

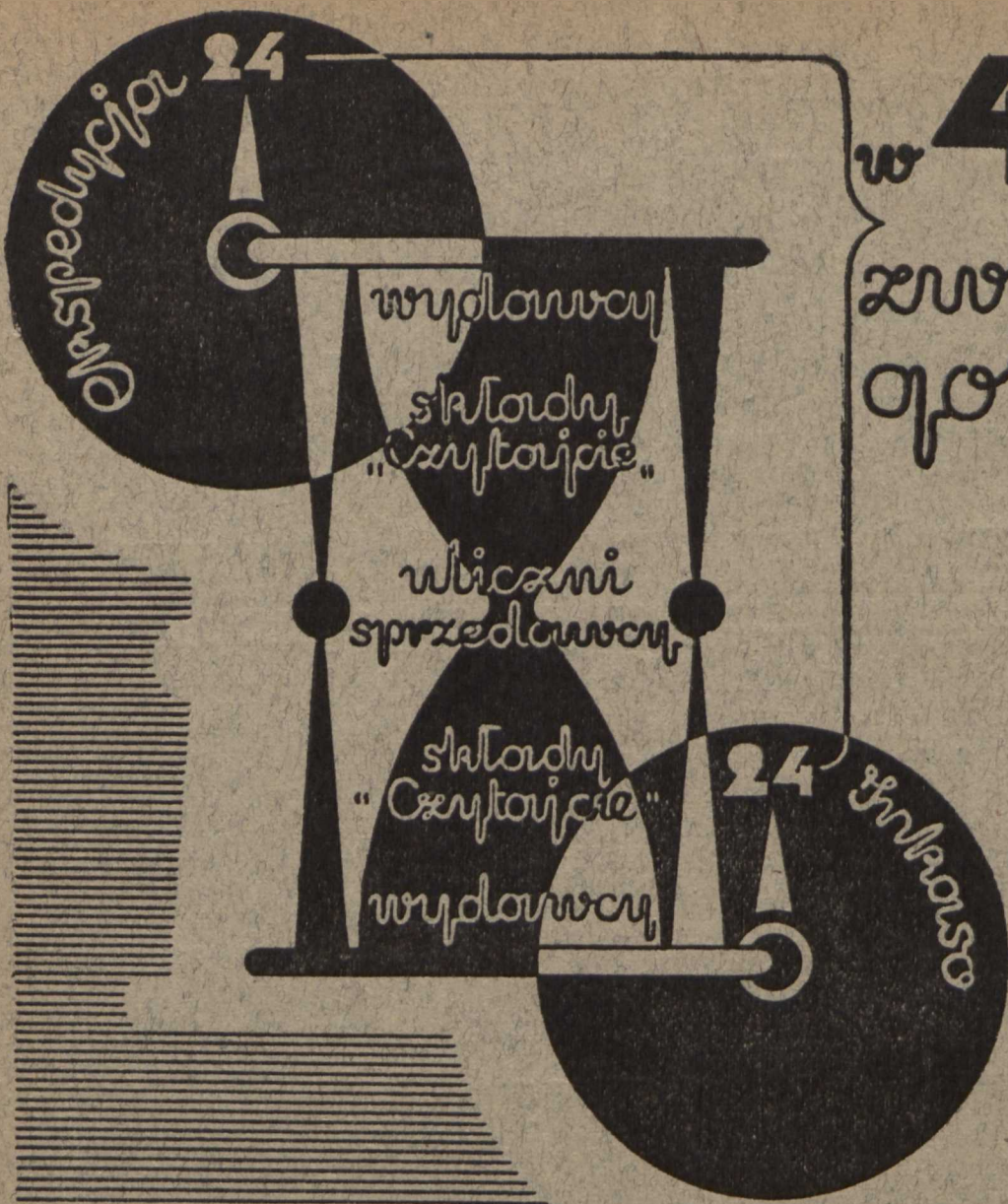
POŻYCZANIE PISMA U SPRZEDAWCY JEST NADUŻYCIEM

# PRASA

ORGAN POLSKIEGO  
ZWIĄZKU WYDAWCÓW  
DZIENNIKÓW I  
CZASOPISM.



CZASOPISMO POŚWIĘCONE SPRAWOM  
WYDAWNICZYM I PRASOWYM



w 40 opda.  
zwróty i  
opłat w ka

SPÓŁKA KOLPORTAŻOWA WYDAWCÓW

**CZYTAJCIE**

WARSZAWA-KRAKOWSKIE-PRZEDMIEŚCIE 60-TEL. 250-55

Z K O I M O W S K I

# PRASA

ORGAN POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM  
 ORGANE DE L'ASSOCIATION POLONAISE DES EDITEURS DE JOURNAUX ET DE PERIODIQUES  
 CZASOPISMO POŚWIĘCONE SPRAWOM WYDAWNICZO-PRASOWYM

REDAKTOR — STANISŁAW KAUKI

TREŚĆ ZESZYTU — SOMMAIRE:

ARTYKUŁY — ARTICLES:

Str.

- Feliks Mrozowski*: Bilans pracy zrzeszonych wydawców — Le bilan de l'activité des éditeurs associés . . . . . 1
- Jan Wiśniowski*: Statystyka drobnych ogłoszeń — La statistique des petites annonces . . . . . 4
- Aleksander Pawłowski*: Kongres Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej — Le Congrès de la Fédération Internationale de la Presse Technique . . . . . 8
- Międzynarodowe Konferencje prasowe w Madrycie — Les Conférences internationales de la Presse à Madrid:  
 II-ga Konferencja F. I. A. D. E. J. — II-ème Conférence de la F. I. A. D. E. J.  
 II-ga Międzynarodowa Konferencja Rządowych Biur Prasowych i Przedstawicieli Organizacji Prasowych — II-ème Conférence Internationale des Bureaux Gouvernementaux de Presse et des Représentants des Organisations de Presse . . . . . 12
- Konferencja Prasowa w Związku Wydawców — Conférence de presse organisée par l'Association Polonaise des Editeurs . . . . . 14
- Udział prasy w Pożyczce Narodowej — Contribution de la presse polonaise à l'Emprunt National . . . . . 15
- Prasa codzienna w Wielkopolsce — La presse quotidienne en Pologne . . . . . 16
- 40-lecie „Dziennika Kujawskiego” — Le 40-ème anniversaire du journal „Dziennik Kujawski” . . . . . 17
- Pobyt w Polsce oj. H. Hermansa — Le séjour du père H. Hermans en Pologne . . . . . 18
- Jubileusz Holenderskiego Związku Wydawców — L'anniversaire de l'Association Hollandaise des Editeurs . . . . . 21
- Jubileusz dziennika „De Maasbode” — L'anniversaire du journal „De Maasbode” . . . . . 22

- Amerykański Statut Prasowy — Le Statut de la Presse aux Etats Unis . . . . . 23
- Kongres reklamy w Rzymie i Medjolanie — Le Congrès de la publicité à Rome et à Milan . . . . . 24
- Prasa i reklama prasowa na wystawie w Olimpji — La presse et la publicité à l'Exposition de l'Olympia . . . . . 25
- Zyski i straty prasy włoskiej — Les profits et pertes de la presse italienne . . . . . 26
- ZYCIE ORGANIZACYJNE — LA VIE CORPORATIVE:  
 Z działalności Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism — Activité de l'Association Polonaise des Editeurs de Journaux et de Périodiques . . . . . 27
- Z działalności międzynarodowych organizacji prasowych — Activité des organisations internationales de presse . . . . . 52
- Z działalności Związku Dziennikarzy R. P. — Activité de l'Association des Journalistes de la République de Pologne . . . . . 32
- KRONIKA KRAJOWA — CHRONIQUE POLONAISE:  
 Jubileusz — Anniversaires . . . . . 34
- Z życia prasy — La vie de la presse . . . . . 36
- PRZEGLĄD USTAW I ROZPORZĄDZEN — REVUE DES LOIS ET DES DECRETS . . . . . 39
- SĄDOWNICTWO A PRASA — LES TRIBUNAUX ET LA PRESSE:  
*Jan Ostrowski*: O własność tytułu czasopisma — De la propriété du nom d'un journal . . . . . 41
- KRONIKA ZAGRANICZNA — CHRONIQUE ETRANGERE . . . . . 42
- PRZEGLĄD PIŚMIENICTWA — BIBLIOGRAPHIE . . . . . 47

FELIKS MROZOWSKI

Prezes Rady Związku Wydawców.

## BILANS PRACY ZRZESZONYCH WYDAWCÓW

Przemówienie, wygłoszone na IV-tym Ogólnym Zebraniu Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism.

Mając zaszczyt powitania Was, Szanowne Panie i Szanowni Panowie, z okazji otwarcia IV-go Ogólnego Zebrania Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, pragnę pokrótce przedstawić wszystko ważniejsze z tego, co Związek nasz od początku swego istnienia zdołał dokonać.

Uważam, że zrobić to należy, gdyż olbrzymie trudności, z którymi wydawnictwa w wyniku niebywałego kryzysu gospodarczego muszą się borykać, mogą zaciemnić jasny pogląd na środki, którymi nasz Związek dysponuje i mogą zatrzeć w pamięci naszej świadomość tego, co by było,

W 960/68/3

gdybyśmy my, wydawcy polscy, nie rozumieli, że dla pokonania tych trudności musimy przestrzegać solidarności w dziedzinach, w których niema między nami sprzeczności interesów, w których walka konkurencyjna może być dla nas tylko szkodliwą.

Działalność Związku dotyczy przede wszystkim normowania stosunków w dziedzinach następujących: 1) sprawy regulowane przez Państwo, 2) stosunki z dostawcami, 3) stosunki z niektórymi kategorjami pracowników, 4) zagadnienia działalności instytucyj współpracujących z prasą i konkurencyjnych, 5) wypłacalność odbiorców i warunki współpracy z nimi.

Przejrzyjmy więc kolejno to wszystko, czego Związek nasz zdołał w tych dziedzinach dokonać.

W zakresie spraw, regulowanych przez Państwo, lista pomyślnie załatwionych postulatów Związku jest bardzo poważna.

Władzom Związku udało się uzyskać:

1) wprowadzenie w październiku 1929 r. i utrzymanie do dnia dzisiejszego ulgowej taryfy kolejowej na papier rotacyjny;

2) uchylenie w r. 1930 okólnika Ministerstwa Skarbu co do clenia farb drukarskich z pigmentem jako barwników; zapobiegło to podwyżce cen farb drukarskich;

3) rozszerzenie obsługi przez pocztę wydawnictw ukazujących się raz na tydzień i rzadziej na tereny urzędów nadawczych w dużych miastach oraz rozszerzenie obsługi dzienników przez pocztę na peryferjach stolicy;

4) wprowadzenie ulgowych opłat pocztowych przy korespondencji wydawnictw z prenumeratorami;

5) zezwolenie Ministra Poczty i Telegrafów na przesyłanie za ryczałtem: a) numerów okazowych, b) numerów z zeszytych okresów prenumeraty oraz c) prospektów reklamowych pism;

6) zmianę ustawy o poczcie, telegrafii i telefonii, w kierunku umożliwienia pismom korzystania z autobusów przy przewozie pism;

7) obniżenie opłat pocztowych za przesyłkę dodatków nadzwyczajnych do pism (wkładki reklamowe) do wysokości opłat pobieranych za rozsyłkę druków nadawanych w ilości ponad 1000 sztuk;

8) zmianę postanowień Ministra Poczty i Telegrafów w sprawie telefonów prasowych, w kierunku rozszerzenia pojęcia „międzymiastowej telefonicznej rozmowy prasowej“;

9) uchylenie w roku 1932 zamiaru podwyższenia opłat za przewóz pism kolejami oraz uzyskanie w kwietniu 1933 roku obniżenia tych opłat od 20—70 proc.;

10) częściowe zmiany w rozkładach jazdy Polskich Kolei Państwowych w myśl dezyderatów wydawców;

11) zgodę Ministra Przemysłu i Handlu na systematyczne stosowanie ulg celnych przy przywozie z krajów traktatowych maszyn drukarskich niewyrabianych w Polsce;

12) wprowadzenie ulg przy przywozie z zagranicy materiału ilustracyjnego dla dzienników i czasopism;

13) zgodę Ministra Przemysłu i Handlu na stosowanie w indywidualnych wypadkach zwolnienia od zakazu przywozu z zagranicy matryc drukarskich z tektury;

14) wprowadzenie cła na czasopisma drukowane w języku polskim zagranicą;

15) uchylenie okólnika Ministra Skarbu w sprawie opodatkowania obrotów drukarń, należących do przedsiębiorstw wydawniczych, z tytułu druku własnych dzienników i czasopism;

16) uwzględnienie postulatów wydawców w rozporządzeniu wykonawczem do rozporządzenia ustawodawczego Prezydenta Rzeczypospolitej o wykonywaniu praktyki lekarskiej (sprawa ogłoszeń środków lekarskich);

17) ulgowe paszporty handlowe, w szeregu indywidualnych wypadków dla członków Związku;

18) zniżki kolejowe, w indywidualnych wypadkach, przy przejazdach członków władz Związku w sprawach organizacyjnych;

19) ulgi w opłatach kuracyjnych, w indywidualnych wypadkach dla członków Związku.

Jak widzimy, lista rezultatów prac Związku w zakresie spraw regulowanych przez Państwo jest bardzo poważna, przyczem zaznaczyć należy, że obejmuje ona tylko załatwione przez Związek sprawy większej wagi.

Jeżeli chodzi o stosunek Związku do dostawców przemysłu wydawniczego, to w tej dziedzinie osiągnęliśmy może najpoważniejsze rezultaty.

Dzięki umiejętnie prowadzonym rokowaniom uzyskaliśmy:

1) obniżenie cen papieru gazetowego od 1 lipca 1931 r. z 62 na 60 groszy, od 1 lutego 1932 roku z 60 na 56 groszy, od 19 lipca 1932 roku z 56 na 53 gr., od 1 lutego 1933 roku z 53 na 48,5 groszy;

2) obniżenie cen papierów drukowych, używanych na czasopisma od 1 lutego 1932 r. o 5—7 proc., od dnia 19 lipca 1932 roku o 6—10 proc., od 1 lutego 1933 roku o 8—14 procent.

Sukces to bezwątpienia bardzo duży, gdyż członkowie Związku Wydawców osiągnęli tu poważne oszczędności pieniężne.

Jeśli chodzi o dostawę informacji prasowych Związek Wydawców, na drodze szeregu konferencyj odbytych z władzami Polskiej Agencji Telegraficznej, uzyskał realizację szeregu postulatów, dotyczących usprawnienia obsługi prasy przez Polską Agencję Telegraficzną.

Również jeśli chodzi o sprawę stosunku Związku do niektórych kategorji pracowników przedsiębiorstw wydawniczych — Związek może poszczycić się konkretnymi, dodatnimi rezultatami. Uzyskano mianowicie dwukrotne obniżenie cennika zecerskiego w drukarniach gazetowych m. st. Warszawy w umowie zbiorowej łącznie nie o 22 proc. i usunięto z niej szereg bardzo uciążliwych postanowień. Od sierpnia roku 1932 panuje stan bezumowny tak, że stosunek pracowników z poszczególnymi wydawnictwami jest regulowany indywidualnie. Choć zmiany te dotyczyły tylko stolicy, jednakże wprowadzenie ich w życie odbiło się pomyślnie na kształtowaniu się cenników zecerskich w całej Polsce, gdyż cennik stolicy był najwyższy.

Przechodząc do spraw związanych z instytucjami o pokrewnym typie działalności pragnę powiedzieć parę słów o tem, jakie prace były podejmowane celem uregulowania stosunków prasy do radja, do reklamy pocztowej i reklamy bezpośredniej.

Stosunki z radjem nie zostały jeszcze ostatecznie uregulowane. Władze Związku otaczały jednak stale czujną

uwagą te dziedziny działalności Polskiego Radja, które wkraczają w sferę spraw wydawniczo-prasowych tj. działalność informacji radja o wydarzeniach bieżących oraz reklamy radjowej. Związek przeprowadził szereg konferencji, zmierzających do uzgodnienia w tych dziedzinach interesów prasy i Polskiego Radja w tym sensie, aby radjo nie wyrządzało szkód prasie. Mogę Państwa zapewnić, że Zarząd Związku, przywiązując do tej sprawy bardzo dużą wagę, nie omieszka dążyć usilnie do uzyskania pełnej realizacji naszych postulatów.

Co do reklamy pocztowej wstrzymuję się tutaj z bliższymi wyjaśnieniami, gdyż akcja mająca na celu ograniczenie konkurencji tego nowopowstałego przedsiębiorstwa państwowego jest w toku, mogę tylko Państwa zapewnić, że i w tej sprawie Związek nie spocznie, dopóki nie uzyska zadawalających rezultatów.

W dziedzinie reklamy bezpośredniej skutecznie bronić się można przede wszystkim przez uświadomienie społeczeństwa o wyższości reklamy prasowej nad innymi sposobami reklamy. Akcją tę prowadzić należy jednak w sposób niezmiernie ostrożny, gdyż jaskrawe formy takiej akcji mogłyby nasunąć czytelnikom uwagę, że prasa w tej sprawie nie jest bezstronna. Jestem zresztą przekonany, że Zarząd Związku Wydawców potrafi znaleźć najodpowiedniejsze formy dla osiągnięcia pozytywnych wyników w tej dziedzinie.

Pozostaje wreszcie omówienie naszego stosunku do odbiorców. Uważam, że Związek Wydawców winien w tej dziedzinie zajmować się przede wszystkim sprawą zwiększenia wypłacalności odbiorców. Inne ujęcie sprawy pociągnęłoby za sobą konieczność uzgodnienia interesów wszystkich wydawnictw oraz konieczność wyeliminowania czynnika wzajemnej konkurencji. Natrafiłoby to napewno na duże trudności.

Jeżeli rozważać będziemy to, czego dokonano w dziedzinie uporządkowania naszych stosunków z odbiorcami kolportażowymi, to musimy stwierdzić, że w dziedzinie zwiększenia ich wypłacalności dokonano bardzo dużo.

Stworzona w r. 1930 Spółka „Czytajcie” pracuje już zupełnie normalnie, jeżeli chodzi o wypłacalność, wyniki pracy tej spółki są w 100 proc. pozytywne. Obecnie „Czytajcie” pracuje nad realizacją postulatów Związku doty-

czących usprawnienia techniki obsługi prasy. Mówiąc o sprawach kolportażowych, wspomnieć należy o akcji Zw. Wydawców, zmierzającej do zwalczania wypożyczania dzienników i czasopism. Akcja ta dała już pozytywne rezultaty i możemy mieć nadzieję, że uda nam się w przyszłości plagę tę w zupełności opanować. Co do kolportażu prowincjonalnego, jest on w znacznej mierze dokonywany przez Towarzystwo „Ruch”, z którym Związek utrzymuje stały kontakt; umożliwia to oddziaływanie Związku na sposób rozwiązywania szeregu zagadnień kolportażu prowincjonalnego i kolejowego z korzyścią dla prasy.

Najtrudniejszą wreszcie sprawą jest obecnie uporządkowanie rynku ogłoszeniowego w Polsce. Kwestja ta jest dlatego niezmiernie trudną, że uporządkowanie tych stosunków, zależy przede wszystkim od stosowania przez wydawnictwa racjonalnej polityki ogłoszeniowej. Sytuacja finansowa wielu wydawnictw nie pozwala jednakże na stosowanie zasad doskonale przez kierownictwa tych wydawnictw rozumianych. Mam nadzieję, że zrozumienie szkodliwości bezwzględnej walki konkurencyjnej w dziedzinie ogłoszeniowej jest już obecnie tak wielkie, iż będzienne mogli przystąpić do stopniowego uporządkowania rynku ogłoszeniowego w Polsce.

Tak się przedstawia w ogólnych bardzo zarysach działalność Związku w okresie lat 4-ch. Nie wiem, co nam przyszłość przyniesie i nie chcę się bawić w prorocтва, przesilenie gospodarcze weszło jednak w tak ostrą fazę, że należałoby przypuszczać, iż ludzkość, która osiągnęła tak wysoki stopień cywilizacyjny potrafi znaleźć wyjście z zaulku, w którym się znajduje. Jakkolwiek jednak będzie się sytuacja gospodarcza kształtować, jedno wydaje się być pewnym, że trudności tak wielkie jak obecne, zwalczać można tylko solidarnie. Jestem daleki od niedoceniania czynnika konkurencji, który jest przecież czynnikiem wszelkiego postępu. Walka konkurencyjna, musi być w czasie kryzysu łagodzona, przede wszystkim zaś winna zawsze odznaczać się wysokim poziomem. Zbyt bezwzględna konkurencja odbije się zawsze, po pewnym czasie, na tym, który ją stosuje. Nie potrzebuję zretą Wam, Panie i Panowie tego faktu podkreślać, gdyż krótkowzroczna bezwzględność i brak lojalności nie są cechami polskimi. Polską działalność cechuje zasada „fair play”. Zadaniem naszym jest tę cechę propagować, pamiętajmy więc tej zasady sami przestrzegać.

## SZKODNICY

Wydawałoby się dziwnem, że dziś jeszcze kogokolwiek przekonywać lub pouczać trzeba o szkodzie, jaką wyrządza państwu i społeczeństwu przemyt. A jednak raz po raz sygnalizują to z Kresów północno-wschodnich, to z zachodnich o przychwytywaniu wielkich partij tytoniu.

Rozumie się, że nie mamy zamiaru przemawiać do sumień przemytników. Są to ludzie postawieni przez prawo i zwyczaj poza nawias społeczeństwa. Jasną jest jednak rzeczą, że krecią pracę przemytnikowi dostarczają ci, skądinąd szanowni i szanujący się obywatele, którzy nabywają i palą przemycane papierosy lub tytonie. Jeżeli przemytnik traktowany jest przez tychże obywateli na równi ze złodziejem lub innym przestępcą, jeżeli tak samo traktowany jest „Paser”, skupujący kradzione przedmioty, to czy konsument przemycanego towaru nie zasługuje na takie traktowanie? Niepodlegającą dyskusji ani wątpliwości odpowiedź pozostawiamy samym nabywcom przemycanych papierosów. Całe społeczeństwo wzywamy zaś do napiętnowania tych szkodników, szczególnie w obecnym okresie napięcia gospodarczego, gdy wszystko co żywe w społeczeństwie, staje do walki na froncie gospodarczym.

Dr. JAN WIŚNIEWSKI

## STATYSTYKA DROBNYCH OGŁOSZEŃ

W JEDNYM Z DZIENNIKÓW POLSKICH

Charakterystyka materiału podstawowego i metody opracowania. Badanie oparte jest na rocznikach jednego z dzienników polskich z lat 1925 — 1931 włącznie. Ponadto, niektóre działy ogłoszeń badane były jeszcze i w r. 1932. Jako jednostkę statystyczną przyjęto jeden centymetr bieżący druku jednoszpaltowego, a zatem — ściśle mówiąc — badaniu podlega powierzchnia, zajęta przez drobne ogłoszenia. Ponieważ jednak naogół osoby, zamieszczające drobne ogłoszenia, dążą stale do możliwego lakonizmu, można przypuścić, że powierzchnia drobnych ogłoszeń jest w ogólnych zarysach proporcjonalna do ich liczby przy porównaniu różnych okresów czasu; dysproporcje istnieją zapewne w poszczególnych działach ogłoszeń (bo przecież więcej miejsca poświęcić trzeba na ogłoszenie o sprzedaży kamienicy, niż gramofonu), ale te dysproporcje mają tylko znaczenie z punktu widzenia wydawców pisma.

Techniczne opracowanie materiału dokonane zostało w lwiej części przez studentów Wyższej Szkoły Handlowej w Warszawie, uczestników seminarjum prof. Z. Limanowskiego z teorii statystyki, w latach 1930/31 i 1931/32, pod bezpośrednim kierunkiem autora niniejszego artykułu i p. I. Buczkowskiego.

Dane o powierzchni, zajętej przez oddzielne kategorie ogłoszeń w każdym poszczególnym numerze dziennika, otrzymywano przez bezpośrednie mierzenie zapomocą linijki z podziałką i zapisywano na arkuszu, obejmującym dane z całego miesiąca. Celem uzyskania porównywalności pomiędzy miesiącami o nierównej długości i niejednakowym składzie (np. jeden miesiąc liczy 4 niedziele, drugi 5), stworzono fikcję statystyczną t. zw. miesiąca standartowego, posiadającego po cztery tygodnie powszednie (t. zn. 4 poniedziałki, 4 wtorki i t. d.), oraz pięć niedziel i dni świątecznych<sup>1)</sup>. Obliczano więc najpierw średnie dla poszczególnych dni tygodnia, ilekroć razy przypadają one w ciągu danego miesiąca, poczem otrzymane średnie mnożono przez wagi (4 dla dni powszednich, 5 dla świątecznych). Suma iloczynów średnich przez wagi daje „standaryzowaną” powierzchnię drobnych ogłoszeń w danym miesiącu.

Inne metody statystyczne, które znalazły zastosowanie, to przede wszystkim metoda stosunków ogniowych (harwardzka) w badaniu wahań sezonowych. Do badania stosunków procentowych poszczególnych dni tygodnia zastawano medianę rozszerzoną trzech-członową w ten sposób, że najpierw obliczono odpowiednie stosunki dla każdego roku, potem zaś znaleziono średnią trzech „wewnętrznych” stosunków dla każdego dnia, stosując potem odpowiednią poprawkę, celem zaokrąglenia sumy stosunków do 100 proc.

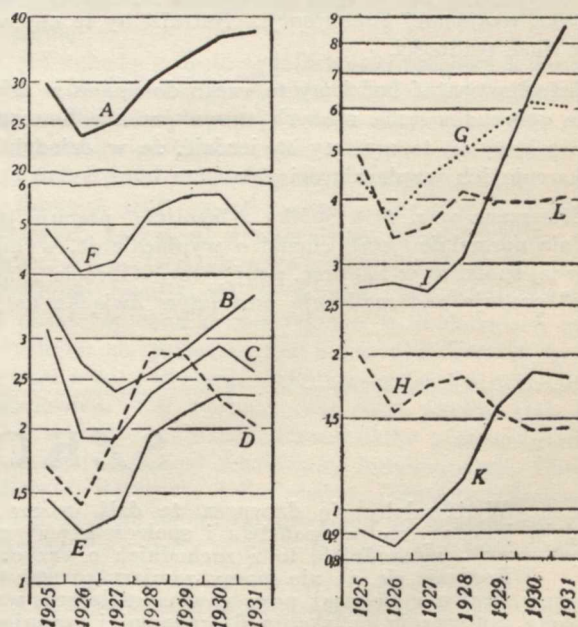
<sup>1)</sup> Otrzymany w ten sposób stosunek liczby dni świątecznych do powszednich jak 5:24 odpowiada dokładnie przeciętnemu stosunkowi z całego roku.

Poniżej podajemy wykaz zbadanych działów wraz ze stosunkiem procentowym powierzchni danego działu do ogólnej powierzchni ogłoszeń w okresie badanym.

Nauka i wychowanie	9,7%
Posady i prace poszukiwane	8,1%
Posady i prace zaofiarowane	6,9%
Służba domowa	6,0%
Kupno i sprzedaż	16,1%
Interesy handlowe i majątkowe	16,3%
Lokale poszukiwane	5,3%
Lokale zaofiarowane	4,4%
Zamiejscowe, letnie mieszkania	4,2%
Różne (doniesienia rozmaite, licytacje, poszukiwania rodzin)	13,0%
	100,0%

Ogólna tendencja powierzchni ogłoszeń. Ogólna strukturalna tendencja powierzchni, zajętej przez ogłoszenia drobne w badanym dzienniku, jest niewątpliwie wzrastająca, jak to widać z podanego poniżej wykresu.

Powierzchnia zajęta przez drobne ogłoszenia. (przeciętnie w szpaltach na jeden numer) Skala logarymiczna.



A — powierzchnia ogólna, B — nauka i wychowanie, C — posady i prace poszukiwane, D — posady i prace zaofiarowane, E — służba domowa, F — kupno i sprzedaż, G — interesy handlowe i majątkowe, H — lokale poszukiwane, I — lokale zaofiarowane, K — zamiejscowe i letnie mieszkania, L — różne.

Częściowo wzrost ten może być uwarunkowany wzrostem rzeczywistej liczby transakcyj na danym rynku (np. lokale zaofiarowane, letnie mieszkania), częściowo zaś zależeć od wzmagającego się posługiwanie się ogłoszeniem, jako środkiem zwrócenia uwagi na swoją ofertę (np. służba domowa). Tendencja wzrostu nie jest we wszystkich działach jednakowa, istnieją nawet działy, zupełnie jej nie ujawniające (nauka i wychowanie, posady i prace poszukiwane, lokale poszukiwane, różne), ogólna suma ogłoszeń jednakże bezwzględnie wykazuje wzrost od konjunktury niezależny. Rok 1926, będący rokiem złej konjunktury, ujawnia wprawdzie poziom znacznie niższy od r. 1925, potem jednak następuje stały, nieprzerwany wzrost, nieco tylko zwolniony przez kryzys. Czy porównamy ze sobą lata dobrej konjunktury np. 1925 i 1928, czy lata złej konjunktury 1926 i 1931, wzrost okazuje się bardzo znaczny i niewątpliwy.

**Powierzchnia ogłoszeń w poszczególnych dniach tygodnia.** Kwestja, ile ogłoszeń przypada na poszczególne dni tygodnia, ma znaczenie przedewszystkiem dla samego wydawnictwa. Zastosowaną do obliczeń metodę opisaliśmy powyżej; tutaj podamy tylko otrzymane liczby.

Dni tygodnia	W miesiącu standardowym %	W tygodniu bez świąt %
Poniedziałki . . . . .	8,3	8,9
Wtorki . . . . .	13,5	14,5
Srody . . . . .	12,8	13,7
Czwartki . . . . .	14,1	15,0
Piątki . . . . .	10,1	10,9
Soboty . . . . .	8,7	9,3
Niedziele i święta . . . .	32,5	27,8
	100,0	100,0

Zauważyć jeszcze można, że w okresie badanym istnieje wyraźna tendencja ku zwiększaniu się skupienia ogłoszeń w dniach świątecznych, na niekorzyść innych dni tygodnia. Wtorek i czwartek mniejwięcej utrzymują swój udział w ogólnej sumie tygodniowej. W r.

1925 ogłoszenia w numerach niedzielnych i świątecznych obejmowały 26,1 proc. w mies. standardowym, w r. 1931 już 43,2 proc.

**Sezonowość ogłoszeń.** Metoda obliczeń podana jest na początku artykułu. Zastosowanie miesiąca standardowego pozwoliło na wyodrębnienie tych wahań, które związane są z faktyczną sezonowością, nie zaś uzależnione od konstrukcji kalendarza. Wyniki obliczeń zawiera tablica, zamieszczona u dołu strony niniejszej.

**Ogólna powierzchnia ogłoszeń** wykazuje wyraźnie dwa maksima i dwa minima. Maksima przypadają na maj i wrzesień, minima na lipiec i grudzień. Minimum lipcowe związane jest wyraźnie z życiem wielkiego miasta, którego tętno w okresie wakacyjno-urlopowym słabnie, pozostałe natomiast dolne i górne kulminacje zgadzają się dosyć dobrze z analogicznymi kulminacjami sezonowymi całości życia gospodarczego, reprezentowanej np. przez ogólny wskaźnik produkcji. Ujmując kwestję statystycznie, przebieg sezonowości ogólnej powierzchni ogłoszeń jest wypadkową sezonowości w poszczególnych działach, jak to się okaże z poniższego przeglądu.

**Nauka i wychowanie.** Największe ożywienie sezonowe przypada na początek roku szkolnego, natomiast okresy świąt i wakacyj ujawniają poziom bardzo niski (grudzień, kwiecień, lipiec).

