilości zwrotów. Nadto widać należy pod uwagę, iż cała prasa Polski Zachodniej, reprezentująca poważne nakłady, silnie ogranicza ilość zwrotów. Bliskie

¹⁾ Liczba ta obliczona została przez G.U.S. na podstawie wyników spisu ludności z r. 1921. Ponieważ wyniki spisu ludności z r. 1931 w dziedzinie analfabetyzmu nie zostały dotychczas ogłoszone, zmuszony jestem posługiwać się danymi z r. 1921, zdając sobie w pełni sprawę, iż na skutek 15-letniej działalności szkoleniowej powszechnego, rzeczywisty procent analfabetów w Polsce jest w chwili obecnej niższy od 32,7%. Dla zmniejszenia błędu, liczbę analfabetów szacunkowo przyjmę w nin. artykule na 6 — 7 mil., liczbę czytających na 14 — 15 mil., a to na zasadzie następującego rozumowania: w r. 1921 ustalono 32,7% analfabetów, co przy ówczesnej liczbie

prawdy będzie określenie przeciętnego procentu zwrotów (z uwzględnieniem prenumeraty) na 10 — 15%. Uwzględniając zwroty, otrzymamy liczbę 1,7 — 1,8 mil. egzemplarzy jako miarę dziennej konsumpcji gazet. Liczba ta obliczona jest może nieco zbyt optymistycznie, jednak z braku danych ścisłych skazani jesteśmy w tej dziedzinie na posługiwanie się danymi przybliżonymi.

Zestawmy liczby wyżej podane. Dając one wskaźnik poziomu konsumpcji dzienników. 14 — 15 milionów czytelników nabywa dziennie 1,7—1,8 miliona dzienników. W Polsce 1 egzemplarz sprzedany przypada średnio na 8 — 9 ludzi, umiejących czytać.

Porównanie z Niemcami.

Aby uzyskać miarę dla oceny stosunków na polskim rynku czytelniczym, należy porównać je z analogicznymi stosunkami zagranicą. Dla celów porównawczych w dziedzinie prasy nadają się specjalnie stosunki niemieckie, gdyż prasa niemiecka strukturalnie zbliżona jest do prasy polskiej. Również i pod względem struktury gospodarczej Niemcy posiadają więcej analogii z Polską, niż którykolwiek z pozostałych krajów zachodnio-europejskich.

Ludność Niemiec wynosi około 66,2 mil.; małoletni (od 16 lat włącznie) stanowią ok. 26,2% t. j. 17,3 mil. Po wyeliminowaniu tej grupy, pozostaje 48,9 mil. Niemców w wieku ponad 16 lat. Analfabetów wśród nich niema zupełnie — niemiecki rynek czytelniczego to 49 mil. ludzi. Dzienników sprzedawano w Niemczech w połowie r. 1935 15,8 mil. egzemplarzy dziennie. Zestawiając te cyfry możemy stwierdzić, że w Niemczech 1 egzemplarz dziennika przypada na 3 ludzi umiejących czytać, w Polsce na 8 — 9 umiejących czytać.

Na tle wyżej podanych uwag — obraz polskiego rynku czytelniczego rysuje się wyraziście. Pierwszą jego charakterystyczną cechą, to wielka liczba analfabetów, 6 — 7 milionowa grupa ludzi, którzy nie posiadają umiejętności czytania. Ta grupa nie reprezentuje żadnej zdolności konsumpcyjnej w stosunku do słowa

ludności, liczącej ponad 17 lat, odpowiadało około 5,3 mil. ludzi. W przeciągu ostatnich 15 lat w kierunku zmniejszenia ogólnej liczby analfabetów działała wymieralność (16,6% w stos. rocznym) oraz akcja oświaty pozaszkolnej; w kierunku wzrostu liczby analfabetów działał dopływ nowych analfabetów (wobec częściowej tylko realizacji nauczania powszechnego) oraz zjawisko analfabetyzmu powrotnego. Uwzględnienie tych różnorodnych czynników pozwala na szacunkowe ustalenie liczby 6—7 mil. analfabetów, jako miary obecnego stanu rzeczy wśród obywateli liczących 17 lat i więcej.

drukowanego. Gazety, książki kupuje druga grupa, grupa ludzi umiejących czytać. Liczy ona około 14 — 15 milj. członków. Zdolność konsumcyjna tej grupy jest niska. Trzykrotnie niższa niż w Niemczech. To jest druga charakterystyczna cecha polskiego rynku czytelniczego.

Rola szkolnictwa.

Obraz nie byłby kompletny, gdybyśmy nie uwzględnili wpływu, jaki na rynek czytelnicy wywiera nauczanie powszechne. Według statystyki Głównego Urzędu Statystycznego w latach szkolnych 1932/33 — 1934/35, zrealizowane było ono mniej więcej w 90%. Jak wynika z danych, przetoczonych przez min. Świętosławskiego w przemówieniu na komisji budżetowej Sejmu w styczniu b. r.¹⁾ rok szkolny 1935/36 przyniósł znaczne pogorszenie tego stanu. Ogólna liczba dzieci w wieku szkolnym wynosiła ponad 5,4 milj. Z tej liczby poza szkołą pozostało około 1 milj. dzieci. Stanowi to blisko 18%. W roku 1935/36 nauczanie powszechne zrealizowane zostało w 82%.

Liczba uczniów, kończących szkołę powszechną, wyniosła w latach 1932/34 (według G.U.S.) około 250 tys. W latach następnych, gdy kończyć będą szkoły liczniejsze roczniki powojenne, liczba ta będzie wzrastała.

Te ostatnie dane natchnąć mogą optymizmem co do rozwoju czytelnictwa w Polsce. Niestety, zjawisko analfabetyzmu powrotnego zaciemnia ten jasny obraz. Według danych, przytoczonych przez dyr. Stemlera²⁾ przy ostatnim poborze wojskowych niemal co trzeci poborowy okazał się analfabeta powrotnym. Zatracił umiejętność czytania i pisanie. Ten fakt wprowadza do wyżej podanej charakterystyki polskiego rynku czytelniczego czynnik nowy, absolutnie niewymierny, a bardzo groźny.

Wszelka akcja, mająca na celu wzmoczenie czytelnictwa pism w Polsce, musi uwzględniać wyżej omówione cechy charakterystyczne naszego rynku czytelniczego. Musi do nich stosować plan działania i metody. Oczywiście jest, jeśli chodzi o ogólne wskazania, że akcja taka rozwijać się musi w dwóch kierunkach: likwidacji analfabetyzmu i wzmoczenia konsumpcji pism wśród warstw czytających. To drugie zagadnienie omówione będzie w oddzielnym artykule na łamach „Prasy“; na tym miejscu zajmować się będą jedynie sprawą analfabetyzmu i roli, jaką prasa może odegrać w jego zwalczaniu.

Prasa w walce z analfabetyzmem.

Artykuł p. Józefa Stemlera, dyrektora Polskiej Macierzy Szkolnej, jednego z najbardziej zasłużonych polskich działaczy oświatowych, zamieszczony w poprzed-

nim zeszycie „Prasy“, poświęcony był pierwszemu z wyżej wymienionych zadań t. j. sprawie likwidacji analfabetyzmu. W artykule swym (który dał asumpt do niniejszych uwag) dyr. Stemler stwierdza, iż likwidacja analfabetyzmu, poza jej doniosłymi skutkami społecznymi, przyniesie prasie bezpośrednie korzyści w postaci zwiększenia liczby czytelników. Dlatego jak najenergiczniejsze popieranie przez prasę walki z analfabetyzmem jest nie tylko obowiązkiem wobec społeczeństwa i Państwa, lecz również — własnym interesem prasy. Dyr. Stemler proponuje następnie, aby prasa, w drodze odpowiedniej propagandy, stworzyła wielki ruch indywidualnego nauczania analfabetów przez czytelników dzienników i czasopism. Pragnie, aby każdy czytelnik gazet uważał nauczanie czytania jednego co najmniej analfabety i pozyskanie go na prenumeratora „za nakaz wewnętrzny, za obowiązek sumienia, za ambicję osobistą, rodową, zawodową, za służbę Kościołowi, za dobrowolną daninę Narodowi, za nieprzymuszony podatek Państwu“.

Konieczność udziału prasy w walce z analfabetyzmem, konieczność udziału — dodajmy — wielokrotnie bardziej intensywnego niż dotychczas, nie może ulegać wątpliwości. Nie może również ulegać wątpliwości, że udział prasy w tej akcji posiada wielkie znaczenie. Jednak projekt dyr. Stemlera nasuwa pewne refleksje. Czy jest możliwe skuteczne przeprowadzenie likwidacji analfabetyzmu w drodze „pospolitego ruszenia oświatowego“ — jeśli by jedynym czynnikiem działającym w tej akcji była propaganda prasowa? Trudności spostrzegam nie po stronie prasy. Widzę je po stronie czytelnika. Być może, że piszący niniejsze słowa, mimo dystansu lat, dzielącego go od dyr. Stemlera, bardziej pesymistycznie ocenia siłę idealnych czynników w tej zbiorowości, którą stanowi nasza masa czytelnicza. Ale ta ocena znajduje potwierdzenie w zjawiskach znanych każdemu dziennikarzowi. Iż politycznych organów, posiadających prenumeratorów ideowych, silnie przywiązanych do pisma, organizacji i kierunku politycznego zwracało się do swych czytelników z apelem o pozyskiwanie nowych czytelników. Wyniki zawsze były niewspółmierne z możliwościami i nadziejami, niezależnie od kierunku i charakteru pisma. A jakie wyniki dają najczęściej zbiórki, propagowane przez poszczególne pisma? Prosimy zestawzić zebrane sumy, na oko dość znaczne, z przypuszczalną liczbą czytelników. Wypadną grosze. Nieliczne wyjątki, wywołane szczególnymi okolicznościami, potwierdzają regułę. A wszak w takich wypadkach chodzi o jednorazową ofiarę na cel godny uznania i bliski czytelnikowi, nie zaś o dłuższy i konsekwentny wysiłek, jakiego żąda od czytelnika dyr. Stemler. Wysiłek, wymagający stałości i upartego postanowienia — cech właśnie dość sprzecznych z rysami charakteru narodowego.

Rola organizacji.

Zastrzeżenia powyższe wypływają z zasadniczego stanowiska, którym jest niewiara w powodzenie masowych, na dłuższą metę obliczonych akcji, nieujętych w ryzy organizacyjne. Masa z natury swej jest sypka jak piasek, rządzą nią zmienne fluktuacje uczuć i nastrojów. Można ją porwać chwilowo. I to nietrwałe. Czy można ją skłonić do długotrwałego, żmudnego wysiłku? W chwili zbiorowego pobudzenia — ofiara krwi i życia? Tak. Lecz pozytywna, przewlekła praca bez odpowiedniej organizacji? Sprawa bardzo trudna. Zaś wpływ, jaki prasa wywiera na swych czytelników — nawet w Polsce, gdzie słowo drukowane cieszy się autorytetem wyjątkowo znaczącym — jest gatunkowo zupełnie różny od wpływu i sankcji, jakie w stosunku do swych członków posiadać może dobrze postawiona organizacja.

Organizacja — oto czynnik, który winien objąć główną rolę w walce z analfabetyzmem. Dyr. Stemler pisze w swym artykule iż „polski świat oświatowy egzamini w dziedzinie walki z analfabetyzmem nie zda“³⁾. Ale czy jedną z głównych przyczyn tego niepowodzenia nie był fakt, że praca organizacji oświaty pozaszkolnej odbywała się niemal bez udziału prasy? Że kontakt między tymi organizacjami a prasą był — żaden, czy prawie żaden? W konsekwencji prasa nie zajmowała się sprawą likwidacji analfabetyzmu — niemal że głucho było w Polsce o tym wielkim zagadnieniu. Ciężar pracy w organizacjach oświatowych niósł na barkach niewielka liczba ludzi dobrej woli, masy nie brały w niej udziału. Rola „szarego człowieka“ w dziedzinie walki z analfabetyzmem polegała jedynie na wrzuceniu raz do roku, 3 maja, 20 groszy do puszdki kwarantana...

I dlatego inicjatywa dyr. Stemlera, aby prasę wciągnąć do współdziałania w likwidacji analfabetyzmu, wydaje się bardzo trafna i na czasie. Jedynie prasa, docierając do najszerzych warstw społeczeństwa, może zagadnieniu likwidacji analfabetyzmu zapewnić w świadomości ogółu należne mu miejsce — jednego z naczelnych polskich zagadnień narodowych, państwowych, społecznych. Nie może być wprawdzie prasa czynnikiem, który samodzielnie zlikwiduje analfabetyzm w Polsce. Jako czynnik pomocniczy, czynnik najszerzej pojętej i nowoczesnie zorganizowanej propagandy na rzecz udziału w walce z analfabetyzmem, walce kierowanej przez odpowiednie organizacje — oddać może sprawie wielkie usługi.

Zbliżający się okres dorocznego Mięsiąca Walki z Analfabetyzmem, zorganizowanego przez Polską Macierz Szkolną, da prasie polskiej okazję do poparcia akcji tej zasłużonej organizacji oświatowej całym jej autorytetem i całą siłą wpływu na społeczeństwo.

Jan Mokrzycki.

¹⁾ Według Gazety Polskiej z 29.1.36 r.

²⁾ Zob. Nr. 8 — 9/36 „Prasy“.

Z międzynarodowych organizacji prasowych

II-gie posiedzenie Komitetu Porozumienia Międzynarodowych Federacji Wydawców i Dziennikarzy

W dniu 18 września r. b. obradował w Zurychu pod przewodnictwem p. E. Rietmanna prezesa Szwajcarskiego Związku Wydawców, Komitet Porozumienia Międzynarodowych Federacji Wydawców (F.I.A.D.E.J.) i Dziennikarzy (F.I.J.). Było to drugie posiedzenie przedstawicieli świata wydawniczego i dziennikarskiego, zwołane tym razem na zasadzie statutu Komitetu Porozumienia, przyjętego przez obie strony w Paryżu, w grudniu 1935 r., podczas 1-ej wspólnej konferencji delegatów obu międzynarodowych Federacji.

Inicjatywa Polskiego Związku Wydawców — inicjatywa zorganizowania współdziałania wydawców i dziennikarzy na gruncie międzynarodowym¹⁾, święciła pełny triumf. Posiedzenie zurychskie Komitetu Porozumienia stanowiło bowiem poważny krok naprzód w dziele organizacji światowej reprezentacji prasy.

Trzy fakty nadały wyjątkowe znaczenie konferencji zurychskiej: 1) Udział w tej konferencji najpoważniejszych działaczy zarówno Federacji Wydawców, jak i Federacji Dziennikarzy, 2) atmosfera porozumienia, jaka zapanowała na tym 2-gim posiedzeniu Komitetu Mieszanego Federacji Wydawców i Dziennikarzy, 3) przystąpienie do realnego rozwiązania zagadnień prasowych międzynarodowych, które na przestrzeni ubiegłych 10 lat traktowane były przez różne instytucje i ciała międzynarodowe w sferze teorii i mglistych, ogólnikowych rezolucji.

W obradach w Zurychu wzięło udział liczne grono wydawców i dziennikarzy. Z ramienia Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców Dzienników wzięli udział w charakterze członków Komitetu Porozumienia pp. Rietmann (Szwajcaria), Chauchat (Francja), Henny (Holandia), oraz Kauzik (Polska), w charakterze zastępców pp. Chapisat (Szwajcaria) oraz Karplus i Kutschera (Austria). Z ramienia Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy w charakterze członków Komitetu Porozumienia: pp. Bourdon (Francja), Bourquin (Szwajcaria), Eskelund (Dania) i Valot (Szwajcaria). Nadto w charakte-

¹⁾ Inicjatywę do zorganizowania Komitetu Porozumienia dał memoriał Polskiego Związku Wydawców, przedstawiony w październiku 1934 r. na III, paryskim Kongresie wydawców. Zob. sprawozdanie z III i IV-tego Kongresu Federacji Międzynarodowej Wydawców Dzienników wydrukowane w „Prasie” w Nr. 9/12 z r. 1934 i Nr. 3 z r. 1935.

rze gościa wziął udział w zebraniu dr. Lüdi, dyrektor Szwajcarskiej Agencji Telegraficznej.

Z obu więc stron uczestniczyły pełne Prezydium, przyczem Federację Dziennikarzy reprezentowało trzech ostatnich jej prezesów. Nadalę to szczególne znaczenia zebraniu, podniosłę wagę nowo utworzonej instytucji — Komitetu Porozumienia wydawców i dziennikarzy, — która w przyszłości niewątpliwie sięgnie po miano przedstawicielstwa prasy Europy a następnie prasy wszystkich narodów.