**Posady i prace poszukiwane.** Maksimum przypada na okres ożywienia jesiennego (wrzesień), minimum na lipiec. Pomiędzy temi krańcowymi punktami zmiany zachodzą w sposób dosyć regularny, wyjąwszy tylko świąteczny grudzień.

**Posady i prace zaofiarowane.** Krzywa wahań sezonowych posiada dwa silnie zaznaczające się maksima, przypadające na okres wiosenny i jesienny, wywołane głównie dużym zapotrzebowaniem sił roboczych w przemysle konfekcyjnym; na ożywienie wiosenne, które jest znacznie silniejsze od jesiennego, wpływają ponadto ogłoszenia interesów handlowych o charakterze sezonowym, jak kawiarnie i cukiernie letnie, kioski i t. p. Minima przypadają na okres letni i zimowy.

#### WSKAŹNIKI WAHAŃ SEZONOWYCH (W % PRZECIĘTNEJ ROCZNEJ)

Miesiące	Nauka i wychowanie	Posady i prace poszukiwane	Posady i prace zaofiarowane	Służba domowa	Kupno i sprzedaż	Interesy handlowe i majątkowe	Lokale poszukiwane	Lokale zaofiarowane	Zamieszkiwane i letnie mieszkania	Różne	Razem
I	110,6	108,6	86,0	107,9	88,3	88,2	89,6	91,2	33,1	94,3	94,5
II	102,3	104,2	91,2	107,1	89,1	101,8	87,6	87,2	27,2	98,2	98,8
III	70,7	102,9	108,3	94,9	104,8	104,1	96,2	87,6	48,2	104,3	99,5
IV	62,4	94,1	111,2	105,7	102,8	114,5	88,2	90,5	116,8	97,6	98,4
V	74,9	97,4	124,7	110,1	102,7	112,3	80,4	94,6	280,9	95,6	105,9
VI	77,1	90,9	114,9	81,7	89,7	112,6	101,3	101,9	278,9	83,1	94,0
VII	57,7	75,1	89,6	51,7	83,8	100,4	96,1	86,4	142,3	75,9	81,4
VIII	108,0	88,9	97,3	75,5	83,6	105,9	133,0	110,3	102,4	78,1	94,5
IX	214,2	129,8	119,9	159,1	110,9	109,1	141,7	150,9	63,9	120,2	131,9
X	151,1	118,6	98,0	132,8	119,8	80,5	117,4	114,4	37,4	123,4	113,0
XI	108,1	107,2	85,6	110,5	109,5	92,7	98,8	101,6	29,3	117,4	101,5
XII	63,2	81,7	73,4	63,3	115,6	77,8	70,1	82,5	39,8	111,8	86,3

**Służba domowa.** Krzywa wybitnie przypomina krzywą działu posady i prace poszukiwane, z tą tylko różnicą, iż lokalne minimum można jeszcze zaobserwować w marcu.

**Kupno i sprzedaż.** Występują tu dwa okresy ożywienia: wiosna i jesień. Ciekawe, że w tym dziale okresy świąteczne (lecz nie wakacje letnie) nie powodują zmniejszenia aktywności ogłaszania się.

**Interesy handlowe i majątkowe.** Dział ten wykazuje przebieg sezonowości zupełnie odmienny, niż inne. Okres ożywienia przypada tutaj na wiosnę i lato — miesiące od lutego do września włącznie wykazują poziom powyżej przeciętnej z niewielkim tylko zagłębieniem w lipcu. Widocznie zatem ten okres odgrywa główną rolę w transakcjach nieruchomościami i przedsiębiorstwami.

**Lokale poszukiwane.** Maksymalne natężenie przypada na sezon jesienny, co jest wynikiem powrotu ludności z letnisk i uzdrowisk i ogólnego ożywienia sezonowego w tej porze. Poza tym okresem krzywa wahań sezonowych pozostaje w ciągu całego roku poniżej przeciętnej, wykazując tylko pewne ożywienia, przypadające na końcowe miesiące kwartałów, t. j. na marzec i czerwiec (oraz wrzesień). Grudzień natomiast ujawnia najniższy poziom sezonowy, spowodowany zapewne okresem świątecznym.

**Lokale zaofiarowane.** Krzywa sezonowości tego działu ogólnie podobna jest bardzo do krzywej działu lokale poszukiwane. Nie występuje tylko nasilenie podaży w końcu pierwszego kwartału. Znaczne podniesienie się krzywej sezonowości w obu tych działach w miesiącu czerwcu może być wywołane nietylko zwyczajem zmiany mieszkania w końcu kwartału, lecz także chęcią uregulowania spraw mieszkaniowych przed rozpoczęciem okresu letniego.

**Zamiejskowe i letnie mieszkania.** Ze zrozumiałych względów ogłoszenia skoncentrowane są tutaj w miesiącach maju i czerwcu. Pewien mały wzrost, wywołany zimowym sezonem turystyczno-uzdrowiskowym, spotrzegamy również w grudniu.

**Różne.** Niejednolita ta grupa ujawnia wybitną koncentrację ogłaszania się w okresie jesieni i wczesnej zimy (wrzesień do grudnia). Pozatem tylko przedświąteczny marzec wykazuje poziom powyżej przeciętnej rocznej.

**Wahania konjunkturalne.** A priori bardzo trudno jest przewidzieć, w jaki sposób zmiany ogólnej konjunktury odbić się mogą na aktywności ogłoszeniowej. Weźmy np. okres recesji konjunkturalnej. Liczba ogłoszeń firm handlowych będzie tu wypadkową przeciwdziałających sił: z jednej strony chęci walki ze zmniejszaniem się zbyt zapomocą reklamy, z drugiej strony redukcji budżetu reklamowego firm i mogącego powstać przeświadczenia o bezcelowości ogłaszania się. W ogłoszeniach znowu np. osób, poszukujących mieszkań, wyróżnić można również efekt z jednej strony zwiększającej się podaży, powodującej większą łatwość znalezienia mieszkania bez ogłoszenia, z drugiej zaś chęci przeprowadzki z lokali droższych do tańszych, co ze swej strony wzmaga potrzebę ogłaszania.

W ogólnej powierzchni ogłoszeń, jak już zauważono wyżej, wpływ zmian konjunkturalnych jest w znacznej mierze skompensowany strukturalną dążnością do wzrostu. Zła konjunktura 1926 roku wywołała znaczne zmniejszenie się powierzchni ogłoszeń w porównaniu do roku poprzedzającego, późniejsze zaś ożywienie ujawniło się w postaci znacznego wzrostu. Jednakże obecny kryzys konjunkturalny nie spowodował (aż do r. 1931) zmniejszenia się ogólnej powierzchni ogłoszeń, a tylko zwolnienie tempa jej wzrostu.

Większość działów ogłoszeń (wyjątki stanowią: różne, gdzie wahania noszą charakter zupełnie przypadkowy, oraz posady i prace zaofiarowane, nauka i wychowanie, lokale poszukiwane i zaofiarowane, które do działów będą omówione oddzielnie) wykazuje przebieg zbliżony do zmian, zachodzących w ogólnej powierzchni ogłoszeń, a mianowicie: silny spadek w r. 1926, wzrost lub utrzymanie poziomu w r. 1927, dalszy wzrost do roku 1930, w r. 1931 lekki spadek lub powstrzymanie wzrostu. Tempo wzrostu od r. 1926 do 1930 zależy najwidoczniej od czynników strukturalnych. Takie ukształtowanie się przebiegu zmian konjunkturalnych wyłomaczyby można w ten sposób: nagle pogorszenie się konjunktury w r. 1926, któremu towarzyszył przewrót polityczny oraz załamanie waluty, spowodowało dość powszechne powstrzymanie aktywności gospodarczej i, co za tem idzie, ogłoszeniowej. W latach następnych poprawa konjunktury powodowała wzrost tej aktywności, również i w takich działach jak posady i prace poszukiwane, gdzie przyrost liczby ogłoszeń może być przejawem zwiększenia się nadziei otrzymania zajęcia lub poprawy zajmowanego stanowiska. Przesunięcie maksimum ogłoszeń na rok 1930 może wpływać z chęci przewyciężenia niepomyślnych warunków konjunkturalnych zapomocą intensywniejszego ogłaszania się, co jest zrozumiałe wobec stosunkowo powolnego tempa pogarszania się sytuacji gospodarczej (w przeciwstawieniu do gwałtownego spadku w roku 1925/6). Spadek lub zahamowanie wzrostu w r. 1931 byłyby zatem objawem pewnej rezygnacji oraz wyczerpywania się budżetów ogłoszeniowych firm i jednostek.

Przebieg liczbowy szeregu nauka i wychowanie w porównaniu do powyżej nakreślonego odznacza się dalszym wyraźnym trwaniem spadku w r. 1927 oraz wzrostu — w 1931. Być może, wynika to ze specjalnej struktury tego działu, stosunkowo luźno związanego z bezpośrednią działalnością gospodarczą, pozatem zaś możliwe jest uzewnętrznienie się wpływu zmiennej liczebności roczników dzieci, urodzonych podczas wojny.

Działy: posady i prace zaofiarowane oraz lokale poszukiwane wykazują bezpośrednią i dodatnią korelację z przebiegiem konjunktury, dając wzrost w latach polepszającej się konjunktury, spadek — przy jej pogarszaniu się. Różnica polega na tem, że dział posady i prace poszukiwane ujawnia strukturalną tendencję wzrostu, a dział lokale poszukiwane — spadku.

Dział lokale zaofiarowane jest, jak się zdaje, bardzo trafnym ilustratorem stosunków na rynku mieszkaniowym. Lata 1925 do 1927 dają prawie jednakowy poziom z małym wzrostem w r. 1926 i spadkiem w r. 1927. Wyraźny wzrost rozpoczyna się od r. 1928 i odpowiada

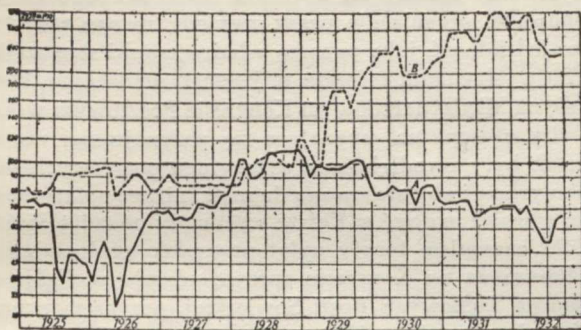


pojawieniu się na rynku mieszkaniowym wybudowanych w okresie poprawy i ożywienia koniunkturalnego domów. Wzrost trwa aż do pierwszego półrocza r. 1932 (dane miesięczne p. wykres). Możliwe, że wysoki poziom w r. 1931/32 spowodowany był częściowo nietylko podażą nowych mieszkań, lecz przeprowadzkami lokatorów z mieszkań droższych do tańszych (tłomaczyłoby to również utrzymanie poziomu lokali poszukiwanych w roku 1931); z chwilą ustania procesu tych przesunięć i ustalenia się pewnej równowagi między komornem a zdolnością płatniczą lokatorów, liczba ogłoszeń lokale zaofiarowane spada.

#### MIESIĘCZNE WSKAŹNIKI POWIERZCHNI OGŁOSZEŃ

poprawione przez wyeliminowanie przeciętnej sezonowości i zastosowanie medjany ruchomej

Skala logarytmiczna



A — posady i prace zaofiarowane,  
B — lokale zaofiarowane.

Ze względu na interes, jaki przedstawiają działy: posady i prace zaofiarowane i lokale zaofiarowane, szeregi te przedstawione zostały w postaci miesięcznych wskaźników z usunięciem sezonowości przy podstawie roku 1928 = 100. Po wyeliminowaniu wahań przypadkowych zapomocą trzymiesięcznej medjany ruchomej, otrzymuje się dosyć gładki przebieg wskaźników, ujawniający wyraźnie wpływ takich wypadków, jak załamanie się złotego, przewrót majowy, mrozy 1929 r., wybory w roku 1928 i 1930, co widać z załączonego wykresu.

Wnioski. Celem powyższej pracy było przedstawienie, od jak w wielu i różnorodnych czynników zależy powierzchnia ogłoszeń w dzienniku. Czynniki te — to stopniowe zmiany w zwyczajach klienteli, wahania koniunkturalne, wahania sezonowe, skład miesiąca pod względem poszczególnych dni tygodnia, no i wreszcie zmiany o charakterze przypadkowym. Wpływ oddzielnych czynników staraliśmy się w sposób rachunkowy wyodrębnić. W związku z tem nasuwają się możliwości zastosowania wyników naszych badań nietylko do analizy okresów ubiegłych, ale i do robienia przewidywań — budżetowania — na najbliższą przyszłość. Streścimy po-

krótce metodę analizy. Pytanie brzmi: w pewnym miesiącu (albo kwartale) powierzchnia ogłoszeń w porównaniu do okresu bezpośrednio poprzedzającego uległa takim a takim zmianom; czy wobec tego należy uważać, że w dziale ogłoszeniowym dziennika zaszła istotna zmiana? Jako istotną zmianę będzie się uważać oczywiście zmianę, związaną z koniunkturą (albo strukturą) gospodarstwa społecznego, gdyż takie zmiany nie dają nadziei na wyrównanie w najbliższym czasie. W celu dania odpowiedzi na to pytanie, eliminujemy najpierw wpływ składu miesiąca przez zastosowanie metody „miesiąca standartowego”; w ten sposób wiemy już, jaka byłaby powierzchnia ogłoszeń, gdyby dany miesiąc składał się z 29 dni, w tem 5 świąt. Następnie oswabadzamy się od efektu przeciętnych wahań sezonowych, dzieląc faktyczną powierzchnię ogłoszeń (przeliczoną poprzednio na miesiąc standartowy) w całości lub też w poszczególnych działach<sup>1)</sup> przez wskaźniki sezonowości dla danego miesiąca. Teraz otrzymujemy odpowiedź, ile byłoby ogłoszeń, gdyby nie zachodziły wahania sezonowe; wahania te eliminujemy dlatego, że są one zjawiskiem normalnym, powtarzającym się corocznie z dużą regularnością. — Jeżeli po tych wszystkich operacjach rachunkowych pozostanie jeszcze różnica w stosunku do poprzedniego miesiąca, sięgająca np. 10 proc., to musimy sądzić, że zaszły „istotne zmiany”. Ponieważ przekształcenia strukturalne odbywają się powoli i stopniowo, można tylko przypuszczać, że zaszły zmiany noszą charakter bądź przypadkowy, bądź koniunkturalny. Tutaj musi już rozstrzygać zdrowy rozsądek i znajomość rzeczy. Jeżeli nieznanne są jakieś specjalne przyczyny, któreby powodowały w danym miesiącu większe zmiany, to może się jeszcze okazać, że zaszły zmiany były dziełem przypadku i po miesiącu np. ustąpią; w przeciwnym wypadku staje się jasnym, że uległa pogorszeniu koniunktura ogłoszeniowa, czy to powszechna, czy dla danego dziennika.

Odwrotne będzie postępowanie wówczas, gdy będziemy się starali oszacować powierzchnię ogłoszeń w jakimś przyszłym miesiącu. Wtedy musimy przedewszystkiem uczynić pewną hipotezę co do ogólnej koniunktury, np. przypuścić, że będzie ona bez zmiany lub o 10 proc. gorsza. W ten sposób oszacujemy powierzchnię ogłoszeń, dajmy na to, na 8000 wierszy przeciętnie na numer. Potem musimy pomnożyć przez odpowiedni wskaźnik sezonowości. Jeżeli wynosi on 125 proc., to dla danego miesiąca otrzymamy spodziewaną powierzchnię ogłoszeń 10000 wierszy. Wreszcie musimy wprowadzić poprawkę ze względu na skład miesiąca pod względem dni tygodnia. Przypuścimy, że skład danego miesiąca zgadza się z miesiącem standartowym plus jeden poniedziałek ekstra, a poniedziałek daje przeciętnie 2 proc. nadwyżki, to na dany miesiąc przewidywać będziemy 10200 wierszy. W ten sposób opisane tu metody pozwalają na znacznie dokładniejsze szacowanie przyszłej powierzchni ogłoszeń, niż proste „domyślanie się”.

<sup>1)</sup> Eliminowanie sezonowości oddzielnie z poszczególnych działów jest dokładniejsze, ponieważ różne działy ogłoszeń mają niejednakową sezonowość, a udział ich ulega również z biegiem czasu zmianom.

ALEKSANDER PAWŁOWSKI

## VII KONGRES MIĘDZYNARODOWEJ FEDERACJI PRASY TECHNICZNEJ W WIEDNIU

Siódmy Kongres Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej i Zawodowej odbył się w Wiedniu w dniach 10–16 września 1933 r., a więc w tym samym czasie, gdy stolica Austrii uroczyście święciła obchód Odsieczy Wiedeńskiej.

Udział technicznej i zawodowej prasy polskiej w siódmym Kongresie Federacji wypadł z konieczności bardzo skromnie. Z Polski przybył na Kongres tylko Prezes Związku Polskiej Prasy Technicznej; restrykcje paszportowe i względy budżetowe nie pozwoliły Związkowi na wysłanie liczniejszej delegacji; również ze względów oszczędnościowych nie wysłały tym razem swych delegatów Ministerstwo Spraw Wojskowych oraz Ministerstwo Przemysłu i Handlu.

Wśród delegacji szeregu narodowości reprezentowanych na Kongresie zwracał uwagę brak delegatów niemieckich. Dotychczasowy prezes Syndykatu Prasy Zawodowej Niemieckiej i b. prezes Federacji Prasy Technicznej, Greifenhagen, wystosował do prezesa Kongresu p. Fischera list, w którym wyjaśnia, że z powodu zaognionych stosunków politycznych między Rzeszą a Austrią, sekcja niemiecka udziału w Kongresie wiedeńskim niestety wziąć nie może; Kongres, w odpowiedzi na to pismo, wyraził ubolewanie z powodu nieobecności delegacji niemieckiej.

Na czoło szeregu referatów, wygłoszonych na Kongresie wysunęły się te, w których poruszono rolę i znaczenia prasy zawodowej i technicznej we współczesnym życiu gospodarczym świata. Do tej grupy należały referaty: dr. F. Weissa z Wiednia „O znaczeniu prasy technicznej i zawodowej w gospodarstwie narodowym i międzynarodowym”, dr. H. Becka, również wiedeńczyka, „Zadania prasy zawodowej”, dr. W. Szejnera „Aktualne problemy międzynarodowej prasy zawodowej”, wreszcie p. R. Gasquet'a, członka Zarządu Związku Francuskiej Prasy Technicznej, p. t. „Prasa techniczna a przesilenie gospodarcze”.

Wszystkie powyższe referaty podkreślały konieczność i wagę współdziałania prasy zawodowej poszczególnych krajów; w ref. dr. Szejnera zwracało uwagę silne podkreślenie krzywd i strat, jakie prywatnej prasie technicznej wyrządzają rządy państw i wielkie organizacje gospodarcze, wydając własne czasopisma, uprzywilejowane pod względem ogłoszeń i prenumeraty; od ogólnego tonu referatów i przemówień, wysuwających postulaty samodzielności prasy zawodowej odmiennym tonem odbijał się referat p. Giacomo Colica, wiceprezesa Związku Prasy Włoskiej.

Piszący te słowa prezes Związku Polskiej Prasy Technicznej przedłożył Kongresowi referat organizacyjny „O najpilniejszych zadaniach Federacji”. Wśród licznych

uchwał, powziętych przez Kongres, zdecydowano między innymi sprawy: wprowadzenia legitymacyj międzynarodowych dla członków Federacji, zasilania bibliotek związków, należących do Federacji przez czasopisma federacyjne, wymiany czasopism oraz katalogów, prospektów i t. p. pomiędzy wydawnictwami i t. zw. Organizacjami Informacyjnymi poszczególnych krajów.

Uchwalono także, aby czasopisma wszystkich sekcji Federacji propagowały turystykę międzynarodową oraz swobodę cyrkulacji międzynarodowej, zarówno czasopism fachowych jako też kierowników i personelu tych czasopism. W związku z nieobecnością delegatów niemieckich Kongres wyraził, wniesioną do protokołu, opinię podkreślającą wagę swobody prasy w jej stosunkach międzynarodowych oraz zalecającą, aby tam gdzie swoboda ta jest skrzepowana, organizacje prasy zwróciły uwagę rządu na odpowiedzialność, jaką ponoszą władze za taki stan rzeczy.

Po wysłuchaniu referatu p. Berthet, uchwalono domagać się na Międzynarodowym Kongresie Poczтовым w Kairze, aby czasopisma, ukazujące się przynajmniej raz na kwartał, były wyodrębnione w taryfach pocztowych jako osobna grupa i aby stosowano do nich niższe opłaty pocztowe; również ma być w Kairze wysunięty postulat obniżenia dla czasopism taryfy opłat przesyłek lotniczych.

Poruszono na Kongresie sprawę udziału w Federacji czasopism fachowych Rosji Sowieckiej, przyczem uznano wejście do prezydium Federacji przedstawicielstwa prasy sowieckiej za pożądane.

Piszący te słowa, jako jedyny urzędowy uczestnik Kongresu z Polski musiał reprezentować polską prasę techniczną i zawodową nie tylko na posiedzeniach plenarnych Kongresu, lecz także na przyjęciach ogólnych i półurzędowych oraz utrzymywać łączność z delegatami i innych krajów słowiańskich, stale współdziałającymi na terenie Federacji z delegacją polską. Przypadło mu też w udziale przemawianie i reagowanie na polityczne odgłosy i akcenty na bankiecie wydanym z powodu zamknięcia Kongresu na Ratuszu Wiedeńskim.

Kongres dokonał następujących zmian we władzach Federacji: zamiast ś. p. Mounier'a obrano na wiceprezesa p. Bose, na miejsce p. Bloch'a skarbnikiem został p. Gasquet, na ósmego wiceprezesa Federacji obrany został p. Radwanyi (Węgry), wreszcie na sekretarza administracyjnego w Wiedniu wybrany został p. Fischer (junior).

Prezes Kongresu Wiedeńskiego p. O. Fischer zachowuje stanowisko prezesa Federacji do końca 1934 roku, poczem przechodzi ono do rąk Aleksandra Pawłowskiego. Następny Kongres Międzynarodowej Federacji Prasy Technicznej i Zawodowej odbędzie się w Warszawie w r. 1935.

**Łatwy druk tylko farbami Dr. RATTNER**

# MIĘDZYNARODOWE KONFERENCJE W SPRAWACH WYDAWNICZYCH I PRASOWYCH W MADRYCIE

Odbyta w listopadzie b. r. konferencja prasy w Madrycie stanowi b. ważny krok naprzód w rozwoju międzynarodowych stosunków prasowych — w szczególności dla świata wydawniczego, który po raz pierwszy wystąpił na zewnątrz jako czynnik odrębny, na platformie międzynarodowej zorganizowany i w dyskusjach dotyczących prasy nie mogący być pomijanym.

## II KONFERENCJA F. I. A. D. E. J.

Przed rozpoczęciem konferencji prasy odbyła się II-ga konferencja, założonej w Hadze w maju r. 1933 Międzynarodowej Federacji Związków Dyrektorów i Wydawców Dzienników (Federation Internationale des Associations de Directeurs et d'Editeurs de Journaux — w skróceniu F.I.A.D.E.J.). Założenie Federacji, na razie skupiającej tylko prasę 5 krajów (Belgji, Francji, Holandji, Polski i Szwajcarii), o której donosiliśmy w poprzednim numerze „Prasy”, stoi w bezpośrednim związku z konferencją madrycką: gdyby nie oczywista konieczność stworzenia międzynarodowej reprezentacji świata wydawniczego — konieczność, która już się zaznaczyła z okazji, rozpisanej przez Sekretariat Ligi Narodów w r. 1932, ankiety prasowej oraz w toku dyskusji na temat prasy na gruncie genewskim, w miarę zaś zbliżania się międzynarodowej konferencji prasowej stawała się coraz wyraźniejsza — trzeba by zapewne dużo jeszcze czasu, aby się wydawcy złączyli w zrzeszenie międzynarodowe. To też skorzystanie ze zjazdu madryckiego dla odbycia drugiej z rzędu konferencji FIADEJ-u było logiczną konsekwencją samego powstania tej organizacji.

Obrady, prowadzone pod przewodnictwem inicjatora i prezesa Federacji p. Rietmanna z Zurychu, zajęły trzy posiedzenia, w dniach 5, 6 i 8 listopada, a miarą zainteresowania, jakie okazywała dla Federacji Liga Narodów, był fakt, że wydelegowany przez nią do Madrytu dyrektor sekcji informacyjnej Ligi p. Pelt, główny organizator konferencji prasy, brał żywy udział w tych posiedzeniach. Oprócz p. Rietmanna, reprezentującego zarazem wydawców szwajcarskich, przybył do Madrytu wiceprezes Federacji p. Henny, będący przedstawicielem wydawców holenderskich oraz p. Reynders imieniem wydawców belgijskich. Nie mogli przybyć przedstawiciele wydawców francuskich pp. Simond i Gounouilhou oraz wiceprezes związku holenderskiego p. Kuypers. Polskę reprezentowali prezes Rady Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism p. Feliks Mrozowski oraz dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik. Nadto w charakterze obserwatorów uczestniczyli w obradach, choć nie będący jeszcze formalnie członkami Federacji: p. Lagunilla Innaritu, imieniem wydawców hiszpańskich, p. Vienne, jako przedstawiciel związku wydawców brukselskich (do FIADEJ-u należą narazie tylko belgijscy wydawcy prowincjonalni) oraz

prezes Faszystowskiego Związku Wydawców Włoskich p. Silvestri.

Potwierdzając uchwałę, powziętą w Hadze, konferencja postanowiła kontynuować wydawanie „page internationale” jako dodatku do publikacji periodycznych, wydawanych przez związki krajowe, gdyż inowacja ta spotkała się z powszechnym uznaniem. W kwestji dalszego rozwoju Federacji, jak to zaznaczył prezes Rietmann, sytuacja jest utrudniona dzięki temu, że w wielu krajach wydawcy dzienników nie są jeszcze zorganizowani, w innych zaś mają po kilka organizacji lub też zrzeszeni są w jednym związku razem z dziennikarzami jako autonomiczna sekcja. Postanowiono jednak kontynuować pracę, do której z żywą sympatją odnosi się coraz więcej organizacji wydawców, choć jeszcze formalnie nie należących do FIADEJ-u. Następną konferencję Federacji zdecydowano jednogłośnie odbyć w Paryżu w maju lub czerwcu 1934 r. P. Henny przedstawił obszerny raport w sprawie uregulowania międzynarodowej sprawy ogłoszeń, który, po zaznajomieniu się z nim organizacjami krajowymi, wzięty będzie pod dyskusję na konferencji paryskiej. P. Vienne poruszył sprawę zagranicznego kolportażu dzienników, a p. Kauzik sprawy źniżek prasowych na rozmowy telefoniczne (od godz. 17 zamiast jak dotąd 18) i rozciągnięcia ulg w taryfie pocztowej także na korespondencję administracyjną dzienników; obu wnioskodawcom polecono przedstawić sprawozdania o poruszonych przez nich kwestiach na następną konferencję, na której również dyskutowany będzie projekt statutu Federacji oraz rozważone będą poprawki, przedstawione do niego przez Polski Związek Wydawców.

Główny jednak temat obrad Konferencji stanowiły sprawy związane z Konferencją Prasy. Na pierwszym posiedzeniu p. Pelt szczegółowo zapoznał zebranych z programem obrad, na posiedzeniu trzecim (odbytem już po otwarciu Konferencji Prasy) omawiano stanowisko FIADEJ-u w poszczególnych sprawach, stojących na porządku dziennym prac komisyjnych. Poza tem na wszystkich trzech posiedzeniach żywo i obszernie dyskutowano sprawę wniosku w kwestji prostowania fałszywych wiadomości prasowych, mogących zakłócić pokój światowy i dobre stosunki międzynarodowe, przygotowanego przez Polski Związek Wydawców. Mianowicie, jak donosiliśmy już w poprzednim numerze „Prasy”, z inicjatywy Polskiego Związku Wydawców postanowiono na I-szej konferencji FIADEJ-u w Hadze postawić sprawę tę na porządku dziennym Konferencji Prasy w Madrycie (co też zostało przez organizatorów konferencji uwzględnione), pozostawiając zarazem do uznania Zw. przedłożenie odpowiedniego memoriału oraz szczegółowych propozycji. Wywiązując się z tego mandatu, Polski Zw. Wyd. przygotował na obrady madryckie obszerny drukowany memoriał w języku francuskim (obejmujący 50 stron formatu folio,

używanego w publikacjach Ligi Narodów), złożony z 2-ch części: ze szczegółowego przeglądu obecnego stanu ustawodawstwa w rozmaitych państwach w kwestji sprostowań w prasie, którego autorem był prof. uniwersytetu Jana Kazimierza we Lwowie dr. Julian Nowotny, oraz z opracowanego przez biuro Związku memorandum w sprawie przeciwdziałania szkodliwym skutkom fałszywych informacji prasowych na gruncie międzynarodowym.

Z uwagi na to, że sprawa sprostowań prasowych nie jest we wszystkich krajach uregulowana w sposób ustawowy i że w poszczególnych ustawodawstwach istnieją zasadnicze rozbieżności co do rozciągłości tego obowiązku oraz że nawet w tych państwach, w których już obowiązują przepisy prawne o prostowaniu wiadomości prasowych, zastosowanie ich w międzynarodowych stosunkach politycznych nasuwa spore trudności — biuro Związku w swoim memorjale, przedstawivszy szczegółowo dotychczasowy przebieg akcji na gruncie międzynarodowym w sprawie fałszywych wiadomości prasowych, wysunęło następujące tezy podstawowe: Obok środków represyjnych (sankcje karne) i prewencyjnych (ulepszenie międzynarodowej służby informacyjnej) należy zająć się także trzecią, dotąd zaniedbaną, stroną zagadnienia t. zw. naprawianiem szkodliwych dla stosunków międzynarodowych następstw fałszywych informacji w prasie. Rozwiązanie tej sprawy na gruncie prawnym, w formie ustanowienia międzynarodowego prawa o sprostowaniach prasowych, napotyka na razie na olbrzymie trudności, pozatem zaś, należąc do dziedziny legislacyjnej, przekracza zakres kompetencji konferencji prasy; pewnym krokiem na drodze do tego celu mogłoby być zawieranie przez poszczególne państwa wzajemnych paktów nieagresji moralnej, w których i ta sprawa znalazłaby rozwiązanie. Niezależnie jednak od przymusu prawnego, usuwanie szkodliwych skutków fałszywych wiadomości zapomocą ich prostowania mogłoby być osiągnięte w drodze porozumienia między organizacjami prasowymi poszczególnych krajów, któreby przyjęły na siebie rolę pośredniczącą, zapewniając przy pomocy środków organizacyjnych, jakimi wobec swych członków rozporządzają, dobrowolne opublikowanie sprostowania lub wyjaśnienia. Pod egidą międzynarodowych organizacji prasowych mogłaby także rozwinąć się akcja pojednawcza, mająca na celu złagodzenie zbyt ostrych kampanii prasowych w pewnych konkretnych wypadkach.