Porządek dzienny Komitetu Porozumienia obejmował szereg zagadnień, które w ostatnich czasach były przedmiotem szczególnych i licznych obrad Federacji Dziennikarzy, rozwiązanie jednak których wymaga współdziałania organizacji wydawców. Wśród zagadnień tych najważniejszymi były: kwestia współpracy prasy na rzecz pokoju światowego, sprawa warunków pracy dziennikarzy za granicą i kwestie, łączące się z tym zagadnieniem, a mianowicie sprawę międzynarodowych legitymacji dziennikarskich, oraz sprawa ułatwień komunikacyjnych dla dziennikarzy. I wreszcie zagadnienie wymiany dziennikarzy między poszczególnymi krajami, kwestia stosunków prasy i radia oraz sprawa ankiety na temat prawnych stosunków prasy w poszczególnych krajach.

Sprawa roli prasy w dziele utrzymania pokoju światowego, stanowiąca temat wniosków świata dziennikarskiego angielskiego, była jednym z głównych przedmiotów obrad Komitetu. Wniosek dziennikarzy angielskich, proponujący zwołanie Międzynarodowego Kongresu Prasowego, celem omówienia sprawy współpracy prasy na rzecz pokoju światowego, znalazł poparcie we władzach Federacji Dziennikarzy, wywołał jednak szereg zasadniczych zastrzeżeń ze strony przedstawicieli wydawców, którzy przestrzegali przed zwyzywaniem konferencji prasowej, poświęconej wyłącznie rozważeniu tego jednego zagadnienia, które jest przede wszystkim zagadnieniem politycznym, a więc winno być rozwiązane przez polityków i dyplomatów. Zadaniem, które może być rozwiązane przez prasę, jest walka z fałszywymi i tendencyjnymi informacjami. Zagadnienie to, omawiane już na konferencji madryckiej, winno być, zdaniem wydawców, ponownie rozważone celem wyszukania skutecznych sposobów przeciwdziałania ujemnym skutkom fałszywych informacji prasowych, mogą-

cych zakłócić dobre stosunki między narodami.

W wyniku obszernej dyskusji, Komitet Porozumienia uznał wniosek w sprawie zwołania konferencji prasowej, poświęconej wyłącznie zagadnieniu politycznemu utrzymania pokoju między narodami, za przedwczesny. Postanowiono więc zwrócić się do związku dziennikarzy angielskich o sprecyzowanie wniosku, sekretarzom zaś generalnym obu Federacji polecono zbadać stanowiska organizacji prasowych większych państw oraz wysłuchać opinii Sekretariatu Ligi Narodów.

Drugim zasadniczym kompleksem zagadnień, omawianym na Komitecie Porozumienia, były sprawy warunków pracy dziennikarzy za granicą, w szczególności zaś sprawa międzynarodowej legitymacji dziennikarskiej oraz ułatwień komunikacyjnych dla dziennikarzy. Sprawy te referował niżej podpisany, podkreślając konieczność rozwiązania tych zagadnień w płaszczyźnie interesów zarówno przedstawicieli redakcji jak i administracji wydawnictw. Zasadnicze myśli tego referatu zawarte były w obszernym memoriale Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, poświęconym zagadnieniom międzynarodowej legitymacji prasowej. Memoriał ten przedłożony został Komitetowi przez niżej podpisanego wraz z wnioskami, dotyczącymi uregulowania tego zagadnienia w płaszczyźnie potrzeb całej prasy. Celem ustalenia zasad praktycznego działania międzynarodowych organizacji prasowych w dziedzinie polepszenia warunków pracy za granicą dziennikarzy i przedstawicieli wydawnictw, powołano specjalną komisję, złożoną z przedstawicieli obu Federacji, która ma przedyskutować szczegółowo wszystkie zagadnienia, tego przedmiotu dotyczące, i przedstawić konkretne, praktyczne wnioski na następnym posiedzeniu Komitetu Porozumienia.

Do Komisji tej odesłano również sprawę szczegółowego omówienia wspólnego wniosku organizacji dziennikarskich angielskich i węgierskich, dotyczącego wymiany dziennikarzy między poszczególnymi krajami, celem bliższego zapoznania się ich ze stosunkami prasowymi, względnie politycznymi, poszczególnych państw, ewentualnie celem przeprowadzenia kuracji lub urlopu wypoczynkowego za granicą swego kraju. Komitet Porozumienia, uznawszy zagadnienie to za trudne do rozwiązania w chwili obecnej w płaszczyźnie międzynarodowej, stwierdził jednak celowość zawierania w tej sprawie umów bilateralnych na zasadach wzajemności i w tym celu bliższe rozpatrzenie tych ciekawych wniosków powierzył wspomnianej Komisji.

Ważnym jeszcze zagadnieniem, omówionym obszernie przez Komitet Porozu-

mienia, było zagadnienie stosunków prasy do radia. Prezes E. Rietmann i niżej podpisani przedstawili punkt widzenia Związków Wydawców poszczególnych państw oraz Federacji Wydawców, stwierdzając, iż upatrują one jednomyślnie w szeroko zakreślonej działalności informacyjnej i reklamowej radia niebezpieczną dla prasy działalność konkurencyjną. Organizacje wydawców we wszystkich państwach podjęły planową ochronną akcję na rzecz prasy i ogłoszenia prasowego. Na terenie zaś międzynarodowym podjęły, jako akcję wstępną — akcję likwidacji radiowych działów ogłoszeń. Stanowisko związków wydawców nie znalazło dotychczas zrozumienia we władzach Federacji Dziennikarzy, które w ciągu ostatnich lat manifestowały swe przychylnie stanowisko dla rozwoju informacyjnych i dziennikarskich placówek w organizacjach radiowych. Obszerna dyskusja przeprowadzona w tej sprawie na posiedzeniu Komitetu Porozumienia dała asumpt do rewizji tych poglądów przedstawicieli Federacji Dziennikarzy. Zagad-

nienie stosunków prasy i radia będzie przeto ponownie przestudiowane przez władze Federacji Dziennikarzy i rozważone pod kątem widzenia najżywoźniejszych interesów prasy, a następnie przedyskutowane ponownie na najbliższym posiedzeniu Komitetu Porozumienia.

Dyskusja nad wnioskiem przedstawicieli Federacji Dziennikarzy, dotyczącym przyspieszenia odpowiedzi na ankietę prowadzoną przez F.I.J. w sprawie sytuacji prawnej prasy w poszczególnych państwach, zamknęła obrady II-ej Sesji Komitetu Porozumienia, które przyniosły poważne rezultaty w dziedzinie zbliżenia poglądów Federacji Wydawców i Dziennikarzy na zasadnicze zagadnienia prasowe międzynarodowe. Pozwoli to, mniemać należy, na rychłe rozwiązanie na terenie międzynarodowych instytucji wielu zagadnień, które od szeregu lat traktowano w sferze ogólnikowych rezolucji.

Następne posiedzenie Komitetu Porozumienia postanowiono odbyć w Paryżu w końcu maja 1937 r.

Stanisław Kauzlik.

Posiedzenie Zarządu Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców

W związku z posiedzeniem Komitetu Porozumienia Międzynarodowych Federacji Wydawców i Dziennikarzy obradował w Zurychu w dniu 19 września r. b. Zarząd Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców. Zebranie to, w którym wzięli udział, poza członkami Zarządu (pp. E. Rietmannem, J. W. Hennym i St. Kauzikiem), przedstawiciele Austriackiego Związku Wydawców, p.p. dr. Karplus i dyr. Kutschera oraz przedstawiciel Szwajcarskiego Związku Wydawców, dr. Chapuisat, poświęcone było omówieniu wyników konferencji z delegatami Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy oraz ustaleniu programu prac przygotowawczych do V-tego Kongresu Federacji Związków Wydawców, mającego odbyć się w Wiedniu w maju 1937 r.

Ocena rezultatów konferencji Federacji Wydawców z przedstawicielami Federacji Dziennikarzy wypadła bardzo dodatnio. Wszyscy jednogłośnie podnieśli wielkie znaczenie utworzenia Komisji porozumiewawczej oraz stwierdzili, iż współpraca na gruncie międzynarodowym organizacji wydawców i dziennikarzy pozwoli rozwiązać na gruncie praktycznym wiele zagadnień prasowych międzynarodowych, które rozważane były dotychczas niemal wyłącznie w sferze teorii.

Trzy grupy zagadnień międzynarodowych winny być, zdaniem Zarządu Federacji Wydawców, możliwie rychło rozwiązane:

1) zagadnienie poprawy warunków

pracy zagranicą dziennikarzy i przedstawicieli wydawnictw (chodzi tu przede wszystkim o sprawę międzynarodowych legitymacji dziennikarskich oraz sprawę praw posiadaczy tych legitymacji,

2) z dziedziny zagadnień prasowo-telekomunikacyjnych — sprawa przyspieszenia i potania komunikacji telegraficznej i telefonicznej, wreszcie

3) zagadnienie przyspieszenia i potania przewozu gazet do innych państw przy pomocy nowoczesnych środków komunikacji t. j. przy pomocy samolotów, tudzież bezpośrednich międzynarodowych pociągów, względnie wagonów sygnalnych.

Przywiązując wielką wagę do rychłego przeprowadzenia powyższych postulatów prasy, Zarząd Federacji Wydawców powołał specjalną komisję w składzie p.p. Chauchata, St. Kauzika oraz

p.p. Chapuisata i Karplusa (dwóch ostatnich w charakterze zastępców), celem szczegółowego przedyskutowania tych zagadnień z przedstawicielami Federacji Dziennikarzy oraz celem przygotowania raportów i wniosków na V-ty Kongres Federacji Związków Wydawców i na Komitet Porozumienia Federacji Wydawców i Dziennikarzy.

Dłuższą dyskusję przeprowadził następnie Zarząd Federacji Wydawców nad zagadnieniem walki z fałszywymi informacjami prasowymi, jako jedynym konkretnym zagadnieniem z dziedziny współdziałania prasy w dziele realizacji pokoju światowego. W sprawie tej pragnie z nowymi wnioskami wystąpić na wiedeńskim Kongresie Wydawców wiceprezes Federacji J. W. Henny (Holandia). Wychoząc z założenia, iż ustalenie skutecznej broni przeciwko fałszywym informacjom prasowym może przyczynić się w poważnym stopniu do realizacji pokoju światowego, J. W. Henny zamierza przedstawić projekt utworzenia przy Lidze Narodów Biura kontroli fałszywych informacji.

W dyskusji nad zagadnieniem walki z fałszywymi informacjami prezes Szwajcarskiego Związku Wydawców E. Rietmann przypomniał, iż podczas oficjalnej konferencji prasowej w Madrycie w listopadzie r. 1933 Polski Związek Dzienników i Czasopism przedstawił wyczerpujący i gruntowny memoriał w sprawie prostowania fałszywych informacji prasowych tudzież projekt umowy, jaka zdaniem Polskiego Związku winna być zawarta między Związkami Wydawców poszczególnych państw, celem wzajemnej pomocy przy prostowaniu fałszywych informacji. Umowa taka została wówczas zawarta między Związkami Wydawców Holandii, Polski i Szwajcarii i uprawniała do żądania za pośrednictwem Związku Wydawców sprostowania lub zaprzestania niesłusznej kampanii prasowej. Umowa ta była parokrotnie z korzyścią stosowana; rozszerzenie więc ram tego porozumienia i zwiększenie liczby kontrahentów wydaje się wskazane i celowe. Na Kongresie Wiedeńskim Wydawców temat ten winien być zdaniem E. Rietmanna i całego Zarządu ponownie rozpatrywany celem praktycznego rozwiązania tego

Wyszedł z druku

SPIS GAZET I CZASOPISM

RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

ORAZ PORADNIK REKLAMOWY NA ROK 1936 / 37

ZAWIERA:

Wszystkie piśma w Polsce. Dokładne adresy wydawnictw. Nazwiska wydawców i redaktorów, — ceny ogłoszeń, prenumeraty i t. p., oraz piśma polskie w Ameryce i innych krajach.

NAKLADEM:

BIURA OGŁOSZEŃ TEOFIL PIETRASZEK

WARSZAWA, MARSZAŁKOWSKA 115. TEL. 509-72 I 509-73

Do nabycia w księgarniach i u wydawcy

zagadnienia w myśl wniosków Polskiego Związku Wydawców i uchwał Ma-dryckiego Kongresu.

W związku z dyskusją w sprawie wal-ki przeciwko tendencyjnym informacjom, rozważano z kolei na zarządzie zagadnie-nie zakazów oraz przeszkód, w wyniku ograniczeń dewizowych, w obrocie mię-dzynarodowym gazetami. Uznano, iż za-gadnienie to, z uwagi na systematyczne pogarszanie się warunków obrotu mię-dzynarodowego gazetami, winno być w całokształcie rozpatrzone na Kongresie wiedeńskim i uproszono przedstawiciele-li Związku Austriackiego o przygotowa-nie materiałów i wniosków.

Ostatnią serią zagadnień, które mają być przygotowane na wiedeński Kongres Wydawców, to zagadnienia z dziedziny stosunków radia do prasy, w szczególności sprawa zlikwidowania działalności reklamowej stacji radiowych, nadających

reklamy przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych w językach obcych.

Obrady Zarządu Federacji Związków Wydawców Dzienników zakończyła dyskusja w sprawie sytuacji narodowych organizacji wydawców i udziału ich w pracach wiedeńskiego Kongresu Wydawców, a także dyskusja w przedmiocie szczegółowego porządku obrad tego Kon-gresu, który odbyć się ma w końcu maja 1937 r. przy udziale przedstawicieli Austriackiego Ministerium Prasy i Pro-pagandy i Austriackiej Izby Prasowej. Na porządku dziennym Kongresu posta-wione zostały wszystkie omówione wy-żej zagadnienia, przyczem przedstawicie-lowi Polskiego Związku Wydawców po-wierzono zreferowanie pierwszej serii za-gadnień, dotyczących telekomunikacji, legitymacji dziennikarskich i warunków pracy dziennikarzy za granicą oraz zagad-nienie przewozu dzienników. S. K.

nową instytucję: Międzynarodowa Unię prasy katolickiej („Union Internationale de la presse catholique“), skupiającą za-równo dziennikarzy jak wydawców.

W strukturze organizacyjnej Unii zna-lazły więc wyraz tendencje korporacyjne Włoch faszystowskich. Prezesem Unii wybrany został redaktor naczelny „Osser-vatore Romano“ — hr. Della Torre, wice-prezesem — dr. J. Demarteau (Belgia). Z ramienia Polski wszedł do Rady ks. Prałat Kaczyński, dyrektor KAP'u.

Na jednym z zebrań Międzynarodowe-go Biura pod przewodnictwem red. dr. Fundera (Austria) przedmiotem obrad była — definicja dziennikarza, nastre-czająca jednak wątpliwości interpretacyj-ne. Ostatni dzień kongresu poświęcony był audyencji u Ojca Św. w letniej rezy-dencji Castelgandolfo.

Delegacja polska składała się z przed-stawicieli duchowieństwa z ks. biskupem Adamskim i ks. Kaczyńskim na czele oraz delegatów kilku poważniejszych organów prasowych. Związek Dziennika-ry R. P. oficjalnie nie był reprezento-wany.

Ideą przewodnią kongresu było usta-lenie programu i koordynacja pracy dzien-nikarzy katolickich. Sprawy wydawnicze traktowane były drugoplanowo. Słabą stroną kongresu rzymskiego były liczne przemówienia w języku włoskim, nie tłu-maczone na język francuski albo nie-miecki wzgl. nie udostępnione uczestni-kom — cudzoziemcom w formie przelo-żonego na język międzynarodowy — streszczenia. Siedzibą następnego kon-gresu ma być Wiedeń.

Jerzy Gutsch.

II-gi Międzynarodowy Kongres Dziennikarzy Katolickich w Rzymie

W dniach 24 — 27 września b. r. go-ścił Rzym uczestników II-go Międzyna-r. Kongresu Dziennikarzy katolickich. Na inauguracyjnym zebraniu J.E. ks. Kardynał Pacelli wygłosił dłuższe przemówie-nie programowe w języku włoskim, fran-cuskim, angielskim, niemieckim, portuga-lskim i łacińskim, wspominając również o „szlachetnym narodzie polskim“. Zasad-nicze referaty na zebraniach plenarnych wygłosili: A. Michelin (Francja)—o du-

chowym wyrobieniu dziennikarza kato-lickiego, J. Pauchard (Szwajcaria) — o zadaniach prasy katolickiej w obliczu no-woczesnego pogaństwa oraz R. Manzi-ni — na temat rozpowszechniania doku-mentów pontyfikalnych w prasie kato-lickiej. W ramach zebrań sekcyjnych obradowały: Stała Komisja Międzyna-r. wydawców dzienników katolickich oraz Międzyna-r. Biuro dziennikarzy kato-lickich. Na kongresie powołano do życia

WYŻSZA SZKOŁA DZIENNIKARSKA w WARSZAWIE XX ROK ISTNIENIA

W programie zarówno przedmioty fachowe jak ogólnokształcące.
Historia prasy, technika drukarska i grafika, samokształcenie dziennikarza, technika i organizacja prasy, reklama w prasie, administracja dziennika i kolportaż, stenografia, prawo prasowe, prasa współczesna, historia publicystyki i inne.
Seminaria z zakresu informacji dziennikarskiej, publicystyki społecznej, reklamy pra-sowej i polityki ekonomicznej.

PROFESOROWIE:

Dr. Cezary Berezowski, Andrzej Boleski, dr. Wład. Biegeleisen, dr. Piotr Durkacz, Stanisław Fałat, dr. Stanisław Furmanik, Witold Giełżyński, Tadeusz Gruzewski, Sta-nisław Jarkowski, dr. Tadeusz Hilarowicz, Bolesław Kielski, J. Kuczabiński, dr. Witold Langrod, Józef Poniatowski, Adam Półtawski, dr. Zygmunt Zagórowski, Stanisław Zakrzewski, J. Wasowski, Winc. Trzebiński i Bogusław Kalasiewicz.

Międzynarodowa Wystawa Prasy Katolickiej w Watykanie

Wystawa Prasy Katolickiej w Watykanie jest od czasu wielkiej wojny drugą po Kolonii wielką wystawą międzynarodową prasy, o mniejszym wprawdzie zakresie, niż wystawa kolońska, lecz na wielką skalę urządzoną i z ogromnym nakładem pracy przygotowaną. Z tego względu Wystawa Watykańska musiała obudzić wielkie zainteresowanie wśród wszystkich, którzy interesują się bliżej zagadnieniami prasowymi. Przyciągnęła również i niżej podpisanego na dni kilka do Rzymu i Watykanu.

Zagadnienie odpowiedniego urządzenia wystawy prasowej należy bodaj do najtrudniejszych problematów wystawowych; dokładne więc zapoznanie się z metodami, stosowanymi przy rozwiązywaniu tego zagadnienia przez prasę poszczególnych państw, stanowi przedmiot szczególnego zainteresowania dla kierowników przedsiębiorstw i organizacji prasowych. Pod tym też kątem widzenia zwidzana Wystawa Watykańska daje wiele materiału pouczającego.

Celem wystawy watykańskiej było danie przeglądu sił, którymi katolicyzm w dziedzinie prasy na całym świecie dysponuje, a także zapoznanie uczestników Międzynarodowego Kongresu Wydawców i Dziennikarzy Katolickich, którzy zebraли się w Watykanie we wrześniu r. b., ze współczesnymi metodami pracy wydawniczej. Jednocześnie wystawa ta miała na względzie zwrócenie uwagi świata katolickiego na akcję wydawniczą Watykanu, gdyż była połączona z obchodem jubileuszowym watykańskiego dziennika „Osservatore Romano“, który w r. b. obchodził 75-lecie swego istnienia.

Wystawa w myśl koncepcji i planów organizatorów objęła cztery działy: 1) dział ogólny, dydaktyczno-historyczny; 2) dział ekspozycji prasy katolickiej wszystkich państw świata; 3) misji dział poświęcony działalności prasowej misji katolickich, w szczególności „akcji katolickiej“ i 4) dział, przedstawiający działalność zgromadzeń zakonnych.

Cechą charakterystyczną tych wszystkich działów Wystawy Watykańskiej jest jednolity plan architektoniczny, obejmujący wszystkie sale (wystawa mieści się w 69 salach) w harmonijną całość; takąż harmonią odznacza się wewnętrzne urządzenie większości sal wystawowych. Uzupełnia obraz ładu i harmonii jasny, konsekwentny układ sal wystawowych i ekspozycji w obrębie poszczególnych działów, pozwalający na planowe i systematyczne zwidzanie i studiowanie wystawy.

Najciekawszym działem wystawy jest dział ogólny. Obejmuje on w 14 salach historię drukarstwa i prasy, statystykę

prasy, dane o organizacji pracy redakcyjnej i służby informacyjnej, informacje o technice drukarskiej, o pracy działów administracyjnych dziennika, wreszcie dane analityczne o konstrukcji treści dziennika i inne informacje naukowe o życiu prasy i jej oddziaływaniu na społeczeństwo. Zorganizowanie tej części wystawy kosztowało organizatorów niewątpliwie najwięcej wysiłków. Jest to wynik poważnych studiów i licznych ankiet. Jednak wyniki tych badań przedstawione są w sposób wyjątkowo przejrzysty, dostępny, zarówno dla ludzi prasy, jak i nieobeznanych głębiej z zagadnieniami prasowymi czytelników. Proste rysunki na ścianach, przejrzyste tabele statystyczne i wykresy, fotografie wielkich rozmiarów — oto prymitywne środki techniczne przy pomocy których organizatorzy wystawy zobrazowali zawile zagadnienia historii, organizacji i techniki prasy.

Dział drugi wystawy poświęcony jest zobrazowaniu prasy katolickiej w poszczególnych państwach Europy i w krajach pozaeuropejskich. Prasie katolickiej państw europejskich poświęconych zostało 20 sal, (wszystkie państwa z wyjątkiem państw bałtyckich i bałkańskich posiadają sale specjalne; brakuje zaś tylko Rosji i Rzeszy Niemieckiej). Prasa katolicka krajów pozaeuropejskich zajmuje 15 sal.

Dla studiującego metody organizacji wystaw prasowych, ten dział wystawy budzi szczególne zainteresowanie. Produkt akcji wydawniczej — gazeta lub czasopismo — nie jest wdzięcznym eksponatem, przeto organizatorzy wystaw prasowych muszą operować umiejętnie motywami, zaczerpniętymi z dziedziny akcji wydawniczej i łączyć je z motywami dekoracyjnymi z innych dziedzin. Wystawa Watykańska przyniosła, w dziale poświęconym prasie katolickiej poszczególnym państw, wiele ciekawych rozwiązań.

W dziale tym niewątpliwie korzystnie wyróżnia się sala, poświęcona polskiej prasie katolickiej, zorganizowana przez Katolicką Agencję Prasową. Zawiera ona szereg szczęśliwie pomyślanych motywów dekoracyjnych, a więc alegoryczny obraz Rosena („Polonia Sanctorum mater, scutum Christianitatis“), plastyczną mapę obszaru Rzplitej Polskiej, silnie uwydatnioną na tle mapy Europy, godło państwowe — stylizowanego orła olbrzymich rozmiarów na tle ciemnej, wielkiej kotary z motywami orła białego. Wreszcie napis „Polonia antemurale Christianitatis“, oraz daty 1683 i 1920, świadczące o roli Polski w Europie. Dopelnia całości pod względem dekoracyjnym fryz skomponowany z fotografii zabytków i dzieł sztuki oraz kościołów w Polsce, a także z foto-

grafii pierwszych periodyków i gazet polskich z XVI, XVII i XVIII w.

Obok tych motywów dekoracyjnych i najogólniejszych danych informacyjnych o Polsce, nieliczne, dobrze dobrane dane statystyczne o całej prasie polskiej i prasie katolickiej (dane o nakładach dzienników i czasopism), umieszczone w formie wielkich napisów plastycznych na ścianie, pozwalają szybko zorientować się w stosunkach prasowych polskich. To stanowi ich wartość — zwidzający bowiem wystawę nie jest w stanie zagłębiać się w skomplikowanych tablicach statystycznych. Natomiast studiujący szczegółowo mógł znaleźć również zbiory dzienników i czasopism, ułożonych według treści oraz wystawy indywidualne poszczególnych przedsiębiorstw, względnie instytucji wydawniczych katolickich, jak: Drukarnia i księgarnia Św. Wojciecha, Wydawnictwa XX Jezuitów, Wyd. XX Palotynów, wyd. Milicji Niepokalanej, Naczelny Instytut Akcji Katolickiej i inne.

Wśród sal wystawowych prasy katolickiej państw europejskich, celowo urządzonych sal oraz pięknie dekoracyjnie pomyślanych, poza polską salą było nie wiele. Wyróżniały się tylko sale Watykanu, Belgii, Holandii, Italii i Wielkiej Brytanii. Wiele natomiast było sal przeladowanych ekspozycjami, wykresami i tablicami statystycznymi, a także skomplikowanymi fotomontażami. Brak akcentów, brak danych zasadniczych, wyodrębnionych z morza cyfr, uniemożliwiał w wielu wypadkach zorientowanie się w stosunkach prasowych danego kraju.

Pisząc o ekspozycjach prasy katolickiej poszczególnych krajów, nie można pominąć milczeniem wystawy dziennika holenderskiego „De Maasbode“, wydawanego przez dyr. H. Kuijpersa.

Działy trzeci i czwarty wystawy poświęcone są akcji wydawniczej, akcji katolickiej oraz misji katolickich i zgromadzeń zakonnych. Zawierają one przegląd wysiłków wydawniczych tych potężnych organizacji; ekspozycje zgrupowane są tam według poszczególnych tematów. Część tych działów stanowi również sala uniwersytetów katolickich i wydziałów teologicznych na uniwersytetach.

Wystawa mieści się w murach, pochodzących z czasów Juliusza II-go, w monumentalnym „Cortile della Pigna“, przebudowanym w myśl wskazań nowoczesnej architektury. Szarmonizowanie ze starymi murami pałacu watykańskiego współczesnych pierwiastków architektonicznych stanowi charakterystyczną cechę tej wystawy, której godłem jest napis „Arma Veritatis“.

Prasa w Niemczech

Propaganda prasy niemieckiej

Jesienna propaganda zbiorowa gazet niemieckich, o której planie donosiliśmy obszernie w poprzednim zeszycie „Prasy“, rozpoczęła się zgodnie z zapowiedzią w dniu 20 września r. b. i trwać ma do 21 października. Przedłużenie akcji jest jednak możliwe z uwagi na to, że wielki zjazd prasy niemieckiej, którym zamknięty miał być w dniach 19 — 21 października miesiąc propagandowy, został ze względów, niezależnych od organizatorów, przesunięty na koniec listopada. O ile można wnioskować z dotychczasowego przebiegu kampanii propagandowej, nie przybrała ona tak imponujących rozmiarów, jak można było się spodziewać z zapowiedzi. Zwłaszcza prasa codzienna, ściśle partyjna, jak dotąd niezbyt wydatnie korzystała z materiałów,

nadsyłanych przez wydział reklamowy Związku Wydawców. Ograniczyła się raczej do propagandy własnych wydawnictw. Czasopisma niemieckie potraktowały zbiorową akcją propagandową dość formalnie, ograniczając się przeważnie do ogłoszeń nadesłanych wydawnictwom w gotowych matrycach.

Ostateczne wnioski o tej kampanii na rzecz prasy niemieckiej można będzie wysnuć dopiero po jej zakończeniu. Obecnie można stwierdzić, że obok pomysłów mniej szczęśliwych lub wprost banalnych, podjęto sporo posunięć zajmujących i godnych uwagi. Redakcja „Prasy“ uważnie śledzi przebieg tej akcji propagandowej Niemieckiego Związku Wydawców. W następnym zeszycie „Prasy“ omówimy obszerniej jej metody i sposoby realizacji.

Kolportaż dzienników i periodyków w Niemczech

Wrażenia osobiste naszych „speców“

P. Jan Gebethner, członek Zarządu „Ruchu“ i jeden z głównych jego akcjonariuszów, i p. Edmund Seyfried, również członek Zarządu i naczelny dyrektor tej spółki, wybrali się w m. sierpniu na krótką wycieczkę do Niemiec, celem zbadania tamtejszych metod i organizacji kolportażowych.

Zapytaliśmy p. Seyfrieda, jakie wyniosł wrażenia z tej podróży?

— Organizacja kolportażu w Niemczech oparta jest na zupełnie innej zasadzie, niż u nas, odpowiada naczelny dyrektor „Ruchu“. Całkiem odmienne nastawienie. My w „Ruchu“ szukamy klienta, aby mu zaofiarować i sprzedać pismo. W Niemczech ten, kto chce nabyć gazetę lub periodyk, musi szukać miejsca ich sprzedaży.

Ta zasada niemiecka, niezrozumiała z naszego punktu widzenia, ma swoje uzasadnienie. W Polsce trzeba jeszcze zdobywać czytelników. Trzeba ich nakłaniać do kupna wszelkiego rodzaju ułatwieniami, trzeba im poniekąd narzucać nasz towar. W Niemczech ta faza należy już do przeszłości. W Niemczech wszyscy

rozumieją, że nie można nie czytać gazety czy periodyku. Tam każdy musi codzień przeczytać swój dziennik, w nie-

dzielę — swoje wydawnictwo tygodniowe. Stąd bardzo rozbudowana prenumerata. Sprzedaż koncentruje się w stałych punktach, już to na dworcach kolejowych, już w kioskach ulicznych. Na prowincji — także w sklepach, jako sprzedaż artykułu dodatkowego. Cechą charakterystyczną jest obstawianie punktów sprzedaży gazetami i czasopismami. W ten sposób wydawnictwa same najskuteczniej się reklamują. U nas tego rodzaju wykładanie gazet na zewnątrz byłoby trudne ze względów klimatycznych. Przytem zachodziłaby obawa, czy gazety, a zwłaszcza wydawnictwa obrazkowe nie znajdą amatorów chętnych, lecz nie nawykłych do płacenia.

Natomiast ruchliwość i przedsiębiorczość naszych kolporterów lotnych i księgarzy — twierdzi dyr. Seyfried, — jest znacznie większa u nas, niż w Niemczech. Gdyby nasi kolporterzy pracowali z taką flegmą, jak Niemiec, osiągnęliby zaledwie 1/3 obrotu, który dla nas osiągają. Jeśli zaś chodzi o estetykę kiosków kolejowych, to z małymi wyjątkami (np. wspaniały kiosk na dworcu w Kolonii), naogół nie są one dla nas imponujące. Nie potrzebujemy się lękać porównań.

— Przekonał się, dodaje p. Jan Gebethner, że w dziedzinie kolportażu organizacje nasze wytrzymują współzawodnictwo.

Rozwój prasy w Sowietach

W ostatnim zeszycie miesięcznika niemieckiego „Zeitungswissenschaft“ pojawił się gruntownie udokumentowany i wyczerpujący artykuł p. Artura W. Justa o obecnym stanie prasy sowieckiej.

P. Just poświęca się specjalnie studjom nad rozwojem prasy w Rosji. Jest autorem obszerniejszej pracy, która pojawiła się w druku w Berlinie w r. 1930 p. t. „Die Presse der Sowjetunion. Methoden diktatorischer Massenföhrung“. Sądzymy, że czytelników naszych zainteresują bliżej informacje i wywody niemieckiego uczonego.

Gdy Lenin i jego zwolennicy odnieśli nad rządem Kiereńskiego zwycięstwo, prasa bolszewików znalazła się na przełomie. Do tego czasu działała niemal wyłącznie z ukrycia. Działała jednak tak sku-

tecnie, że Lenin nie waha się nazywać ją „najlepszym agitatorom i organizatorem mas“.

Tę wartość wszakże należało rozwinąć i w całej pełni umocnić po zwycięstwie, gdy już nie było z kim walczyć, gdy nadszedł okres wielkich wysiłków organizacyjnych. W tym procesie rozwojowym postępowi i zdobyczy na pierwszy plan wysunęła się konieczność zwiększenia produkcji papieru, odnowienia i udoskonalenia maszyn drukarskich, ulepszenia techniki drukarskiej.

P. Artur Just twierdzi, że wyrób maszyn drukarskich, podjęty przed paru laty w Leningradzie („Max Holz“), w Rybińsku („Jagoda“), a od r. 1934 i w Moskwie („K.P.G.“), dotąd nikłe daje wyniki,

Rotacyjna farba „Dr. RATTNER“ wydajniejsza o 11% od innych!

aczkolwiek sprowadzono specjalistów z Anglii i zwłaszcza z Niemiec.

W myśl przytoczonego aforyzmu Lenina, prasa sowiecka ma służyć przede wszystkim i bez reszty doktrynom komunistycznym. Nawet obsługa informacyjna ma być całkowicie tej klauzuli podległa. Wytwarza się tedy potrzebę nowej, czysto komunistycznej wiedzy prasowej. W szkołach dziennikarskich eksperymentuje się w tej mierze z wielkim pośpiechem. Wydział prasowy Centralnego Komitetu Partii Komunistycznej urządził kursy dokształcające. Druga seria tych wykładów zgromadziła 62 redaktorów prowincjonalnych, 17 współpracowników czasopism kolejowych i 2 redaktorów wydawnictw związkowych. Wśród prelegentów politycznych znalazły się nazwiska Radka, Krestinskigo, Stomoxjakowa, Manuilskiego, Wargi i innych. Sprawy gospodarcze referowali Maszlauk, Kruglikow i Gaister, o zadaniach organizacji i propagandy mówil Stecki, o obowiązkach obywatelskich — Tal, kierownik działu prasowego w Komitecie Centralnym, oraz generalny prokurator Wyszyński. Dobór nazwisk świadczy, jaką wagę przywiązują w Sowietach do tej akcji.