Sformułowana w myśl tych tez rezolucja, którą na pierwszym posiedzeniu konferencji FIADEJ-u w imieniu delegacji polskiej przedstawił dyr. Kauzik, wywołała ożywioną dyskusję, niezakończoną jednak żadnym pozytywnym wynikiem wobec licznych zastrzeżeń i wątpliwości, jakie wysuwano. Na posiedzeniu następnem delegacja polska przedstawiła drugi projekt rezolucji w formie ogólniejszej i mniej angażującej, któraby mogła być przedłożona kongresowi jako wniosek FIADEJ-u, podtrzymując rezolucję pierwotną jako ewentualny swój wniosek indywidualny, o ileby przedstawiciele związków wydawców innych krajów nie mogli zgodzić się na wspólną formułę. I tym razem nie doszło jeszcze do pozytywnych wyników, gdyż oponowano, że FIADEJ jest organizacją zbyt jeszcze młodą i mało posiadającą członków, aby się wypo-

wiadać w sprawie tak drażliwej. Dyskusję zakończono uchwałą, że w razie nieosiągnięcia porozumienia w łonie FIADEJ-u p. Rietmann, jako jego prezes, wypowie się na kongresie za odroczeniem sprawy do kongresu następnego. Dopiero na posiedzeniu trzecim, w dwa dni później, rezolucja polska, jeszcze nieco zmodyfikowana, uzyskała zgodę wszystkich obecnych w Madrycie członków FIADEJ-u, tak, że mogła być wniesiona na kongres nie w imieniu samej tylko delegacji polskiej, ale jako propozycja międzynarodowej organizacji wydawców. Uchwała ta brzmi:

„Uznając, że dla pokoju świata i zapewnienia dobrych stosunków między narodami jest rzeczą nieodzowną, aby w prasie, jako wyrazicielce opinii publicznej każdego kraju i zarazem głównym czynnikiem wpływającym na jej kształtowanie, panowało zrozumienie interesów pokoju światowego i stale była przestrzegana zasada lojalności wobec strony przeciwnej, nawet wśród najbardziej zażartej walki politycznej;

Wychodząc z założenia, że wobec zła, wywołwanego w stosunkach międzynarodowych ogłaszeniem w prasie faktów nieprawdziwych (inexact), należy przedewszystkiem starać się o naprawienie wyrządzonych tem szkód zapomocą sprostowania lub wyjaśnienia zakwestjonowanej wiadomości, niezależnie od środków prewencyjnych lub represyjnych, do których mogłaby dać powód;

#### Konferencja prasowa

1) Wyraża opinię, że:

a) sprostowanie fałszywych wiadomości jest jednym z najskuteczniejszych środków przeciwdziałania ich szkodliwym skutkom i

b) każdy dziennik ma obowiązek moralny przestrzegania w praktyce zasady „audiatur et altera pars” i ogłoszenia wszelkiego sprostowania faktycznego, które zostanie mu nadesłane wskutek ogłoszonej w nim fałszywej wiadomości, szkodliwej dla światowego pokoju;

2) Zaleca wszystkim rządowym biuram prasowym oraz wszystkim organizacjom prasowym, aby na podstawie materiału i sugestji, zawartych w memorjale Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, przestudjowały całokształt problemów, związanych z prostowaniem fałszywych wiadomości prasowych i na następną konferencję przedstawiły swoje uwagi i konkretne wnioski“.

Rezolucja ta, powtarzająca z pierwotnej rezolucji polskiej jej wstęp, częścią dosłownie a częścią nawet w formie bardziej stanowczej, była z nią również najzupełniej identyczna w punkcie 1-m, najbardziej zasadniczym. Z pierwotnego projektu polskiego odpadły tylko punkty 2-i i 3-i, zalecające krajowemu związkowi wydawców przyjęcie akcji pośredniczącej w umieszczaniu sprostowań wiadomości fałszywych, mogących zakłócić dobre stosunki międzynarodowe, oraz polecające zarządowi FIADEJ-u czuwanie nad dalszym rozwojem sprawy i przewidujące ewentualną możność odbywania pod jej egidą konferencji pojednawczych, w myśl wywodów polskiego memorjału. Punkt 4-ty pierwotnej rezolucji polskiej został w połowie przyjęty do rezolucji FIADEJ-u jako jej punkt

2-gi, odpadł tylko ustęp, przewidujący ewentualne powołanie przez komitet wykonawczy FIADEJ-u komisji specjalnej dla czuwania nad dalszym biegiem sprawy i przygotowania odpowiednich wniosków na konferencję przyszłoroczną. W sumie więc podstawowe zasady polskiego wniosku zostały przyjęte przez międzynarodową organizację wydawców i już jako rezolucja FIADEJ-u przedstawione konferencji prasy, a pierwotna dość silna propozycja ograniczyła się do usunięcia punktów, precyzujących bardziej już szczegółowo dalszą akcję organizacyjną krajowych, a przedewszystkiem samego FIADEJ-u.

Motywy przewodnim była tu tylko chęć nieobciążania młodej organizacji międzynarodowej obowiązkami, które mogłyby się okazać przedczesne i stąd zbyt dla niej ciężkie. To też w trakcie obrad konferencji prasy udało się delegacji polskiej uzyskać zgodę przedstawicieli szwajcarskiego i holenderskiego związków wydawców, którzy w dniu 11 listopada podpisali wraz z delegatami Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism układ następującej treści:

„Uznając, że dla zapewnienia utrzymania pokoju światowego i dobrych stosunków między narodami jest rzeczą nieodzowną zapanowanie w prasie ducha zrozumienia interesów pokoju światowego, oraz pragnąc natychmiast uczynić krok w kierunku zakreślonym przez cel zasadniczy Konferencji Madryckiej,

Przedstawiciele trzech Związków Wydawców Dzienników — Holandji, Szwajcarii i Polski — postanowili zgodnie co następuje:

Artykuł pierwszy i jedyny:

Związki Wydawców Holandji, Szwajcarii i Polski obowiązują się w razie ogłoszenia wiadomości nieprawdziwej (inexacte) wystąpić jako Związek wobec danego dziennika, aby w jak najkrótszym czasie umieścić sprawozdanie, które zostanie nadesłane przez Związek kraju obrażonego”.

Układ ten, realizujący jedną z podstawowych tez memoriału polskiego, iż pierwszym etapem do międzynarodowego rozwiązania problemu sprostowań prasowych powinny być umowy regionalne między organizacjami prasowymi, został zakomunikowany na ostatnim posiedzeniu konferencji prasy, tuż przed jej zamknięciem, a załączony do akt konferencji, stanowi jeden z jej najważniejszych pozytywnych wyników.

Na zaproszenie rządu hiszpańskiego, ale pod egidą Ligi Narodów zorganizowana, konferencja prasy w Madrycie stanowiła z jednej strony dalszy ciąg konferencji kopenhaskiej ze stycznia 1952 r., w której kierownicy rządowych biur prasowych rozmaitych państw starali się o porozumienie z przedstawicielami agencji prasowych i związków dziennikarskich, z drugiej zaś miała wysnuć wnioski praktyczne z ankiety, jaką w roku 1952 przeprowadziło biuro Ligi Narodów wśród związków dziennikarskich i wydawniczych. Oba te cele złączone były wspólną myślą przewodnią: zwalczania szkodliwych dla stosunków międzynarodowych skutków fałszywych wiadomości prasowych.

W porównaniu z kopenhaską, konferencja madrycka stanowiła spory postęp pod tym względem, że po raz pierwszy objęła całą prasę, włączając do grona uczestników

także przedstawicieli wydawców. Brak jej natomiast było należytego przygotowania materiału obrad. Biuro Ligi Narodów opracowało wprawdzie szereg załączników, które jednak stanowiły tylko historicum i resumé poprzednich obrad na gruncie międzynarodowym na temat fałszywych wiadomości prasowych; natomiast brakło wniosków pozytywnych. Przedłożone przez Międzynarodowy Instytut Pracy Umysłowej dwa drukowane tomy, zawierające odpowiedzi 5-ciu wybitnych dziennikarzy światowych na temat roli umysłowej prasy w zacieśnianiu stosunków międzynarodowych oraz wyniki ankiety o współpracy radja w dziele pokoju — miały znaczenie raczej teoretyczne. Poza to znalazły się na porządku dziennym jedynie: ze strony dziennikarzy memoriał F. I. J. i przedstawione przez tę organizację wnioski w sprawie uregulowania stanowiska korespondentów prasowych zagranicą, ze strony zaś wydawców wyżej wspomniany memoriał polski i rezolucja, wniesiona jako wniosek FIADEJ-u. W zaproszeniach nazwano początkowo konferencję tylko „konferencją rządowych biur prasowych“ i dopiero później poprawiono to przeoczenie, dodając: „i przedstawicieli prasy“.

Biura rządowe były reprezentowane na konferencji najliczniej, bo obejmowały 29 państw. Z krajów europejskich brakło Niemiec oraz pozostałych b. państw centralnych: Austrii, Bułgarii i Turcji (zjawiała się tylko delegacja Węgier), poza to Finlandji, Irlandji, Portugalji i Albanji. Z poza Europy reprezentowane były Stany Zjednoczone A. P., Chiny, Brazylja, Chili, Guatemala, Kuba, Peru i Salvador. Delegacją agencji telegraficznych było 11. Z Genewy przybyli przedstawiciele sekcji informacyjnej Ligi Narodów (dyrektor Pelt oraz p. Blondeel i Pla), Międzynarodowego Biura pracy i Międzynarodowego Instytutu współpracy umysłowej. Organizacje dziennikarskie były reprezentowane przez prezesa Międzynarodowego Trybunału honorowego dziennikarzy p. Loderę oraz delegatów Międzynarodowego Stowarzyszenia dziennikarzy akredytowanych przy Lidze Narodów i Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej (FIJ), z której ramienia przybyli do Madrytu pp. wiceprezes Winter, sekretarz generalny Valot, oraz redaktorzy Revesz i z Polski Antoni Beaupré. W grupie wydawców reprezentowanych było 6 państw, obejmujących 7 krajowych związków: Belgja (p. Vienne jako delegat Porozumienia dyrektorów dzienników brukselskich i p. Reynders jako przedstawiciel analogicznej Federacji, obejmującej wydawnictwa prowincjonalne), Hiszpanja (prezes Unji prasy periodycznej p. Luca de Tena), Holandja (prezes holenderskiego Związku wydawców dzienników p. Henny), Polska (pp. Mrozowski i Kauczik), Szwajcarya (p. Rietmann, jako prezes szwajcarskiego Związku wydawców dzienników) i Włochy (p. Silvestri, wiceprezes narodowego Związku fałszywostowskiego wydawców dzienników). Zarazem, po raz pierwszy wystąpił oficjalnie jako międzynarodowa organizacja wydawców FIADEJ. Nieobecność wydawców z Niemiec, a bardziej jeszcze z Francji, Anglii i Stanów Zjednoczonych, stanowiła do pewnego stopnia stronę ujemną tego pierwszego zbiorowego wystąpienia świata wydawniczego, które jednak mimo to zaznaczyło się sporem saldem aktywnym w bilansie konferencji.

## II-GA MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA RZĄDO- WYCH BIUR PRASOWYCH I PRZEDSTAWICIELI OR- GANIZACJI PRASOWYCH.

Konferencja otwarta została w dniu 7 listopada przez hiszpańskiego ministra spraw zagranicznych, p. Albornoza i ukonstytuowała się, wybierając przewodniczącym podsekretarza stanu w madryckim Min. Spr. Zagr., p. Doussinague, a jego zastępcą prezesa komitetu organizacyjnego p. Poulsena, szefa biura prasowego w M. S. Z. duńskim. Sekretariat objęli przedstawiciele sekcji informacyjnej Ligi Narodów, pp. Pelt, Blondeel i Pla. Na posiedzeniu inauguracyjnym uchwalono, że językiem urzędowym konferencji obok francuskiego i angielskiego jest także hiszpański. Wynik jednak tej uchwały był wręcz odwrotny; Anglicy bowiem i Amerykanie, poparci przez przedstawicieli Holandji i państw skandynawskich, odpowiedzieli na tę uchwałę oświadczeniem, że rezygnują z tłumaczenia przemówień francuskich na język angielski, wobec czego, analogiczną rezygnację co do tłumaczeń na język hiszpański zgłosili także przedstawiciele Hiszpanji i państw południowo-amerykańskich — i w rezultacie językiem oficjalnym obrad był jedynie francuski.

Wzorem konferencji kopenhaskiej, której uczestnicy obradowali w trzech oddzielnych grupach — osobno delegaci rządowych biur prasowych, osobno przedstawiciele agencji prasowych i wreszcie osobno dziennikarze — komitet organizacyjny planował początkowo analogiczny podział konferencji madryckiej na cztery sekcje (bo dochodzili, jako czynnik nowy, wydawcy). Jednakże zamiast tego doszło do wyłonienia trzech Komisji, przyczem każda obejmowała delegatów wszystkich czterech grup. Opierając się mianowicie na opracowaniu wyników ankiety prasowej Ligi Narodów z roku 1932, dokonaniem przez sekcję informacyjną Ligi, rozdzielono przedmiot obrad na trzy główne dziedziny: 1) sposoby polepszenia służby informacyjnej w kierunku zwiększenia ilości wiadomości prawdziwych, 2) sposoby rozwinięcia współpracy między organizacjami prasowymi różnych krajów, 3) sprawy pozostałe (głównie dotyczące postulatów, wysuwanych przez dziennikarzy). Każda z tych dziedzin przypadła osobnej Komisji, przyczem przewodnictwem w Komisjach powierzono przedstawicielom rządowych biur prasowych: p. Henrikssonowi (Szwecja) w I-szej, p. Hajekowi (Czechosłowacja) w II-ej i pani Godoy (Chili) w III-ciej. Komisje pracowały bardzo intensywnie i wśród silnych dyskusyj, tak, że jeszcze w przeddzień zamknięcia konferencji wieczorem, nie wszystkie rezolucje były uzgodnione. Ostatecznie jednak na drugim i ostatnim posiedzeniu plenarnym można było zakończyć konferencję powzięciem uzgodnionych uchwał, przyczem — podobnie, jak to było w Kopenhadze — zastrzeżenia, podnoszone przez poszczególne kraje, włączono do protokołu końcowego obrad.

W rezolucji ogólnej, podającej genezę konferencji i jej skład personalny, ustalono, że komitet organizacyjny konferencji następnej składać się będzie z przedstawicieli 5-ciu państw, a mianowicie Hiszpanji i Czechosłowacji (które już i dotąd w tym Komitecie zasia-

daly) oraz jako członków nowych: Stanów Zjednoczonych, Szwecji i Polski.

Rezolucja komisji I-szej, po obszernym wstępie, rekapitulującym wyniki konferencji kopenhaskiej, stwierdza, że od konferencji tej poczyniono pewne postępy, w szczególności przez polepszenie rządowej służby informacyjno-prasowej, następnie zaś precyzuje 5 punktów konkretnych, z których pierwszy zawierał przyjęcie do wiadomości utworzenia FIADEJ-u, wyrażając życzenie, by organizacja międzynarodowa wydawców dzienników uzyskała w krótkim czasie realizację kompletną. Punkt drugi wyraża życzenie dalszego polepszenia informacji prasowej na konferencjach międzynarodowych. W punkcie 3-cim polecono utworzenie komisji ekspertów, złożonej z osób nieurzędowych, która na konferencję następną ma przygotować sprawozdanie w sprawie środków technicznych i finansowych zapobiegania rozszereżaniu się wiadomości fałszywych; za podstawę prac polecono tej komisji przyjąć memoriał Stowarzyszenia dziennikarzy, akredytowanych przy Lidze Narodów, nadesłany na ankietę z roku 1932 — natomiast wniosek, aby komisja oparła się także na memorjale FIJ-u, wniesionym na konferencję madrycką, upadł. W punkcie 4-tym, dotyczącym propozycji dziennikarzy australijskich, nadesłanej na ankietę Ligi Narodów „aby przystąpić do badań historycznych nad wpływem fałszywych wiadomości prasowych na stosunki polityczne, wyrażono opinię, że sprawą tą najlepiejby się mogła zająć Organizacja współpracy umysłowej przy Lidze Narodów. Punkt wreszcie ostatni wyraża zasadę, że konferencje prasy powinny mieć charakter perjodyczny. W dyskusji komisyjnej przeważał pogląd, aby konferencje odbywały się co dwa lata, przyczem jako przypuszczalne miejsce konferencji z roku 1935 wymieniano Budapeszt lub inne miasto „na wschodzie Europy“.

Niezależnie od tych rezolucji komisji I-szej, doszło w czasie konferencji, z inicjatywy delegacji sowieckiej, popartej przez delegację polską, do sformułowania deklaracji przedstawicieli rządowych biur prasowych, mającej za przedmiot „przeciwdziałanie w drodze współpracy z prasą przygotowywaniu, urzeczywistnianiu lub usprawiedliwianiu agresji“ — w myśl definicji napastnika, zawartej w układzie między Sowietami a ich sąsiadami, podpisanym w Londynie 3 i 4 lipca 1933. Rezolucja ta wyraża postanowienie biur prasowych, że „w wykonaniu swych funkcji i w ścisłej współpracy z prasą swych krajów oraz w ramach ustawodawstwa krajowego“ będą oddziaływały na prasę, aby unikała wzajemnie ogłaszania nieprawdziwych wiadomości lub fałszywych dokumentów i rozwijania akcji w kierunku wywoływania uczucia nienawiści między narodami, pobudzania do agresji lub oderwania części terytorjum innego państwa i propagowania idei interwencji w jego sprawy wewnętrzne. Zarazem postanowiono, aby biura prasowe rozwijały akcję w kierunku jak najszybszego i najobszerniejszego prostowania lub wyjaśniania fałszywych informacji oraz wyrażono gotowość równomiernego traktowania dziennikarzy na placówkach zagranicznych.

Do deklaracji tej przyłączyło się 16 państw — nie tylko te, które uczestniczyły w pakcie londyńskim, ale

także Francja, Anglja, Stany Zjednoczone, Danja, Szwecja, Grecja, Chiny i Peru — zastrzeżenia podnosiły tylko Włochy, Węgry i Litwa, wstrzymało się od głosowania 10 państw, z których jednak delegacje Belgji, Holandji, Norwegji i Szwecji motywowały swój krok jedynie brakiem odpowiednio szerokich pełnomocnictw.

Komisję II-gą nazwać można było „polską“, gdyż oba punkty jej porządku dziennego (sprawa sprostowań prasowych i sprawa regionalnych porozumień prasowych) referowane były przez Polaków, pp. Kauzika, jako przedstawiciela wydawców i Libracha, jako jednego z delegatów polskiego M. S. Z. W rezolucjach, powziętych na podstawie tych referatów komisja „stwierdza, że prawo sprostowania na terenie międzynarodowym i w prasie winno stanowić jeden z najskuteczniejszych środków zwalczania fałszywych wiadomości, mogących zamącić utrzymanie pokoju i dobre stosunki między narodami“ i wyraża życzenie, aby Rada Ligi Narodów zajęła się bliżej zbadaniem tej sprawy i sformulowaniem zaleceń, któreby zostały przedłożone następnej konferencji prasy. „Konferencja — oświadcza dalej rezolucja — oczekując zawarcia układów ogólnych pod względem prawnym i faktycznym, takich, jakie będzie mogła zalecić Liga Narodów, sugeruje stosowanie układów prasowych dwustronnych i wielostronnych, określających współpracę rozmaitych zainteresowanych organizmów i możliwości sprostowania“.

Propozycja polska została zatem w swych głównych zasadach całkowicie zaaprobowana.

W kwestji drugiej (regionalnych porozumień prasowych) konferencja, stwierdzając ich pożyteczność, zaleciła „zawieranie umów, nadających się do zorganizowania ogólnej współpracy prasy“.

Memorjał Polskiego Związku Wydawców oraz rezolucja FIADEJ-u, powzięta na podstawie wniosku Polskiego Związku, zostały włączone do rezolucji jako jej załączniki.

Wśród 5-ciu rezolucyj, przedłożonych przez komisję trzecią, pierwsza, dotycząca międzynarodowej legitymacji dziennikarskiej, ustala zasadę, że legitymacje takie powinny być zaopatrzone wizą dyrektora dziennika lub agencji informacyjnej, w których dany dziennikarz pracuje, i tracić ważność z chwilą zaprzestania współpracy. Wyrażono zarazem życzenie, aby legitymacje dawały dziennikarzom „bez formalności i opóźnień prawo do udogodnień, pożytecznych dla ich pracy“.

Rezolucja 2-ga, dotycząca Międzynarodowego trybunału honorowego dziennikarzy, ustala konieczność zapewnienia w tej instytucji dyrektorom dzienników i agencji, zgrupowanym w organizacjach krajowych i międzynarodowych, „miejsca odpowiedniego do ich roli i zainteresowania, jakie mają w misji moralnej prasy“.

Rezolucje 3-cia i 4-ta, dotyczące materiałow, przedłożonych przez Międzynarodowy Instytut współpracy umysłowej, wyrażają wdzięczność Instytutowi za ankietę w sprawie roli umysłowej prasy, co zaś do komunikatów radjowych, wypowiadają życzenie, aby stacje radiowe podawały zawsze źródło danej wiadomości, przyjmując za nią odpowiedzialność (agencja, dziennik lub władza).

Rezolucja wreszcie 5-ta, poświęcona uregulowaniu sytuacji dziennikarzy, pracujących za granicami swych krajów, wyraża życzenie, „aby został ustalony ogół zasad natury politycznej, prawnej i zawodowej, mogących korespondentom prasowym zagranicą zapewnić bezpieczeństwo pracy i osoby“ oraz, aby zasady te mogły być rozszerzone i utwierdzone w sposób międzynarodowy — dla zapewnienia równomiernego traktowania dziennikarzy zagranicznych we wszystkich krajach.

Wszystkie te rezolucje zostały przyjęte na końcowym posiedzeniu w dniu 11 listopada niemal bez dyskusji. Przewodniczący Zjazdu p. Doussinague, zamykając końcowe posiedzenie, scharakteryzował postępy, czynione podczas konferencji Madryckiej w rozwiązaniu zagadnienia walki z fałszywymi informacjami, podkreślił przytem wagę układu, zawartego między związkami wydawców holenderskim, polskim i szwajcarskim.

\*

Podczas obrad madryckich delegacja Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism wydała śniadanie na cześć Prezesa F.I.A.D.E.J., p. Ernesta Rietmanna i członków założycieli F.I.A.D.E.J., oraz przedstawicieli Sekretariatu Ligi Narodów — uczestników Konferencji Madryckiej. Wzięli w niej również udział przedstawiciele polskiego M.S.Z., p. naczelnik Przesmycki i p. Librach, oraz przedstawiciel Związku Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej p. Beaupré. Podczas tego przyjęcia prezes Mrozowski wygłosił przemówienie, które zawierało między innymi akcenty następujące:

„Jesteśmy wszyscy zdecydowanymi zwolennikami stałości i ładu oraz pracy w ustalonych warunkach prawnych, ekonomicznych i politycznych. Swoiste cechy naszej umysłowości sprawiają, że przekładamy stan ładu, zarówno wewnętrznego, jak międzynarodowego, nad stanem bezładu moralnego i materialnego, który powoduje najpoważniejsze nieporozumienia, szczególnie w dziedzinie stosunków międzynarodowych. Oto dlatego jesteśmy gorącymi zwolennikami Ligi Narodów.“

„Solidarność, jaka cechuje wszystkich członków F.I.A.D.E.J., jest właśnie gwarancją najściślejszej międzynarodowej współpracy kierowników prasy; umożliwi ona niewątpliwie również osiągnięcie poważnych wyników w dziedzinie pracy dla światowego pokoju, jaką poczyniwszy od I-szej konferencji w Hadze podejmują zrzeczeni wydawcy“.

P. E. Rietmann, prezes F.I.A.D.E.J. przyłączył się do wywodów i konkluzji prezesa Polskiego Związku Wydawców.

Na przyjęciu tem przemawiał nadto p. red. Beaupré, podnosząc znaczenie przyjaźni polsko-szwajcarskiej.

\*

Z przyjęć, urządzonych dla członków Kongresu Madryckiego, zasługuje na podkreślenie bankiet, wydany przez prezesa E. Rietmanna dla grupy wydawców, którzy zjechali do Madrytu; wzięła w nim również udział delegacja Polskiego Związku Wydawców. Dało to okazję delegatom polskim pp. F. Mrozowskiemu i St. Ktuzikowi do wygłoszenia przemówień, podkreślających znaczenie wysiłku przedstawicieli Hiszpanji, Italji, Norwegji, Holandji, Polski i Szwajcarii, obecnych przy stole — w pracach nad dziełem pokoju.

## KONFERENCJA PRASOWA W ZWIĄZKU WYDAWCÓW W SPRAWIE PRAC KONGRESU PRASY W MADRYCIE

Władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism zaprosiły, w porozumieniu z Wydziałem Prasowym Ministerstwa Spraw Zagranicznych, wybitnych przedstawicieli prasy na dzień 30 listopada 1935 r. do lokalu Związku Wydawców, aby poinformować obszerniej opinię publiczną o zadaniach Międzynarodowego Kongresu Prasy, który się odbył od 7 do 13 listopada 1935 r. w Madrycie, o jego przebiegu oraz o udziale delegacji polskiej w jego pracach.

W konferencji udział wzięli, poza przedstawicielami Wydziału Prasowego M. S. Z. z p. Naczelnikiem Wacławem Przesmyckim, p. Naczelnikiem Emilem Rueckerem i p. Radcą Janem Librachem, przedstawiciele agencji prasowych z Redaktorem Naczelnym Polskiej Agencji Telegraficznej p. Red. Mieczysławem Obariskim w pierwszym rzędzie oraz przedstawiciele prasy codziennej i perjodycznej. Z ramienia Związku Wydawców byli obecni: p. Prezes Mrozowski, p. Prezes Krzywoszewski oraz członkowie obecnego Zarządu, prezydium, Rady i Zarządu.

Konferencji przewodniczył i zagaił ją p. Feliks Mrozowski, prezes Rady Związku Wydawców, który omówił w swoim przemówieniu wyniki prac madryckich, podkreślając, iż inicjatywa przedstawicieli polskich wybijała się na czoło tego zjazdu. Reprezentanci Rządu Polskiego przeprowadzili zasadę regionalnych i dwustronnych porozumień prasowych, jako skutecznego środka pacyfikacji stosunków międzynarodowych w dziedzinie prasowej, oraz przeprowadzili w porozumieniu z przedstawicielstwem Rządu sowieckiego — porozumienie międzynarodowe w sprawie wzajemnej pomocy rządowych biur prasowych. Natomiast delegacja Związku Wydawców na Kongres Madrycki przedstawiła temu Zjazdowi projekt w sprawie udziału organizacyj prasowych w akcji zwalczania nieścisłych wiadomości i doprowadziła do zawarcia przez Polski Związek Wydawców umowy w tej kwestji ze związkami Szwajcarji i Holandji.

Tak wspaniałe wyniki swej działalności Delegacja Polska na Zjazd Madrycki — zakończył swe przemówienie Prezes Mrozowski — zawdzięcza harmonji, jaka panowała w łonie delegacji i ścisłej współpracy trzech czynników, wchodzących do tej delegacji: przedstawiciele Wydziału Prasowego Min. Spraw Zagr., przedstawiciele Związku Wydawców Dzienników i Czasopism oraz przedstawiciele Związku Dziennikarzy.

Następny mówca — p. Naczelnik Wacław Przesmycki, przedstawił w wyczerpującym referacie cele i przebieg Zjazdu Madryckiego i szczegółowo poinformował zebranych o wysiłkach, które doprowadziły do zorganizowania międzynarodowych stosunków prasowych. Wysiłki te dały konkretne wyniki jeszcze w r. 1927, gdy zwołano do Genewy Konferencję rzeczoznawców prasowych. Następnym etapem była konferencja rządowych biur prasowych i przedstawicieli organizacyj prasowych, zwołana w styczniu 1932 r. przez Rząd duński do Kopenhagi. Niezależnie od tych wysiłków, rozwijała się współpraca międzynarodowa agencji informacyjnych, zrzeszonych w porozumieniu t. zw. „Agences Alliées”. Wreszcie rozwija pomyślnie swą działalność Międzynarodowa Federacja Dziennikarzy „F.I.J.” i ostatnio powstała w maju rb. na zjeździe haskim Federacja Wydawców Dzienników — „F. I. A. D. E. J.” Na Kongresie Madryckim znalazły swój pełny wyraz zagadnienia, nurtujące prasę, gdyż reprezentowane były na nim cztery czynniki, decydujące w życiu prasy: rządowe biura prasowe, federacja wydawców, federacja dziennikarzy i grupa wielkich agencji telegraficznych.

Informując zebranych szczegółowo o przebiegu zjazdu madryckiego, który omawiamy na innym miejscu, p. Naczelnik W. Przesmycki podkreślił dobre wrażenie, jakie na uczestnikach kongresu zrobiło opracowanie przez Polski Związek Wydawców zagadnienia prostowania nieścisłych informacji w prasie i wydanie drukiem „Rapport concernant la que-

stion de la rectification des fausses nouvelles paraissant dans la presse”.

W dalszym ciągu zabrał głos p. Stanisław Kauzik, dyrektor Związku Wydawców, który omówił działalność wydawców na Kongresie Madryckim, w szczególności zaś działalność delegacji Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Podkreślić należy, iż przedstawiciele Międzynarodowej Federacji Wydawców występowali po raz pierwszy na zjeździe międzynarodowym.

Na Kongresie Madryckim Federacja Wydawców wystąpiła z wnioskiem w sprawie zastosowania w płaszczyźnie międzynarodowej instytucji t. zw. „droit de réponse” — prawa odpowiedzi, czyli prawa prostowania nieścisłych wiadomości. Pomimo, iż na Konferencji Kopenhaskiej sprawa „droit de réponse” spotkała się z niechętnym przyjęciem przez szereg uczestników, Federacja Wydawców postarała się o zamieszczenie na porządku obrad Kongresu Madryckiego tego zagadnienia i odpowiednio jego pogłębienie. Inicjatywa tej akcji należy do Związku Polskiego, który przygotował raport w tej sprawie. Przedstawiciel Polski referował tę sprawę na Kongresie w imieniu Federacji Wydawców.

Bezpośrednio przed zjazdem madryckim obradowała Federacja Wydawców — „F. I. A. D. E. J.” Na szeregu posiedzeń szczegółowo omówiono całokształt zagadnień, interesujących prasę, oraz przedyskutowano, m. innemi, sprawę przyjęcia projektu raportu polskiego i upoważnienia dyrektora Polskiego Związku Wydawców do przedłożenia tego projektu Kongresowi Prasy. Podkreślić tutaj należy, iż wielu uczestników zjazdu wyrażało opinię, że raport Polskiego Związku obok memoriału, przedstawionego przez Międzynarodową Federację Dziennikarzy — „F. I. J.”, należy do najstaranniej opracowanych materiałów, przygotowanych na Kongres Madrycki.

Dyrektor Stanisław Kauzik zatrzymał się dłużej na psychicznym znaczeniu kongresu, którego wyniki można uważać za dodatnie z punktu



widzenia polskiego, nie tylko ze względu na sukcesy naszej delegacji na Zjeździe, ale również i ze względu na nawiązanie przez przedstawicieli Polskiego Związku Wydawców bliższych kontaktów prywatnych z przedstawicielami zagranicznej prasy. Kontakty te pozwalają często — na załatwienie na terenie międzynarodowym wielu spraw, mających znaczenie dla Państwa Polskiego, a których nie dałoby się załatwić na drodze stosunków oficjalnych.

Na zakończenie przemówił w zastępstwie nieobecnego członka delegacji polskiej na Kongres Madrycki z ramienia Związku Dziennikarzy — p. Redaktora Beaupręgo — viceprezes tegoż Związku p. Redaktor Stefan Grostern, który wskazał na szereg prac, podejmowanych przez Związek Dziennikarzy R. P. na terenie Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy — „F. I. J.” i podkreślił pełną solidarność w akcjach na terenie

Madrytu, jaka łączyła delegację Związku Dziennikarzy z delegacją Ministerstwa Spraw Zagranicznych i delegacją Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism.

Konferencja prasowa, zwołana na godzinę 17-tą, przeciągnęła się do godz. 21 przy udziale przedstawicieli agencji informacyjnych i prasy, zarówno codziennej, jak i perjodycznej w liczbie około trzydziestu osób.

## UDZIAŁ PRASY W POŻYCZCE NARODOWEJ

Ogłoszenie przez Rząd w pierwszych dniach września 1933 r. 6% pożyczki Narodowej wywołało w całej polskiej prasie żywy odźwięk. Doceniając w pełni niezwykłą wagę i znaczenie Pożyczki dla naszego życia gospodarczego, prasa polska, bez różnicy odcieni i kierunków politycznych, od pierwszych dni ogłoszenia pożyczki, podjęła szeroką akcję propagandową na rzecz subskrypcji. Pełnym wyrazem ustosunkowania się prasy do Pożyczki Narodowej była uchwała Zarządu Głównego Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, powzięta w dniu 15.9.1933 r. na specjalnym posiedzeniu, zwołanym do Warszawy dla rozważenia spraw, związanych z akcją prasy na rzecz Pożyczki. Uchwała ta, jednomyślnie przyjęta, brzmi, jak następuje:

Zarząd Główny Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, na specjalnym posiedzeniu zwołanym do Warszawy na dzień 15 września 1933 roku, powziął jednomyślnie uchwałę następującą:

I. Zrzeszeni w Związku Wydawców, stojąc na zawsze przestrzeganiem przez Związek stanowisku obywatelskiego obowiązku prasy czynnego służenia Państwu we wszystkich kwestiach ogólnopolskiego znaczenia oraz oceniając w pełni doniosłą dla gospodarki państwowej rolę Pożyczki Narodowej — od dnia ogłoszenia Rozporządzenia Pana Prezydenta Rzeczypospolitej o Pożyczce Narodowej gorąco poparli sprawę tej Pożyczki, przyczyniając się bardzo poważnie do wytworzenia w spo-

łeczeństwie należytego nastroju dla Pożyczki.

Zarząd Główny Związku zwraca się do wszystkich wychodzących w Polsce wydawnictw z apelem, aby w dalszym ciągu prowadziły jak najbardziej wydawniczą propagandę na rzecz Pożyczki, aby oświetlały jej rolę, wagę i doniosłość dla Państwa. Pożądaniem jest wprowadzenie na okres propagandy stałych rubryk informacyjnych i umieszczanie artykułów podnoszących znaczenie Pożyczki. Redakcje winny udzielać jak najwięcej miejsca materiałom nadsyłanym przez Komitety Propagandowe.

Zarząd Główny podkreśla konieczność szczególniejszego wzmocnienia tej akcji w momencie otwarcia subskrypcji i w całym okresie jej trwania.

II. Zarząd Główny zaleca wszystkim wydawnictwom, wychodzącym na prowincji, nawiązanie ściślejszego stosunku z miejscowymi Komitetami Propagandy, celem jak najbardziej skutecznego wyzyskania swego znaczenia i wpływu na rzecz Pożyczki.

III. Zarząd Główny Związku wzywa wszystkie przedsiębiorstwa wydawnicze działające w Polsce do czynnego, możliwie najwyższego uczestnictwa w subskrypcji. Pp. Wydawcy winni dołożyć starań, aby personel ich przedsiębiorstw wziął również udział w subskrypcji.

Uchwała powyższa, zakomunikowana została Komisarzowi Generalnemu 6% Pożyczki Narodowej, p. Ministrowi Stefanowi Starzyńskiemu. W odpowiedzi p. Minister Starzyński, potwierdzając odbiór u-

chwały, podkreślił wagę, jaką przywiązuje do propagandowej akcji prasy oraz wyraził pod adresem Związku Wydawców prośbę o jak najintensywniejsze współdziałanie i stałe zwiększanie nasilenia akcji propagandowej do końca okresu subskrypcji, a to celem zapewnienia Pożyczce jak największego powodzenia, aż do kilkakrotnego pokrycia. Uchwała Zarządu Związku podana została następnie wszystkim, większym wydawnictwom do wiadomości i wykonania.

Stwierdzić należy, iż prasa zarówno w okresie, poprzedzającym subskrypcję, jak w okresie subskrybowania Pożyczki w pełni zrealizowała postulaty, uchwalone przez Zarząd Główny Związku, przyczyniając się niewątpliwie w poważnym mierze do tak niezwykłego powodzenia Pożyczki.

Prasa Polska nie ograniczyła się jedynie do akcji propagandowej na rzecz Pożyczki; jako jedna z gałęzi gospodarstwa narodowego wzięła udział w Pożyczce Narodowej, jako subskrybent. Ankieta rozpisana przez Związek Wydawców pozwoliła stwierdzić, iż udział w Pożyczce Narodowej przedsiębiorstw, wchodzących w skład Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism wraz z personelem tych wydawnictw wyraża się kwotą ponad 1.000.000 zł.

Ankieta dostarczyła ponadto dane co do udziału w subskrypcji 211 wydawnictw nie należących do Związku; wydawnictwa te subskrybowały łącznie z personelem ponad 200 tysięcy złotych.

## CODZIENNA PRASA W WIELKOPOLSCE

W kwietniu b. r. podjęte zostały z inicjatywy *Wyższego Kursu Dziennikarskiego* przy WSH. w Poznaniu, a przy wydatnem poparciu *Korporacji Zakładów Graficznych i Wydawniczych* na woj. poznańskie badania ankietowe prasy wielkopolskiej.

Woj. poznańskie, zajmujące poza stolicą czołowe miejsce co do liczby wychodzących dzienników i czasopism oraz reprezentujące pokaźną cyfrę czytelników prasy, zasługiwało na bliższe poznanie warunków pracy zakładów wydawniczo - prasowych. Pierwszy etap objął tylko wydawnictwa ukazujące się 6 razy (wzgl. dwanaście razy) tygodniowo, czyli właściwe dzienniki, oraz gazety — ukazujące się 2 — 4 razy w tygodniu. Wykluczone więc zostały czasopisma w węższym tego słowa znaczeniu, t. j. tygodniki, miesięczniki, kwartalniki i t. p.

Na rozesłane do zakładów wydawniczych kwestjonariusze, nadeszły odpowiedzi tylko od 52 proc. wydawnictw. Zważywszy, że niektóre zakłady wydawnicze odpowiedziały tylko na niektóre zapytania kwestjonariusza, uznać należy materiał uzyskany w drodze ankiety za niewystarczający do metodycznych badań naukowych. Ponieważ jednak ankieta na temat prasy wielkopolskiej jako przedsiębiorstwa była raczej eksperymentem, mającym za zadanie stwierdzenie, czy i w jakim stopniu teren wydawniczo-prasowy nadaje się do badań, wnioski nasuwające się przy opracowaniu ankiety, są niewątpliwie instruktywne.

Materiał opracowany dotychczas przez mgra Jerzego Gutsche'go, wykładowcę WSH. w Poznaniu, pozwala już na wyciągnięcie pewnych wniosków cyfrowych.

Na ogólną liczbę 145 zakładów poligraficznych na terenie województwa poznańskiego, zakładów wydawniczo-prasowych jest — 49, w tej liczbie za zakłady w typie nowoczesnym uważać należy około — 19.

Codziennie ukazuje się w Wielkopolsce 25 wydawnictw w jęz. polskim, z tego w Poznaniu — 7. Wydawnictw perjodycznych ukazujących się 2—4 razy tygodniowo jest 15, nie licząc t. zw. „Orędowników“ i „Informatorów“ powiatowych, których w woj. poznańskim wychodzi — 28. Zaznaczyć należy, że ogólna liczba wydawnictw perjodycznych (dzienników i czasopism wszelkich typów) w woj. poznańskim wynosiła, według danych *Głównego Urzędu Statystycznego* w r. 1929 — 328 dzienników i czasopism, w tem 287 w języku polskim, w roku 1931/32 — 269 dzienników i czasopism w jęz. polskim. Obecnie cyfry te uległy pewnej zmianie, wskutek zawieszenia z powodu kryzysu pewnych wydawnictw oraz powstania nowych placówek wydawniczych.

Bliższe zbadanie około 20 wydawnictw, ukazujących się codziennie lub przynajmniej dwa razy tygodniowo w Wielkopolsce, dało następujące wyniki. Jeden tylko dziennik ukazuje się dwa razy dziennie, czyli dwanaście razy tygodniowo, inne zaś wydawnictwa ukazują się przeważnie 6 razy tygodniowo. Czasopisma wychodzące w miastach prowincjonalnych oraz urzędowe „Orędowniki“ ukazują się przeważnie 2—3 razy tygodniowo. Liczba stron dziennika małomiejskiego waha się w dni powszednie od 4—6 stron, w dni świąteczne — 6—10. Dzienniki dużych miast (Poznań, Bydgoszcz, Inowrocław) wydają w dni powsze-

dnie 8—14 stron, w dni świąteczne zaś — 12 — 20. Najbardziej rozpowszechnionym formatem jest t. zw. berliński, 31,5 × 47 cm., który ma 13 z pośród badanych wydawnictw. Inne dzienniki ukazują się w formacie 28,2 × 41,5 cm., 63 × 45 cm. oraz — 36 × 52 cm. Z pośród 14 najpoczytniejszych dzienników objętych ankietą, 5 dzienników powstało w okresie 1890—1896, na okres 1906—1913 przypada powstanie około 4 wydawnictw; na okres Polski Niepodległej przypada 5 wydawnictw codziennych. Jeden tylko dziennik istnieje 75 lat, posiada więc najwyższą długowieczność.

Jeżeli chodzi o formę prawno-handlową przedsiębiorstwa prasowego, to z pośród badanych wydawnictw 6 są przedsiębiorstwami jednoosobowymi należącymi do właściciela drukarni; 6 — spółkami akcyjnymi, a 5 spółkami z ogr. odpow.

Nowoczesne urządzenia techniczne posiada tylko niewielka liczba przedsiębiorstw wydawniczych. Zakłady wydające dzienniki 6 razy tygodniowo posiadają przeważnie linotypy, stereotypję i t. d.; lecz druk odbywa się na maszynie płaskiej. Maszynę rotacyjną (jedną lub kilka) posiada 8 zakładów wydawniczych, przeważnie nowszego typu.

Przegląd tych ułamkowych wyników ankiety dotyczącej prasy wielkopolskiej pozwala stwierdzić, że naukowe badanie zagadnień organizacyjnych, technicznych i prywatno-gospodarczych prasy, przyczynić się może niewątpliwie do dokładniejszego i bardziej obiektywnego poznania struktury gospodarczej i technicznej placówek wydawniczych.

(j. g.)

---

WYDAWNICTWA I OSOBY POSIADAJĄCE ZBĘDNE ZESZYTY NASTĘPUJĄCYCH NUMERÓW „PRASY“:

Nr. 3 z 1931 r. i Nr. 12 — 1 — 2 z r. 1932/33.

PROSZONE SĄ O POWIADOMIENIE O TEM ADMINISTRACJI „PRASY“  
WARSZAWA, KRAK.-PRZEDM. 40, TEL. 540-00.

---

## 40-LECIE „DZIENNIKA KUJAWSKIEGO“

W dniu 1. X. 1933 r. obchodził 40-tą rocznicę swego powstania „Dziennik Kujawski“, najpoważniejszy organ Inowrocławia i dzielnicy kujawskiej.

„Dziennik Kujawski“ został założony z inicjatywy przemysłowca Lucjana Grabskiego w r. 1893, t. j. w epoce najsilniejszej walki władz i społeczeństwa niemieckiego z wszelkimi przejawami polskości. Wydawnictwo zostało zorganizowane w formie spółki z ogr. odp. z kapitałem zakładowym 10.000 mk. p. t. „St. T. Grabski i Sp. Księgarnia i Drukarnia Dziennika Kujawskiego“. Pierwszym redaktorem naczelnym był zasłużony pisarz ludowy Józef Chocieszynski.

Już w pierwszym kwartale swej egzystencji Dziennik Kujawski zdobył około 5000 abonentów i ugruntował od razu swój dział ogłoszeniowy. Dowodzi to, jak bardzo potrzebna była wówczas w Inowrocławiu polska placówka wydawnicza, walcząca z germanizacyjnymi zakusami władz zaborczych.

Program polityczny „Dziennika Kujawskiego“ streszczał się w słowach artykułu wstępnego, zamieszczonego w pierwszym numerze: „łączenie wszystkich warstw do wspólnej zgodnej, pokojowej pracy w kierunku obrony praw narodu i kościół — na podłożu dobrze zrozumianej demokracji“.

W redagowaniu pisma wzięto od razu kurs antyniemiecki, a z czasem wystąpienia „Dziennika Kujawskiego“ przeciw zaborcom stawały się coraz ostrzejsze i gwałtowniejsze, co spowodowało szereg procesów prasowych, z których dwa pierwsze skończyły się skazaniem redaktora Chocieszynskiego na więzienie.

W r. 1896, za redakcji Michała Łukowskiego, zaczął się ukazywać dodatek do Dziennika Kujawskiego

p. t. „Piast“. Dodatek ten wychodził przez 25 lat a następnie po przerwaniu został ponownie wznowiony w r. 1930 i obecnie jest jedynym bezpłatnym dodatkiem literacko-naukowym i regionalnym do pisma codziennego w Wielkopolsce.

Na schyłku XIX-go stulecia poważnie przyczynił się do dalszego rozwoju pisma wybitny dziennikarz i wielki patriota J. K. Maćkowski, który objął redakcję w r. 1896.

Nicustannie i nieustraszenie prowadzona wówczas na łamach Dziennika walka z polityką pruską uwieczniła się w historii wydawnictwa dalszym długim szeregiem procesów, wyroków i wieloma latami więzienia, które odsiadawali kierownicy pisma. W r. 1901 na 9 miesięcy więzienia skazany został redaktor Maćkowski, wkrótce potem red. St. Jaworski na 4 miesiące, a w r. 1902 przed sądem znaleźli się, z powodu odważnego artykułu o prześladowaniu dzieci polskich we Wrześni, red. Maciej Wierzbński i R. Wojtkowski. Numer 74 z roku 1902 zawierający artykuł p. t. „Dola dzieci wrzesińskich“, w którym nazwano szkołę wrzesińską zakładem karnym, został przez policję pruską tak doszczętnie zniszczony, że nie zachował się w komplecie nawet egzemplarz redakcyjny.

Rozmach „Dziennika“ w walce z najeźdźcami doszedł do szczytu w r. 1904 i 1905, kiedy to zmieniono nazwę Inowrocławia na „Hohensalza“. Ówczesny redaktor dr. Ulatowski dwakroć odsiadywał więzienie, więziony był red. Jankowski. Rok 1909 przyniósł głośny protest redaktora naczelnego „Dziennika Kujawskiego“, Poszwińskiego, red. Marchlewskiego i in. w sprawie deklaracji lojalności, złożonej w Berlinie przez prezesa koła polskiego ks. Radziwiłła. Protest ten spowodował ustąpienie

nie Radziwiłła z prezesury. W roku 1917 redaktor Poszwiński został komisarzem Naczelnej Rady Ludowej w Poznaniu a w 1919 r. vice-ministrem h. dzielnicy pruskiej.

U schyłku wojny przechodził „Dziennik Kujawski“ wielkie trudności, spowodowane brakiem papieru. W kompletach z tych czasów znajdują się egzemplarze najróżnorodniejszego formatu, drukowane na papierze kolorowym, zasmarowanym farbą, często prawie nieczytelne.

W r. 1922 zmieniono Towarzystwo Wydawnicze Dziennika na Spółkę Akcyjną, której kapitał po przerahowaniu wyniósł 100.000 zł.

Obecnie dyrektorem wydawnictwa „Dziennika Kujawskiego“ jest p. Kazimierz Ziętowski, zaś redaktorem naczelnym magister Tadeusz Sypniewski.

Z okazji 40-lecia istnienia „Dziennika Kujawski“ wydał bogato ilustrowany numer jubileuszowy, zawierający rys historyczny wydawnictwa, artykuły wybitnych osobistości oraz obszerny dział informacyjny i reklamowy.

\*

W dniu obchodu 40-lecia istnienia „Dziennika Kujawskiego“, władze Związku Wydawców wysłały następującą depeczę:

Dziennik Kujawski  
Inowrocław

Serdeczne gratulacje i powinszowania z okazji 40-lecia chlubnej, pełnej zasług narodowych pracy wydawniczej Dziennika Kujawskiego oraz gorące życzenia dalszego pomyślnego rozwoju przesyłają imieniem władz Związku Wydawców

Prezes Rady Mrozowski  
Prezes Zarządu Krzywoszewski  
Dyrektor Związku Kaulik.

### SPROSTOWANIE

W poprzednim, 7-10 numerze Prasy, który ukazał się w języku francuskim, w ogłoszeniu na str. 23-ej, mylnie podano numer telefonu wydawnictwa ECHO DE VARSOVIE; właściwy numer telefonu tego wydawnictwa jest następujący: 9-16-39.

# POBYT W POLSCE OJCA JACKA HERMANSA

NACZELNEGO REDAKTORA DZIENNIKA „DE MAASBODE“.

Było rzeczą mało znaną w Polsce, że katolicka prasa holenderska zajmuje od dawna przychylnie stanowisko w stosunku do spraw polskich. Już podczas powstania 1863 roku, dziennik „De Maasbode“, naczelny organ katolicki w Holandji ukazujący się w Rotterdamie zamieszczał obszernie artykuły, poświęcone kwestji polskiej. Przychylny stosunek, niekiedy wprost gorący, przetrwał aż do czasu wielkiej wojny, kiedy prasa holenderska dała dowód nie w słowach, a w czynie, jak się przyjaźnie do Polski odnosi. Mianowicie, na skutek odezwy Sienkiewicza, nawołującej na początku wojny światowej do składania ofiar na rzecz Polaków, którzy ucierpieli na skutek działań wojennych, katolickie pisma holenderskie z „De Maasbode“ na czele, otworzyły na swych łamach listę składek i rozpoczęły żywą propagandową akcję za zbieraniem funduszy dla ofiar wojny w Polsce. W ciągu kilku miesięcy akcja dała poważne wyniki: zebrano 25.000 guldenów holenderskich, sumę na owe czasy znaczną, którą zdecydowano złożyć na ręce Episkopatu Polskiego.

Wykonania tej decyzji podjął się ojciec Hjacynt (Jacek) Hermans, dominikanin, redaktor i jeden z naczelników publicystów dziennika „De Maasbode“. Ojciec Hermans udał się w podróż z zebranymi pieniędzmi do Polski, nie bacząc na trudności, na które mógł być narażony obce-krajowiec, podróżujący po terenach okupacji wojskowej Niemiec i Austro-Węgier. Szykany te nie ominęły i ojca Hermansa. Władze niemieckie rozpoczęły je w stosunku do oj. Hermansa już w Poznaniu; musiał on opuścić to miasto, po kilkudniowym zaledwie pobycie, jako „laestiger Auslaender“. Przymuszając, iż łatwiej będzie mógł dać sobie radę z władzami wojskowymi austriackimi, zaniechał planu udania się do Warszawy i rozpoczął starania, by dotrzeć do Krakowa, jednakże i tutaj natrafił na trudności. Mimo poważnych interwencji, m. in. J. E. księcia Metropolitę Sapiehy, Oberkommando odmówiło oj. Hermansowi zezwolenia na wjazd do Krakowa. Zmuszony do powrotu do Holandji złożył oj. Hermans dary holenderskie na ręce proboszcza w Oświęcimiu, celem przekazania Episkopatowi polskiemu. Po powrocie do kraju, zamieścił oj. Hermans w wydawnictwie „De Maasbode“ szereg niezmiernie ciekawych artykułów o podróży przez Niemcy i o Polsce. Artykuły o Polsce, nacechowane szczerą dla niej życzliwością, wywołały duże zainteresowanie w opinji holenderskiej i zagranicą.

Po odzyskaniu przez Polskę niepodległości, objawy przyjaźni prasy holenderskiej dla Polski doprowadziły do nawiązania bliskich bezpośrednich stosunków między przedstawicielami prasy polskiej a holenderskiej. Zapoczątkowaniem ich było odwiedzenie Polski przez p. Henryka Kuijpersa, wydawcę i dyrektora naczelnego „De Maasbode“, w listopadzie 1932 roku, na zaproszenie Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w porozumieniu z Poselstwem Polskim w Hadze oraz rewizyta przedstawiciela Polskiego Związku Wydawców, złożona dyrekcji i redakcji „De Maasbode“ w maju r. 1933. Rezultatem nawiązanych stosunków osobistych między

przedstawicielami prasy katolickiej holenderskiej i polskiej było wyjątkowo przychylnie ustosunkowanie się do spraw polskich dziennika „De Maasbode“ i innych katolickich pism Holandji. Przykładem tego stosunku jest zamieszczenie in extenso we wszystkich katolickich pismach holenderskich odezwy Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w sprawie polskośći Pomorza, oraz poświęcenie Polsce pierwszej kolumny „De Maasbode“ w dniu 11 listopada 1933 r. z okazji Święta Narodowego.

Prasa holenderska korzystała zresztą z każdej okazji, żeby najbardziej zacieśnić węzły przyjaźni. W szczególności niezwykle serdeczne przyjęcie zgotowała ks. biskupowi Kubinie podczas jego podróży po Holandji w sierpniu r. ub., dokąd udał się celem zwiedzenia osiedli emigrantów polskich w Limburgu. Objawem wyjątkowego oddania sprawom polskim kierownictwa dziennika „De Maasbode“ było wydelegowanie jako nieodłącznego towarzysza podróży ks. biskupa Kubiny podczas całej jego bytności w Holandji oj. J. Hermansa, naczelnego publicysty „De Maasbode“, który w szeregu feljetonów opisał barwnie tę podróż i poruszył najżywoźniejsze zagadnienia Polski.

To też Polski Związek Wydawców uważał za swój obowiązek zaprosić w porozumieniu z Poselstwem Polskim w Hadze o. Hermansa na kilkudniowy pobyt do Polski, aby w ten sposób spłacić choć w części dług wdzięczności, zaciągnięty wobec prasy holenderskiej podczas okresu wojny światowej, a jednocześnie umożliwić o. Hermansowi zwiedzenie tych dwu stolic Polski, do których nie mógł dotrzeć ze względu na trudności, czynione przez zaborców i okupantów.

O. Jacek Hermans przybył do Warszawy w dniu 5-go grudnia 1933 r. w towarzystwie ks. Brinka, swego przyjaciela, dyrektora Centralnego Biura Akcji katolickiej w Holandji. Księża holenderscy byli podczas swego pobytu w Polsce gośćmi Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism oraz byli serdecznie podejmowani przez władze kościelne, które pragnęły uświetnić ich pobyt, aby w ten sposób wyrazić wdzięczność za sympatje katolickich sfer holenderskich dla Polski.

Goście byli przyjęci na specjalnej audjencji u J. Em. Ks. Kardynała Kakowskiego, zamieszkali zaś na zaproszenie J. E. ks. biskupa Józefa Gawliny w Pałacu Kurji Polowej przy ul. Długiej. J. E. ks. biskup Teodor Kubina przybył do Warszawy z Częstochowy, aby wziąć udział w przyjęciu gości w Warszawie, i towarzyszył im w dalszej podróży po Polsce; ks. prałat Zygmunt Kaczyński, dyrektor Katolickiej Agencji Prasowej i ks. prof. Władysław Lewandowicz, dyrektor Akcji Katolickiej Diecezji Warszawskiej, wzięli również czynny udział w organizowaniu przyjęcia księży holenderskich.

Władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism skorzystały z pobytu w Warszawie oj. Hermansa i ks. Brinka, aby dostarczyć im jak najobszerniejszy materiał informacyjny o Polsce, w szczególności o prasie

polskiej. Ze względu na ograniczony czas, jakim rozporządzali goście podczas kilkudniowego pobytu w Polsce, unikano przeciążania ich konferencjami informacyjnymi, dlatego też przygotowany został szereg referatów, które doręczono gościom holenderskim w języku francuskim, m. in. referat o kulturze katolickiej Polski, referat o prasie katolickiej w Polsce, referat p. t.: „Polska katolicka między protestanckimi Prusami i prawosławną Rosją”, oraz obszerne notatki do zarysu stosunków politycznych, gospodarczych i kulturalnych między Holandją a Polską, razem około 40 stron maszynowego pisma, pozatem szereg wydawnictw statystycznych, historycznych, przewodniki, opisy i widoki miast i t. p.

Podczas swego pobytu w Warszawie księża holenderscy mieli możliwość zetknięcia się na gruncie towarzyskim z szeregiem wybitnych osobistości ze świata katolickiego i dziennikarskiego. Goście byli podejmowani śniadaniem przez J. Em. ks. Kardynała Kakowskiego i wydział Prasowy Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz uczestniczyli w wielkim bankiecie, wydanym na ich cześć przez Prezydium Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, wreszcie zapoznali się z atmosferą polskiego domu podczas przyjęcia, wydanego przez Księstwo Sewerynowo Czetwertyńskich.

Podczas tych przyjęć goście holenderscy zapoznali się z najważniejszymi zagadnieniami życia polskiego, w szczególności zaś życia politycznego, kulturalnego oraz prasy.

Kulminacyjnym punktem przyjęcia był bankiet, wydanym przez Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism, któremu przewodniczyli prezes Rady Naczelnej Zw. Wydawców p. Feliks Mrozowski oraz prezes Zarządu Głównego p. Stefan Krzywoszewski. Obecni byli m. in. J. E. ks. biskup Józef Gawlina, p. redaktor Tadeusz Świącicki, szef biura prasowego Prezydium Rady Ministrów, p. Emil Ruecker, zastępca naczelnika wydziału prasowego Ministerstwa Spraw Zagranicznych, książe Seweryn Czetwertyński, publicysta, poseł na Sejm, dr. Oskar Halecki, profesor Uniwersytetu Warszawskiego i członek Komisji Współpracy Intelktualnej przy Lidze Narodów, oraz wydawcy, naczelnicy redakcji i publicyści czołowych dzienników stołecznych i agencji prasowych z ks. dyr. Z. Kaczyńskim oraz redaktorami K. Olchowiczem i Stefanem Olszewskim na czele.

Przy deserze pierwszy zabrał głos p. Feliks Mrozowski, prezes Rady Naczelnej Związku Wydawców. Witając red. J. Hermansa jako przedstawiciela Holandji, prasy holenderskiej a jednocześnie dominikanina, nawiązał do sięgających początku XIII wieku tradycyji zakonu dominikańskiego w Polsce. Wspomniał o więzach uczuciowych, łączących Holandję i Polskę od wieków, jeszcze bardziej wzmocnionych w okresie walk Polski o niepodległość, p. Feliks Mrozowski podniósł wspaniałą rolę katolickiej prasy holenderskiej i jej znaczenie w życiu kulturalnym i politycznym Holandji i tak zakończył:

„Polożenie geograficzne, ekonomiczne i finansowe waszego kraju zmusza was, abyście mieli oczy otwarte na świat. Tak samo struktura społeczna narodu holenderskiego jest czynnikiem, który was skłonił do zgłębienia wielkich zagadnień naszych czasów. Dlatego właśnie dziennikarstwo wasze zajęło tak poważne miejsce wśród prasy świa-

towej i dlatego jest ono nieraz wzorem dla innych krajów. W szczególności wspaniała prasa katolicka w Holandji z Twym, Przewielebny Ojcie, dziennikiem na czele, spełnia swą misję z najwyższą gorliwością i znajomością rzeczy. Jestem przekonany, Przewielebny Ojcie, że w wyniku Twojego pobytu wśród nas, zapoznawszy się z naszymi zadaniami i z tem, co nas zajmuje, jako Holender zrozumiesz, że cały naród nasz posiada niewzruszoną wolę utrzymania nie-naruszalności swego dostępu do morza; jako katolik uznasz słusność wszystkiego, co w naszym życiu narodowym zgodne jest z uczuciem sprawiedliwości; jako dziennikarz zaprobujesz gorliwość, z jaką bronimy swego prawa do życia, swych przekonań, swej wiary. Wznoszę kielich na cześć naszych znakomitych gości i w ręce O. Hermansa piję za pomyślność katolickiej prasy holenderskiej”.

Następnie przemówił p. Stefan Krzywoszewski, prezes Zarządu Głównego Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, który omówił szczegółowo przyjazny stosunek prasy holenderskiej i oj. Hermansa do Polski w okresie wojny światowej, w szczególności zaś wysiłki oj. Hermansa, podejmowane w celu niesienia pomocy ofiarom wojny w Polsce i trudności, jakie spotkał.

„Podróż do Polski odsłoniła przed nim tragiczną sytuację Polski w czasie wojny. Jego sympatje dla naszego kraju pogłębiły się. Jego artykuły, jego „hors d'oeuvres”, tak lubiane przez czytelników holenderskich, stają się jeszcze wymowniejsze, gdy zaczyna mówić o sprawach Polski, on, który nigdy nie wątpił w zmartwychwstanie Polski. Właśnie w tym „Maasbode”, kierowanym przez innego naszego gorącego przyjaciela, p. Kuijpersa, rzucone zostały te przedziwne, promieniejące wiarą słowa: „Śpij, moja Polsko, śpij w pokoju, gdyż to, co inni nazywają grobem, jest, wiem to, Twoją kolebką!”

„Obecnie jednak nadszedł dzień — zakończył swe przemówienie p. Stefan Krzywoszewski — w którym nasz przewielebny ojciec Hermans mógł przybyć do naszego kraju łatwo, bez przeszkód, a my jesteśmy szczęśliwi, mogąc wyrazić mu całą naszą radość z ujrzenia go w stolicy Rzplitej Polskiej, wolnej i silnej, pragnącej pokoju, lecz świadomej swych obowiązków historycznych”.

Oj. Hermans odpowiedział na oba przemówienia, serdecznie dziękując w imieniu swoim i ks. Brinka władzom Polskiego Związku Wydawców i w szczególności prezesowi Mrozowskiemu i prezesowi Krzywoszewskiemu za zaproszenie do Polski:

„Pierwszem słowem, które pragniemy tu wypowiedzieć, jest wyrażenie naszej głębokiej wdzięczności za doznane przyjęcie i wspaniałą gościnność. Już od Berlina spędziliśmy noc, dzięki waszym przewidującym staraniom w polskich wagonach sypialnych nowych, komfortowych, dobrze ogrzanych, nie mających sobie równych w Europie. Były one dla nas, jak gdyby symbolem wielkiego dzieła, energicznej odbudowy narodowej nowoczesnej Polski.

„Szczęśliwi jesteśmy znajdując się dziś pośród was, drodzy koledzy z prasy światowej, w tej ukochaney i tak szanowanej u nas Polsce. My bowiem, Holendrzy, dzięki własnemu doświadczeniu, rozumiemy doskonale, co to znaczy odzyskać niepodległość i niezależność. Śledzimy z bliska waszą historję, pisaną krwią i łzami.

Mija trzy tygodnie, gdy pisaliśmy w dzienniku „De Maasbode“ o Polsce świętej i bohaterkiej, która dwukrotnie w historii obroniła Europę chrześcijańską, tak mało odznaczającą się wdzięcznością: raz przez Jana Sobieskiego, wielkiego króla i bohatera, który odparł Turków od Wiednia, a drugi raz—w historycznym roku 1920, przez pełnego sławy Marszałka Józefa Piłsudskiego, któremu i tutaj pozwalamy sobie złożyć głęboki hołd w imieniu Holandji.

„Już drugi raz mam zaszczyt znajdować się w Polsce. Poraz pierwszy byłem tu podczas wojny w 1915 roku i widziałem wówczas Polskę podzieloną, rozdartą, ograbioną i męczenną. Po raz drugi jestem w tej chwili. Obecnie Polska jest wolna i pełna chwały.

„Myślę, że znam Polaków. Byłem smutnym świadkiem niedoli podczas wielkiej wojny, gdy synowie jednego kraju, jednego ludu musieli walczyć przeciwko sobie. Znam Polaków pracowitych z polskich kolonij rolnych w Danji, gdzie stali się rdzeniem i krwią odradzającego się tam katolicyzmu. Znam Polaków dzielnych i energicznych, pracujących w Holandji w Limburgu, gdzie kieruje nimi tak znakomicie ich szlachetny kapelan Mgr. dr. Poels. Znamy Polaków, emigrujących do Ameryki drogą na Rotterdam. Zawsze byliśmy zbudowani szczerością ich wiary i dumą, jaką potrafią zachować w biedzie. Każdego tygodnia widzimy wasze statki, odchodzące z naszego portu w Rotterdamie do Gdyni, portu, któryście tak energicznie zbudowali.