Jeśli chodzi o liczbę jednostek prasowych w Sowietach według zarejestrowanych tytułów, to proces rozwojowy przedstawia się jak następuje:

1913 — 800	1934 — 11.900
1922 — 410	1935 — 10.200
1925 — 586	1936 — 10.200
1929 — 7368	

Nakłady:

1913 — 2,7 milion. egz.
1925 — 7,3 " "
1928 — 8,8 " "
1929 — 12,5 " "
1930 — 22,3 " "
1931 — 34,5 " "
1932 — 35,5 " "
1933 — 36,5 " "
1934 — 36,— " "
1935 — 37,— " "

Wydział prasowy obiecuje sobie, że liczba ogólna nakładów rychło znacznie się podniesie, może podwoi.

Utrata Finlandii, Polski i Krajów Bałtyckich pozbawiła Rosję Sowiecką wielkich ognisk produkcji papieru. Trzeba tworzyć nowe, własne fabryki i to na olbrzymią skalę. Niemniej usilne zabiegi czynione są celem zorganizowania produkcji maszyn drukarskich, na razie pomniejszych typów.

A teraz — organizacja prasy sowieckiej. Naczelne miejsce zajmują centralne organy polityczne. Więc: „Izwestia“, urzędowy organ Rosyjskiej Republiki Sowietów. Nakład: 1.600 tys. egz. Następnie: „Prawda“, której zasięg czytelniczy obejmuje również całe terytorium państwa. Nakład: 2 miliony egz. Dalej idą: „Trud“, organ kontroli gwarectw i organ

związków młodzieży, „Komsomolskaja Prawda“. Wreszcie — organ komunistycznej organizacji dżitwy: „Smiena“.

Inne dzienniki, posiadające zasięg ogólnopaństwowy, to urzędowe organy Komisarjatów Ludowych. Każdy z nich posiada własną gazetę. Jedynie Komisarjat do Spraw Zagranicznych nie przynajmniej się otwarcie do własnego przybocznego organu, którym jest „Journal de Moscou“, wydawany w języku francuskim. W razie potrzeby, Komisarjat do Spraw Zagranicznych korzysta dla swych oficjalnych komunikatów ze szpalt „Izwestii“.

Szczególną cechą organów komisarjatskich jest ich charakter fachowy, lubo nie rezygnują one z prawa zajmowania się problemami polityki ogólnej. Informują o działalności poszczególnych komisarjatów, czasem nawet dopuszczają fachowców do dyskusji krytycznej. Najważniejsze z tych organów są następujące:

„Krasnaja Zwiezda“ (Komisarjat Wojny) o nakładzie — 60 tys. egz.

„Za Industrializaciju“ (Komisarjat ciężkiego przemysłu) 285 tys. egz.

„Ekonomiczeskaja Żizń“ (Komisariat Finansów) — 70 tys. egz.

„Socjalisticeskoje Ziemledielje“ (Komisariat Rolnictwa) — 100 tys. egz.

„Sowchoznaja Gazieta“ (Komisarjat Dóbr państwowych) — 60 tys. egz.

„Gudok“ (Komisarjat Kolei żelaznych) — 200 tys. egz.

„Za piszczewuju industrju“ (Komisarjat przemysłu żywnościowego) — 90 tys. egz.

„Logkaja Industrija“ (Komisarjat przemysłu leższego) — 80 tys. egz.

„Wodnyj Transport“ (Komisarjat komunikacji wodnej) — 53 tys. egz.

„Sowietskaja Torgowla“ (Komisarjat handlu) — 85 tys. egz.

„Lesnaja Promyszlenost“ (Komisarjat przemysłu leśnego) — 80 tys. egz.

„Za komunisticeskoje proswieszczenie“ (Komisariat oświaty) — 200 tys. egz.

Specjalnym zadaniem i celem służy „Krestjanskaja Gazieta“, przeznaczona dla włościan. Nakład jej wynosi 1.800 tys. egz. Posiada 12 dodatków regionalnych i przystosowana jest do poziomu umysłowego sowieckiej ludności wiejskiej.

Wśród czasopism o charakterze centralnych fachowych organów wymienić jeszcze należy następujące pisma:

„Krasnyj sport“ — 50 tys. egz.

„Na Straże“ organ Ossoawia-chimu — 80 " "

„Litieraturnaja gazieta“ — 50 " "

„Architekturnaja gazieta“ — 35 " "

„Sowietskoje Iskustwo“ — 35 " "

Pewne organy komunistycznych Sekcyj mniejszości narodowych, które rozproszone są po całym terytorium sowieckim, posiadają także, w pewnym stopniu, charakter ogólnopaństwowy. Należą tu pisma polskie, fińskie, lotewskie, żydowskie, niemieckie a także „Moscow Daily News“, wydawany w języku angielskim.

We wszystkich centrach prowincjonalnych administracji Sowieckiej zakładane są organy polityczne treści ogólnej, wydawane przeważnie spolem przez miejscowe władze komisariackie i komitety partyjne. Na Ukrainie i Białorusi wychodzą one wyłącznie w językach lokalnych. W innych republikach Sowieckich — w językach miejscowych mniejszości, lecz równorzędnie i po rosyjsku. Rosyjskie wydanie bywa zazwyczaj staranniejsze.

W Związku Republik Sowieckich wychodzą gazety w 86 językach.

Najniższą kategorię prasy stanowią gazety regionalne vel — okręgowe, po większej części niedostatecznie zaopatrzone pod względem technicznym. Poziom ich, zarówno wewnątrz jak graficzny, bywa zaniedbany. Terminowość nie bywa zbyt pilnie przestrzegana, ekspedycja szwankuje.

Władze rządowe, rozporządzając przydziałem papieru, decydują tym samym o zasięgu danej gazety. Przeważają abonamenty zbiorowe, w znacznej części opłacane przez czynniki rządowe i partyjne, a rozsyłane urzędnikom i robotnikom bezpłatnie. Liczba indywidualnych prenumerat znajduje się pod kontrolą władz i jest ograniczona.

Wszystkie dzienniki i czasopisma są oddane całkowicie i jedynie propagandzie komunistycznej. Uwagi krytyczne dopuszczalne są w rzeczywistości tylko w organach najwyższego rzędu, głównie zatem — w „Prawdzie“.

Jedyną agencją informacyjną, obsługującą prasę sowiecką, jest Telegraficzna Agencja Związku Sowietów, czyli t. zw. „Tass“. Obsługa odbywa się częściowo przez radio. „Tass“ posiada monopol na wiadomości z zagranicy. Tylko „Izwestija“ i „Prawda“ posiadają własnych korespondentów w Berlinie, Paryżu, Londynie i Warszawie. Ujednostajnienie treści jest posunięte tak daleko, że już dalej postąpić nie można. Władze rządowe przestrzegają, aby telegraf działał sprawnie. W sierpniu r. b. do redakcji „Prawdy“ w Moskwie nadeszła depesza z 8-godzinnym opóźnieniem. Naczelnik Urzędu Telegraficznego skazany został w drodze dyscyplinarnej na 10 dni aresztu.

Prasa sowiecka jest w ciągłej wojnie z pocztą. Poczta sowiecka ma monopol na przesyłkę gazet, więc lekceważy sobie to zadanie. Wogóle poczta sowiecka należy do najgorzej zorganizowanych urzędów państwowych. Skargi na pocztę są wciąż na porządku dziennym. Ciągłe opóźnienia w dostarczaniu dzienników. Nierzadko zresztą opóźnienia spowodowane są brakami drukarni i ekspedycji. To znów gdy numer zawiera przemówienia dygnitarzy lub sprawozdania z odbytych uroczystości, w ostatniej chwili maszyny muszą zatrzymać się, by wprowadzić niespodzianie zażądane zmiany tekstu. Dostojnicy sowieccy bywają bardzo drażliwi i wymagający. Nielatwo im do-godzić.

Możliwości techniczne poczty niezależne mogą nadać szybkiemu wzrostowi nakładów. Zdarza się, że poczta nie jest w stanie podać nowym zamówieniom. W pierwszym kwartale 1936 r. z górą milion odbiorców nie otrzymał zaabonowanych gazet. Manipulacje pocztowe, od chwili nadejścia pociągu do czasu rozpoczęcia sprzedaży w kioskach, trwają po kilka godzin. Usterki kolportażu potęguje okoliczność, że sprzedawcy gazet często bywają analfabetami. Na 350 kolporterów w Moskwie, 65-u nie umie czytać ani pisać.

Poprawy wewnętrznej w dziennikach sowieckich konkluduje p. Artur Just, —

trudno się w najbliższym czasie spodziewać: dziennikarz stał się urzędnikiem państwowym. Stąd zapewne pochodzi, że nigdzie nie daje się odczuć tak dotkliwie brak talentów publicystycznych i dziennikarskich jak w obecnej Rosji. Cóż za przepaść w tej mierze między dzisiejszą prasą sowiecką, a przedwojenną prasą opozycyjną i tajną! Wybitnych publicystów można wylczyć na palcach. Nie pomogły próby przyciągnięcia fachowców różnych gałęzi. Schematyzowanie i zbiurokratyzowanie prasy okazało się, jak dotąd, pod tym względem — fatalne.

Kr.

Ewolucja opłat pocztowych za przesyłanie pism

Na wiosnę r. b. władze Związku Wydawców złożyły czynnikom urzędowym obszernie memoriały w przedmiocie gospodarczych postulatów prasy.¹⁾ Jedną z zasadniczych spraw poruszonych w tych memoriałach, była sprawa obniżenia opłat pocztowych za przesyłanie pism. Ponieważ ten postulat prasy jest obecnie przedmiotem rozważań władz pocztowych, które decyzję mają powziąć w miesiącach jesiennych b. r., sądzimy, iż nie od rzeczy będzie przypomnieć czytelnikom „Prasy“ ewolucję, jakiej uległy opłaty za przesyłanie pism pocztą w ciągu kilku ostatnich lat.

Począwszy od końca 1927 r. taryfa

opłat za przesyłanie pism uległa trzykrotnie zmianie, a mianowicie: dn. 1.12.1927, 1.1.1930 i 1.1.1936 r. Tablica I obrazuje zmiany dokonane w wysokości opłat.

Już pobieżne zapoznanie się z tablicą I wskazuje, iż taryfa z r. 1930 wprowadziła znaczną zwyżkę opłat za przesyłanie pism. Dla poszczególnych pozycji tablicy zwyżka ta wynosi: 11%, 10% (dla trzech pozycji), 25% (dla dwóch pozycji), 33%, 55%, 49%, 50% i 33%. Tak podwyższona taryfa nie była zmieniana przez lat 6. Taryfa z r. 1936 wprowadziła zmiany jedynie w dwóch pozycjach, inne zostawiając na dawnym, pod-

wyższym poziomie. Opłata za przewóz pism, ważących ponad 50 — 65 gramów (pozycja 3), obniżona została z 2,2 grosza na 1,6 gr. t. j. o 27%; opłata za przewóz pism ważących ponad 75 do 80 gramów (poz. 5), obniżono z 2,5 gr. na 2,2 gr., t. j. o 12%. Podkreślić przytem należy, że mimo tej obniżki porto pism o wadze od 75 — 80 gramów utrzymane zostało na poziomie podwyższonym w stosunku do taryfy z r. 1927. To samo dotyczy wszystkich innych pozycji taryfy, za wyjątkiem wymienionej wyżej pozycji od 50 — 65 gramów. Jest to jedyna pozycja w całej obecnej taryfie gazetowej, obniżona w stosunku do r. 1927; wszystkie inne są podwyższone.

Pragnąc przeprowadzić porównawczą analizę ewolucji gazetowych opłat pocztowych, sięgnijmy do zestawień, obrazujących zmiany wysokości innych opłat pocztowych w tym samym okresie czasu. Tablica II podaje odpowiednie dane dla kilku zasadniczych pozycji ogólnej taryfy.

Jak widać, większość stawek, w tym tak zasadnicze dla obrotu pocztowego pozycje, jak opłaty za paczki, przekazy, próbki towarów, polecenia przesyłek, pospieszne doręczanie przesyłek w okresie 1927 — 1936 zostały obniżone, niekiedy nawet dość znacznie; te opłaty pocztowe, które nie uległy niższe, pozostały w r. 1936 na tym samym poziomie co w r. 1927.

Drugiego przykładu podwyższenia stawek w całym dziale obrotu pocztowego, jak to stało się z czasopismami w r. 1930, nie spotykamy.

Chcąc przedstawić na wykresie ewolucję gazetowych opłat pocztowych w ostatnich kilku latach, ograniczymy się — dla ułatwienia badań — jedynie do tych kategorii wag, które dotyczą większości dzienników t. j. od 25 — 100 gramów. W tablicy I są to pozycje 2, 3, 4, 5 i 6. Za punkt wyjścia przyjmijmy poziom opłat gazetowych w r. 1928; oznaczamy go jako 0. Każda z linii, oznaczonych na wykresie (na str. 12) liczbami od 2 — 6, charakteryzuje ewolucję poziomu opłat dla tych pozycji tablicy I, które oznaczone są tą samą liczbą porządkową. Widzimy, że z pośród 5 badanych pozycji tylko jedna (jedyna zresztą w całej taryfie gazetowej) jest obecnie niższa niż w r. 1927; jest to pozycja 3 (pisma ważące od 50 — 65 gramów). Pozycje 2, 4 i 6 wykazują wzrost, nieprzerwany żadną obniżką; pozycja 5 po podwyższeniu w r. 1930 uległa obniżeniu w r. 1936. Mimo to jest ona obecnie wyższa niż w r. 1927.

Dla porównania zmian gazetowych opłat pocztowych z ewolucją cen, jaką w tym samym okresie przeszło życie gospodarcze Polski, na tymże samym wykresie zamieściliśmy linie A i B, cha-

T A B L I C A I.

Zestawienie zmian poziomu opłat za przewóz czasopism pocztą w okresie 1.XII.1927 r. — 1.1.1936 r.

L. porz. pozycji	Waga egzemplarza	Taryfa obowiązująca		
		od 1.12.27	od 1.1.1930	od 1.1.1935
1	do 25 gramów	0,9	1,0	1,0
2	ponad 25— 50 gr.	1,0	1,1	1,1
3	.. 50— 65 ..	2,0	2,2	1,6
4	.. 65— 75 ..			
5	.. 75— 80 ..	2,5	2,5	2,2
6	.. 80— 100 ..			
7	.. 100— 150 ..	2,25	3,0	3,0
8	.. 150— 250 ..			
9	.. 250— 500 ..	4,5	6,7	6,7
10	.. 500—1000 ..	6,0	9,0	9,0
11	.. 1000—2000 ..	9,0	12,0	—

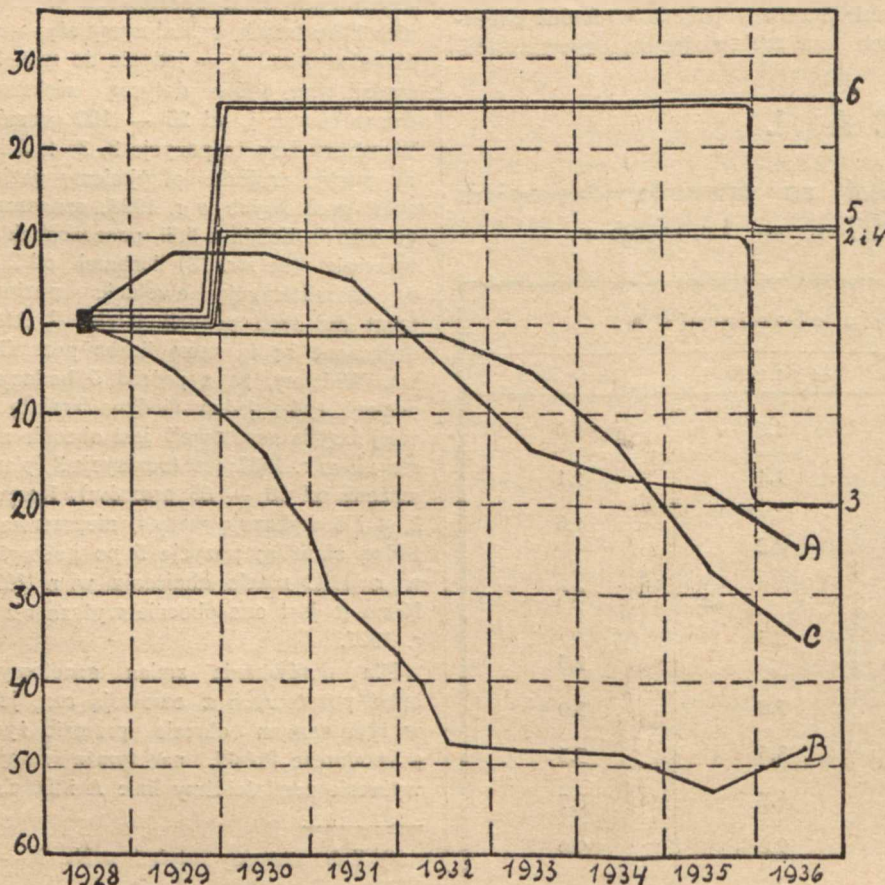
¹⁾ Zob. wstępny artykuł w Nr. 8 — 9 1936 r. „Prasy“.