„Wicie zapewne, że nasza dawna wielka stolica Amsterdam, zresztą jak i Rotterdam jest zbudowana na palach. Pali tych dostarczała nam przez wieki Polska, która pozostawała w ożywionych stosunkach handlowych z naszym krajem.

„Wszystko u nas świadczy o dobrych stosunkach, jakie łączyły Polskę i Holandję. Mamy o nich dotychczas najlepsze wspomnienia.

„Mój przyjaciel, ks. Brink, dyrektor Akcji katolicko-społecznej w Hadze, podobnie, jak i ja osobiście, czujemy się doskonale wśród was, naszych przyjaciół Polaków. I już dziś od rana zdaliśmy sobie sprawę, że czekają nas niezapomniane dni w odrodzonej Polsce. W tej Polonia Restituta, którą wszyscy u nas tak szanują i kochają. Wznoszę kielich za zdrowie naszych oddanych przyjaciół-Polaków“.

Bawiąc w Warszawie 3 dni, oj. Hermans i ks. Brink zwiedzili szczegółowo szereg zabytków przeszłości, przede wszystkim świątynie warszawskie, Zamek Królewski, Łazienki, Muzea, wystawę pamiątek po królach Janie Sobieskim i Stefanie Batorym, a także dzieła architektoniczne ostatnich lat, między innymi budowę domu Akcji Katolickiej im. J. Em. ks. Kardynała Kakowskiego; byli również obecni na wyświetleniu filmu polskiego „Pod Twoją obronę“, którego wersja holenderska ma być niebawem wyświetlana w Holandji.

Dnia 7. 12. 33 roku goście holenderscy, serdecznie żegnani na dworcu przez przedstawicieli władz kościelnych z J. E. ks. Biskupem J. Gawliną na czele oraz przez przedstawicieli władz Związku Wydawców z p. prezesem F. Mrozowskim, wyjechali do Częstochowy.

W Częstochowie księża holenderscy byli gośćmi J. E. ks. biskupa T. Kubiny. Dnia 8 grudnia goście wzięli udział w uroczystościach ku czci Najświętszej Marji Panny i odprawili Msze Święte przed Cudownym Obrazem, poczem zwiedzili klasztor Jasnogórski. Następnego dnia w towarzystwie J. E. ks. Biskupa Kubiny i dyr. Stanisława Kautzika, red. Hermans i ks. Brink wyjechali z Częstochowy do Krakowa, gdzie zamieszkali w Seminarjum Duchownem Częstochowskim.

W dawnej stolicy Polski goście poświęcili większą część czasu zapoznaniu się z pamiątkami historycznymi, dającymi szczegółowy obraz historii Polski, a więc przede wszystkim zwiedzili szczegółowo Wawel: Katedrę, groby królów polskich i Zamek królewski, następnie obejrzeli obrazy historyczne w Muzeum Narodowym, zwiedzili wreszcie stare świątynie Krakowa z kościołem Marjackim na czele.

Goście holenderscy nawiązali żywy kontakt ze światem wydawniczym, dziennikarskim i sferami intelektualnymi stolicy podwawelskiej oraz zaznajomili się z akcją społeczną sfer katolickich. Goście mieli sposobność uczestniczenia w uroczystościach, związanych z 50-cioleciem „Przeglądu Powszechnego“, w akademji, urządzonej przez władze Seminarjum Częstochowskiego oraz w bankiecie, wydanym na cześć gości holenderskich przez Oddział Krakowski Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism, z udziałem J. E. ks. Biskupa Kubiny, p. Małazyńskiego, zastępcy wojewody krakowskiego, posła Szyski, przedstawiciela zarządu miasta Krakowa, tudzież przedstawicieli kół wydawniczych i dziennikarskich.

Toast imieniem wydawców krakowskich oraz imieniem Syndykatu Dziennikarzy Krakowskich wniósł dr. Józef Flach, witając ojca Hermansa w mieście, do którego, mimo swych usiłowań, nie zdołał dotrzeć w 1915 roku. Red. Hermans odpowiedział pięknym przemówieniem, wyrażając w serdecznych słowach uznanie dla wysiłków Rządu, społeczeństwa i prasy w dziele odbudowy potęgi i znaczenia politycznego i kulturalnego Polski, a także podkreślając swe uczucia życzliwości i przyjaźni dla dzielnego Narodu Polskiego, ugruntowane bliższem poznanem jego przedstawicieli.

W końcowem przemówieniu p. Stanisław Kautzik, dyrektor Polskiego Związku Wydawców, żegnał ojca Jacka Hermansa i ks. L. Brinka w imieniu naczelnych władz Związku i złożył hołd szlachetnym uczuciom oj. Hermansa względem Polski, oraz zapewnił o szczególnym wroście przyjaznych uczuć Narodu Polskiego dla Narodu Holenderskiego pod wpływem zbliżenia prasowego.

Dnia 11 grudnia goście opuścili Polskę, żegnani w Katowicach przez p. St. Kautzika.

Pobył księży holenderskich miał poważne znaczenie dla zacieśnienia więzów łączących Holandję z Polską, gdyż dał on możliwość dwóm wybitnym publicystom i działaczom katolickim w Holandji bliższego poznania naszego kraju i zebrania na miejscu obfitego materiału informacyjnego. Wizyta ta pozostawiła w Polsce żywe wspomnienia z zetknięcia się bezpośredniego z dziennikarzami i działaczami społecznymi tej mary, co goście holenderscy. Włynie ona niewątpliwie na zacieśnienie stosunków kulturalnych polsko-holenderskich.

## 25-LECIE HOLENDERSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW

W dniu 16 grudnia 1933 r. Holenderski Związek Wydawców — „Vereeniging De Nederlandsche Dagbladpers” — obchodził uroczyste 25-lecie swego istnienia.

Związek został założony w roku 1908, jednakże powstanie jego było poprzedzone długim okresem prac przygotowawczych, który trwał od roku 1894. Głównymi założycielami byli: Ferdynand J. A. M. Wierdels, wydawca dziennika „Tijd”, obecny członek honorowy Związku, oraz A. G. Boissevain, wydawca gazety „Algemeene Handelsblad”. Zebranie konstytuujące odbyło się w dniu 21 grudnia 1908 r. w Amsterdamie w sali „Bible-Hotel”; wzięli w niem udział przedstawiciele 37 wydawnictw codziennych w Holandji. Do pierwszego zarządu weszli A. G. Boissevain, jako prezes, a F. J. A. Wierdels, jako sekretarz, oraz pięciu przedstawicieli wydawnictw stołecznych i prowincjonalnych.

Związek rozwijał się szybko: na drugim z kolei zebraniu ogólnem w 1910 roku reprezentowanych było już 47 dzienników; obecnie zaś Związek skupia około 70 wydawnictw, obejmując w ten sposób prawie wszystkie codzienne organy prasy holenderskiej bez różnicy kierunków. Praca Związku ogniskowała się w Zarządzie i w komisjach fachowych, pracujących nad poszczególnymi zagadnieniami wydawniczymi. Na czoło tych zagadnień wysunęła się kwestja podniesienia poziomu technicznego prasy holenderskiej, unormowania stosunków z dostawcami papieru i sprawa obniżenia cen papierów drukowych. Rozwiązanie tego zagadnienia było szczególnie ważnem w czasie wojny światowej, kiedy wydawnictwa przechodziły okres głodu papierowego.

Z czasem zadania Związku rosły, obejmując całokształt zagadnień, interesujących wydawców. W ciągu ubiegłego 25-lecia władze Związku osiągnęły poważne rezultaty we wszystkich dziedzinach swej działalności. Na specjalne podkreślenie zasługują: usprawnienie służby informacyjnej codziennej prasy holenderskiej, znaczne obniżenie kosztów depesz, zarówno krajowych, jak i zagranicznych, osiągnięcie po-

rozumienia wydawnictw co do wysokości prenumeraty, wreszcie uregulowanie spraw ogłoszeniowych.

Sprawom ogłoszeniowym władze Związku poświęciły specjalną uwagę, przeprowadzając podniesienie ceny ogłoszeń prasowych do poziomu, odpowiadającego ich wartości dla inserenta, normując ściśle warunki przyjmowania ogłoszeń rządowych, samorządowych oraz ogłoszeń, dotyczących subskrypcji pożyczek wewnętrznych. Związek skutecznie zwalcza ukrytą reklamę prasową różnych instytucji i firm handlowych, t. zw. w Holandji reklamę „pro Deo”. Zaznaczyć należy, że w chwili powstania Związku na holenderskim rynku ogłoszeniowym panował zupełny chaos, specjalnie zaś dużo do życzenia pozostawiały stosunki z biurami ogłoszeń. Dlatego też Związek przystąpił do regulowania stosunków, panujących w reklamie prasowej, a w roku 1915 rozpoczął definitywne formułowanie poszczególnych przepisów ogłoszeniowych, uchwalanie t. zw. „conclusie”, z których z czasem powstał holenderski kodeks ogłoszeniowy. W roku 1922 — po siedmiu latach pracy — zostało ustalone ostateczne brzmienie całości „Przepisów Ogłoszeniowych w Holandji”, obowiązujących do dzisiaj z nieznacznymi zmianami, przyjętymi w drodze porozumienia Związku Wydawców z biurami ogłoszeniowymi. Niezmiernie ważny dla życia prasy holenderskiej kodeks ogłoszeniowy jest w znacznej mierze dziełem p. F. J. A. Wierdelsa.

Jeszcze więcej czasu zajęła Związkowi kwestja porozumienia co do wynagrodzenia dziennikarzy i ich sprawy emerytalne. Pertraktacje z Kołem Dziennikarzy i Katolickim Związkiem Dziennikarzy trwały bardzo długo. Dopiero po wielu latach pracy ustalono wzór ramowej umowy pracy dziennikarza.

Również zagadnienia etyki zawodowej żywo interesowały Związek Holenderski Wydawców, czego wyrazem jest m. in. praca d-ra Sibolda S. Smedinga, ogłoszona w wydawnictwie pamiątkowym Związku p. t. „Normy etyczne w zawodzie wydawniczym”.

Sprawy czysto zawodowe i fachowe nie przesłaniały wydawcom, skupionym w „De Nederlandsche Dagbladpers”, ich obowiązków społecznych. Władze Związku uważały za swój obowiązek wczuwać się dokładnie w nastroje narodu holenderskiego i dawać im wyraz zarówno za pośrednictwem reprezentowanej przez siebie prasy, jak i w drodze wystąpień publicznych w imieniu swego narodu. Wspaniałym tego przykładem była zorganizowana przez prasę holenderską petycja do Ligi Narodów w sprawie rozbrojenia, która była przedstawiona przewodniczącemu Zgromadzenia Ligi we wrześniu 1931 r. przez prezydium Związku Wydawców Holenderskich, a pod którą zrzeszone dzienniki zebrały miliony podpisów z najszerzych warstw społeczeństwa.

Władze Związku Wydawców nie ograniczyły ponadto swych prac organizacyjno-zawodowych do terenu wewnętrznego i podjęły również akcję organizacyjną na międzynarodowym terenie wydawniczym. Związek holenderski, zgodnie z inicjatywą p. Ernesta Rietmanna, prezesa Szwajcarskiego Związku Wydawców, zorganizował pierwszą Międzynarodową Konferencję Wydawców w maju 1933 roku w Hadze, podczas której powstała Międzynarodowa Federacja Związków Wydawców F. I. A. D. E. J.

Obecny prezes Związku Holenderskiego, p. J. W. Henny, wydawca „Leidsch Dagblad” został wybrany na wiceprezesa Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców i bierze żywy udział w jej pracach. Wiceprezes Związku holenderskiego p. Henry Kuijpers, wydawca „De Maasbode”, drugi przedstawiciel Holandji w F. I. A. D. E. J., interesuje się również bardzo zagadnieniami zagranicznymi, czego dał dowód, zwiedzając w roku ubiegłym na zaproszenie Polskiego Związku Wydawców naszą stolicę.

Z okazji srebrnego jubileuszu „De Nederlandsche Dagbladpers” wydała okazały, bogato ilustrowany zeszyt pamiątkowy organu związkowego miesięcznika „Mededeelingen”, który ukazuje się od 17 lat. Numer ten, odznaczający się piękn-

na szatą graficzną, poza licznymi artykułami najwybitniejszych osobistości z holenderskiego świata wydawniczego, zawiera bogaty dział ogłoszeniowy. (J.P.)

\*

W dniu obchodu 25-lecia pracy Holenderskiego Związku Wydaw-

ców władze Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism wysłały na ręce p. J. W. Henny'ego następującą depezę:

Prezes „De Nederlandsche Dagbladpers”, Haarlem.

Polski Związek Wydawców przesłał w dniu jubileuszu gratulacje

z powodu wspaniałych rezultatów, osiągniętych przez Związek Holenderski, wraz z najlepszymi życzeniami stałego pomyślnego rozwoju.

Prezes Rady Naczelnej

*Feliks Mrozowski.*

Dyrektor Związku

*Stanisław Kauzik.*

## JUBILEUSZ DZIENNIKA „DE MAASBODE“

W czerwcu 1933 roku przypadła 65 rocznica założenia wybitnego katolickiego dziennika holenderskiego „Maasbode”, który wychodzi w Rotterdamie. Dnia 24 czerwca roku 1933 „De Maasbode” wydał 25.000 numer. Z tej też okazji Ojciec Św. przysłał dziennikowi błogosławieństwo apostołskie. Inicjatywę do założenia pisma dał słynny list pasterski pięciu biskupów ogłoszony 22 lipca r. 1868, kierowany przeciw tzw. szkole neutralnej. Ta agitacja, skierowana przeciwko ruchowi katolickiemu, była prowadzona przez wielki dziennik liberalny „Nieuwe Rotterdamsche Courant”. W owym czasie wychodziło już w Holandji pismo katolickie, mianowicie amsterdamski „Tijd” założony w r. 1846. Otóż założyciel i pierwszy redaktor „Tijd” p. Jodokus Smits miał duże zastrzeżenie co do potrzeby założenia nowego pisma katolickiego w Rotterdamie. Wskazywał on na to, że Holandja liczyła w owe czasy zaledwie 30% katolików, wobec czego miał wątpliwość, czy utrzyma się drugie pismo katolickie, tembardziej, że ukazujące się nie w stolicy, lecz w Rotterdamie. Mimo to katolicy rotterdamscy nie dali się odwieść od swego zamiaru i pismo założyli. Prospekt zjednał 200 prenumeratorów. Wystarczyło wszakże, iż ukazał się zeszyt pierwszy tygodnika „Maasbode” (1 października 1868), a liczba prenumeratorów wzrosła do półtora tysiąca.

W roku 1870 pismo zaczęło się ukazywać trzy razy na tydzień; codziennie wychodzi od r. 1885, a zaś od r. 1907 ukazuje się dwa razy na dzień. Dyrektor p. H. Kuijpers przekształca „De Maasbode” w pierwszorzędne pismo holenderskie.

Jest to obecnie wielki dziennik o charakterze światowym, można go porównać z takimi pismami jak angielskie Times czy Daily Telegraph.

Wspaniale wyposażony technicznie, drukowany na dobrym papierze doskonałymi czcionkami, posiada pismo „Maasbode” pierwszorzędny materiał informacyjny. Wystarczy tylko wskazać, że jego tygodniowe przeglądy giełdowe i dział gospodarczy są tak cenione, że właśnie ze względu na te działy „Maasbode” jest abonowany przez liczne wielkie firmy i banki, aczkolwiek te instytucje kierować się mogą zasadniczo odmienną orientacją ideologiczną czy polityczną. Obsługa telegraficzna „Maasbode” nie liczy się z kosztami. W roku 1928 „Maasbode” wysłał swego sprawozdawcę z Rotterdamu aeroplanem do bieguna północnego, gdzie wśród lodów spędził miesiąc, w celu zdobycia materiału dla czytelników o odkryciu bieguna. Tegoż roku „Maasbode” wysłał korespondenta do Sydney (Australja!) na Kongres eucharystyczny. Niedosć tego! „Maasbode” drukował codziennie całą szpalnę depezy z tego Kongresu. Jest to wielkie światowe pismo. Ale nietylko to, bo „Maasbode” jest również największym na całym świecie dziennikiem katolickim. W Holandji odgrywa rolę kierowniczą nietylko wśród katolików, lecz i w sferach gospodarczych. Każda encyklika papieska jest drukowana przez „Maasbode” w całości oraz komentowana. Na zasadzie statutu redaktorem pisma może być tylko ksiądz. Obecnie „Maasbode” wychodzi pod redakcją O. Hjacynta Hermansa. Feljetyony O. H. Hermansa ukazują się w „De Maasbode” pod ogólną nazwą „Hors d'oeuvre” i omawiają najważniejsze zagadnienia życia katolickiego w dziedzinie spraw politycznych i społecznych. Te feljetyony są wyróżniane i cenione przez intelektualne sfery holenderskie.

Pismo zamieszcza również doskonałe artykuły. Słynne są krytyki li-

terackie i artystyczne drukowane na łamach „Maasbode”. Dla najbliższych okolic Rotterdamu „Maasbode” wychodzi w pięciu edycjach prowincjonalnych. Prócz tego w nakładzie „Maasbode” ukazują się jeszcze 36 gazet katolickich.

Zaznaczyć należy, że dzięki życzliwości, jaką żywią dla Polski wydawca pisma p. Kuijpers i jego redaktorzy: Fr. Wessels i ojciec H. Hermans, dziennik „Maasbode” zajmuje niezmiernie życzliwe stanowisko w sprawach polskich. Ostatnio na 15 listopada „Maasbode” wydał specjalny numer polski, poświęciwszy nam dużo miejsca w artykułach i ilustracjach. Stanowisko „Maasbode” wpłynęło dodatnio na stosunek do Polski reszty pism katolickich w Holandji.

Śmiało powiedzieć można, że „De Maasbode” jest najbardziej miarodajnym dziennikiem katolickim w Holandji oraz jednym z najważniejszych pism Europy Zachodniej.

Wł.

\*

W dniu 1 grudnia 1933 r. p. Henryk Kuijpers, dyrektor dziennika „De Maasbode”, obchodził trzydziestolecie swej działalności na stanowisku dyrektora wydawnictwa. Z tej okazji władze Polskiego Związku Wydawców wysłały następującą depezę:

Dyrektor Henryk Kuijpers,  
„De Maasbode”, Rotterdam.

Prosimy przyjąć nasze serdeczne życzenia w dniu trzydziestolecia owocnej pracy w „De Maasbode”.

Prezes Rady Naczelnej

*Feliks Mrozowski,*

Prezes Zarządu Głównego

*Stefan Krzyroszewski,*

Dyrektor Związku

*Stanisław Kauzik.*



## AMERYKAŃSKI STATUT PRASOWY

W wykonaniu ustawy o odbudowie przemysłu amerykańskiego, wszystkie gałęzie przemysłu zostały w sierpniu 1933 r. wezwane do opracowania własnych kodeksów, czyli statutów gospodarczych. Jednocześnie zaznaczono, że do czasu przygotowania i zatwierdzenia przez władze statutów odrębnych, przemysł musi się stosować do postanowień ustawy ramowej.

Wśród przedstawicieli przemysłu wydawniczego zarysowały się dwie tendencje: jedni deklarowali gotowość natychmiastowego poddania się ustawie o odbudowie przemysłu i żądali szybkiego opracowania statutu prasowego, inni protestowali energicznie przeciwko schematyzowaniu życia wydawniczego, zwłaszcza zaś przeciwko poddaniu personelu redakcyjnego wydawnictw przepisom o maksymalnym czasie zatrudniania 40 godzin tygodniowo.

Po dość długim wewnętrznym rozważaniu tej sprawy, władze Związku Wydawców przedłożyły projekt kodeksu prasowego, za pośrednictwem gen. Johnsona, kierownika narodowej budowy przemysłu, Prezydentowi Rooseveltowi do zatwierdzenia.

W trakcie opracowywania projektu statutu prasowego odbywały się ciągle pertraktacje Związku Wydawców z przedstawicielami władz, w celu uzgodnienia spornych punktów. Najwięcej trudności nasuwała sprawa maksymalnego czasu zatrudnienia pracowników oraz projektowane przez Rząd wprowadzenie systemu koncesjonowania przedsiębiorstw wydawniczych. Gen. Johnson początkowo stanął na stanowisku, że postanowienia ogólnej ustawy o odbudowie narodowej, o 40 godzinnym tygodniu pracy i płacach minimalnych,

muszą być zastosowane do wszystkich pracowników przemysłu wydawniczego.

Wobec energicznej postawy przedstawicieli wydawców, władze Stanów Zjedn. zmuszone były ustąpić z pierwotnie zajętą stanowiska i w rezultacie, zatwierdzony przez Prezydenta, narazie tymczasowy, statut prasowy nakazuje zatrudniać powyżej 40 godzin tygodniowo jedynie pracowników biurowych wydawnictw. Odnosnie drukarzy zachowane zostały dotychczasowe płace i godziny pracy, zaś z pośród dziennikarzy zwolnieni zostali od obowiązku przestrzegania 40 godzinnego tygodnia pracy ci pracownicy, którzy zarabiają więcej niż 35 dolarów tygodniowo.

Sprawa koncesjonowania przedsiębiorstw wydawniczych wzbudziła jeszcze większe i bardziej zasadnicze spory pomiędzy wydawcami i rządem. Na pierwszą wiadomość o możliwości zaprowadzenia w stosunku do wydawnictw systemu koncesyjnego — który jest podstawą założeniem ogólnej ustawy o odbudowie przemysłu — prasa wszystkich odcieni podniosła gwałtowny alarm. Przedstawiciele wydawców, powołując się na postanowienia konstytucji Stanów Zjednoczonych, które gwarantują wolność prasy, oświadczyli wręcz, że nie podpiszą takiego statutu prasowego, któryby w jakikolwiek sposób ograniczał lub uniemożliwiał zakładanie i prowadzenie przedsiębiorstw wydawniczych. Postulaty wydawców zostały po długich pertraktacjach całkowicie uwzględnione i ostatecznie, wyżej wspomniany tymczasowy kodeks prasowy, w przeciwstawieniu do statutów wszystkich innych gałęzi prze-

mysłu, nie zawiera postanowień o koncesjonowaniu gazet i czasopism.

Ponieważ, zgodnie z przepisami ustawy ramowej o odbudowie, statuty poszczególnych gałęzi przemysłu obowiązują tylko te przedsiębiorstwa, które je podpisały, tymczasowy statut prasowy, po zatwierdzeniu przez prezydenta Roosevelta, został przedłożony wydawnictwom do podpisu.

Ogromna większość wydawnictw natychmiast podpisała kodeks i obecnie tylko bardzo nieliczne gazety i czasopisma amerykańskie nie są ozdobione „Błękitnym orlem”, symbolem odbudowy narodowej, do którego używania uprawnia podporządkowanie się odpowiedniemu dla danej gałęzi przemysłu statutowi. Należy zaznaczyć, że część wydawców, m. in. koncern Hearsta i Scrips-Howarda, dobrowolnie zastosowało maksymalny 40 godzinny tydzień pracy do wszystkich swoich pracowników.

Podpisanie przez wydawców tymczasowego statutu prasowego nie przesądziło sprawy wprowadzenia statutu stałego. Wśród wydawców amerykańskich nurtują w tej sprawie silne prądy opozycyjne, których jaskrawym wyrazem było wystąpienie poważnego wydawcy i, co ciekawsze, jednego z bliskich przyjaciół i zwolenników Prezydenta Roosevelta, senatora Glassa. Oświadczył on publicznie, że obie jego gazety wychodzące w Lynchburgu, w stanie Virginia, nie ozdobią się „Błękitnym orlem”. Jednocześnie senator Glass zapowiedział, że po otwarciu obrad plenarnych w Senacie w styczniu r. przyszłego zakwestjonuje kompetencję Urzędu Odbudowy do wydawania wiążących prawnie statutów i rozporządzeń.

## GRAFIKA

DWUMIESIĘCZNIK POŚWIĘCONY DRUKARSTWU I POKREWNYM SZTUKOM GRAFICZNYM — ORGAN POLSKICH ARTYSTÓW GRAFIKÓW I ZRZESZENIA KIEROWNIKÓW ZAKŁADÓW GRAFICZNYCH W POLSCE

### REDAKCJA I ADMINISTRACJA

Warszawa, Trębacka 10, tel. 647-06 (Związek Polskich Artystów Grafików). Konto w PKO.24-288.

Prenumerata w Warszawie: roczna zł. 20, z przesyłką poczt. zł. 25; półroczna zł. 10, z przesyłką poczt. zł. 12,50. Cena pojedynczego zeszytu zł. 4, z przesyłką zł. 5. Specjalne wytworne zeszyty na papierze kredowym dla bibliografów zł. 10 za egzemplarz. Cennik ogłoszeń wysyłamy na żądanie.

# KONGRES REKLAMY W RZYMIE I MEDJOLANIE

Na jesieni 1933 r. odbył się w Rzymie i Medjolanie IV-ty międzynarodowy kongres reklamowy. W kongresie wzięło udział około 300 uczestników, reprezentujących 14 państw zjednoczonych w Kontynentalnym Związku Reklamowym.

Pierwsze plenarne posiedzenie kongresu poświęcone było omówieniu dwóch zasadniczych tematów: „Państwo i Reklama” oraz „Reklama zbiorowa”. Zagadnienia te referowali: prezes wielkiego włoskiego biura reklamowego „Unione publica italiana” p. Cedraschi, delegat fińskiej p. H. Viherjuuri, członek egzekutywy kongresu p. Nino Caimi i delegat niemiecki prof. H. Frenzel.

P. Cedraschi w ciekawym swym referacie zobrazował działalność reklamową państwa oraz przedsiębiorstw państwowych w Italji, a mianowicie włoskiego monopolu tytoniowego, poczty i telegrafu, kolei państwowych, wreszcie państwowych zakładów ubezpieczeniowych. Prelegent zaznaczył, że przy wielkich kampaniach, propagujących zwiększenie produkcji zbóż oraz konsumpcję ryżu ogólna akcja propagandowa państwowych władz faszystowskich posługiwała się przede wszystkim systematyczną propagandą w prasie w postaci licznych artykułów i wzmianek. Wkrótce po zakończeniu wspomnianych kampanij reklamowych, rozpoczęła się wielka akcja ogłoszeniowa prowadzona jednocześnie na rzecz włoskich poczty i telegrafów, z powodu wprowadzenia szeregu nowych urządzeń, jak depesze pocztowe lub listowe, pośpieszne przesyłki towarowe i t. p., na rzecz kolei państwowych z okazji nowych udogodnień w ruchu osobowym i towarowym, wreszcie na rzecz monopolu tytoniowego. Zakrojona na szeroką skalę propaganda rządowych zakładów ubezpieczeniowych nastąpiła o kwartał później. Jako normalny format ogłoszenia przyjęto

1/4 strony, a jako najniższy 1/8, nierzadko jednak posługiwano się reklamami całostronicowymi. Zarówno reklama ciągła, jakiej używał monopol tytoniowy, propagując określone gatunki tytoniu i papierosów, jak i stosowana przez pocztę i koleje reklama dorywcza, wykazały ogromne, cyfrowo obliczone i dowiedzione korzyści dla wszystkich wspomnianych przedsiębiorstw.

Z drugiej strony wyniki wielkich włoskich kampanij reklamowych udowodniły niezbicie, że dzienniki i czasopisma pozostały nadal najpotężniejszym środkiem propagandowym i że inne środki reklamy są jedynie uzupełnieniem reklamy prasowej.

Przewodniczący fińskiego związku reklamowego p. Viherjuuri poddał działalność reklamową państwa zasadniczym rozważaniom metodologicznym, podkreślając, że w dzisiejszych czasach, przy akcji ogłoszeniowej należy się posługiwać środkami pełnymi umiaru i taktu, unikając agresywnego narzucania publiczności określonych towarów lub urządzeń. W tym samym duchu wypowiedział się niemiecki profesor Frenzel, udawadniając, że w obecnym okresie zmniejszonej siły nabywczej ludności, w dziedzinie reklamy jedynie pośrednią drogą można trafić do konsumenta. Skuteczność takiej metody postępowania występuje specjalnie wyraźnie przy reklamowaniu określonych produktów spożywczych.

W dalszym ciągu prof. Frenzel położył duży nacisk na reklamę zbiorową, która, propagując konsumpcję określonych grup towarów, stwarza atmosferę sprzyjającą zwiększeniu sprzedaży. Ten rodzaj reklamy ma przed sobą wielką przyszłość, zwłaszcza wobec obserwowanej we wszystkich krajach tendencji do zrzeszania się konsumentów.

Zagadnieniem reklamy zbiorowej

zajął się specjalnie p. Nino Caimi. Poważne zbiorowe kampanje ogłoszeniowe mogą być skutecznie przeprowadzone jedynie przy użyciu dużych środków pieniężnych i po dokładnym opracowaniu planów. Z tych powodów ten rodzaj reklamy wkłada na fachowców ogłoszeniowych poważną odpowiedzialność. Aby uchronić inserentów od niepoważnych i niefachowych doradców ogłoszeniowych, należy, po uzgodnieniu w drodze międzynarodowego porozumienia jednolitego trybu postępowania, wprowadzić wydawanie wyszkolonym technikom reklamowym specjalnych państwowych dyplomów. Niezależnie od tego stały sekretarjat Kontynentalnego Związku Reklamowego powinien zebrać dane o dotychczas przeprowadzonych wielkich kampanjach reklamy zbiorowej.

W dyskusji nad referatem p. Caimi, delegat niemiecki wyjaśnił, że podkreślone przez prelegenta postulaty dotyczące techników reklamy zostały już w Niemczech wprowadzone w życie. Niebawem odbędą się w Monachijskiej Izbie Handlowej pierwsze egzaminy dla techników reklamowych, po których nastąpić ma wydawanie dyplomów.

Po trzech dniach obrad plenarnych w Rzymie kongres przeniósł się do Medjolanu, gdzie rozpoczęła się praca w sekcjach, poświęcona omówieniu poszczególnych kompleksów zagadnień reklamowych oraz pokrewnych. W szeregu referatów zwracano uwagę na konieczność ścisłej współpracy fachowców reklamowych z wydawcami dzienników i książek, z drukarzami, grafikami i zawodami pokrewnymi. rozważano szczegółowo różne rodzaje reklamy krajowej i zagranicznej, sprawę ochrony własności pomysłów reklamowych, kwestję plagiatów i t. p. zagadnienia.

Piąty kongres międzynarodowy reklamy uchwalono urządzić w roku 1934-ym w Barcelonie.

**W ROTACYJNYCH I ROTOGRAWIUROWYCH FARBACH CELUJE DR. RATTNER**

## PRASA I REKLAMA PRASOWA NA WYSTAWIE W OLIMPJI

Latem 1934 roku odbyła się w wielkim gmachu londyńskiej Olimpij — wystawa reklamowa, połączona z kongresem ogłoszeniowców z Anglii i z dominjów angielskich.

W wystawie wzięło udział 259 wystawców ze wszystkich stron świata, a urządzenie jej poparło pośrednio lub bezpośrednio 90% wielkich firm angielskich. Prezesem komitetu organizacyjnego wystawy w Olimpij był sir William Crafwort, uważany za ojca nowoczesnej sztuki ogłoszeniowej.

Wystawę otworzył w dniu 17 lipca lord Derby, a kongres ogłoszeniowy, na który przybyło 800 delegatów z całego imperjum brytyjskiego, premier Mac Donald. W tymże dniu zwiedziła wystawę angielska para królewska i ks. Walji.

Wystawa olimpijska, zorganizowana pod hasłem „ogłaszając się — zwalcza się bezrobocie“, składała się z trzech działów: reklama w prasie codziennej i perjodykach, reklama filmowa i wreszcie reklama neonowa.

Najwięcej jednak miejsca i uwagi poświęcili organizatorzy stale i wszędzie górującemu nad wszystkimi innymi gałęziami reklamy — ogłoszeniu prasowemu.

Wśród licznych dzienników i czasopism, reprezentowanych w Olimpij wybijały się oczywiście na plan pierwszy wielkie wydawnictwa angielskie. Wyróżniało się stoisko dziennika konserwatywnego „Daily Telegraph“ z wykresem, ilustrującym rozwój przedsiębiorstwa, a obok popularne, pensowe wydawnictwa Beaverbrooka i Rothermera „Daily Express“ i „Daily Mail“. W sąsiedztwie „Daily Herald“ i „Radio Times“ —

„tygodnik o nakładzie dziennika“ — jak głosiły barwne transparenty; olbrzymi, wyraziście odbijający się w blasku neonowego światła wykres ilustrował nakład i rozpowszechnienie tego pisma w poszczególnych prowincjach Anglii. Warto zaznaczyć, że „Radio Times“ liczy za stronę ogłoszeniową przed programem radiowym 450 funtów szterlingów — t. zn. 13.500 zł. i pomimo to nie może uskarżać się na brak ogłoszeń.

W pobliżu „Radio Times“ znajdowało się stoisko niedzielnego tygodnika o nakładzie 3 milionów egzemplarzy. To „News of the World“, który drukuje, jak wskazywały wykresy, 2.000 mil angielskich papieru na godzinę. Obrazowy wykres unaczynia wielkość nakładu tego pisma: gdyby rozłożono stronicę jednego wydania „News of the World“ to powstałaby wstęga długości 15.000 mil angielskich, ciągnąca się od Londynu poprzez Atlantyk, cały kontynent amerykański, Pacyfik, niemal po wybrzeża japońskie. Piętnaście specjalnych pociągów dostarcza co tydzień to pismo na prowincję angielską, a liczne okręty oceaniczne zawożą specjalne wydania zamorskie do dominjów. „News of the World“ posiada tak wielką ilość zamówień na ogłoszenia, że inserenci muszą czekać na wykonanie swych zleceń z reguły po kilka tygodni. Cena jednej strony anonsu jednorazowego wynosi 2000 funt. szt. czyli przeszło 60.000 złotych.

Wspólne stoisko 120 angielskich tygodników urządził Związek Wydawców Tygodników Prowincjonalnych. Cztery specjalne mapy ilustrowały nakłady tych tygodników, wyrażają-

ce się łączną cyfrą 2 i pół miliona egzemplarzy, oraz nakłady innych wydawnictw w poszczególnych miastach i hrabstwach.

Ogólną uwagę zwracał na wystawie pokaz przedsiębiorstwa wydawniczego w ruchu. Zorganizował go dziennik „Daily Review“, przenosząc swą redakcję i drukarnię na czas wystawy do specjalnego pawilonu w Olimpij i demonstrując zwiedzającym wszystkie tajniki powstawania gazety.

Prasa dominjów angielskich przedstawiała się bardzo bogato, przyczem zwracano uwagę na fakt, że dzienniki południowo-afrykańskie swą formą, układem i sposobem redagowania, przypominają do złudzenia poważną prasę angielską, jak „Times“, „Manchester Guardian“ i in. Każde stoisko prasy dominialnej wyposażone było również w ciekawe wykresy, ilustrujące rozwój czytelnictwa w poszczególnych krajach i miastach oraz siłę nabywczą miejscowej ludności.

Z prasy europejskiej, kontynentalnej, najlepiej przedstawiało się stoisko agencji Havasa, która zgromadziła dzienniki i perjodyki kilkunastu krajów europejskich i całą prasę francuską.

Wszystkie objekty, stoiska, urządzenia i reklamy wystawy stały na wysokim poziomie estetycznym, odpowiadając jednocześnie nowoczesnym wymaganiom handlowym. Jest to zrozumiałe gdy się zważy, że wystawa odbyła się w Anglii, t. j. w kraju, który już dawno zrozumiał potrzebę i potęgę reklamy jako dźwigni handlu i przemysłu.

### MEMORJAŁ ZWIĄZKU WYDAWCÓW

w języku francuskim w sprawie prawa prostowania nieścisłych wiadomości prasowych, przedstawiony na Konferencjo Prasowa w Madrycie.

Memorjał zawiera:

1. Referat w sprawie prostowania nieścisłych wiadomości w prasie.
2. Rzut oka na kwestję prawa prostowania wiadomości prasowych z punktu widzenia ustawodawstwa w różnych krajach oraz doktryny, pióra Dr. Juljusza Nowotnego, profesora Uniwersytetu Jana Kazimierza we Lwowie.

Cena zł. 5. Do nabycia w Związku Wydawców, Warszawa, Krak. Przedm. Nr. 40 m. 11.

## ZYSKI I STRATY PRASY WŁOSKIEJ

Jeden z ostatnich zeszytów berlińskiego czasopisma Zeitungs-Verlag przynosi szereg ciekawych i charakterystycznych dla kryzysu, jaki przeżywa obecnie prasa wielu krajów, informacji o sytuacji finansowej prasy włoskiej.

Informacje te dotyczą zresztą tylko części wydawnictw włoskich, ogłaszających publicznie swe bilanse; wydawnictwa bowiem oficjalnie należące do partii faszystowskiej sprawozdań finansowych nie ujawniają.

Wśród wydawnictw, o których pisze „Zeitungs Verlag”, bardzo niewiele pracowało w latach ostatnich z zyskami.

Za takie wydawnictwo uważa informator „Zeitungs Verlag” w pierwszym rzędzie dziennik „Corriere della Sera”; dziennik ten, pozostający dotychczas w prywatnym posiadaniu nie ogłasza wprawdzie swych bilansów, jednak w sferach fachowych uchodzi za wydawnictwo dające poważne zyski, gdyż jest jednym z paru wydawnictw włoskich, posiadających wielką ilość ogłoszeń.

Również do dochodowych dzienników należy medjolański „Il Sole”, wypłacający dotychczas swym udziałowcom 15% dywidendy.

Do wydawnictw, które w mniejszym lub większym stopniu równo-

ważą swe dochody z wydatkami należą: organ Syndykatów „Il Lavoro Fascista”, dziennik „Il Lavoro” w Genui (rok 1931 — 134.060 lirów strat, rok 1932 — 87,284 liry zysku) i dziennik „Il Telegrafo” w Livorno (rok 1931 — 120.343 liry strat, rok 1932 — 5.299 lirów zysku).

Przeważająca natomiast większość objętych sprawozdaniem „Zeitungs-Verlag” wydawnictw włoskich daje straty i to częstokroć bardzo wysokie.

Należąca do największych dzienników Italii „Gazetta del Popolo” w Turynie, poniósłszy w r. 1931 straty w kwocie 178.876 lirów, podniosła swój kapitał akcyjny z 10 na 15 milionów lirów; rok 1932 przyniósł dalsze straty w kwocie 246.674 lirów; sytuację „Gazetta del Popolo” ratują wielkie rezerwy finansowe tego wydawnictwa z lat dawnych.

Turyński dziennik „La Stampa” przy kapitale akcyjnym 2 i pół miliona lirów poniósł w roku 1931 — 322.809 lirów strat, zaś w roku 1932 straty jego wyniosły 573.257 lirów.

Rzymski „Il Messagero” podniósł w roku 1931 swój kapitał z 4 na 6,1 miliona lirów, straty jego do roku 1931 wyrażały cyfrę 943.823 lirów, a w roku 1932 wyniosły 250.337 lirów.

Konkurujący z „Il Messagero” dziennik „Il Giornale d'Italia”, przy kapitale 3 milionów lirów doszedł w roku 1931 do ogólnej sumy strat 966.288 lirów, które to straty w roku 1932 powiększyły się o dalsze 30.956 lirów.

Największy w Neapolu dziennik „Il Mattino” wykazał straty: w roku 1931 — 230.069 lirów i w roku 1932 — 117.401 lirów (kapitał akcyjny 1 milion lirów). Ukazujący się w Bolonji dziennik „Il Resto di Carlino”, przy kapitale 800.000 lirów dał po roku 1932 — 251.196 lirów strat. Również w Bolonji wychodzący „Avenire d'Italia” podniósłszy w r. 1931 swój kapitał z 0,5 na 2 miliony lirów przyniósł w roku 1932 — 57.904 liry strat.

Z pośród mniejszych dzienników, wychodząca w Cremonie „Cremona Nouva” dała w ostatnich latach — 296.893 liry strat.

Rekord w stratach osiągnęła medjolańska „Gazzetta dello Sport”, poświęcona wyłącznie sprawom sportowym i bardzo w całej Italii rozpowszechniona. Do roku 1931 „Gazzetta dello Sport” wykazała 2.971.665 lirów strat; kapitał przedsiębiorstwa został w roku 1932 znizony z 6 na 5 miliony lirów; rok 1932 wykazał nową stratę w wysokości 992.597 lirów.

### REVUE BLEUE

Przegląd polityczny i literacki w języku francuskim, ukazuje się w Paryżu od 1863 r. dwa razy miesięcznie, poświęca specjalną uwagę sprawom polskim.

### REVUE SCIENTIFIQUE ILLUSTRÉE

Przegląd naukowy w języku francuskim, ukazuje się w Paryżu od 1863 r. dwa razy miesięcznie.

Dyrektor i Naczelny Redaktor wydawnictw:  
PAUL GAULTIER, członek Instytutu.

#### Cena prenumeraty dla Polski:

Revue Bleue	— rocznie 70 fr. fr.,	półrocznie — 38 fr. fr.
Revue Scientifique	— rocznie 80 fr. fr.,	półrocznie — 48 fr. fr.
Oba wydawnictwa razem	— rocznie 130 fr. fr.,	półrocznie — 75 fr. fr.

Adres wydawnictw: 286, Boulevard St. Germain, Paris (7e)

## ŻYCIE ORGANIZACYJNE

### Z DZIAŁALNOŚCI POLSKIEGO ZWIĄZKU WYDAWCÓW DZIENNIKÓW I CZASOPISM

#### Ogólne Zebranie członków Związku Wydawców.

W dniu 20 czerwca 1933 r. w sali Resursy Obywatelskiej w Warszawie odbyło się doroczne Ogólne Zebranie członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism. Zebranie poprzedziło 14 posiedzenie Rady Związku, poświęcone w myśl § 35 Statutu Związku wylosowaniu 6 ustępujących niestałych członków Rady. Wobec zrzeczenia się mandatów przez pp. Franciszka Głowińskiego i Franciszka Krajnę, wylosowano 4 ustępujących członków, a mianowicie pp. Wacława Gebethnera, Aleksandra Gutowskiego, Czesława Mikulskiego i Antoniego Zdanowskiego.

W Ogólnym Zebraniu wzięli udział liczni przedstawiciele prasy warszawskiej oraz prowincjonalnych ośrodków wydawniczych. Przewodniczył oraz przemówienie zagajające zebranie wygłosił prezes Rady, p. Feliks Mrozowski. Przemówienie to podajemy na wstępie niniejszego numeru „Prasy”. Do prezydium Zebrania Ogólnego powołano na wniosek p. prezesa Mrozowskiego członków naczelnych władz Związku: pp. Stefana Krzywoszewskiego, Antoniego Lewandowskiego i Zygmunta Pierackiego oraz pp. Józefa Chodaka (Warszawa), Edmunda Gromskiego (Lwów), Tadeusza Kobylańskiego (Warszawa), ks. Edwarda Kosibowicza (Kraków), Romana Leitgebera (Poznań), Stefana Pawlikowskiego (Pomorze) i Aleksandra Zwierzyńskiego (Wilno). Następnie dyrektor Związku, p. Stanisław Kauzik w obszernym przemówieniu przedstawił na tle ogólnych warunków gospodarczych sytuację obecną wydawnictw prasowych, omawiając szczegółowo prace Związku w okresie sprawozdawczym i ich wyniki oraz podnosząc z naciskiem, w obliczu nadchodzących dalszych trudności gospodarczych, potrzebę kontynuowania wysiłków organizacyjnych dla rozwiązania najistotniejszych problemów, w szczególności zaś sprawy zasięgu czytelnictwa oraz uporządkowania stosunków ogłoszeniowych. W dyskusji, która wywiązała się nad działalnością Związku w okresie 1932/1933 oraz planem prac na okres następnego roku wzięli udział pp. prezes F. Mrozowski, prezes St. Krzywoszewski, St. Ruśkiewicz, ks. E. Kosibowicz, St. Garztecki, St. Sikorski, oraz dyrektor Związku, Stanisław Kauzik. Po zakończeniu dyskusji zebrani dokonali wyborów uzupełniających do Rady Związku. Jednomyślnie powołani zostali do Rady pp. Wacław Gebethner, Aleksander Gutowski, Czesław Mikulski, Edward Pawłowski, Józef Święcicki i Aleksander Zwierzyński. W wyniku tych uzupełniających wyborów, Rada Naczelna obejmuje obecnie następujących przedstawicieli wydawnictw: pp. Stanisław Bok („Słowo Pomorskie” — Toruń), Józef Chodak („Gazeta Polska”), Mieczysław Dobija („Ilustrowany Kurjer Codzienny” — Kraków), Wacław Gebethner („Tygodnik Ilustrowany”), Franciszek Głowacki („Polska Zachodnia” — Katowice), Emilja Grocholska („Kobieta Współczesna”), Edmund Gromski („Wiek Nowy” — Lwów), Aleksander Gutowski („Czas” — Kraków), Szczepan Jeleński („Tęcza” —

Poznań), Tadeusz Kobylański („A. B. C.”), ks. Edward Kosibowicz („Przegląd Powszechny” — Kraków), Stefan Krzywoszewski („Świat”), Roman Leitgeber („Kurjer Poznański”), Antoni Lewandowski (S. A. „Prasa Polska”), Julian Maliniak („Robotnik”), Czesław Mikulski („Przegląd Techniczny”), Feliks Mrozowski („Kurjer Warszawski”), Mieczysław Niklewicz („Gazeta Warszawska”), Stefan Pawlikowski („Goniec Pomorski” — Tczew), Edward Pawłowski („Kurjer Bydgoski”), Zygmunt Pieracki („Bluszcz”), O. W. Podwapiński („Wydawnictwa ks. Franciszkanów” — Niepokalanów), Daniel Rozenchwajg („Nasz Przegląd”), Jan Sotomski („Polska Zbrojna”), Józef Święcicki („Kurjer Wileński”), Wincetyna Teskowa („Dziennik Bydgoski”), Wieniawa-Chmielewski Czesław („Polonia” — Katowice), Franciszek Wilkoszewski („Goniec Częstochowski”), Józef Włodarski („Płomyk”), Kazimierz Ziętowski („Dziennik Kujawski” — Inowrocław) i Aleksander Zwierzyński („Dziennik Wileński”).

Do Komisji rewizyjnej wybrani zostali pp. Stanisław Arct (Wydawnictwa Księg. M. Arcta), Konrad Czerwiński („Czasopismo Księgowych”) i Alfred Umgelter („Dzień Polski”) oraz jako zastępcy: pp. Stanisław Garztecki („Restaurator i Hotelarz Polski”) i Stanisław Zenon Zakrzewski (wicedyrektor P. A. T. i wydawca „Reklamy”).

15-te posiedzenie Rady Związku, odbyte bezpośrednio po zakończeniu Ogólnego Zebrania, poświęcone było wyborom prezydium Rady oraz, z uwagi na upływ kadencji, wyborom Zarządu Głównego Związku. Jednomyślną uchwałą Rady zatwierdzono na następny roczny okres prezydium Rady w dotychczasowym składzie, t. j. na stanowisku prezesa Rady wydawcę „Kurjera Warszawskiego” p. Feliksa Mrozowskiego, zaś na stanowiskach wiceprezesów Rady pp. Edwarda Pawłowskiego, wydawcę „Kurjera Bydgoskiego” oraz Zygmunta Pierackiego, wydawcę „Bluszczu” i 7 innych czasopism kobiecych. Na prezesa Zarządu powołany został ponownie p. Stefan Krzywoszewski („Świat”), na wiceprezesów wybrani zostali pp. Mieczysław Dobija (Ilustrowany Kurjer Codzienny), Antoni Lewandowski (Prasa Polska S. A.) i Mieczysław Niklewicz (Gazeta Warszawska), na członków Zarządu pp. Józef Chodak (Gazeta Polska), Wacław Gebethner (Tygodnik Ilustrowany), Edward Gromski (Wiek Nowy — Lwów), Tadeusz Kobylański (Mazowiecka Spółka Wydawnicza), Roman Leitgeber (Drukarnia Polska — Poznań), brat Wawrzyniec Podwapiński (Rycerz Niepokalanej), Jan Sotomski (Polska Zbrojna) i Czesław Chmielewski (Polonia — Katowice).

#### Posiedzenia prezydium Rady i Zarządu Głównego.

W okresie od początku lipca do końca grudnia 1933 roku, połączone prezydium Rady i Zarządu Głównego Związku odbyły 10 posiedzeń w dn. dn.: 5, 12 i 27 lipca, 28 września, 4, 20 i 21 października, 2, 13 i 18 grudnia 1933 r. Przedmiotem obrad prezydium, odbytych w miesiącu lipcu była sprawa dalszej rewizji cen papierów

drukowych, sprawa ustalenia wytycznych dla delegacji Związku do rokowań ze S. A. Polskie Radio oraz sprawy wynagrodzeń drukarzy. Posiedzenie prezydium, odbyte we wrześniu, poświęcone było omówieniu sprawy udziału Związku Wydawców i jego członków w akcji propagandy na rzecz Pożyczki Narodowej i w subskrypcji Pożyczki oraz wysłuchaniu sprawozdania dyrektora Związku z podróży zagranicę. Na październikowych i grudniowych posiedzeniach prezydium omówiony został plan prac Związku Wydawców w końcowych miesiącach 1933 r. i w początkowych miesiącach 1934 r., w szczególności zaś ustalono plan prac Zarządu Głównego, Rady Związku, Komitetu Prasy Perjodycznej oraz wytyczne dla delegacji do M. P. i T. w sprawie zasadniczej rewizji taryfy opłat pocztowych za przesyłanie dzienników i czasopism tudzież w sprawie zmiany systemu nadawania pism na pocztę. Na posiedzeniach powyższych przedyskutowano również szczegółowo sprawę udziału Polskiego Związku Wydawców w Konferencji Prasowej w Madrycie, instrukcje dla delegacji Związku na tę konferencję oraz sprawę przyjęcia przez Związek Wydawców O. H. Hermansa, redaktora „De Maasbode”. Ponadto przedmiotem obrad prezydium w październiku i grudniu były wytyczne akcji Związku w dziedzinie propagandy czytelnictwa, dalszego uporządkowania kolportażu na terenie Warszawy oraz sprawa terminów ukazywania się dzienników podczas świąt Bożego Narodzenia. Porządek obrad wszystkich prezydium uzupełniały sprawy organizacyjne i administracyjne Związku.

#### Nadzwyczajne 30 posiedzenie Zarządu Głównego Związku.

W dniu 15 września 1933 r. odbyło się nadzwyczajne posiedzenie Zarządu Głównego Związku, zwołane celem rozważania sprawy udziału prasy w akcji propagandowej na rzecz Pożyczki Narodowej oraz w subskrypcji Pożyczki. Zebranie to odbyło się pod przewodnictwem prezesa Zarządu Głównego, p. Stefana Krzywoszewskiego, zaś przy współudziale pp. prezesa Rady Feliksa Mrozowskiego oraz wiceprezesa Rady, Zygmunta Pierackiego i liczne go udziału członków Zarządu.

Jedynym punktem porządku dziennego tego posiedzenia była sprawa udziału prasy w Pożyczce Narodowej. Uchwalono rezolucję, którą wraz z opisem przebiegu akcji pomocy prasy w dziale subskrypcji podajemy na innym miejscu niniejszego numeru „Prasy”.

#### 31 posiedzenie Zarządu Głównego Związku.

Dnia 19 października 1933 r. o godz. 17-ej odbyło się w sali konferencyjnej Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism 31 posiedzenie Zarządu Głównego Związku Wydawców. W posiedzeniu tem, odbytem pod przewodnictwem prezesa Zarządu p. Stefana Krzywoszewskiego, wzięli udział, poza przewodniczącym, pp. prezes Rady Feliks Mrozowski, wiceprezes Rady Zygmunt Pieracki, wiceprezesi Zarządu Głównego: Mieczysław Dobija, Antoni Lewandowski i Mieczysław Niklewicz, członkowie Zarządu: Józef Chodak, Edmund Gromski, Tadeusz Kobylański, Roman Leitgeber, brat W. Podwapiński i Jan So-

tomski oraz dyrektor Związku Stanisław Kauzik i wicedyrektor Franciszek Głowiński.

Po omówieniu działalności Związku w okresie ubiegłym, specjalną uwagę poświęcono rokowaniom Związku ze Sp. „Centropapier”, sprawie realizacji postulatów prasy co do zwolnienia od podatku przemysłowego ubocznej sprzedaży pism i co do wprowadzenia ryczałtowych opłat pocztowych od zwrotów. Nadto zebrani szczegółowo przedyskutowali sprawę wynagrodzeń drukarskich, stosunku radja do prasy oraz sprawy obsługi prasy przez pocztę. W wyniku dyskusji Zarząd ustalił wytyczne dalszych prac Związku w tych dziedzinach. Specjalne znaczenie posiada powzięta przez zebranych uchwała dotycząca wystąpienia do Ministerstwa Poczty i Telegrafów o zasadniczą rewizję taryfy na przewóz dzienników i czasopism oraz zmianę systemu nadawania pism na pocztę w kierunku oparcia go na zasadzie określania liczby egzemplarzy przy pomocy wagi paczki i wagi jednostkowej. Prócz spraw wyżej omówionych przedmiotem obrad Zarządu była sprawa akcji zagranicznej Związku i udziału w Konferencji Prasowej w Madrycie, sprawa współdziałania prasy w akcjach społecznych o wyjątkowej doniosłości oraz propozycja Sp. „Centropapier”, dotycząca drukowania archiwalnych egzemplarzy pism na papierze szmacianym. Ze spraw organizacyjnych, załatwionych na 31 posiedzeniu Zarządu, wymienić należy przyjęcie nowych członków wydawnictw „Kurjer Poranny” i „Ostatnie Wiadomości” oraz dokonanie, na zasadzie uprawnienia, udzielonego Zarządowi przez Radę Związku, kooptacji nowego członka Zarządu w osobie p. Janiny Holówkowej, dyrektora wydawnictwa „Kurjer Poranny”.

#### Posiedzenie Rady Związku Wydawców.

W dniu 14 grudnia 1933 r. odbyło się 16-te posiedzenie Rady Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism pod przewodnictwem prezesa Rady, p. Feliksa Mrozowskiego.

W obradach wzięli udział pp.: Jan Ankiewicz (Pielgrzym i Goniec Pomorski), Mieczysław Dobija (I. K. C.), Emilja Grocholska (Kobieta Współczesna), Janina Holówkowa (Kurjer Poranny), Szczepan Jeleński (Tęcza), Stefan Krzywoszewski (Świat), Antoni Lewandowski (Prasa Polska S. A.), Julian Maliniak (Robotnik), Mieczysław Niklewicz (Gazeta Warszawska), Edward Pawłowski (Kurjer Bydgoski), Zygmunt Pieracki (Bluszczyk), Br. W. Podwapiński (Rycerz Niepokalanej), Jan Sotomski (Polska Zbrojna), Franciszek Wilkoszewski (Goniec Częstochowski), Kazimierz Ziętowski (Dziennik Kujawski), Aleksander Zwierzyński (Dziennik Wileński) oraz dyrektor Związku, Stanisław Kauzik i wicedyrektor Związku, Franciszek Głowiński.

Rada wysłuchiwała sprawozdań z ostatniego okresu prac Zarządu Głównego Związku, które oprócz bieżącej działalności wewnętrzno-organizacyjnej, objęły szereg akcji władz Związku na terenie zewnętrznym, a w szczególności: 1) akcję propagandową w sprawie Pomorza, 2) udział w zjazdach Międzynarodowej Federacji, 3) akcję wydawniczą Związku dla zagranicy i 4) przyjęcia O. H. Hermansa, redaktora dziennika „De Maasbode”; przed-

łożone zostało Radzie również sprawozdanie finansowe za okres od 1 stycznia do 30 listopada 1933 r.

Następnie dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik referował sprawy następujące: stosunki z Polskim Radio, sprawy papiernicze, pocztowe, przewozu dzienników i czasopism autobusami oraz propagandy czasopism. Z kolei Rada rozważała sprawę podjęcia przez prasę akcji propagandowej w dziedzinie ochrony i odbudowy zabytków przeszłości, tudzież kwestję zużytkowania zamku Rapperswilskiego; wreszcie Rada wysłuchała sprawozdania, dotyczącego udziału przedsiębiorstw wydawniczych w propagandzie i akcji subskrypcyjnej Pożyczki Narodowej. W obszernej dyskusji, jaka toczyła się na temat tych spraw, brali udział wszyscy uczestnicy obrad.

Pozatem Rada przyjęła szereg nowych członków Związku, a między innymi wydawnictwo „Dziennika Poznańskiego” w Poznaniu, zatwierdziła dodatkowo preliminarz budżetowy Związku na rok 1933 oraz plan prac władz Związku na pierwsze miesiące 1934 r.

Po zakończeniu posiedzenia o godz. 14, zebrani podejmowani byli przez Prezydium Rady i Zarządu Głównego obiadem w salonach Hotelu Europejskiego.

#### Audjencja przedstawicieli władz Związku u p. Ministra Emila Kalińskiego.

W dniu 18 grudnia 1933 r. Pan Minister Poczt i Telegrafów Emil Kaliński przyjął delegację Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w osobach pp. wiceprezesa Rady Zygmunta Pierackiego, członka Zarządu Głównego p. Janiny Hołówkowej i dyrektora Związku Stanisława Kauzika. Przedstawiciele Związku przedstawili p. Ministrowi Poczt i szczegółowo uzasadnili postulaty prasy, dotyczące potanienia i uproszczenia obsługi pism przez pocztę, oraz postulaty, dotyczące wyjątkowych ulg pocztowych dla wydawnictw w związku z akcją propagandy czytelnictwa.

P. Minister Kaliński odniósł się przychylnie do postulatów Związku i obiecał możliwie szybko rozstrzygnąć sprawę specjalnych ulg w opłatach pocztowych na okres tygodnia propagandy czasopism.

#### Tydzień propagandy czasopism.

Sprawa podjęcia akcji propagandowej na rzecz czytelnictwa czasopism była przedmiotem specjalnego posiedzenia Komitetu Prasy Perjodycznej, odbytego w dniu 4 października r. ub. pod przewodnictwem p. Zygmunta Pierackiego, wiceprezesa Rady Związku. Na posiedzeniu tym Dyrektor Związku p. Stanisław Kauzik przedstawił w głównym zarysie plan tej akcji oraz omówił szczegółowe wyniki swych badań nad obsługą czasopism przez pocztę w krajach zachodnio-europejskich, następnie zaś wicedyrektor Związku p. Franciszek Głowiński przedstawił szczegółowy projekt w sprawie zorganizowania Tygodnia Propagandy: specjalny nacisk położył przytem na sprawę indywidualnej akcji propagandowej wydawnictw, podkreślając, iż najbardziej celową i skuteczną jest propaganda prowadzona przez poszczególne wydawnictwa. Zadaniem propagandy ogólnej jest jedynie stworzenie warunków, sprzyjających powodzeniu reklamy indywidualnej. Nadto zaznaczył, iż zbiorowa akcja propa-

gandowa czasopism da należyte wyniki tylko w tym wypadku, o ile po krótkim wysiłku w okresie Tygodnia Propagandy wydawnictwa podejmą stałą systematyczną i usilną pracę nad propagowaniem swych organów. Nad referatami Dyrekcji Związku wywiązała się obszerna dyskusja, w wyniku której Komitet uchwalił szczegółowe wytyczne propagandowej akcji Związku, między innymi zwrócić się do Ministra Poczt i Telegrafów w sprawie specjalnych ulg w opłatach pocztowych przy rozsyłaniu prospektów i numerów okazowych w okresie Tygodnia Propagandy.

Drugie posiedzenie poświęcone sprawie Tygodnia Propagandy odbyło się w dniu 9 stycznia 1934 r. pod przewodnictwem prezesa Zarządu p. St. Krzywoszewskiego. W posiedzeniu tem, które miało na celu definitywne ustalenie planu prac, związanych z Tygodniem Propagandy, wzięło udział kilkudziesięciu wydawców czasopism, zrzeszonych w Polskim Związku Wydawców. Zebrani udzielili Prezydium Związku oraz Dyrekcji szereg cennych rad i pomysłów, które postanowiono wyzyskać w programie Tygodnia Propagandy. Akcja uchwalona objęła:

- a) umożliwienie najszerszym warstwom społeczeństwa zapoznanie się z okazowym numerem czasopisma,
- b) uświadomienie publiczności przy pomocy artykułów i wzmianek o znaczeniu czasopism,
- c) wezwanie do prenumeraty i kupna czasopism: w dziennikach, radjo i kinach,
- d) konkurs dla właścicieli koszy i kiosków na najlepszą wystawę czasopism.

#### Audjencja u dyrektora departamentu pocztowego M. P. i T. p. Jana Walchera.

W okresie sprawozdawczym przedstawiciele władz Związku przyjęci byli na szeregu audjencji przez p. Jana Walchera, dyrektora departamentu pocztowego Ministerstwa Poczt i Telegrafów. Na audjencjach tych omawiane były sprawy, dotyczące przesyłania pism za pośrednictwem autobusów, rozporządzenia Ministra Poczt i Telegrafów w sprawie ryczałtu zwrotnego, ulg pocztowych, związanych z Tygodniem Propagandy Czasopism, oraz sprawa zmiany taryfy pocztowej na przesyłanie dzienników i czasopism.

Dyr. J. Walcher, w zrozumieniu znaczenia prasy z punktu widzenia państwowego i jej niezmiernie ciężkiej sytuacji gospodarczej, nie szczędził pracy, by osobiście szczegółowo zbadać bieżące zagadnienia obsługi prasy przez Pocztę, i rozwiązywał je szybko, ustosunkowując się z całą życzliwością do zasadniczych postulatów prasy.

#### Pertraktacje ze Sp. Akc. „Polskie Radjo”.

W październiku i grudniu 1933 r. oraz styczniu 1934 roku władze Związku Wydawców prowadziły dalsze pertraktacje ze Sp. Akc. „Polskie Radjo” w sprawie uregulowania wzajemnych stosunków prasy i radja. Wspólne konferencje, odbyte w tym czasie, poświęcone były przede wszystkim zagadnieniu zmiany treści i formy „dzienników radjowych” w kierunku uzgodnienia tych audycji z interesami prasy oraz zagadnieniu reklamy przez radjo.

Władze Związku, dążąc do definitywnego uregulowania tych niezalutwionych dotychczas kwestyj, wysunęły nową koncepcję co do formy współpracy radja z prasą, proponując utworzenie dwu stałych komitetów porozumiewawczych, składających się przedstawicieli S. A. „Polskie Radjo“ i Związku Wydawców, a mianowicie komitetu redakcyjnego i ogłoszeniowego.

W dniu 26 stycznia 1934 r. dwuletnie zgórą wysiłki obu stron zostały uwieńczone zawarciem umowy, która w pierwszym rządzie przewiduje akcję propagandową radja na rzecz czytelnictwa, w szczególności czasopiśmiennictwa polskiego, a to za pomocą specjalnych audycji propagandowych „Polskiego Radja“. Wzajemnie za to Związek Wydawców zobowiązał się zalecić swym członkom propagandę radjofonji na łamach ich organów, między innymi w formie omawiania paczynań „Polskiego Radja“ oraz w formie rzeczowej krytyki audycji.

W dziedzinie audycji informacyjnych „Radjo“ zobowiązało się stosować się do wytycznych, opracowanych wspólnie, a mających na celu w pierwszym rządzie usunięcie szkód, jakie mogłyby poczynić prasie nadawanie „dzienników radjowych“. W dziedzinie reklamy radjowej porozumienie dąży również do zapewnienia reklame prasowej i reklame radjowej odpowiedniego ustosunkowania.