TABLICA II.

Zestawienie zmian poziomu niektórych opłat pocztowych
w okresie 1.XII.1927 — 1.I.1936 r.

	Taryfa obowiązująca od dn. 1.12.1927 r.	Taryfa obowiązująca od dn. 1.1.1936 r.
listy zamiejscowe:		
do — 20 gramów	25 groszy	25 groszy
ponad 20 — 250 „	50 „	50 „
„ 250 — 500 „	80 „	75 „
druki:		
do — 20 gramów	5 groszy	5 groszy ²⁾
ponad 20 — 25 „	10 „	10 „
„ 25 — 50 „	15 „	15 „
„ 50 — 100 „	25 „	25 „
„ 100 — 250 „	25 „	25 „
próbki towarów:		
do — 100 gramów	25 groszy	10 groszy ⁴⁾
„ 100 — 250 „	50 „	20 „
„ 250 — 500 „	50 „	30 „
paczki:		
do — 1 kg.	110 groszy ⁵⁾	50 — 60 groszy ⁶⁾
ponad 1 — 3 „	210 „	70 — 140 „
„ 3 — 5 „	310 „	90 — 230 „
„ 5 — 10 „	310 „	130 — 350 „
przekazy:		
do — 10 zł.	15 groszy	20 groszy
ponad 10 — 20 zł.	30 „	40 „
„ 20 — 25 zł.	45 „	40 „
„ 25 — 50 zł.	45 „	40 „
polecenia przesyłek list. w obrocie wewn.		
	40 groszy	30 groszy
pospieszne doręczenie przesyłek listowych		
	80 groszy	50 groszy

Wykres ruchu gazetowych opłat pocztowych, cen przemysłowych i cen prenumeraty w okresie 1928—1936



rakteryzujące ruch cen artykułów skartelizowanych (linia A), i artykułów przemysłowych, które nigdy nie należały do karteli (linia B)²⁾. Pobieżny rzut oka na wykres pozwala stwierdzić zasadniczą różnicę między ewolucją cen artykułów przemysłowych a ewolucją gazetowych opłat pocztowych: opłaty pocztowe okazały się znacznie bardziej sztywne niż ceny przemysłowe, nie wyłączając nawet cen artykułów skartelizowanych.

Linia C wykresu charakteryzuje ewolucję cen prenumeraty kilku popularnych dzienników i czasopism polskich. Jak widać, ceny prenumeraty, począwszy od r. 1932, wykazują stały spadek, który w r. 1936 dosięgnął ok. 35% w stosunku do stanu z r. 1928. Porównanie linii C z liniami, charakteryzującymi ewolucję opłat pocztowych, wskazuje na zasadniczą rozbieżność ruchu cen prenumeraty i ruchu opłat pocztowych: w okresie 1928—1936 ceny prenumeraty zmniejszyły się ok. 35%; z pomiędzy pięciu uwzględnionych na wykresie stawek pocztowych jedna jedyna spadła o ok. 20%; cztery pozostałe — wzrosły. Sześć stawek taryfy gazetowej, oznaczonych w tablicy I liczbami porządkowymi 1, 7, 8, 9, 10 i 11 a nieuwzględnionych w wykresie, również w okresie 1928—1936 wydatnie wzrosło.

J. M.

²⁾ Dane według „Statystyki Karteli w Polsce“ opracowanej przez G.U.S. oraz „Koniunktury Gospodarczej“, wydawanej przez Inst. Bad. Kon. i Cen.

³⁾ Nadto przy masowym nadawaniu druków poczta udziela obecnie ulg w opłatach od 30 — 50%.

⁴⁾ Nadto przy masowym nadawaniu przesyłek z próbkami towarów poczta udziela obecnie ulg w opłatach od 30 — 40%.

⁵⁾ Zależnie od strefy.

⁶⁾ Łącznie z opłatą dodatkową.

NOWA PISOWNIA

**M. ARCTA DUŻY
SŁOWNIK ORTOGRAFICZNY**

60.000 wyrazów z podaniem końcówek odmian gramatycznych i podziałem wyrazów przy przenoszeniu. Obszerny wykład zasad NOWEJ PISOWNI przez prof. Szobera, w pięknej okładce zł. 10.—, w oprawie płóc. zł. 13.—.

**M. ARCTA SZROLNY
SŁOWNICZEK ORTOGRAFICZNY
i ZASADY PISOWNI POLSKIEJ**

18.000 wyrazów z końcówkami, przejrzyste i jasne podane zasady NOWEJ PISOWNI, w okładce dwubarwnej zł. 1.—.

A stylized graphic in white and black. A hand in a sleeve holds a rectangular sign. The sign contains text. To the right, a stylized figure of a person wearing a cap with the word 'RUCH' on it is shown. The background is a dark, textured shape with a grid pattern 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

W dniu 19 września r. b. minęło 30 lat od pojawienia się pierwszego numeru „Kuriera Poznańskiego“; tegoż samego dnia upłynął trzydziesty rok działalności spółki wydawniczej, która „Kurier Poznański“ wydaje. Redakcja uczciła jubileusz wdaniem okazałego numeru pisma. W artykule wstępnym p. dr. Marian Seyda, pierwszy i obecny redaktor „Kuriera“, omawia dzieje pisma z punktu widzenia ideowego i redakcyjnego. Drugi z kolei artykuł, pióra p. Romana Leitgebra, obecnego dyrektora naczelnego wydawnictwa, a od chwili założenia — członka Zarządu, poświęcony jest w znacznej części zagadnieniom wydawniczym.

Rok 1906, rok powstania „Kuriera Poznańskiego“, był okresem najsilniejszego napięcia eksterminacyjnej polityki pruskiej. „Kurier Poznański“ zajął od razu zdecydowaną postawę śmiałej obrony praw polskich. To stanowisko zjednało pismu zaufanie i poparcie społeczeństwa wielkopolskiego, jednocześnie jednak ściągnęło na młode wydawnictwo szykany władz pruskich, w szczególności — dotkliwe grzywny sądowe, godzące w finansowe podstawy jego bytu. Mimo tych przeciwności, wydawnictwo z roku na rok zwiększało swój autorytet i wpływy w społeczeństwie, rozszerzało zastępy swych czytelników, umacniało podstawy swego bytu pod względem materialnym.

W okresie strajku szkolnego „Kurier Poznański“ stał się leaderem w walce o naukę religii w szkole powszechnej zaboru pruskiego. Równie odważnie i bezkompromisowo występował „Kurier“ w latach wojny, narażał się wielokrotnie na prześladowania ze strony władz niemieckich. Zawsze stojąc na stanowisku śmiałej obrony polskości, „Kurier Poznański“ dobrze zasłużył się w walce z akcją germanizacyjną na ziemiach zachodnich.

Pod względem gospodarczo-wydawniczym Drukarnia Polska w ciągu tych lat trzydziestu wykazała rozwój wyjątkowy. W r. 1906 całe wydawnictwo (redakcja, administracja i drukarnia) zajmowało 6 pokoiów. W redakcji pracowało 5 osób, w administracji — 2 osoby, zaś drukarnia zatrudniała dziewięciu zecerów, wyłącznie ręcznych. Wyposażenie drukarni stanowiły 2 maszyny płaskie: 4 stronicowa i 2 stronicowa oraz 2 silniki elektryczne. Nakładem wydawnictwa ukazywał się dziennik „Kurier Poznański“; w tymże 1906 r. nabyto drugi dziennik: „Orędownik“. Dzisiaj Drukarnia Polska mieści się we własnym, wielopiętrowym gmachu, zatrudnia 372 pracowników umysłowych i fizycznych, rozporządza 3 wielkimi maszynami rotacyjnymi, 32-u oraz 40-o stronicowymi, i 13 linotypami. Liczba silników elektrycznych w ruchu wynosi 77. Nakładem wydawnictwa ukazują się „Kurier Poznański“, będący jednym z dwóch w całej Polsce pism, posiada-

jących dwa wydania dziennie: poranne i wieczorne, „Orędownik“ — popularny dziennik o znacznym nakładzie, „Wielkopolanin“ i „Pomorzanin“, przeznaczone dla czytelników wiejskich, „Ilustracja Polska“ oraz „Nowiny Poświęteczne“, poświęcone sportowi.

Akcentem, który ze specjalną siłą kilkakrotnie powraca w artykułach pp. Seydy i Leitgebra jest stwierdzenie, że cały obecny swój dorobek Drukarnia Polska zawdzięcza jedynie i wyłącznie rezultatom swej własnej działalności wydawniczej.

Dyrektor Leitgeber kończąc swój arty-

kuł w numerze jubileuszowym „Kuriera Poznańskiego“ pisze... — „Nieprzerwanie dążyć chcemy wzwyż i wszcz, w nieustannej pracy, w nowych wysiłkach dla dalszego rozwoju — i przygotowujemy następców“.

Redakcja „Prasy“ składa wydawnictwu Kuriera Poznańskiego serdeczne życzenia „Szczęść Boże“ w tej pracy i wysiłkach.

Z okazji Jubileuszu władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism przesłały na ręce Zarządu Wydawnictwa „Kuriera Poznańskiego“ depeszę gratulacyjną.

SPRAWY KOLPORTAŻOWE

(Na tle sprawozdania dyr. Seyfrieda, wygłoszonego na ostatnim posiedzeniu Rady Nadzorczej Tow. Księgarni Kolejowych „Ruch“).

W dniu 8 b. m. odbyło się posiedzenie Rady Nadzorczej Tow. „Ruch“, pod przewodnictwem prezesa Stefana Krzywoszewskiego, a przy licznych udziałach członków. Prezes Zarządu, p. Leon Puławski scharakteryzował w ogólnych zarysach działalność „Ruchu“ w pierwszym półroczu r. b. i osiągnięte wyniki, poczem dyr. Seyfried przedstawił dokładne i z wielką przejrzystością i ścisłością zestawione sprawozdanie z działalności spółki w pierwszym półroczu 1936 r. oraz w m. lipcu r. b.

W ostatnim (8 — 9) zeszycie „Prasy“ podaliśmy już znaczną część tych cyfr, świadczących, że obroty kolportażowe „Ruchu“ znajdują się w stałym, pomyślnym procesie rozwojowym. Jeśli w pewnych działach eksploatacji (czasopisma, książki, rozkłady jazdy, materiały piśmienne, automaty — i przede wszystkim — radia w pociągach) daje się odczuć pewne osłabienie, wynagradzają je z okładem nieustające postępy w innych działach sprzedaży, przede wszystkim w kolportażu dzienników i w kolejowej reklamie. Dzięki temu dyrekcja „Ruchu“ osiągnęła wyniki, przewyższające pomyślne przewidywania preliminarza budżetowego.

Bardzo ożywioną dyskusję wywołały zestawienia o spadku sprzedaży książek. Pp. Wojciech Baranowski, Stanisław Arct, Jan Gebethner i inni członkowie Rady poddali przyczyny tego spadku gruntownej analizie. Z toku wygłoszonych uwag można wnioskować, że na rynku polskim daje się odczuwać dotkliwy brak dobrej książki, i ta okoliczność wpływa na osłabienie sprzedaży. Hamująco działa wysoka cena książki. Tania książka bywa przeważnie małej wartości,

droga jest niedostępna. Rzadkością bywa książka, średniej może wartości wewnętrznej, ale o odpowiednim poziomie literackim i kulturalnym i stanowiąca pożyteczną, zajmującą lekturę.

Zagadnienie periodyków jest nie mniej skomplikowane. Rośnie ich liczba, zmniejsza się ich poczytność: „Idą“ tylko najtańsze tygodniki, obliczone na bardzo szerokie warstwy czytelnicze.

Spadek obrotu w rozkładach jazdy nie zmniejsza rentowności tego działu. Redukcja w obrotach materiałami piśmieniowymi wywołana jest faktem, że Tow. „Ruch“ wycofuje się z dostaw hurtowych, które przestały być dochodowymi wskutek dzikiej konkurencji na rynku papierniczym.

Stratę niewątpliwą przynoszą słuchawki radiowe w pociągach i z tego powodu kwestia ta stała się przedmiotem żywej dyskusji. Wyjaśniono, że koszty handlowe tej imprezy są znaczne, tymczasem zainteresowanie podróżnych wciąż maleje z powodu — jak twierdzą — programów radiowych. Gdy więc przyczyna spadku obrotów w wynajmie słuchawek radiowych leży poza granicą możliwości władz „Ruchu“, władze te będą zmuszone wyciągnąć odpowiednie konsekwencje. Wypowiedziano nawet zdanie, że deficyty, wpływające ze słuchawek w pociągach, winno pokrywać Polskie Radio, ponieważ imprezę tę można uważać jako akcję reklamową dla Radia.

Placówki „Ruchu“, sprzedają dziennie 346,000 egz. gazet i czasopism. Osiągnięcie tej sprzedaży stało się możliwe jedynie dzięki rozległej a sprawnej organizacji, zarówno w Warszawie jak na prowincji. Na dzień 1 lipca 1936 r. „Ruch“ posiadał na terenie kolejowym 298 włas-

nych, stałych punktów sprzedaży (o 8 więcej, niż w roku ubiegłym), sezonowych 32 (o 5 więcej). Na terenie prowincjonalnym punktów stałych 97 (również o 8 więcej) sezonowych 41 (o 3 więcej). Razem stanowiło to 468 własnych punktów czynnych, o 24 więcej, niż na 1 lipca 1935 r. Odbiorców prowincjonalnych, t. zw. hurtowników, „Ruch” miał w dniu 1 lipca r. b. 733, czyli o 89 więcej, niż w roku ubiegłym. Ekspansja w pierwszym półroczu poszła silnie w teren. Rentowność sprzedaży pism na prowincji pozostała w dalszym ciągu deficytowa (nawet z tendencją zwyżkową). Obrót ogólny na terenie prowincjonalnym wyniósł w I-em półroczu 1936 r. 1,853,300 zł. Tytułem próby zostały uruchomione w Gdyni, Katowicach i Sosnowcu własne

rozdzielnie pism. Zadaniem tych rozdzielni jest organizowanie sprzedaży pism na tych samych zasadach, jakie obowiązują w Warszawie, bez konieczności, oczywiście, dzierżawienia miejsca pod sprzedaż gazet. Jeśli ta metoda wytrzyma próbę życia, — może pchnąć rozwój kolportażu na zgoła nowe tory. Dotychczasowe próby wskazują, że w miejscowościach takich, jak Gdynia i Katowice rozdzielnie mogłyby nie tylko pokrywać koszty swego utrzymania, lecz nawet przynosić zyski. Rozdzielnie w mniejszych miejscowościach (np. w Sosnowcu) rokują raczej deficyt. Dziś o tych próbach trudno wydać sąd ugruntowany, bo rozdzielnie pracują dopiero od paru miesięcy.

W chwili obecnej placówki „Ruchu” posiadają w sprzedaży 621 wydawnictw.

W tej liczbie — 210 dzienników (65 zagranicznych) i 411 perjuryków (180 zagranicznych). Nowe zgłoszenia do kolportażu wciąż wpływają. W roku bieżącym do końca września takich nowych zgłoszeń było 161. Z tej liczby przyjęto do kolportażu 94 wydawnictw.

Kolportaż kolejowy oraz prowadzony pod własną firmą obejmuje 40,5% ogólnej sprzedaży. 59,5% przypada na kolportaż prowincjonalny. Wśród sprzedawanych przez „Ruch” wydawnictw 86% wychodzi w Warszawie, 14 na prowincji.

Rada Nadzorcza wyraziła dyr. Seyfriedowi wdzięczność za doskonale ujęte i udokumentowane sprawozdanie. W dyskusji, która się wywiązała, podkreślono wysokie znaczenie społeczne i kulturalne działalności „Ruchu”.

ŻYCIE ORGANIZACYJNE

PRACE POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW

Udział w pracach Ogólnopolskiego Komitetu Zimowej Pomocy Bezrobotnym

Dyrektor Związku powołany został w charakterze przedstawiciela władz Związku Wydawców na członka sekcji propagandowej Ogólnopolskiego Komitetu Pomocy Bezrobotnym. W łonie sekcji red. M. Ścieżyński wespół z red. H. Wierzyńskim i dyr. St. Kauzikiem objął kierownictwo akcji prasowej.

W związku z powyższym w dniu 13 października r. b. dyrektor Związku przyjęty był przez przewodniczącego Komitetu, min. Mariana Zyndram-Kościałkowskiego. Przedmiotem konferencji były sprawy, związane z udziałem prasy w akcji propagandowej na rzecz pomocy dla bezrobotnych. W dniu 15 października r. b., dyrektor Związku wziął udział w posiedzeniu sekcji propagandy Komitetu, na którym przedstawił plan prasowej akcji propagandowej.