W najbliższej przyszłości zostaną utworzone komisje porozumiewawcze przedstawicieli „Polskiego Radja“ i Związku Wydawców do spraw audycji informacyjnych i reklamy radjowej, mające na celu wcielenie powyższych zasad w życie.

#### Rokowania ze Sp. „Centropapier“.

Wobec znacznego spadku cen papieru zagranicą w I-iej połowie 1933 r. a zupełnego usztywnienia w tym okresie przez Sp. „Centropapier“ cen papieru w Polsce w oparciu o wysoką taryfę celną oraz wobec mającego nastąpić na jesieni 1933 r. znacznego podwyższenia stawek taryfy celnej na wyroby przemysłowe, władze Związku Wydawców w połowie r. 1933 podjęły rokowania ze Sp. „Centropapier“, celem wyjaśnienia i rozstrzygnięcia zasadniczych zagadnień, związanych z ceną papieru w Polsce.

Przedmiotem tych pertraktacji, rozpoczętych w czerwcu 1933 r., o czym donosiliśmy w Nr. 3—6 „Prasy“, była sprawa uzupełnienia tabeli kosztów produkcji papieru, na podstawie której winny być regulowane ceny papierów wydawniczych, przez wprowadzenie elementu kosztów ogólnych produkcji, ponadto zaś sprawa rewizji cennika papieru oraz sprawa współpracy handlowej członków Związku Wydawców ze Sp. „Centropapier“.

W wyniku przeprowadzonych rozmów, zdecydowano pertraktacje co do spraw zasadniczych odroczyć do jesieni, zaś pierwszą, letnią fazę rokowań zakończono w lipcu 1933 r. zawarciem prowizorycznego porozumienia. Treść tego porozumienia została podana do wiadomości członków Związku w drodze okólnika.

Pertraktacje, podjęte ponownie w październiku roku 1933 nie doprowadziły dotychczas do uzgodnienia stanowisk Związku Wydawców i Sp. Centropapier.

W dniu 1 grudnia 1933 r. Sp. „Centropapier“ wprowadziła nowy cennik papierów, niższy o 3—4 proc. od cennika poprzedniego w pozycjach papierów wydawniczych.

Z uwagi na to, iż ogłoszona w grudniu r. ub. niżka cen papieru w Polsce nie odpowiada spadkowi cen papierów zagranicą w ciągu r. 1933. Związek Wydawców podjął nowe pertraktacje ze Sp. „Centropapier“.

#### Przewóz pism autobusami.

W związku z wydaną na skutek starań Związku Wydawców nowelą do ustawy o poczcie (Dz. U. R. P. Nr. 32/1933, poz. 275), zezwalającą pod pewnymi warunkami na przewóz pism za pośrednictwem autobusów, przedstawiciele władz Związku Wydawców odbyli w miesiącach sierpniu i wrześniu szereg konferencji z władzami pocztowymi, skarbowymi i przedstawicielami Związku Związków Właścicieli Przedsiębiorstw Autobusowych R. P. Konferencje te miały na celu uzgodnienie z zainteresowanymi czynnikami ostatecznego brzmienia rozporządzenia wykonawczego do wyżej wymienionej ustawy o poczcie.

Rozporządzenie wykonawcze w sprawie przewozu pism autobusami, znajduje się obecnie w fazie uzgadniania międzyministerjalnego.

#### Rozkład jazdy P. K. P.

W związku z pracami, podjętymi przez Ministerstwo Komunikacji nad letnim rozkładem jazdy P. K. P. na 1934 r., biuro Związku dwukrotnie, mianowicie w połowie maja oraz w pierwszych dniach października r. b., zwróciło się do wszystkich dzienników, wchodzących w skład Związku, z wezwaniem o podanie dezyderatów co do ewentualnych zmian w rozkładzie, z punktu widzenia interesów swych ośrodków wydawniczych. Materiał nadesłany przez wydawnictwa posłużył do opracowania szczegółowych postulatów prasy w powyższej sprawie. Postulaty te zakomunikowane zostały odpowiednim dyrekcjom okręgowym P. K. P., ponadto zaś pełne ich zestawienie z podziałem na dyrekcje zostało złożone biuru rozkładów jazdy Ministerstwa Komunikacji.

#### Akcja zagraniczna Związku Wydawców.

W ubiegłym okresie sprawozdawczym władze Polskiego Związku Wydawców poświęciły specjalną uwagę stosunkom zagranicznym Związku. Stosunki te wzmogły się szczególnie po założeniu Międzynarodowej Federacji Wydawców w maju 1933 r. na konferencji w Hadze.

W listopadzie 1933 r. delegacja Związku, w skład której wchodził prezes F. Mrozowski i dyr. St. Kauzik, wzięła udział w zwołanych do Madrytu: II-im Zjeździe Międzynarodowej Federacji Wydawców, oraz w II-iej Konferencji Rządowych Biur Prasowych i Przedstawicieli Organizacji Prasowych. W związku z kongresami madryckimi biuro Związku opracowało szereg materiałów, których część została wydana drukiem (zob. poniżej wzmiankę „Akcja wydawnicza Związku Wydawców“). Szczegóły udziału Pol. Związku Wydawców w kongresach madryckich są omówione na str. 9—14 niniejszego zeszytu.

Przedstawiciele władz Związku korzystali nadto ze swych wyjazdów zagranicę, aby nawiązać kontakt osobisty z zagranicznymi organizacjami prasowymi.



W ten sposób przedstawiciele Polskiego Związku odwiedzili Związki Wydawców w Paryżu, Rzymie i Medjolanie, Zurichu, Wiedniu, oraz nawiązali kontakt z Sekcją Informacyjną Sekretariatu Ligi Narodów i ze Stowarzyszeniem korespondentów prasowych, akredytowanych przy Lidze Narodów w Genewie, oraz z organizacją ogłoszeniową wydawców austriackich „Werbedienst” w Wiedniu. Ponadto dyrektor Związku przeprowadził szczegółowe studia nad obsługą prasy przez pocztę we Francji, Italji, Szwajcarji i Austrii, zasięgając informacji bezpośrednio u dyrektorów odpowiednich Dyrekcji Poczty i u kierowników pocztowych urzędów gazetowych.

W grudniu 1933 r. Związek Wydawców gościł oj. H. Hermansa, redaktora dziennika „De Maasbode”, oraz ks. L. Brinka; szczegóły pobytu gości holenderskich w Polsce podajemy na stronie 18 niniejszego zeszytu.

Również komunikowanie się biura Związku Wydawców w drodze korespondencyjnej z zagranicą znacznie się wzmogło w ubiegłym półroczu. Na zapytania organizacji prasowych z zagranicy, Polski Związek Wydawców udzielił szereg informacji o życiu prasy w Polsce, oraz zwracał się do tych organizacji wielokrotnie w sprawach, związanych z żywotnymi zagadnieniami prasy polskiej. Między innymi Związek uzyskał tą drogą szereg niezbędnych informacji o cenach papieru zagranicą, o stosunku pracy do radja, o organizacji kolportażu, o propagandzie własnej wydawnictw, o uregulowaniu stosunków ogłoszeniowych i t. p.

Wiadomości powyższe zostały częściowo ujęte w artykułach, zamieszczonych w „Prasie”, częściowo zaś — podane do wiadomości członków Związku na zebraniach organizacyjnych i w okólnikach związkowych. Znaczna część tych wiadomości jest jeszcze opracowywana przez biuro Związku.

#### Akcja wydawnicza Związku.

W drugiej połowie roku 1933 akcja wydawnicza Związku była szczególnie ożywiona, z uwagi na prowadzoną jednocześnie intensywną działalność na terenie międzynarodowym. Najpoważniejszą pozycją dorobku wydawniczego Związku w tym okresie stanowi obszerny 50-stronicowy „Rapport, concernant la question de la rectification des fausses nouvelles paraissant dans la presse”. (Referat dotyczy zagadnień rektyfikacji fałszywych wiadomości, ukazujących się w prasie). „Rapport”, przedstawiony przez delegację Związku Wydawców na konferencji Prasowej w Madrycie, składa się z dwóch części, z których pierwsza obejmuje właściwy memoriał Związku Wydawców w sprawie rektyfikacji fałszywych wiadomości, druga zaś opracowana przez Dr. J. Nowotnego, prof. Uniwersytetu Jana Kazimierza we Lwowie, stanowi studjum prawne, dotyczące obecnego stanu ustawodawstw najważniejszych państw świata oraz omawiające zagadnienie to z punktu widzenia teoretycznego. „Rapport” został rozdany uczestnikom Konferencji madryckiej, ponadto zaś rozesłany został zagranicę w dużej ilości egzemplarzy kierownikom organizacji i instytucji

prasowych, agencji, a także kierownikom biur prasowych ministerstw spraw zagranicznych oraz wybitnym osobistościom ze świata prasy.

Spełniając uchwałę I Konferencji Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców i Dyrektorów Dzienników (F. I. A. D. E. J.), zalecającą członkom Federacji dołączanie do swych organów prasowych dodatków w języku francuskim, poświęconych międzynarodowym zagadnieniom prasowym oraz wewnętrznym zagadnieniom, które mogą interesować zagranicę (t. zw. „Page Internationale”). Związek Wydawców wydał dwa numery specjalne „Prasy” w języku francuskim, zawierające, poza materiałem międzynarodowym, szereg artykułów informacyjnych o prasie polskiej i Polskim Związku Wydawców, streszczenie ważniejszych artykułów z „Prasy” i t. d. Ponadto w pierwszym z tych specjalnych numerów „Prasy” podana została in extenso uchwała Rady Związku, dotycząca Pomorza. Numery specjalne rozesłane zostały prasowym biurom rządowym we wszystkich ważniejszych państwach Europy i Ameryki Północnej, członkom FIADEJ — zagranicznym Związkom Wydawców, zagranicznym organizacjom dziennikarskim, instytucjom prasowym, szeregowi pokrewnych prasie organizacji międzynarodowych, dużej liczbie wybitnych osób ze sfer Ligi Narodów oraz ze świata prasy i polityki krajów zachodnio-europejskich.

Odrębny charakter posiada numer „Prasy”, wydany w październiku 1933 r. w języku francuskim. Jest to numer kolejny 7—10 za rok 1933. Został on nieomal w całości poświęcony omówieniu wartości ogłoszeniowych, jakie reprezentuje prasa polska dla przedsiębiorstw zagranicznych. Numer ten rozesłany został do wszystkich większych przedsiębiorstw zagranicznych, współpracujących z Polską na terenie handlowym.

#### Nowi członkowie Związku Wydawców.

W okresie od dnia 18 czerwca do dnia 20 grudnia 1933 r., przyjęto w poczet członków Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism następujące wydawnictwa: 1) Myśl Narodowa — Warszawa, 2) Spółdzielnia Wydawnicza Tagblat (pismo „Dos Judisze Togblat”) — Warszawa, 3) Wydawnictwa Naukowe, sp. z o. o. (pismo „Radjoamator Polski”) — Warszawa, 4) Stołeczna Spółka Wydawnicza sp. z o. o. (pismo „Kurjer Poranny”) — Warszawa, 5) Prasa Popularna sp. z o. o. (pisma „Ostatnie Wiadomości” i „Wesołe Wiadomości”) — Warszawa, 6) Drukarnia Dziennika Poznańskiego S. A. — Poznań (pismo „Dziennik Poznański”), 7) Główny Związek Straży Pożarnych R. P. (pisma „Przegląd Pożarniczy” i „Gazeta Strażacka”) — Warszawa, oraz następujących przedstawicieli tych wydawnictw: pp. 1) Jana Rembienińskiego i Wojciecha Wasiutyńskiego, 2) Mendla Kaminera i Dawida Flinkiera, 3) Bronisława Szaca i Stefana Barcikowskiego, 4) Janinę Hołówkową i Mieczysława Orłowskiego, 5) Henryka Finkelsteina i Mieczysława Krzeptowskiego, 6) Hilarego Gottowta i Karola Ulmańskiego, 7) Stanisława Pagowskiego i Michała Radwana.

## Z DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWYCH ORGANIZACYJ PRASOWYCH

### F.I.A.D.E.J.

Sprawozdanie z Kongresu Międzynarodowej Federacji Związków Wydawców F.I.A.D.E.J. podajemy na str. 9-tej.

### F.I.J.

Dnia 20 i 21 grudnia obradował w Rennes w Bretanii Komitet Wykonawczy Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej. Przewodniczył prezes Federacji p. Herman Dons (Belgia). W obradach uczestniczył, jako przedstawiciel rządu francuskiego, podsekretarz stanu w ministerstwie spraw zagranicznych p. François de Tesson. Związek Dziennikarzy Rzeczypospolitej reprezentowany był przez red. Grenkamp-Kornfelda, skarbnika Syndykatu Dziennikarzy Polskich we Francji.

Wobec rezygnacji wiceprezesa p. Wintera (Czechosłowacja), powołano jednomyślnie na opróżnione stanowisko p. Montarroyosa (Brazylja).

Nowoobрани wiceprezes zakomunikował, że otrzymał depeszę od brazylijskiego ministra spraw zagrani-

cznych p. Mello Franco zawiadomieniem, iż na konferencji panamerykańskiej w Montevideo postanowiono obowiązujące w całej Ameryce umowy międzynarodowe o prawie autorskim dostosować do konwencji berneńskiej.

Sekretarz generalny p. Valot przedstawił jak zwykle sprawozdanie z działalności, w którym podkreślił, że po zawieszeniu stosunków z organizacją niemiecką wpływ FIJ nie tylko nie osłabły, ale wprost przeciwnie wzrosły. Do Federacji zgłosiła się nowa organizacja dziennikarzy niemieckich na emigracji z p. Georgiem Bernhardtem na czele, a także Syndykat Dziennikarzy Hiszpańskich w Madrycie. (Dotychczas do Federacji należała tylko organizacja dziennikarzy w Barcelonie tj. katalońska).

Nad sprawą przyjęcia tych dwóch organizacji wywiązała się dłuższa dyskusja. Postanowiono organizację hiszpańską przyjąć do FIJ, natomiast decyzję w sprawie akcesu

dziennikarzy emigracyjnych niemieckich odroczone do następnej sesji Komitetu Wykonawczego.

P. Valot zawiadomił także, że w Danji, oprócz należącej dotychczas do FIJ organizacji dziennikarzy kopenhaskich, przyłączyły się, tworząc wspólny komitet, jeszcze dwie organizacje, a mianowicie dziennikarzy prowincjonalnych i dziennikarzy socjalistycznych.

Zanotować należy, że pomimo zawieszenia stosunków z Reichsverbandem jeden z dziennikarzy niemieckich, mający spór z jednym z wydawnictw francuskich, zwrócił się o pośrednictwo do FIJ, która spór załatwiła. W odpowiedzi na to otrzymano nawet z Berlina podziękowanie.

Pozatem Komitet Wykonawczy zastanawiał się nad zagadnieniem sytuacji korespondentów zagranicznych, zwolaniem specjalnego kongresu do Brukseli w 1935 r. w sprawie prasy radiofonicznej i innymi zagadnieniami zawodowymi.

## Z DZIAŁALNOŚCI ZWIĄZKU DZIENNIKARZY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

W okresie od czerwca Zarząd Główny Związku Dziennikarzy Rzplitej odbył dwie sesje dnia 18 czerwca i 29 października.

### Sprawozdanie z działalności Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej.

Główną część obrad sesji czerwcowej (pod przewodnictwem wiceprezesa red. Beaupré) wypełniła dyskusja nad sprawozdaniem delegacji Związku na sesję Komitetu Wykonawczego Międzynarodowej Federacji Dziennikarskiej w Budapeszcie. Na sesji tej, jak donosiła w poprzednim zeszycie „Prasa”, uchwalono jednomyślnie motywowaną rezolucję o zawieszeniu stosunków ze Związkiem Dziennikarzy Niemieckich (Reichsverband der Deutschen Presse). Motywy tej rezolucji wywołały wśród pewnej części członków Syndykatów Warszawskiego, Wileńskiego i Wielkopolskiego wątpliwości, które osobni delegacji Syndykatu Warszawskiego wyluszczyli na posiedzeniu Zarządu Głównego.

Po wysłuchaniu sprawozdań i wyjaśnień członków delegacji Związku pp. Beaupré'ego, Gotlieba, St. Czornowskiego i Grosterna uchwalono jednomyślnie rezolucję, w której powiedziano, że „w motywach rezolucji budapeszteńskiej niepotrzebnie użyto słów „nadużycia polityki nacjonalistycznej”, gdyż chodziło o przeciwstawienie się tendencjom krępowania wolności prasy bez względu na to, w imię jakiej idei to się odbywa”. Zarząd w uchwale swej stwierdził, że w swej działalności zarówno wewnątrz jak na terenie międzynarodowym Związek Dziennikarzy zawsze przestrzega zasady zawodowości.

Jednocześnie uchwalono jednomyślnie przyjęcie do zatwierdzającej wiadomości sprawozdania delegacji na sesję budapeszteńską.

Uchwalono przy tej okazji opracowanie regulaminu reprezentacji Związku na terenie międzynarodowym i powierzono referat tej sprawy na następną sesję p. red. Hieronimowi Wierzyńskiemu.

### Dziennikarze niemieccy w Związku.

Na wniosek p. red. Bazylewskiego Zarząd Główny większością 9 przeciw 4 polecił Komitetowi Wykonawczemu, aby opracował wnioski, dotyczące unormowania stosunku niemieckich dziennikarzy do Związku Dziennikarzy Rzplitej.

W dyskusji nad tym wnioskiem p. Grostern przypomniał, że Zarząd Główny Związku stoi niezmiennie na stanowisku całkowitego równouprawnienia i otwarcia dostępu do wszystkich Syndykatów wszystkim zawodowym dziennikarzom bez różnicy narodowości zgodnie ze statutem. Jeżeli nie forsuje się tej sprawy obecnie na terenie Syndykatu Wielkopolskiego to dlatego, że warunki zewnętrzne, od dziennikarstwa niezależne, stały się obecnie jeszcze mniej sprzyjające dla należytego załatwienia tej sprawy. P. Grostern przypomniał także, że statuty Syndykatów Śląskiego i Pomorskiego zostały już przystosowane do zasad statutu związkowego i nie zawierają



*Dni Sienkiewiczowskie.*

Na sesji październikowej Zarząd Główny jednomyślnie uchwalił poprzeć inicjatywę Ossolineum o organizacji Dni Sienkiewiczowskich 5. XI. i 19 listopada przez umieszczenie w całej prasie w tych dniach specjalnego materiału poświęconego pamięci Sienkiewicza i jego Trylogii.

*O metody polemiki.*

W dniu 21 listopada Wydział Wykonawczy Związku powziął zasadniczą rezolucję z powodu zauważonych w ostatnich czasach metod polemicznych, wykraczających poza granice dopuszczalne w koleżeńskich stosunkach dziennikarskich.

W rezolucji tej Wydział Wykonawczy przypomniał, że wprowadzony w życie regulamin obyczajowy, obowiązujący wszystkich członków 10 Syndykatów, zrzeszonych w Związku uznaje za wykroczenie przeciw etyce zawodowej m. i. „publiczne dyskredytowanie zawodu dziennikarskiego”, a takim jest bezwzględnie zniesławianie zarówno poszczególnych członków organizacji dzien-

nikarskich jak i całych jej odłamów.

Wydział Wykonawczy stwierdził, że stosowanie za tego rodzaju wyroczenia sankcyj należy do kompetencji poszczególnych Syndykatów.

Jednocześnie Wydział stwierdził, że, ogłaszając swój apel, nie dąży do ograniczenia swobody dyskusji politycznej, stanowiącej m. in. istotne zadania dziennikarstwa zawodowego, opartego na zasadzie wolności prasy i że nie jest rzeczą władz Związku i poszczególnych Syndykatów wkraczanie w istotę różnych stanowisk politycznych.

*Stosunki z zagranicą.*

W okresie sprawozdawczym zorganizowane zostało szóste Porozumienie Prasowe, mianowicie Porozumienie Prasowe Polsko-Łotewskie (PŁP). Odpowiedni akt został podpisany w Rydze.

Dla zażegnania nieporozumień, jakie wynikły przy ustalaniu składu delegacji do Rygi, Zarząd Główny uchwalił, aby stanowisko wiceprezesa PŁP zarezerwować dla delegata Syndykatu Wileńskiego.

Na międzynarodowej konferencji prasowej w sprawie zwalczania zeznania fałszywych wiadomości, która odbyła się dnia 7 listopada w Madrycie, Związek Dziennikarzy Rzeczypospolitej był reprezentowany przez wiceprezesa p. Beaupręgo.

*Zmiany we władzach Syndykatów.*

W Syndykacie Łódzkim odbyły się dnia 5 listopada wybory do Zarządu. Do nowego Zarządu weszli: pp. Czesław Gumkowski, prezes; Władysław Kozielski, I wiceprezes; Adam Halberstadt, II wiceprezes; członkowie: pp. Mieczysław Fabiszewski, Szymon Glück i Mieczysław Jagoszewski. Funkcje sekretarza objął red. Wł. Kozielski.

Na posiedzeniu Syndykatu Pomorskiego w Tczewie w dniu 6 czerwca powołany został nowy Zarząd w następującym składzie: pp. Leon Formański, prezes; Andrzej Różański i Leon Doliński, wiceprezesi; Józef Dobrostański, sekretarz; Edmund Bigoński, skarbnik; Stefan Rutkowski, Józef Stanach, Jan Zagierski, członkowie Zarządu.

## KRONIKA KRAJOWA

### JUBILEUSZE

**75-lecie „Dziennika Poznańskiego”.**

„Dziennik Poznański”, wielkopolski organ stronnictwa konserwatywnego, w r. 1934 wszedł w czwarte ćwierćwiecze swego istnienia.

Z tej okazji ukazał się specjalny, jubileuszowy numer „Dziennika Poznańskiego” poświęcony omówieniu historii pisma, jego stanu obecnego oraz zadań na przyszłość. Interesujący ten numer otwiera wstępny artykuł naczelnego redaktora „Dziennika Poznańskiego” p. Józefa Winiewicza p. t. „Po siedemdziesięciu pięciu latach”, w którym autor formułuje zasady ideologii, której służy „Dziennik Poznański”. Dr. Andrzej Wojtkowski, kustosz Biblioteki Raczyńskich, w obszernym artykule omawia historię pisma od roku założenia t. j. 1859 do chwili obecnej. Dziennik założony został w okresie,

gdy Poznańskie cieszyło się większą niż inne dzielnice wolnością polityczną, przetrwał cały okres polityki bismarckowskiej, broniąc zawsze mocno polskości i narodowych ideałów oraz podkreślając łączność narodową Poznańskiego z resztą Polski. — Dzięki swemu wielkiemu wpływowi na społeczeństwo, „Dziennik Poznański” odegrał ogromną rolę w akcji organizowania obrony Wielkopolski przeciw zalewowi niemieczyny, przyczyniając się w poważnym stopniu do zachowania i wzmocnienia polskości na ziemiach b. zaboru pruskiego.

W numerze jubileuszowym Dziennika Poznańskiego znajdujemy artykuł mgr. J. Gutsche o tendencjach rozwoju prasy współczesnej oraz artykuły prof. Skalkowskiego, min. Janta Połczyńskiego, dr. A. Piaśnickiego, K. Kierskiego, doc. Chałazyńskiego i innych.

**75-lecie „Tygodnika Ilustrowanego”**

„Tygodnik Ilustrowany”, jedno z najpoważniejszych i najbardziej zasłużonych polskich czasopism ogólnych, rozpoczął 75-ty rok swej nieprzerwanej działalności.

W numerze, rozpoczynającym ten okres, a będącym 3865 numerem zbioru ogólnego, redakcja „Tygodnika Ilustrowanego”, omawiając jubileusz pisma, pisze jak następuje:

„Tygodnik Ilustrowany” obchodzi w roku bieżącym rzadki jubileusz 75-go roku nieprzerwanego wydawnictwa. Tygodnik założony tuż przed wybuchem powstania styczniowego, przetrwał ponury okres powstaniowy, doczekał się rewolucji 1905 r. i wielkiej wojny, aby wejść z całą Polską w odzyskaną Niepodległość. 75 lat naszego pisma, to zam-

knięty okres dziejów Polski, jeden z najcięższych i najbardziej bohaterskich w Jej tysiącletnim istnieniu.

Jubileusz ten obchodzimy w wyjątkowo ciężkich warunkach światowego kryzysu. Mimo to jednak dolożymy wszelkich starań, aby okazać się godnymi wielkiej tradycji naszego pisma. Wierzimy też gorąco, że w wysiłku tym doznamy życzliwości i poparcia licznych naszych współpracowników i czytelników.

#### 50-lecie „Przeglądu Powszechnego”

Krakowski „Przegląd Powszechny” jedno z najpoważniejszych i najbardziej interesujących czasopism polskich, zamknął w grudniu 1933 r. 50-ty rok swej działalności.

Pierwszy numer „Przeglądu”, ukazał się w styczniu 1884 r., nakładem

Konwentu OO. Jezuitów w Krakowie. Redaktorem pisma był O. Marjan Morawski, profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego, wybitny myśliciel i publicysta, autor „Wieczorów nad Lemanem”. Wśród współpracowników Przeglądu Powszechnego w okresie ubiegłego 50-lecia, nie brak żadnego wybitnego nazwiska z polskiego świata katolickiego. Zająwszy niezwykle poważną pozycję w społeczeństwie polskim, „Przegląd Powszechny”, w ciągu lat pięćdziesięciu, chlubnie ją utrzymał, pracując wytrwale i skutecznie nad rozwojem polskiej myśli katolickiej.

#### 15-to lecie „Przeglądu Graficznego”.

Wychodzący w Poznaniu „Przegląd Graficzny, Wydawniczy i Papierniczy”, organ Związku Organizacji Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce, w grudniu br. zakończył 14 rok swego istnienia.

#### Dziesięciolecie tygodnika „Iskry”.

W październiku 1933 r. obchodził 10-lecie swego powstania warszawski tygodnik ilustrowany dla starszej młodzieży „Iskry”. Pismo to, wychodzące od samego początku pod kierownictwem red. Władysława Kopczeńskiego, w ciągu dziesięciu lat swego istnienia zyskało sobie liczne rzesze przyjaciół wśród młodzieży i uznanie sfer pedagogicznych. Wydawcą „Iskier” w ciągu kilku pierwszych lat była Książnica Atlas I. N. S. W., następnie przejął samodzielnie wydawanie i finansowanie pisma red. Kopczeński. Z okazji 10-lecia, redakcja „Iskier” wydała obszerny, bogato ilustrowany numer jubileuszowy.

Redakcja „Prasy” składa wymienionym wyżej wydawnictwom z okazji ich jubileuszów życzenia dalszego świetnego rozwoju ku pożytkowi kultury polskiej.

## „PNIOWIEC” FABRYCZNE SKŁADY PAPIERU

Jednocześnie z wejściem w życie syndykatu papierniczego „Centropapier”, t. j. w dniu 1. 5. 1932 roku, powstała nowa placówka papiernicza pod powyższą firmą. Z punktu widzenia naszych interesów zainteresowaliśmy się firmą tą, zwłaszcza, że wykazała ona dużą znajomość zarówno rynku, jak i branży i obecnie możemy podzielić się z czytelnikami bliższymi szczegółami, tyczącymi się firmy PNIOWIEC Sp. z o. o.

W roku 1930 na Śląsku, w miejscowości Pniowiec, została wybudowana, obok istniejącej od r. 1893 fabryki materiałów wybuchowych Lignoza Sp. Akc., przez tęże spółkę akcyjną — fabryka papieru. Wyroby tej fabryki zostały przyjęte przez rynek z dużym uznaniem.

Do chwili powstania syndykatu „Centropapier” papiernia Lignoza posiadała już znaczną ilość odbiorców w całym Państwie, przyczem interesy swoje powierzała przedstawicielom, za pośrednictwem których była z odbiorcami w stałym kontakcie.

By nie utracić klienteli i pozostać dalej w bezpośrednich stosunkach z odbiorcami swoimi, utworzyła Lignoza spółkę handlową p. f. PNIOWIEC Sp. z ogr. odp. (Centrala w Warszawie) z kapitałem zakładowym złotych 500.000,—, który, jak się dowiadujemy, ma być w najbliższym czasie podwyższony do sumy 1.500.000 zł. Celem Spółki było kontynuowanie nawiązanych już stosunków handlowych z dawniejszymi odbiorcami Lignozy S. A. Udziałowcem więc firmy PNIOWIEC w stu procentach jest Lignoza S. A. Katowice, co już daje dostateczną gwarancję zarówno solidności firmy, jak i jej zamożności.

Aczkolwiek zasadniczym zadaniem firmy PNIOWIEC było sprzedawanie papierów wyłącznie produkowanych przez własną papiernię, której specjalnością są papiery bezdrzewne: kancelaryjne, ilustracyjne, offsetowe, drukowe, szybkoschnące i drzewne w lepszych gatunkach, to uwzględniając życzenia licznej swej

klienteli, firma dostarcza papieru ze wszystkich papierni polskich, mając stale na składach bogaty asortyment wszelkiego rodzaju papieru i w rezultacie może w Pniowcu otrzymać każdy gatunek papieru zarówno kupiec, handlujący papierem, drukarz jak i wydawca.

Dla szybkiej i sprawnej obsługi swoich odbiorców firma Pniowiec posiada własne oddziały i składy w Poznaniu, Bydgoszczy, Gdyni, Sosnowcu, Łodzi i Radomiu, oraz przedstawicieli w większych miastach Państwa.

Na papierze z fabryki w Pniowcu stale drukują się: Tygodnik „Świat”, Tygodnik Ilustrowany i cały szereg innych tygodników, miesięczników i kwartalników. Ostatnio na papierze z fabryki w Pniowcu wydane zostały dzieła Mickiewicza i Słowackiego, oraz Księga ku czci Poległych Lotników.

Zarządcą firmy jest dyr. Władysław Cieślak.

## Z ŻYCIA PRASY

## Wśród wydawnictw.

Z dniem 1 grudnia r. b. zaszła zmiana na stanowisku naczelnego redaktora „Polski Zbrojnej”, które opuścił p. Władysław Ludwik Ewert; następcą p. Ewerta jest kpt. Karol Koźmiński, dotychczasowy kierownik referatu prasowego Gabinetu Ministra Spraw Wojskowych.

Z dniem 31 grudnia 1933 roku przestał wychodzić warszawski „Dzień Polski”, założony przed 10-ciu laty, a ukazujący się już od szeregu miesięcy jako mutacja krakowskiego „Czasu”. Prenumeratorów „Dnia Polskiego” przejął „Czas”, który przeniósł swą redakcję polityczną, wraz z redaktorem naczelnym p. Beaupré, do Warszawy i podaje od Nowego Roku jako miejsce wychodzenia pisma Kraków—Warszawę.

Z dniem 1 września 1933 r. zaczął wychodzić w Ostrowiu Wlkp. „Dziennik Ostrowski”. W Ostrowiu znajduje się filja redakcyjna oraz lokalny oddział ogłoszeniowy; pismo drukuje się w Drukarni Dziennika Poznańskiego i Gazety Powszechnej w Poznaniu. Jako wydawnictwo dodatkowe tejże Drukarni, zaczął się ukazywać również „Rolnik Wielkopolski” przeznaczony dla wsi.

Polskie czasopiśmiennictwo literacko-społeczne wzbogaciło się w październiku 1933 r. o pismo p. n. „Pion” ukazujące się pod red. p. Tadeusza Święcickiego, naczelnika Wydziału Prasowego Prezydium Rady Ministrów. Już pierwsze numery postawiły „Pion” w rzędzie najciekawszych i najbardziej wartościowych tego rodzaju czasopism w Polsce. Żywo redagowane rubryki bieżące, szereg doskonałych artykułów wybitnych literatów, krytyków i uczonych (Kleiner, Skwarczyński, Krzewski, Kaden - Bandrowski, Bystron, Boye, Skiwski, Irzykowski, Święcicki, Berent, Tuwim, Nałkowska, Pomirowski, Zawistowski i in.) oraz staranna i piękna szata graficzna, składają się na całość prawdziwie interesującą.