Posiedzenia Prezydium Rady i Zarządu Głównego

W dniu 15 września r. b. połączone Prezydium Rady i Zarządu Głównego odbyły wspólne posiedzenie. Przedmiotem obrad były sprawy drukarskie, sprawa udziału Związku w zjazdach międzynarodowych organizacji prasowych, sprawa udziału prasy w zbiorce na fundusz uczczenia pamięci Marszałka Piłsudskiego oraz sprawy związane z porządkiem dziennym wrześniowego posiedzenia Zarządu Głównego. Nadto na posiedzeniu tym dyrektor złożył sprawozdanie z konferencji, odbytej z przedstawicielami władz Spółki „Centropapier” oraz sprawozdanie

o wynikach akcji porozumień między wydawnictwami.

Posiedzenie połączonych Prezydium, odbyte w dniu 9 października r. b. poświęcone było omówieniu spraw, związanych ze stosunkami między prasą a radiem.

49 posiedzenie Zarządu Głównego

W dniu 25 września r. b. odbyło się w sali konferencyjnej Związku 49-te posiedzenie Zarządu Głównego Związku pod przewodnictwem prezesa Zarządu p. Stefana Krzywoszewskiego. W posiedzeniu tym, poza przewodniczącym, wzięli udział pp. prezes Rady Feliks Mrozowski, wiceprezes Rady Edward Pawłowski, członkowie Zarządu: Hilary Gottowt, Adam Grabowski, Julian Maliniak i Marian Nusbaum-Oltarzewski; Mieczysław Orłowski i o. Pius Bartosik w charakterze gości oraz dyrektor Związku.

Przed przystąpieniem do porządku dziennego dyr. St. Kauzik złożył wyjaśnienia w związku z zamieszczonym w „Robotniku” w dniu 25 września listem otwartym p. dyr. Maliniaka skierowanym do redakcji „Prasy”. Dyrektor Związku, odpowiadając na zarzuty, sformułowane w tym liście, stwierdził, że redakcja „Prasy”, przestrzega jak najdalej posuniętego obiektywizmu oraz kieruje się wyłącznie kryteriami organizacyjnymi i zawodowymi.

Dyrektor Związku przedstawił następnie zebranym przebieg konferencji z władzami pocztowymi w sprawie postulatów prasy sformułowanych w memoriale Związku Wydawców, który przedłożony został Panu Ministrowi Poczty i Telegrafów w lecie r. b. Postulaty te dotyczyły:

a) obniżenia opłat za przesyłanie pism oraz opłat manipulacyjnych, b) obniżenia kosztów przesyłki pieniędzy za zlecenia prenumeracyjne, c) wprowadzenia pocztowych paczek gazetowych, d) wprowadzenia doręczania pism w niedziele i święta oraz na terenach wiejskich, e) wprowadzenia periodycznych ulg taryfowych dla celów propagandy własnej wydawnictw i f) rozszerzenia ulg w opłatach za prasowe rozmowy telefoniczne na całą dobę. W wyniku dyskusji ustalono wytyczne dla dalszej akcji władz Związku w tej sprawie.

Przedmiotem dalszych obrad była sprawa obniżenia opłat za przewóz koleją paczek z pismami. Dyrektor Związku złożył zebranym sprawozdanie z konferencji odbytej w tej sprawie z przedstawicielami Ministerstwa Komunikacji; podczas tej konferencji ze strony Ministerstwa Komunikacji wysunięty został projekt wprowadzenia ryczałtowej opłaty za przewóz pism kolejami, której wysokość byłaby niezależna od odległości. Biuro Związku poddało ten projekt dokładnej analizie i, opierając się na wynikach ankiety przeprowadzonej wśród członków Związku, stwierdziło, iż koncepcja Ministerstwa Komunikacji nie uwzględnia interesów wielkiej części wydawnictw, w szczególności wydawnictw o mniejszym zasięgu terytorialnym. Zarząd zaakceptował wniosek Dyrekcji, w sprawie podtrzymania wobec władz kolejowych postulatu sformułowanego w memoriale Związku Wydawców, a dotyczącego zasadniczego obniżenia opłat za przewóz pism na odległości ponad 100 klm o 20 — 40% oraz zatrzymania progresji tych opłat na 300 klm.

Dłuższą dyskusję wywołał wniosek wydawnictwa „Kurier Poranny”, skiero-

wany przeciw zamieszczaniu na łamach prasy informacji o stosunkach wewnętrznych innych wydawnictw. Postanowiono skierować do członków Związku pismo, zalecające unikanie publicznego omawiania spraw, dotyczących wewnętrznych stosunków w innych wydawnictwach — z powołaniem się na wnioski w tej sprawie, uchwalony przez Ogólne Zebranie.

Następnie dyrektor Związku złożył zebrany sprawozdanie z konferencji z dyrektorem naczelnym S. A. Polskie Radio p. Romanem Starzyńskim. Nad sprawą stosunków między Radiem a prasą wywiązała się długa dyskusja; postanowiono zwołać specjalne zebranie poświęcone temu zagadnieniu.

Ostatnim punktem porządku dziennego było sprawozdanie dyrektora Związku z konferencji z prezesem Zarządu Spółki „Centropapier“ p. Henrykiem Karpińskim.

Porozumienie w sprawie wykluczenia propagandy własnej przy pomocy bezpłatnych dodatków

Z inicjatywy Zarządu Głównego Związku, wydawnictwa: I. K. C. w Krakowie, Dom Prasy S.A. w Warszawie, Sp. Republika w Łodzi, S. A. Polonia w Katowicach i Stołeczna Spółka Wydawnicza w Warszawie zawarły w końcu lipca r.b. porozumienie w sprawie wykluczenia propagandy własnej wydawnictw przy pomocy bezpłatnych dodatków do pism. Porozumienie weszło w życie z dniem 15 sierpnia r. b.

Na konferencji kontrahentów tego porozumienia odbytej w lokalu Związku Wydawców w dniu 15 września r.b. postanowiono uzupełnić porozumienie, precyzując ściślej niektóre jego postanowienia.

Porozumienie warszawskich dzienników popołudniowych co do godzin rozpoczynania kolportażu

Z inicjatywy i przy współudziale władz Związku Wydawców wydawnictwa trzech warszawskich pism popołudniowych: Dobry Wieczór — Kurier Czerwony, Gonicz Warszawski i Wieczór Warszawski zawarły w początkach sierpnia r. b. porozumienie co do godziny rozpoczynania kolportażu. Wyżej wymienione wydawnictwa ustaliły wspólną godzinę rozpoczynania sprzedaży ulicznej w Warszawie w dniu powszednie.

Przy prolongatach porozumienie uległo pewnym modyfikacjom m. in. początek sprzedaży ustalono na godz. 11 min. 35.

W związku z wyżej omówionym porozumieniem trzech wydawnictw dyrektor

Związku odbył w dniu 11 września r. b. konferencję z p. Edmundem Seyfriedem, dyrektorem naczelnym T-wa „Ruch“, poświęconą uzgodnieniu terminu rozpoczynania sprzedaży pism popołudniowych z działaniem aparatu kolportażowego Ruchu.

Konferencje w sprawach pocztowych

Postulaty Związku Wydawców w sprawach pocztowych, przedstawione p. Ministrowi Poczty i Telegrafów w obszernym memoriale na początku lata b. r. były w m-cu wrześniu omawiane na kilku konferencjach dyrektora Związku z przedstawicielami Ministerstwa Poczty i Telegrafów. W dniu 16 i 25 września dyrektor Związku przyjęty był przez p. Antoniego Owsionkę dyrektora Departamentu Poczтового, w dniu 11 września — odbył konferencję z p. Walentym Forysiem, naczelnikiem wydziału pocztowego. Podczas konferencji tych dyrektor Związku szczegółowo uzasadniał decyzje raty prasy, kładąc specjalny nacisk na sprawy obniżenia taryfy gazetowej, sprawy okresowych ulg taryfowych dla celów propagandy własnej wydawnictw oraz na zagadnienie roznoszenia pism przez listonoszów w niedzielę i święta oraz na terenach wiejskich.

Konferencja w sprawach radiowych

Dyrektor Związku odbył w dniu 25 września r. b. konferencję z dyrektorem naczelnym S. A. Polskie Radio p. Romanem Starzyńskim. Na konferencji przedyskutowana została sprawa dalszego biegu prac, mających na celu ustalenie zasad umowy między Związkiem Wydawców a S. A. Polskie Radio.

Konferencja w sprawach ogłoszeniowych

W dniu 12 września r. b. dyrektor Związku odbył konferencję z p. Leonem Puławskim, prezesem Komitetu Ogłoszeniowego. Konferencja ta poświęcona była omówieniu sytuacji na rynku ogłoszeniowym oraz sprawie dalszych prac Komitetu.

Konferencja z władzami Sp. „Centropapier“

Dyrektor Związku odbył w dniu 15 września r.b. konferencję z p. Henrykiem Karpińskim, prezesem Zarządu Spółki „Centropapier“. Przedmiotem konferencji były sprawy związane z umową między Związkiem Wydawców a Sp. „Centropapier“.

Posiedzenia Komisji Porozumiewawczej Wydawców i Dziennikarzy

W dniach 5 i 15 października r.b. w sali konferencyjnej Związku Wydawców odbyły się 2 plenarne posiedzenia Komisji Porozumiewawczej Wydawców i Dziennikarzy. Przewodniczyli obradom kolejno: prezes Zarządu Głównego Związku Wydawców p. Stefan Krzywoszewski i wiceprezes Związku Dziennikarzy p. Witold Gielżyński. Poza przewodniczącymi w posiedzeniach wzięli udział pp. prezes Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich Stefan Grostern, wiceprezes Zarządu Głównego Związku Wydawców Antoni Lewandowski oraz dyrektor Związku Stanisław Kauzik.

Przedmiotem obrad Komisji było rozważenie nieomówionych na poprzednich posiedzeniach zgłoszeń do rejestru, dotyczących pracowników redakcyjnych dzienników i agencji informacyjnych warszawskich oraz szereg zagadnień zasadniczych, dotyczących konstrukcji rejestru.

Cennik pocztowy

W miesiącach lipcu, sierpniu i wrześniu r.b. biuro Związku wydało trzy uzupełnienia do Poczтового Cennika Dzienników i Czasopism, noszące kolejne numery 5, 6 i 7. Uzupełnienia te łącznie zawierają 21 tytułów pism nowozgłoszonych do prenumeraty pocztowej oraz zmiany, dotyczące 6 pism, już w Cenniku zamieszczonych.

Uzupełnienia te dostarczone zostały władzom pocztowym w ilości 7500 egzemplarzy celem rozesłania do urzędów pocztowych w całym kraju.

Udział w pracach Obywatelskiego Komitetu Uczczenia Dziesięciolecia Pracy Wojewody Jaroszewicza

Dyrektor Związku w charakterze przedstawiciela władz Związku Wydawców wziął udział w pracach Obywatelskiego Komitetu Uczczenia 10-lecia pracy Wojewody Jaroszewicza.

OD WYDAWNICTWA

Uprzejmie prosimy Szan. Odbiorców naszego pisma o zawiadamianie Administracji, pisemnie lub telefonicznie, o każdorazowej zmianie adresu. Adres Administracji: W-wa, Zgoda 8 m. 4, tel. 5-40-00.

Związek Dziennikarzy R. P.

W końcu okresu wakacyjnego d. 21 września Wydział Wykonawczy Związku Dziennikarzy R. P. odbył posiedzenie pod przewodnictwem prezesa Ścieżyńskiego i wiceprezesa Wierzyńskiego. Prezydium złożyło sprawozdanie z dłuższego posłuchania u p. premiera Składkowskiego, które odbyło się w dniu 5 września na skutek zgłoszenia się Wydziału Wykonawczego o audiencję po znanym oświadczeniu p. premiera z dnia 17 sierpnia o stosunku do prasy.

Przyjęto do wiadomości komunikat, iż zamierzona na pierwsze dni września wycieczka przedstawicieli prasy polskiej do Gdańska na zaproszenie prezesa Rady Portowej Nederbraghta nie doszła do skutku, ponieważ Ministerstwo Komunikacji, pomimo starań Ministerstwa Przemysłu i Handlu, w ostatniej chwili odmówiło biletów kolejowych.

W połowie września przybyła do Polski wycieczka dziennikarzy fińskich, która podejmowana była w Poznaniu przez Syndykat Wielkopolski z prezesem red. Jarochowskim na czele, zaś w Warszawie przez Prezydium Związku z prezesem Ścieżyńskim i przez Syndykat Warszawski z wiceprezesem red. Boskim na czele.

Wydział Wykonawczy postanowił w najbliższym czasie utworzyć nowy Syndykat Dziennikarzy Ziemi Kieleckiej i zwołać jego zebranie organizacyjne w Częstochowie.

Zatwierdzono skład delegacji Porozumienia Prasowego Polsko-Łotewskiego na 3-dniową wycieczkę do Łotwy. Na czele delegacji stanąć miał red. Besterman. Wycieczka miała wyruszyć z Warszawy

dnia 3 października, jednakże wobec choroby posła polskiego w Rydze Charwata, została na 3 tygodnie odroczone.

Postanowiono zwołać kolejną sesję Zarządu Związku do Warszawy na dzień 18 października: na porządku dziennym tego zebrania znajduje się sprawozdanie z posłuchania delegacji Wydziału Wykonawczego u p. premiera Składkowskiego.

Żałobna karta

W Warszawie zmarł prof. Stanisław Zieliński, wybitny znawca zagadnień morskich i kolonialnych, tudzież prasy emigracyjnej. Publikował stale liczne artykuły, po poświęcone tym właśnie zagadnieniom.

Zmarły był autorem całego szeregu prac. Między innymi wydał źródłowo opracowany Słownik Pionierów Kolonialnych. Z wydawnictw na temat prasy emigracyjnej zasługuje na specjalną uwagę „Bibliografia Prasy Polskiej Zagranicą”, wydana nakładem Światowego Związku Polaków z Zagranicy.

W ubiegłym miesiącu zmarł jeden z poważniejszych członków Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich, ś. p. prof. Stanisław Niewiadomski, ostatnio członek redakcji „Kurierza Polskiego”, której Prezydium Syndykatu przesłało depezę kondolencyjną.

W ubiegłym miesiącu zmarł również drugi członek Syndykatu Dziennikarzy Warszawskich Paul Berman, b. korespondent gazety „Vorwaerts” w Warszawie, a ostatnio współpracownik niemieckiej prasy socjalistycznej w Gdańsku, obywatel polski, który po dłuższym więzieniu w Gdańsku w stanie bardzo ciężkim został

przewieziony do sanatorium dla gruźlików w Otwocku i tam życie zakończył

Wyższa Szkoła Dziennikarska w Warszawie

Zapisy tegoroczne w Wyższej Szkole Dziennikarskiej sprowadziły znaczny zastęp słuchaczy. Liczbę ich narazie trudno ustalić, gdyż wobec napływających wciąż nowych zgłoszeń, zapisów nie można uważać za zamknięte.

Ukończony w dniu 1 września ubiegły rok szkolny wykazał na egzaminach przejściowych i poprawkowych zadawalające postępy i coraz lepsze przygotowanie do zawodu dziennikarskiego.

Naczelnym etapem w życiu Szkoły jest obecnie budowa własnego domu, przy ulicy Rozbrat Nr. 44-a. W gmachu tym odbywają się już roboty ostateczne: układanie posadzek, roboty malarskie i t. p.

Przeniesienie się uczelni do nowego lokalu przewidywane jest w czasie najbliższym. Nowy lokal niewątpliwie pozwoli W.S.D. na rozwinięcie jeszcze żywszej i owocniejszej pracy, na rozszerzenie i dokompletowanie biblioteki szkolnej, gromadzenie zbiorów dziennikarskich i wszelkich innych pomocy naukowych.

Budowa własnego gmachu W.S.D. wywołała zainteresowanie szerokich kół naszego społeczeństwa. Dowodem tego jest czynna pomoc, okazywana przez ofiarodawców ze sfer przemysłowych, handlowych i finansowych. Pomoc ta świadczy o ugruntowaniu się w opinii publicznej zrozumienia, jak potrzebna i konieczna jest w Polsce wyższa samodzielna uczelnia dziennikarska.

KOMUNIKAT

FIRMA **WINKLER, FALLERT & CO S. A.** BERN

MIMO ZNA CZNEGO SPADKU KURSU FRANKA SZWAJCARSKIEGO CHWILOWO JESZCZE SPRZEDAJE PO STARYCH CENACH
MASZYNY ROTACYJNE GAZETOWE I DO ROTOGRAWIURY, AUTOMATY DO STEREOTYPII, PRASY DO TŁOCZENIA MATRYC I T. P.

OFERTY PRZEZ FIRME

INTERPRINT

BRONISŁAW S. SZCZEPKI

WARSZAWA 1, KRÓLEWSKA 23, TEL: 683-28 i 683-38

S t a t y s t y k a

pocztowego ruchu czasopism w m. maju, czerwcu i lipcu 1936 r. w zestawieniu z analogicznymi danymi z r. 1935
 (dane w tysiącach egzemplarzy)

Nazwa miejscowości	N A D A N E						D O R E C Z O N E																													
	w maju 1936		w maju 1935		w czerwcu 1936		w czerwcu 1935		w lipcu 1936		w lipcu 1935																									
	Dzienniki w prenumerat.	Czasopisma	Dzienniki w prenumerat.	Czasopisma	Dzienniki w prenumerat.	Czasopisma	Dzienniki w prenumerat.	Czasopisma	Dzienniki w prenumerat.	Czasopisma	Dzienniki w prenumerat.	Czasopisma																								
Bydgoszcz	222	—	262	11	210	—	252	22	—	200	—	260	16	—	115	85	35	116	87	15	114	85	32	115	87	15	115	85	29	109	86	9				
Gdynia	4	7	7	15	4	7	2	5	14	1	4	4	7	15	1	68	22	5	44	17	4	71	19	9	47	17	6	82	24	4	46	20	8			
Katowice	252	152	252	154	252	152	2	256	152	14	260	147	1	275	138	12	62	68	10	59	80	13	59	80	8	60	82	14	70	56	7	60	85	16		
Kraków	1106	445	1969	95	46	1052	411	19	2520	985	39	1096	366	9	1459	689	25	110	514	—	95	84	—	152	190	—	126	134	—	127	128	—	77	81	—	
Lublin	23	14	3	68	12	3	23	12	—	49	12	1	25	5	—	64	6	—	77	36	28	56	38	22	82	55	26	185	46	124	80	34	25	96	43	8
Lwów	649	598	73	1187	498	4	649	599	73	1183	487	2	649	600	73	1182	487	2	162	40	11	194	38	17	155	42	47	192	57	15	156	95	4	121	42	20
Łódź	195	125	11	202	88	5	185	111	22	194	89	5	200	115	28	197	101	5	215	192	5	188	101	3	209	141	4	174	98	2	204	129	4	190	100	2
Poznań	877	989	31	1040	866	42	742	950	8	622	885	14	851	874	7	812	759	29	52	46	4	82	60	5	59	38	11	92	45	6	59	67	5	69	40	4
Toruń	347	23	7	405	27	8	303	19	3	491	27	7	287	14	2	467	23	3	62	23	10	71	30	3	61	17	8	70	33	5	66	94	6	69	29	3
Warszawa	2736	3778	213	2830	3553	70	2618	2838	156	2654	3896	27	2520	2638	99	2975	3371	37	53	19	20	58	14	7	66	19	14	48	4	12	74	32	11	42	7	20
Wilno	232	164	22	468	401	17	222	207	22	464	405	3	232	265	19	458	261	12	58	54	1	48	43	1	56	52	1	54	47	1	56	51	2	52	43	—

Konferencja prasowa w S. A. Polskie Radio

W dniu 29 września r. b. w siedzibie S.A. Polskie Radio w Warszawie odbyła się konferencja prasowa, na której dyrekcja programowa tej instytucji zapoznala dziennikarzy ze swymi planami na sezon zimowy. W sprawozdaniach z tej konferencji, zamieszczonych w szeregu dzienników, uderza zapowiedz rozszerzenia dzialu aktualii, w których glowne miejsce zajmują audycje informacyjne.

Na marginesie sprawozdania z konferencji w Polskim Radio p. Marian Grzegorzczak skreślił w jednym z dzienników warszawskich szereg bardzo interesujących i slusnych uwag. Stwierdziwszy, iż radio ma wyraźne (i coraz to wyraźniejsze) ambicje w kierunku dziennikarskim, p. Grzegorzczak pisze:

„Ale czy to jest właściwym celem radiofonii? I czy wogóle radio może na dłuższą metę odgrywać rolę gazety? Choć perspektywy tego rodzaju mogą być bardzo nawet ponętne, są one jednak fata morgana i byłoby dla samego radia lepiej, żeby się jej mirażami zbytnio nie ludziło. Bo każdy sluchacz ma przeciw radiu jedną broń, nieslychanie skuteczną: zamknięcie głośnika. Już i teraz są ludzie, którzy wprost w panicznym poplochu przekręcają galkę, gdy tylko usłyszą, że „coś tam gada“. Zadaniem więc radia powinno być właśnie stopniowe przekonywanie ich, że audycyj tych sluchać warto. Obciążając się jednak balastem rozmaitych zadań, które o wiele lepiej i skuteczniej spełniać może prasa (gdyż będąc zróżniczkowana może trafić do różnych kategorii ludzi), radio naraża się na to, że będzie... depopularyzować swoje własne audycje mówione.

Weźmy np. kwestię reklamy. Wyrzekł się jej cały szereg radiofonii obcych, nasza natomiast coraz bardziej nawet zwiększa rozmiar czasu na te rzeczy przeznaczonego. Czy bardzo drobne w stosunku do budżetu radiowego dochody z reklamy usprawiedliwiają zanudzanie sluchaczy t. zw. koncertami reklamowymi — notabene, nieraz przykrymi nawet pod względem muzycznym? Dwie są bowiem kategorie radioabonentów: jedna wyłączna na ten czas głośniki, druga zaś slucha — ale tylko muzyki.

Bez względu na konkurencję w stosunku do prasy stanowią również t. zw. dzienniki radiowe, których ilość i rozmiary ciągle się zwiększa, podcinając przez to rozwój prasy, zwłaszcza na prowincji. Zdaje się zaś, że radiofonia i prasa raczej powinny się uzupełniać, niż sobie przeciwdziałać“.

Z E S T A W I E N I E

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

Nazwa gatunku papieru i symbol w/g cennika Sp. Centropapier	Sierpień 1935 r.	Sierpień 1936 r.
Rotacyjny matowy II — 0101	2 003.314,5	2 291.950
„ satynowany II — 0102	86.475	67.328
Gazetowy w ark. mat. II — 0105	19.257	2.068
„ „ sat. II — 0104	—	467
Drukowy drzew. kl. VII mat. II — 0203, 0204, 0205, 0206.	915.761,5	697.096
Drukowy drzew. kl. VII sat. II — 0207, 0208, 0209, 0210	257.095	391.656
Drukowy drzew. kl. VI mat. II — 0401 i 0402	75.981	82.079
„ „ „ VI sat. II — 0403	549.993	592.328
„ bezdrzewny mat. III — 0203	20.588	47.157
„ „ sat. III — 0206	5.014	2.631
Ilustracyjny drzewny II — 0801, 0802 i 0803	48.943	66.382
„ bezdrzewny III — 0306	78.599	41.176
Tiefdruck drzewny II — 0901, 0902	28.080	12.346
„ bezdrzewny III — 0304	2.995	3.131
R a z e m	4 092.096	4.097.793

¹⁾ Statystyka pocztowa na stronie poprzedniej.

Z ŻYCIA PRASY

Przejęcie A. B. C.

Z dniem 19 września r.b. dziennik warszawski ABC—Nowiny Codzienne, ukazujący się dotychczas nakładem Sp. Zjednoczenie, przejęty został przez Sp. Wydawniczą ABC. Naczelnym redaktorem pisma został dr. Wojciech Saryusz Zaleski; zespół redakcyjny składa się z młodych dziennikarzy i publicystów kierunku narodowego.

Zmlana w „Pionie“

Prof. Antoniewicz w związku z objęciem funkcji rektora Uniwersytetu J. P. ustąpił we wrześniu r. b. ze stanowiska naczelnego redaktora „Pionu“. Redakcję pisma objął p. Leon Piwiński.

Nowa maszyna w drukarni Małego Dziennika

W dniu 10 września r. b. odbyła się w Niepokalanowie uroczystość poświęcenia nowej szybkobieżnej maszyny rotacyjnej, przeznaczonej do druku Małego Dziennika. Uroczystość zaszczycił swą obecnością J. E. Ks. Kardynał Kakowski, który dokonał aktu poświęcenia. Jak donosi Mały Dziennik z 11.9.36, Ks. Kardynał wygłosił okolicznościowe przemówienie, w którym m. in. oświadczył:

„Dużo z różnych stron spotyka się niezadowolonia, że bierzecie 5 gr. za numer, a nie 10 groszy. Powodem tego jest wasza ofiarna i pełna poświęcenia praca, dzięki której możecie to osiągnąć. Jest to praca bezinteresowna dla chwały Bożej i Narodu Polskiego. Dwie rzeczy podtrzymują Państwo Polskie — religia i armia. Jeśli byśmy nie mieli religii i naszej dzielnej armii, nie mielibyśmy ani państwa, ani wolności. Bylibyśmy niewolnikami. Cieszę się ogromnie i z całego serca życzę wam jaknajwiększego rozwoju. Niech Bóg błogosławi waszej pracy“.

Nowe wydawnictwa

Miesiące jesienne sprzyjają powstawaniu nowych pism. Co roku wrzesień, październik i listopad przynoszą po kilka nowych tytułów dzienników i kilkadziesiąt tytułów czasopism.

Rok bieżący, zdaje się, będzie nie mniej obfity pod tym względem od lat ubiegłych. W dniu 19.X r.b. począł ukazywać się w Warszawie dziennik „Jutro“; pismo to, 5-cio groszowe, o typie pisma przeznaczonego głównie do kolportażu, reprezentuje poglądy sfer zbliżonych do „Prosto z mostu“. Redaktorem jest p. Wojciech Wasiutyński.

15 października ukazał się pierwszy numer „Dziennika Popularnego“. Jest to 10-groszówka. W skład redakcji tego pis-

ma weszli m. innymi b. posłowie Barlicki i Dubois. Wydawcą pisma jest Stołeczna Spółka Wydawnicza sp. z o. o.

W końcu września r. b. w Łodzi zaczął ukazywać się pięciogroszowy dziennik p. n. „Ilustrowany Mały Dziennik”. Jako wydawca podpisuje pismo p. Wł. Stypulkowski.

W połowie września r. b. zaczął wychodzić w Warszawie tygodnik polityczny „Odnova”, redagowany przez p. Ryszarda Świętochowskiego. Pierwsze zeszyty zawierają artykuły pp. Mariana Borzęckiego, Andrzeja Czajkowskiego, Feliksa Młynarskiego, W. Nienaskiego, B. Wernera, A. Ziemięckiego i in. Do grona współpracowników należą nadto pp. prof. Fr. Bujak, prof. J. Dąbrowski, prof. St. Estreicher, ks. kan. Kaczyński, prof. St. Kot, gen. M. Kukiel, E. Romer, prof. St. Tennenbaum i inni.

Pierwszy i drugi numer „Odnowy” uległy konfiskacie. Ukazały się w drugim nakładzie.

RÓŻNE

Samoloty ufundowane przez czytelników Kuriera Poznańskiego.

W maju r. b. Kurier Poznański zwrócił się do swych czytelników z inicjatywą ufundowania samolotu bojowego dla armii polskiej. Zbiórka dała niezwykle pomyślny rezultat — dotychczas ponad 75.000 zł. Zebrana suma pozwoliła na zakupienie 3 samolotów. W dniu 4 października samoloty te, noszące nazwy: Chrobry I, II, i III, przejęte zostały przez przedstawicieli „Kuriera Poznańskiego” od wytwórni R.W.D. Samoloty przekazane zostały armii przez Komitet wydawnictw Drukarni Polskiej w dniu 18 października w Poznaniu.

Piękna inicjatywa „Kuriera Poznańskiego” odezwała się echem w Warszawie, na łamach „Wieczoru Warszawskiego”, który rzucił hasło ufundowania lotniczych eskadr stolicy. Sądząc z wyników pierwszych dni zbiórki, akcja „Wieczoru” zyska pełne powodzenie.

Licytacja

W początku października r. b. na żądanie Banku Amerykańskiego w Polsce i innych wierzycieli odbyła się licytacja nieruchomości, należących do masy upadłości firmy E. L. Fryze w Warszawie. Licytacji podlegał dom przy ul. Marszałkowskiej Nr. 148 oraz mieszcząca się w nim Drukarnia Rotacyjna. Dom i drukarnia nabyte zostały za sumę zł. 670.000 przez Bank Gospodarstwa Krajowego. Zaznaczyć należy, iż na pierwszym miejscu hipoteki powyższej nieruchomości figurowała pożyczka B.G.K. na sumę 450 tys. zł.

Oflary na cele społeczne

Wydawnictwa — członkowie Związku Wydawców złożyły za pośrednictwem biura Związku kwotę ok. 4.500 zł. na fundusz uczczenia pamięci Marszałka Piłsudskiego.

W dniu 2 października r. b. przedstawiciele władz T-wa „Ruch” w osobach p.p. Leona Puławskiego, członka Zarządu Jana Gebethnera, dyrektora naczelnego Edmunda Seyfrieda i dyrektora Stanisława Godyckiego-Ćwirko złożyli na ręce prezydenta m. Warszawy min. Stefana Starzyńskiego kwotę zł. 5.000.— ja-

ko ofiarę S. A. „Ruch” na budowę pomnika Marszałka Piłsudskiego w Warszawie.

Prasa o „Prasie”

„IKC” z dnia 4 października omawia w notatce p. t. „Pospolite ruszenie oświatowe” artykuł dyr. J. Stemlera o zwalczaniu analfabetyzmu, zamieszczony w poprzednim zeszycie naszego pisma.

Artykuł dyr. Stemlera in extenso przedrukowany został w „Warszawskim Dzienniku Narodowym” z dnia 7 października r. b.

co 2 minuty

nowy

ODBIORNIK
ECHO

PRODUKCJA TAŚMOWA — KAŻDA OPERACJA KONTROLOWANA

ECHO na prąd zm. na 10 rat po zł. 17.—
na prąd st. po zł. 19.50
baterijny po zł. 16.—

DALEKI ZASIĘG—SELEKTYWNOŚĆ—PIĘKNY TON GŁOŚNIKA—OSZCZĘDNE UŻYCIĘ PRĄDU

Sprzedaż w większych sklepach radiowych

PAŃSTWOWE ZAKŁADY TELE- i RADIOTECHNICZNE
W WARSZAWIE

STEINHAGEN i SAENGER

**FABRYKI PAPIERU i CELULOZY
SPÓŁKA AKCYJNA**

ZARZĄD: Warszawa, ul. Smolna 17

FABRYKI PAPIERU:

w Myszkowie, Pabianicach i Włocławku

Fabryka celulozy we Włocławku

PRODUKCJA ROCZNA: 45.000 tonn celulozy siarczynowej białej i niebiałej oraz 85.000 tonn papieru w gatunkach: gazetowy, drukowy, plśmienny, ilustracyjny, manufakturowy, szpulkowy, gilzowy, ustnikowy, pakowy, jednostronnie gładki, torebkowy etc.

Kapitał zakładowy zł. 36.800.000

PRAWO A PRASA

Prace nad projektem ustawy prasowej

I o zawodzie dziennikarskim

W dniu 25 września r. b. w szeregu dzienników ukazała się wiadomość, dostarczona przez ATE, a dotycząca prowadzenia przez Ministerstwo Sprawiedliwości prac nad projektem ustawy prasowej. W dniu następnym na łamach prasy podany został w tej sprawie następujący komunikat „Iskry“:

„Jedną z warszawskich agencji prasowych podała wiadomość, jakoby opracowany w Ministerstwie Sprawiedliwości projekt ustawy prasowej przedłożony miał zostać Radzie Ministrów na jednym z najbliższych posiedzeń. W związku z tym agencja „Iskra“ zwróciła się do kół miarodajnych o wyjaśnienie co do prac nad projektem ustawy prasowej. Projekt ustawy prasowej—jak informują agencję „Iskra“ — po opracowaniu w Ministerstwie Sprawiedliwości — przedłożony zostanie dla zaopiniowania Związkowi Dziennikarzy Rzplitej w porozumieniu ze Związkiem Wydawców. Po uzyskaniu opinii organizacji zawodowych tekst projektu zostanie ustalony definitywnie i przesłany do uchwalenia Izbowi Ustawodawczym.

Prace nad projektem tej ustawy w Ministerstwie Sprawiedliwości dobiegają końca. Nie wiadomo jednak, czy projekt będzie mógł znaleźć się na porządku obrad najbliższej sesji parlamentarnej, gdyż ma on być przedstawiony Izbowi Ustawodawczym równocześnie z projektem ustawy o zawodzie dziennikarskim,

zajmującej się uregulowaniem stanu prawnego zawodu dziennikarskiego. Prace zaś nad tym projektem ustawy znajdują się dopiero w studium początkowym i wymagają uzgodnienia go z zainteresowanymi organizacjami“.

Okresowa ulga w opłatach za przesyłanie egzemplarzy okazowych i prospektów

Na skutek starań władz Związku Wydawców Pan Minister Poczty i Telegrafów udzielił wydawnictwom 50% ulgi w opłatach za przesyłanie egzemplarzy okazowych pism oraz prospektów. Ulga ta została przyznana na okres od 1 — 15 listopada r. b.

Plan komunikacji pocztowo-lotniczej

Z dniem 4 października r. b. wszedł w życie nowy plan komunikacji pocztowo-lotniczej, ogłoszony w Nr. 23/1936 Dziennika Urzędowego M. P. i T.

Kontrola obrotu towarowego polsko-włoskiego

Dz. Urzędowy M. Skarbu Nr. 25/1936 przynosi w poz. 764 przepisy, dotyczące specjalnej kontroli obrotu towarowego polsko-włoskiego. Przepisy te, analogiczne do postanowień o kontroli obrotu polsko-niemieckiego, stanowią, iż świadectwa rozrachunkowe nie są wymagane przy przywozie do Polski z Włoch dzienników i czasopism oraz matryc tekstowych.

Nowy spis urzędów pocztowych

Nakładem Przedsiębiorstwa Polska Poczta, Telegraf i Telefon ukazał się oficjalny „Spis urzędów, agencji i pośrednictw pocztowo - telegraficznych“ według stanu na 1 lipca 1936. Cena egzemplarza 3 zł.

Ogłoszenia lekarzy

Wileńsko-Nowogródzka Izba Lekarska wydała przepisy o ogłaszaniu się i reklamowaniu lekarzy oraz zakładów leczniczych w zakresie wykonywania praktyki lekarskiej lub lecznictwa. (Dz. Urzędowy Izb Lekarskich 1936, Nr. 7). Przepisy te są analogiczne do tych, jakie obowiązują na terenach innych izb lekarskich.

Debit pocztowy

Zabroniony jest przywóz do Polski, rozpowszechnianie w kraju i przewóz za granicę następujących czasopism: Wiadomości (Paryż), Russkij Głos (Belgrad), Mon Paris (Paryż), Paris Magazine (Paryż), Beauté Magazine (Paryż), Paris Plaisirs (Paryż), Venus Magazine Parisien (Paryż), Pour lire à deux (Paryż), Sex-appeal (Paryż), Vu (Paryż), Neue Front — Front Nouveau (Paryż), Revolution (Paryż), Rossija (New York), Siczowy Klycz (New York).

Przywraca się debit pocztowy czasopismu ukraińskiemu „Tryzub“, wychodzącemu w Paryżu.

Ukazał się w druku jako tom III

BIBLIOTEKI HISTORYCZNEJ TOWARZYSTWA BADANIA ZAGADNIEŃ MIĘDZYNARODOWYCH
wydawanych łącznie z Fundacją Carnegiego

POLSKA W CZASIE WIELKIEJ WOJNY (1914 — 1918)

Tom III. Historia ekonomiczna. Warszawa 1936, str. 489 nłb. 4. Cena zł. 15.

Tom ten obejmuje następujące prace:

Józef Bankiewicz i Bohdan Domosławski: Zniszczenia i szkody wojenne, str. 1 — 57. Prof. Hipolit Głwicz: Przemysł i Handel Polski, str. 59 — 222. Prof. Władysław Grabski, Dr J. Stojanowski. Dr J. Warezak: Rolnictwo Polski 1914 — 1920, str. 225 — 489.

POPZEDNIO WYDANE:

LA POLOGNE, SA VIE ECONOMIQUE ET SOCIALE PENDANT LA GUERRE

1933, str. 627 + XII zawiera nast. prace w jęz. francuskim:

Prof. Stanisław Kutrzeba: La question polonaise pendant la guerre mondiale, str. 3 — 132. Prof. Marceł Handelman: Les efforts de la Pologne pour la reconstruction de l'état indépendant str. 133 — 274. Pod red. gen. J. Stachewicza: La participation de la nation polonaise à la guerre mondiale str. 275—344. Prof. Władysław Grabski i doc. Antoni Zabko-Potopowicz: l'Assistance Sociale, str. 345—588.

Tom ten ukaże się wkrótce w jęz. polskim.

POLSKA W CZASIE WIELKIEJ WOJNY (1914 — 1918)

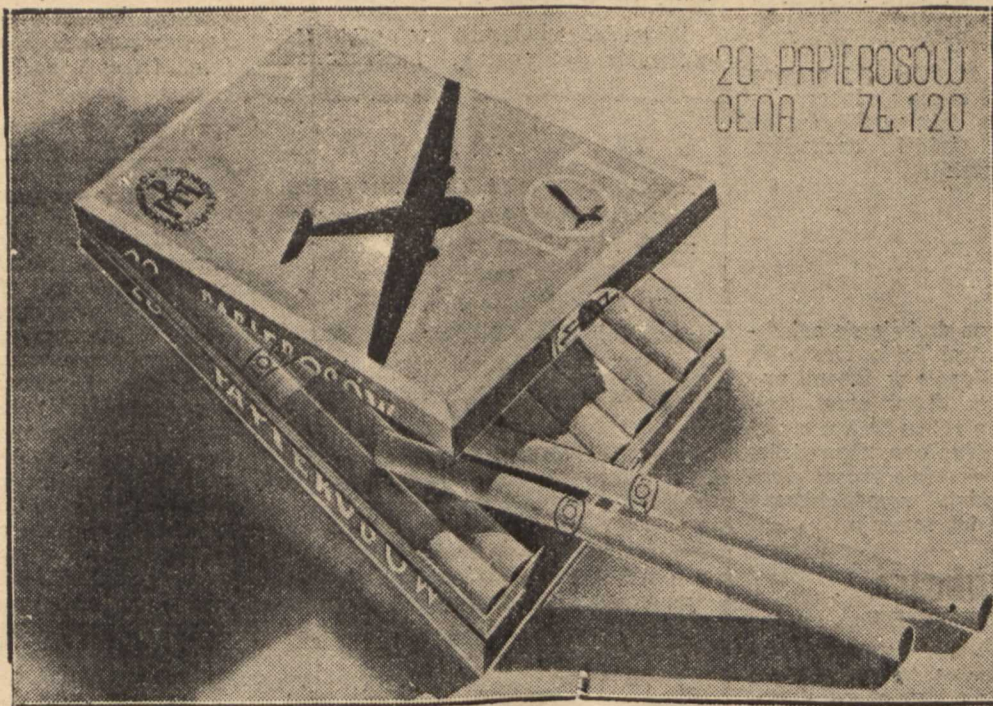
Tom II. Warszawa 1932, str. 309 nłb. 2. Cena zł. 15.

obejmuje następujące prace:

Prof. Władysław Grabski i Doc. Antoni Zabko-Potopowicz: Ratownictwo społeczne w czasie wojny, str. 1—230.

Prof. Władysław Kumaniecki: Stosunki robotnicze w czasie wojny, str. 233 — 309.

W najbliższym czasie ukaże się tom IV w opracowaniu dyr. Stanisława Kuzika: Finanse Polski w czasie wielkiej wojny.



PRASA NA SZEROKIM ŚWIECIE

OGÓLNA

Przesunięcie terminu Kontynentalnego Kongresu Reklamowego w Berlinie.

Kontynentalny Kongres Reklamowy, który miał się odbyć we wrześniu b. r. w Berlinie ustalono na okres od 24 do 28 listopada 1936 r. Udział w Kongresie wezmą kraje należące do Kontynentalnego Związku Reklamowego, obejmującego prawie wszystkie kraje europejskie, który jest członkiem Międzynarodowego Związku Reklamowego.

Doroczny Kongres w roku bieżącym organizuje Sekcja Niemiecka Kontynentalnego Związku Reklamowego.

Polski Związek Reklamowy, jako Sekcja Polska Kontynentalnego Związku Reklamowego, weźmie oficjalny udział w Kongresie.

Organizacją uczestnictwa da członków Związku zajmuje się Sekretariat, mieszczący się w Warszawie przy ulicy Królewskiej 5 (budynek Polskiej Agencji Fotograficznej).

Na zaproszenie organizatorów, prezes Pol. Zw. Reklamowego, profesor Stanisław Z. Zakrzewski, wygłosi na Kongresie w Berlinie referat o „Wzajemnej współpracy organizacji reklamowych” (Zusammenarbeit der Werbefachorganisationen).

AFRYKA POŁUDNIOWA

Prasa niemiecka.

Na obszarach dawnych kolonii niemieckich wychodzi ogółem 13 wydawnictw periodycznych. Dziewięć z tej liczby drukuje się w języku niemieckim. Periodyki niemieckie skoncentrowały się głównie w miejscowości Windhuk (6). Tamtejszy główny dziennik, „Allgemeine Ztg.” bije 1830 egz.

Podtrzymywanie przy życiu tej prasy w dawnych koloniach świadczy, że Niemcy nie zrezygnowali ze swoich pretensji do tych posiadłości i że nie tracą nadziei odzyskania ich.

ARGENTYNA

Stán liczebny prasy.

W Argentynie wychodzi 2820 wydawnictw periodycznych. W tej liczbie 1618 dzienników i tygodników. W Buenos Ayeres — 1250.

CZECHOSŁOWACJA

Prasa w języku francuskim.

Po odzyskaniu niepodległości i ukonstytuowaniu się Republiki Czechosłowackiej, w Pradze powstał w r. 1918 dziennik w języku francuskim „La Paro-

le”. Jego zadaniem miało być zacieśnienie stosunków przyjaźielskich z Francją. Gdy po kilku miesiącach przestał wychodzić, w r. 1919 dr. Svatek zaczął wydawać „Le Rapport Quotidien”, o tych samych celach. Wkrótce jednak i ten dziennik przestał wychodzić. Obecnie w języku francuskim drukuje się w Pradze tylko tygodnik „L'Europe Centrale”, który uważany jest za organ półurzędowy dyplomacji czeskiej oraz służy celom propagandy.

FRANCJA

Podwyżka cen dzienników.

Zmiany, jakie zaszły w ustawodawstwie francuskim, dotyczące warunków i stosunków pracowniczych, zniewoliły Federację Narodową Dzienników Francuskich do podniesienia ceny sprzedaży gazet z 25 na 30 cent. Podwyżka ta odpowiada zwiększonym kosztom produkcji. „Temps” będzie kosztował obecnie 50 cent., „Journal des Debats” — 40. Ceny prenumeraty pozostały niezmiennione. „Bulletin” szwajcarski donosi, że dalsza podwyżka ceny dzienników francuskich nie jest wykluczona. Szwajcaria.

Havas a radio.

Na walnym zgromadzeniu akcjonariuszów Agencji Havas uznano, że Agencja

winna ubiegać się o wpływ w radio. Agencja Havas posiadała dawniej stację „Radio — Paris”. Przed czterema laty wszystkie swoje udziały w tym przedsiębiorstwie odsprzedała. Obecnie będzie uczestniczyć w stacji radiowej „Radio Luxemburg”. Równocześnie Agencja Havas wzięła udział w jednym z francuskich przedsiębiorstw telewizyjnych. Ze sprawozdań, wygłoszonych na walnym zgromadzeniu, wynika, że dział informacyjny Ag. Havas przynosi ciągle niedobory. Ta okoliczność skłoniła akcjonariuszów do szukania nowych źródeł dochodów. („Bulletin“ szwajcarski).

JAPONIA

Liczba dzienników.

Miastem, w którym drukuje się najwięcej dzienników, ma być Tokio. Liczba ich ma wynosić 232. Wogóle w Japonii wychodzi jakoby około 12 000 gazet. Państwo Mikada byłoby zatem krajem o największej liczbie dzienników. Dowodziłoby to jednak równocześnie raczej przesadnego rozdrobnienia przedsiębiorstw wydawniczych, niż ich rozwoju.

ROSJA SOWIECKA

Aresztowania.

Według wiadomości, nadeszłych z Moskwy, Karol Radek i Bucharin, redaktorzy „Izwestij”, zostali w związku z procesem Zinowiewa aresztowani.

STANY ZJEDN. A. P.

Koncern W. R. Hearst'a.

Znów dwie stacje radiowe zostały przez ten koncern zakupione. Hearst posiada obecnie 8 własnych stacji radiowych.

Olbrzymia redakcja.

„New York Times“ ogłasza, że obecnie pracuje w tym wydawnictwie 170 redaktorów. Obsługują oni stale różno-

Rutynowany, biegły stenograf — maszynista, dypłomowany nauczyciel z prawem nauczania stenografii i maszynopisma poszukuje odpowiedniej posady. Oferty: „Prasa“, Warszawa, ul. Zgoda 8, m. 4; dla „F. B.“.

rodne działy tego wielkiego dziennika, który drukuje się codziennie na 60 — 72 stronach wielkiego formatu.

SZWAJCARIA

Kursy dla dziennikarzy w Genewie.

W letnich miesiącach w organizacji „Entreaide Universitaire Internationale“

S O M M A I R E

Appel du Comité de l'Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques aux éditeurs polonais.

St. Krz.: l'Union c'est la force.

Jan Mokrzycki: La presse dans la lutte avec l'analphabétisme.

Les organisations internationales de presse:

Stanisław Kauzik: II-ème réunion du Comité Mixte de la F. I. A. D. E. J. et de la F. I. J.

S. K.: La réunion du Comité Directeur de la F. I. A. D. E. J.

Jerzy Gutsch: II-ème Congrès International de Journalistes catholiques à Rome.

S. K.: l'Exposition Internationale de la Presse Catholique à Rome.

La presse en Allemagne:

Propagande de la presse allemande. Le développement de la presse en U. R. R. S.

J. M.: l'Evolution des tarifs postaux pour le transport de journaux — 1927 — 1936.

30-ème anniversaire du „Kurier Pożnański“.

Le colportage.

LA VIE CORPORATIVE

Les travaux de l'Association Polonaise des Editeurs.

Parmi les journalistes.

CHRONIQUE POLONAISE

LA LOI ET LA PRESSE

LA PRESSE A TRAVERS LE MONDE.

odbył się szereg wykładów na temat: „Prasa a stosunki międzynarodowe“. Prelegentami byli wybitni uczeni i dziennikarze, między innymi profesorowie: Pitman, Patter i Russen, redaktorzy: Vernon Barlett (News Chronicle), Burrows (Międzynarodowy Związek Radiowy), Cinocci (Corriere della Sera), Daniels (Times), wreszcie pp. Ferguson i Joxe, (przedstawiciele Reutera i Havas'a), Streit (New York Times) i inni.

W. BRYTANIA

Czytelnictwo, ogłoszenia.

Według ankiety przeprowadzonej przez London Press Exchange, na każde 100 rodzin W. Brytanii przypada obecnie 95 dzienników porannych, 57½ — wieczornych i 130 czasopism niedzielnych. Gazety o wielkich nakładach sprzedawane są po 2 pency za egzemplarz. Z tej ceny wydawnictwom przypada zaledwie ½ pensa. Lecz reklamy i ogłoszenia dają na każdy egzemplarz dochód w kwocie jednego pensa. Ogółem wartość ogłoszeń, umieszczonych w r. 1935 w 151 wydawnictwach W. Brytanii, obliczona została na 16.770.000 funtów szterlingów (około 440 milionów zł.). Wśród ogłoszeń pierwsze miejsce zajmują produkty spożywcze, później artykuły toaletowe, mydła, trunki, papierosy, środki lecznicze, aparaty muzyczne i radiowe. Najmniejsze napięcie na rynku ogłoszeniowym wykazuje m. sierpień. Ale już we wrześniu następuje poprawa, a październik bywa doskonały. Akwizycja ogłoszeniowa zatrudnia około 18.000 osób. Na ogłoszenie prasowe przypada 75 do 85% sumy ogólnej, przeznaczanej na reklamę i propagandę. Naogół — stwierdza „Zeitungswissenschaft“ — rozwój ogłoszeń w Anglii w dobie powojennej jest bardzo znaczący.

Wakacje króla a prasa.

Król Edward wyraził życzenie, aby o jego wycieczce na wody dalmatyńskie jak najmniej pisano i aby go nie fotografowano. Prasa londyńska z ciężkim sercem zastosowała się do tego życzenia. Niektóre dzienniki i czasopisma nie dotrzymały całkowitej dyskrekcji. Angielscy reporterzy fotograficzni wstrzymali się od zdjęć, lecz jeden z reporterów belgradzkich przebrał się za rybaka. Udało mu się w tym stroju dokonać kilku doskonałych zdjęć migawkowych, przedstawiających króla na willegiaturze.

Czystość druku, głęboka czerń i połysk cechują farby rotacyjne „DR. RATTNER“

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

Cena ogłoszeń: Zwyczajne: 1 str. — 200 zł.; ½ str. — 110 zł.; ¼ str. — 75 zł.; 1/8 str. — 60 zł. W teście 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, Zgoda 8 m. 4. Tel. 340-00. Konto rozrach. Warszawa I nr. 751.

WYDAWCA: POLSKI ZWIĄZEK WYDAWCÓW DZIENN. I CZASOPISM.

REDAKTOR: STANISŁAW KAUKIK

SEKRETARZ REDAKCJI: JAN MOKRZYCKI.

Zakłady Graficzne Tow. Wyd. „Bluszcz“, Warszawa, Solec 87.