Latem 1933 r. zaczął wychodzić w Poznaniu, przy poparciu miejscowej Izby Przemysłowo-Handlowej, nowy tygodnik gospodarczy „Poradnik Przedsiębiorcy”. Zadaniem wydawnictwa jest informowanie i udzielanie porad w sprawach ustawodawstwa i życia gospodarczego. Tygodnik obejmuje następujące działy: skarbość, polityka socjalna, komunikacja, cło i reglamentacja handlu zagranicznego, pieniąż i kredyt, administracja przemysłowa, ustawodawstwo handlowe, prawo cywilne, egzekucyjne, hipoteczne i karne, stosunki z władzami, ochrona własności przemysłowej. Redaktorem wydawnictwa jest mgr. Kołodziej.

Z dniem 31 grudnia 1933 r. zawieszono zostało wydawnictwo „Epoki”, tygodnika literacko-społecznego, redagowanego przez p. Józefa Wasowskiego.

## Prasa na wystawie „Książka w Polsce Współczesnej”.

W związku z odbywającym się w końcu listopada 1933 r. w całej Polsce „Tygodniem Książki Polskiej”, w dniu 26. XI. 1933 r. otwarta została w Warszawie wystawa p. n. „Książka w Polsce Współczesnej”. Wystawa ta objęła również prasę; odpowiedni dział, na życzenie komitetu Wystawy, zorganizowany został przez Polski Związek Wydawców Dzienników i Czasopism.

Zgodnie z zasadą podziału rzeczowego, stosowaną przy urzędzaniu Wystawy wszystkie czasopisma, wydawane przez członków Związku zostały podzielone na grupy, według charakteru oraz treści i pomieszczone następnie obok książek na stoiskach w kilkunastu odpowiednich działach Wystawy. W każdym z działów czasopiśmiennictwo reprezentowane było przez kilka, a w niektórych działach przez kilkanaście wydawnictw — członków Związku Wydawców. Czasopisma o treści ogólnej, z uwagi na ich specyficzny charakter, pomieszczone zostały na oddzielnym stole. Również oddzielnie wystawione zostały dzienniki; na wielkiej tablicy

o wysokości przeszło 4 mtr. umieszczono numery okazowe wszystkich dzienników należących do Związku, ugrupowane według miejsca ukazania się w cztery działy: dzienniki warszawskie, województw zachodnich, województw południowych oraz pozostałe dzienniki prowincjonalne.

Pragnąc pokazać zwiedzającym, prócz numerów okazowych, znajdujących się na stoiskach również najświeższe numery dzienników i czasopism Związek Wydawców urządził w pokoju, sąsiadującym z salą wystawową, bezpłatną czytelną pism. Czytelnia ta zaopatrzona była we wszystkie dzienniki i perjodyki, należące do Związku; biuro Związku przez cały czas trwania wystawy wymieniało numery stare na numery aktualne; dzienniki były zamieniane codziennie, czasopisma po ukazaniu się nowego numeru. Czytelnia cieszyła się dużym zainteresowaniem ze strony zwiedzających; w godzinach większej frekwencji brakowało siedzących miejsc dla chętnych czytelników. Specjalne zainteresowanie pismami okazywała młodzież szkolna, bardzo licznie zwiedzająca wystawę. Wystawa trwała dni 14; zwiedziło ją około 14.000 osób.

## Agencja „Zachód”.

W Poznaniu zorganizowana została agencja informacyjno-publicystyczna „Zachód”. Działalność jej ma charakter regionalno - gospodarczy; agencja oświetla zagadnienia ogólnoeconomiczne, krajowe, pod kątem widzenia zainteresowań Wielkopolski i Pomorza. Agencja „Zachód” wydaje dwa biuletyny; jeden z nich, informacyjny, rejestruje zjawiska życia gospodarczego, ze szczególnym uwzględnieniem ziem zachodnich; drugi, bibliograficzny, podaje zwięzłe recenzje z książek treści gospodarczej i perjodyków poświęconych sprawom gospodarczym. (j. g.)

## Nowy system nadawania drobnych ogłoszeń „Ad-o-matic”.

P. Olgierd Langer opracował nowy system nadawania drobnych ogłoszeń p. n. „Ad-o-matic”. Przewod-

nią myślą tego systemu jest umożliwienie pismom posiadania jak największej liczby punktów, przyjmujących drobne ogłoszenia (sklepy, kioski, cukiernie i t. d.), z drugiej zaś strony uniemożliwienie jakichkolwiek sprzeniewierzeń ewent. nadużyć finansowych ze strony agentów. System „Ad-o-matic” zmierza ponadto do większego zainteresowania agentów w akwizycji drobnych ogłoszeń, jednocześnie ograniczając do minimum ich funkcje w czynności odebrania ogłoszeń od klienta i przesłania do wydawnictwa.

Manipulacje związane z drobnymi ogłoszeniami, nadanymi według systemu p. Langer, nie wymagają powiększenia personelu administracyjnego ani specjalnego przeszkolenia dotychczasowego personelu. Klientowi ogłoszeniowemu system „Ad-o-matic” daje możliwość nadania ogłoszenia w wielkiej ilości punktów, w granicach czasu znacznie szerszych, niż to jest możliwe obecnie a ponadto w sposób zabezpieczający treść ogłoszenia przed ciekawością agenta, przyjmującego zamówienie.

System „Ad-o-matic” wymaga bardzo nieznacznych inwestycji tak, iż koszt rzeczowy wprowadzenia go w życie jest niewielki. System p. Langer został opatentowany w Polsce i zagranicą.

#### Strajk drukarzy we Lwowie.

W dniu 31 grudnia 1933 r. w drukarniach lwowskich wybuchł strajk, będący wyrazem protestu drukarzy przeciw wprowadzeniu w życie przez pracodawców nowych postanowień ustawy o czasie pracy oraz przeciw proponowanej obniżce uposażeń. Strajk ten objął również dru-

karnie gazetowe, na skutek czego dzienniki lwowskie w dniu 2 stycznia wyszły w zmniejszonej objętości, niektóre zaś z opóźnieniem. Rokowania z przedstawicielami organizacji pracowników drukarskich, podjęte przy udziale inspekcji pracy, doprowadziły, w d. 2 stycznia wiecz., do zawarcia prowizorycznego porozumienia między wydawcami pism a drukarzami, pracującymi przy dziennikach.

Na zasadzie tego porozumienia praca w drukarniach gazetowych została natychmiast podjęta; sprawa zmiany umowy zbiorowej ma być w najbliższym czasie przedmiotem rokowań między wydawcami a pracownikami drukarskimi. Do czasu zakończenia tych rokowań nie dłużej jednak niż przez 6 miesięcy obowiązywać będzie umowa dotychczasowa.

#### Studjum propagandy.

W sferach rządowych rozważana jest obecnie sprawa utworzenia ośrodka pracy naukowej nad zagadnieniami propagandy. Wysuwana jest koncepcja utworzenia w tym celu osobnego studjum przy jednej z katedr Uniwersytetu Warszawskiego.

#### Wyższa Szkoła Dziennikarska w Warszawie.

Wyższa Szkoła Dziennikarska w Warszawie rozpoczęła w październiku 1933 r. 18-ty rok swej działalności naukowej i pedagogicznej. Uczelnia ta łączy w sobie typ wyższej szkoły zawodowej z życiowymi, praktycznymi potrzebami pracy dziennikarskiej. Poważne miejsce w programie zajmują prace seminaryjne, a

mianowicie prowadzone przez pp. red. W. Giełżyńskiego i J. Wasowskiego seminarja dziennikarskie i publicystyczne oraz kierowane przez prof. W. Biegeleisena seminarjum z zakresu ekonomji, wreszcie ćwiczenia seminaryjne z zakresu stylu polskiego (p. Furmanik).

Oprócz przedmiotów specjalnych, jak historia prasy, technika i organizacja prasy, technika drukarska i grafika, reklama w prasie itp., program obejmuje szereg przedmiotów ogólnokształcących z zakresu historii politycznej, literatury współczesnej, ekonomji, geografji gospodarczej, skarbowości i prawoznawstwa, ze specjalnem uwzględnieniem prawa publicznego i prasowego.

Dyrektorem szkoły jest zastępca naczelnego redaktora „Kurjera Warszawskiego” p. Wincenty Trzebiński.

Bieżący rok szkolny W. S. D. przyniósł dalsze rozszerzenie zakresu nauki, a to przez wprowadzenie, jako przedmiotu obowiązkowego, języka francuskiego, którego wykłady prowadzi prof. Bolesław Kielski. Obok języka niemieckiego, który wykłada, podobnie jak w roku poprzednim, prof. Zygmunt Zagórski, jest to już drugi język obcy wykładany w W. S. D.

Z grona profesorskiego W. S. D. śmierć zabrała w r. b. Adolfa Peretza, znanego ekonomistę, wykładającego od szeregu lat naukę o handlu.

Liczba słuchaczy W. S. D. w bieżącym roku szkolnym, mimo kryzysu, nie wykazuje zmniejszenia w stosunku do lat poprzednich. Pierwszy kurs, jak zwykle, najliczniejszy, liczy 110 słuchaczy, zaś ogólna ich ilość na wszystkich trzech kursach wynosi około 180.

# F. WYSZYŃSKI i S-ka

## ZAKŁADY DRUKARSKIE W WARSZAWIE

Dział gazetowy: Zgoda 5, telefon 592-28.

Dział ogólny: Warecka 15, telefon 223-54.

### Z Wyższego Kursu Dziennikarskiego w Poznaniu.

Program Wyższego Kursu Dziennikarskiego przy WSH w Poznaniu uległ w roku akademickim 1933-34 pewnym zmianom. Rozszerzona została mianowicie liczba godzin przeznaczonych na seminarja publicystyczne i organizacyjno-techniczne; zaniechano natomiast wykładów i prac w zakresie ściślejszej specjalizacji dziennikarskiej (np. publicystyka gospodarcza); w dziale zaś wykładów zalecanych przybył cykl p. t. „Kościół i państwo” (prelegent: mec. dr. St. Sławski).

### Spółdzielnia Kredytowa kolporterów warszawskich.

W październiku 1933 r. minął rok od chwili założenia z inicjatywy Spółki kolportażowej wydawców warszawskich „Czytajcie”, spółdzielni kredytowej ulicznych sprzedawców gazet p. n. „Wzajemna Pomoc”. Spółdzielnia ta, zrzeszająca obecnie 211 sprzedawców gazet, t. zw. koszykarzy, oraz pracowników f-my „Czytajcie”, powstała przy wydatnej pomocy finansowej i organizacyjnej ze strony spółki „Czytajcie”. Rok działalności wykazał, że „Wzajemna Pomoc” doskonale spełnia swe zadania społeczno-wychowawcze i samopomocowe.

Fundusze spółdzielni pochodzą z udziałów po 50 zł. od każdego człon-

ka, płatnych w drobnych ratach tygodniowych oraz z dotacji firmy „Czytajcie”, wynoszącej 500 zł. miesięcznie.

Zadaniem spółdzielni jest w pierwszym rzędzie udzielanie członkom krótkoterminowego kredytu wekslowego, następnie pomoc w sprawach podatkowych i zawodowych. Obrót spółdzielni w ciągu rocznej działalności wyniósł 140.000 zł., przyczem udzielono 502 pożyczek na ogólną sumę 30.306 zł. 31 gr. Z kredytu korzystało 70% ogólnej liczby członków, co dowodzi, jak bardzo potrzebna była tego rodzaju instytucja. Wypłacalność pożyczających była b. dobra. Spółdzielnia korzysta ze stałego re-dyskonta weksli w spółce „Czytajcie” w wysokości 500 zł. tygodniowo oraz posługuje się aparatem inkasowym tej spółki, przy odbiorze na raty od swych członków pożyczonych pieniędzy.

Obecnie „Wzajemna Pomoc” bada możliwości zorganizowania kasy pogrzebowej i stałej pomocy lekarskiej dla swych członków.

### Szkoła kolporterów.

Dążąc do podniesienia poziomu kulturalnego, zawodowego i etycznego ulicznych sprzedawców gazet, którzy, jak wiadomo rekrutują się prawie wyłącznie z pośród nieletnich chłopców, spółka kolportażo-

wa „Czytajcie” zorganizowała ostatnio, w porozumieniu ze Związkiem Wydawców, specjalne koło przy Macierzy Szkolnej, celem prowadzenia specjalnej szkoły kolporterów. Szkoła ta, została nazwana imieniem pierwszego polskiego wydawcy z wieku XVI Aleksandra Gorczyzna.

Tematem wykładów odbywających się w godzinach rannych jest nauka o umiejętnym sprzedawaniu gazet, rachunki, nauka czytania i pisania, dalej popularne omawianie zagadnień aktualnych, wreszcie inne przedmioty ogólnokształcące. Duży nacisk położony jest na specjalne pogadanki z dziedziny etyki zawodowej oraz umiejętności grzecznego i kulturalnego zachowania się kolporterów na ulicy podczas wykonywania zawodu.

W programie 3-miesięcznego kursu szkolnego uwzględniono także wykłady o podstawowych zasadach higieny i czystości osobistej, oraz sportu, którego uprawianie jest obowiązkiem każdego ucznia.

Pierwsza w Polsce szkoła kolporterów, cieszy się dużym powodzeniem wśród adeptów najniższego szczebla pracy nad rozpowszechnieniem prasy, jakim jest uliczna sprzedaż gazet. W przyszłości spółka „Czytajcie” zatrudniać będzie jako kolporterów tylko tych chłopców, którzy przeszli powyższy kurs i zdali egzamin z wynikiem dostatecznym.

## CO DAJE PIERWSZA KLASA

Jeszcze nie zdołaliśmy ochłonąć po wzruszeniach, jakie niezmiennie towarzyszą ciągnięciu, które ma zdecydować, komu przypadnie wygrana miliona złotych, a już zbliża się termin ciągnięcia pierwszej klasy następnej — 29-ej Loterii Państwowej, a wraz z nim — nowe nadzieje, nowe wzruszenia. W kole jest ogółem 12.000 wygranych zasadniczych, nie licząc 80 wygranych pocieszenia; komu szczęście dopisze, ten stać się może właścicielem stu, pięćdziesięciu, dwudziestu, piętnastu i t. d. tysięcy złotych. Są to sumy, które w dzisiejszych czasach otwierają ogromne możliwości. Najmniejsza wygrana w klasie pierwszej wynosi 100 złotych. Wobec tego, że los kosztuje złotych 40, daje to w zysku 60 złotych, zaś po potrąceniu ustawowych procentów — 40 złotych, a więc równe 100 procent. Znaczenie tej najmniejszej wygra-

nej uprzytomnimy sobie najlepiej, jeżeli zwrócimy uwagę na fakt, że stułotowych wygranych jest aż 11.462, że więc szanse są tu olbrzymie. Komu jedna z nich przypadnie w udziale, temu nietylko zwróci się koszt losu do pierwszej klasy, ale będzie mógł grać zupełnie darmo w klasie drugiej. A nie należy także zapominać i o tem, że ta najmniejsza wygrana nadaje specjalny przywilej w klasie czwartej, bo jeżeli padnie na nią w tej klasie wygrana główna, to szczęśliwy posiadacz losu otrzyma zamiast miliona — całe 2 miliony złotych.

W interesie więc każdego gracza leży granie od pierwszej klasy każdej loterii, gdyż w ten sposób wzmacnia on wydatnie swe szanse. Niech zatem nikt nie chybi terminu i zaopatrzy się w los u kolektora.



# PRZEGLĄD USTAW I ROZPORZĄDZEŃ

## Paszporty zagraniczne dla dziennikarzy.

Ministerstwo Spraw Wewnętrznych, okólnikiem z 16 czerwca 1933 r. Nr. 59 w sprawie polityki paszportowej (Dz. Urz. M. S. Wewn. Nr. 11, poz. 143) wyjaśniło, że jeżeli chodzi o wyjazdy literatów i dziennikarzy uregulowane okólnikiem Nr. 78 z 27 sierpnia 1926 r. (N. A. P. 3168), to rzeczony okólnik zostaje zawieszony, a wspomniane wyjazdy należy traktować w płaszczyźnie przepisów ogólnych. W przypadkach jednak, w których wyjazd tych osób zdaniem Wojewody (Komisarza Rządu) można uznać za konieczny lub pożądany, należy przyznawać ulgi paszportowe w myśl § 8 rozporządzenia z 7 maja 1932 r. (Dz. U. R. P. Nr. 38, poz. 397), względnie przedstawić do decyzji Ministerstwu z należycie umotywowanym wnioskiem. Z reguły powinny być uwzględniane prośby o paszporty osób ze świata literackiego lub dziennikarskiego, jeżeli przemawiają za tem przeważające względy natury ogólnopolitycznej lub społecznej.

## Przepisy o ogłoszeniach.

Kodeks handlowy z 27 października 1933 r. (Dz. U. R. P. Nr. 82, poz. 600) w art. 22 postanawia, że jeżeli prawo nie stanowi inaczej, wszystkie wpisy do rejestru handlowego będą ogłaszane w Monitorze Polskim.

Prawo o spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością z 27 października 1933 r. (Dz. U. R. P. Nr. 82, poz. 602) w art. 13, zawiera następujący przepis: „Wymagane przez prawo ogłoszenia, pochodzące od spółki, należy umieszczać w „Monitorze Polskim”. Umowa spółki może przewidzieć ponadto inny sposób ogłaszania”.

Przepisy powyższe wchodzi w życie z dniem 1 lipca 1934 r.

## Uwolnienie od podatku ubocznej sprzedaży pism periodycznych w przedsiębiorstwach handlowych.

Ministerstwo Skarbu, okólnikiem z 13 lipca 1933 r. L. D. V. 28926/4/33

(Dz. Urz. M. S. Nr. 23, poz. 215), na podstawie art. 94 ustawy o państwowym podatku przemysłowym (Dz. U. R. P. Nr. 17 z r. 1932, poz. 110), zezwoliło, bez składania indywidualnych podań, na prowadzenie ubocznej sprzedaży krajowych pism periodycznych przez przedsiębiorstwa handlu towarowego, księgarń i przedsiębiorstwa gastronomiczne (rozdziały I, VII i XII taryfy, stanowiącej załącznik do art. 23 ustawy), bez obowiązku wykupienia oddzielnych świadectw przemysłowych oraz zwolniło, bez składania podań, obroty wymienionych przedsiębiorstw, osiągnięte ze sprzedaży krajowych pism periodycznych, od podatku przemysłowego od obrotu. Ulga powyższa ma zastosowanie od 1 stycznia 1933 r.

## Zniesienie ulg celnych na papier.

Rozporządzeniem ministrów: Skarbu, Przemysłu i Handlu oraz Rolnictwa i Reform Rolnych z 23 sierpnia 1933 r. (Dz. U. R. P. Nr. 66, poz. 498) uchylone zostało z dniem 4 września b. r. rozporządzenie tychże ministrów z 21 czerwca 1932 r. o ulgach celnych na papier pakowy i kancelaryjny. (Dz. U. R. P. Nr. 58, poz. 560).

## Czas pracy i urlopy.

Jednolite teksty: ustawy z dnia 18 grudnia 1919 r. o czasie pracy w przemyśle i handlu oraz ustawy z dnia 16 maja 1922 r. o urlopiach dla pracowników, zatrudnionych w przemyśle i handlu z uwzględnieniem wszystkich zmian, wprowadzonych do końca 1933 r., zostały ogłoszone w Nr. 94 Dziennika Ustaw z 1933 r. pod poz. 734 i 735.

Ustawy wprowadzone w brzmieniu znowelizowanem obowiązują od dnia 1 grudnia 1934 r.

## Dziennik Taryf Pocztowych.

„Dziennik Taryf pocztowych teletechnicznych i radjokomunikacyjnych”, na podstawie rozporządzenia Prezydenta Rzeczypospolitej z 27

października 1933 r. (Dz. U. R. P. Nr. 84, poz. 622), wydaje Minister Poczty i Telegrafów. W Dzienniku tym ogłaszane będą rozporządzenia i zarządzenia normujące: a) opłaty pocztowe, telegraficzne, telefoniczne i radjokomunikacyjne, obowiązujące w obrocie krajowym oraz w obrocie z innymi państwami, jak również sposoby uiszczania opłat, b) opłaty od zezwoleń na posiadanie i używanie urządzeń teletechnicznych lub radjotechnicznych, jak również na rozsyłkę czasopism i wydawnictw poza obrębem 15 klm. od miejsc ich wydania. Z dniem 29 października 1933 r., powyższe rozporządzenia i zarządzenia nie będą ogłaszane w Dzienniku Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej.

## Oplata ulgowa za przewóz pocztą zwrotnych egzemplarzy czasopism.

Minister Poczty i Telegrafów rozporządzeniem z d. 23 września 1933 roku (Dz. U. Nr. 22, poz. 102) wprowadził z dn. 15 października 1933 r. przyjmowanie do przewozu pocztą, za opłatą ulgową, zwrotnych egzemplarzy czasopism i wydawnictw periodycznych. Jako zwrotne egzemplarze mogą być przyjmowane wyłącznie egzemplarze czasopism i wydawnictw periodycznych z ubiegłych okresów, a mianowicie: wychodzących dwa razy tygodniowo lub częściej — w okresie 7 dni od daty wydania; wychodzących jeden raz tygodniowo — w okresie jednego miesiąca od daty wydania; wychodzących rzadziej, aniżeli jeden raz tygodniowo — w okresie dwóch miesięcy od daty wydania. Zwrotne egzemplarze mogą być przyjmowane do przewozu tylko od odsprzedawców, którzy prowadzą rozrachunek z wydawcami danego czasopisma i wydawnictwa periodycznego lub z instytucjami kolportażowymi i pod adresem administracji tego czasopisma, wydawnictwa periodycznego albo też instytucji kolportażowej. Zwrotne egzemplarze winny być ułożone w wiązanki, nieprzekraczające wagi 5 kg. i winny być nadawane przy okienku w urzędzie pocztowym

w ten sposób, aby można było łatwo zbadać zawartość wiązanki. Wiązanki ze zwrotnymi egzemplarzami odbiera sam adresat w urzędzie pocztowym, uiszczając przy odbiorze gotówką, przypadające opłaty taryfowe.

Minister Poczty i Telegrafów rozporządzeniem z 23 września 1933 r. (Dz. U. R. P. Nr. 80, poz. 575), uzupełnił taryfę pocztową przez ustalenie, że za zwrotne egzemplarze czasopism pobiera się za każde  $\frac{1}{2}$  kg. wagi wiązanki lub jego część 1 gr. Przepisy wykonawcze do powyższego rozporządzenia zostały ogłoszone w Nr. 22 Dziennika Urzędowego Min. Poczty i Telegrafów pod poz. 110.

#### Zmiany w pocztowej statystyce.

Ministerstwo Poczty i Telegrafów, pismem z dnia 19 sierpnia 1933 roku wydział 1 Mr. G. M. O. 520, wyraziło zgodę na postulaty Polsk. Zw. Wyd. Dz. i Cz. w sprawie zmian w

pocztowej statystyce czasopism „nadanych” i „nadeszłych”. Na skutek powyższego w statystyce pocztowej wprowadzone zostały, począwszy od października 1933 r., zmiany następujące:

Dane statystyczne podawane w wykazach miesięcznych w rubryce „czasopisma” podzielone zostały na dwie grupy „dziennik” (gazety) i „czasopisma” (tygodniki, miesięczniki i t. d.), przyczem za dzienniki uważane są wszelkie pisma, ukazujące się częściej niż raz na tydzień. Ponadto przyjęta została przez Poczta zasada nielączenia egzemplarzy dzienników i czasopism, wysyłanych w prenumeracie z egzemplarzami propagandowymi, wysłanymi jako „bezpłatne — okazowe” na podstawie rozp. M. P. i T. z dnia 12. III. 1932 r. (Dz. U. R. P. Nr. 24/1930 poz. 202) oraz z egzemplarzami pism z zeszłych okresów prenumeraty, przesyłanymi przez wydawców na podstawie rozporządzenia M. P. i T. z dnia 28. II. 1933 r. (Dz. U. R. P. Nr. 18/1933 poz. 121).

Powyższe zmiany mają duże znaczenie dla prasy polskiej, gdyż czynią pocztową statystykę ruchu czasopism znacznie bardziej przejrzystą niż była poprzednio, i w konsekwencji ułatwiają orjentowanie się w stanie rynku wydawniczego.

#### Debit pocztowy.

Zabroniony został przywóz do Polski, rozpowszechnianie w kraju i przewóz zagranicę następujących czasopism: Nasza Myśl (Moskwa), Świt (Aubervilliers — Francja), Gazeta Społeczna (Gdańsk), Weltfront gegen imperialistischen Krieg und Faschismus (Paryż), Wolna Trybuna (Praga), Agrarprobleme (Moskwa), Roboczej teatr (Leningrad), Bezbożnik wojujący (Moskwa), Wiestnik wozdusznego flota (Moskwa), Antifaschistische Front (Paryż) i Nasze Słowo (Moskwa). Nowa Era (Cano-ra Sask — Kanada), Najezd (Ryga), Samostijna Dumka (Czerniowce), Tydzień (Jory — Seine, Francja).

**POLSKIE TOWARZYSTWO KSIĘGARNI KOLEJOWYCH**

**„RUCH” S. A.**

Warszawa, Al. Jerozolimskie 63.

Telefony: Zarząd i Sekretariat 9-93-61, Buchalterja 9-93-73, Hurtownia 9-95-87, Ekspedycja pism 9-93-70 i 9-93-41

**PRZYJMUJE DO KOLPORTAŻU**

w księgarniach kolejowych, na stacjach P. K. P., w kioskach miejskich i uzdrowiskach oraz dla kolporterów stołecznych i prowincjonalnych

**DZIENNIKI i CZASOPISMA**

**Uskuteczniła terminową wysyłkę koleją, autobusami i samolotami.**

Wydawnictwa mające swe siedziby w okręgach działalności Oddziałów T-wa „Ruch”, mogą załatwiać wszelkie sprawy związane z kolportażem, z temi Oddziałami.

**ODDZIAŁY:**

Kraków, ul. Szczepańska Nr. 9, tel. 103-69.

Łódź, ul. Przejazd Nr. 8, tel. 181-49.

Lwów, ul. Sykstuska Nr. 46, tel. 7-07.

Poznań, ul. Ratajczaka 36, tel. 20-81.

Gdańsk, Kaszubski Rynek 21, tel. 279-00.

# SĄDOWNICTWO I PRASA

## O WŁASNOŚĆ TYTUŁU CZASOPISMA

Wydział handlowy Sądu Okręgowego w Warszawie wydał w dniu 21/26 września 1933 r. wyrok w sprawie z powództwa red. Władysława Buchnera, wydawcy znanego i poczytnego tygodnika satyryczno-politycznego „Mucha“, przeciwko wydawcom czasopisma „Żółta Mucha Tse-Tse“.

W skardze swojej red. Buchner wnosił, aby Sąd nakazał pozwanym usunięcie słowa „Mucha“ z tytułu i tekstu czasopisma „Żółta Mucha Tse-Tse“, z zakazaniem jednocześnie używania w przyszłości słowa „Mucha“ w treści i nazwie pisma a także powoływania się, w ewentualnym dalszym wydawnictwie, na dotychczasową nazwę tygodnika „Żółta Mucha Tse-Tse“. Żądania swoje red. Buchner uzasadniał tem, że tytuł jego wydawnictwa, słowo „Mucha“, jako nazwa charakterystyczna stanowi własność wydawcy tak jak firma, pod którą kupiec prowadzi swoje przedsiębiorstwo. Ponadto, dzięki wieloletniej, nieprzerwanej egzystencji, dzięki popularności, którą „Mucha“ zjednała sobie wśród czytelników i całego społeczeństwa — fantazyjna nazwa „Mucha“ stała się nazwą indywidualizującą jego wydawnictwo, symbolem reprezentowanego przez nią rodzaju satyry i humoru. Dlatego też anektowanie tego słowa i umieszczenie go w tytule pisma o podobnym typie jest naruszeniem praw do firmy, stworzonej wieloletnią pracą i wysiłkiem wydawców i współpracowników „Muchy“.

Prócz tego red. Buchner wskazywał, że nie tylko przez umieszczenie słowa „Mucha“ (nb. dużym drukiem) „Żółta Mucha Tse-Tse“ stara się upodobnić lub utożsamić z jego wydawnictwem. Cały szereg, czasem wprost niewolniczych, naśladownictw wskazywał, że „Żółta Mucha Tse-Tse“ podsywa się pod firmę starego i zasłużonego czasopisma red. Buchnera. Z cech zewnętrznych „Żółta Mucha Tse-Tse“ naśladowała ściśle format „Muchy“ w sposobie umieszczania ogłoszeń na marginesach, układzie i t. d. Jaskrawym przykładem naśladownictwa było, stwierdzone w toku

przewodu sądowego, drukowanie nakładu na dwu kolorach papieru: żółtym, przeznaczonym do sprzedaży w Warszawie oraz różowym, dla prowincji. W treści redakcyjnej „Żółta Mucha Tse-Tse“ również stosowała szereg wyraźnych naśladownictw.

Powołani przez Sąd Okręgowy biegli, potwierdzili słuszność zarzutów red. Buchnera, dochodząc jednomyślnie do wniosku, że wydawcy „Żółtej Muchy Tse-Tse“ dopuszczają się nie tylko nieuczciwej, ale nawet złośliwej konkurencji w stosunku do wydawcy „Muchy“.

Opierając się na powyższych danych, a także na zeznaniach wskazanych przez obie strony świadków Sąd Okręgowy wydał wyrok, uwzględniający w całości żądania red. Władysława Buchnera. Wobec uprawomocnienia się wyroku — spór został ostatecznie zakończony i od paru tygodni zamiast tygodnika „Żółta Mucha Tse-Tse“ w sprzedaży znajduje się tygodnik „Tse-Tse“.

Tyle o przebiegu sprawy — a teraz wnioski.

Tok sprawy wykazał, iż prawo obowiążujące — nawet uzupełnione polską Ustawą o nieuczciwej konkurencji — dobre w zwykłych stosunkach fabrykantów i kupców pomiędzy sobą, jest niewystarczającym, jeżeli idzie o obronę tytułu wydawnictwa. Handel i przemysł operują rzeczami uchwytnymi, zaś pojęcia wartości abstrakcyjnej jak pojęcie firmy, nazwy lub oznaczenia towaru, są ustalone i uregulowane przez Prawo o Rejestrze Handlowym i Rozporządzenie o ochronie wynalazków, wzorów i znaków towarowych, — tytuł zaś wydawnictwa jest wartością pojęciową, a więc również abstrakcyjną, trudną do sprecyzowania, ujęcia w pewne stałe pojęcie i połączenia w sposób wyraźny i uchwytny z odpowiedzialnością osób, które tytuł ten wykorzystują.

Tytuły pism, ujawniane bez przerwy na naczelnym miejscu danej publikacji, z biegiem lat utralają się coraz bardziej w myślowej i wzrokowej pamięci ogółu czytającego dane pismo. Ten tytuł — pomno-

żony przez lata istnienia pisma — to właśnie ów kapitał zaufania i powodzenia, który sobie wydawca stwarza uczciwą i wydajną pracą przez szereg lat. Każdy, kto uszczęknie coś z tego kapitału, w formie przystosowania swego nowego wydawnictwa do starego tytułu, jest jednym z tych, którzy sięgają po cudzą własność — najczęściej po rezultat wieloletniej pracy i wysiłku twórczego. W żadnym innym przedsiębiorstwie nie jest tak łatwo przywłaszczyć sobie cudzą własność jak w wydawnictwach. Stosuje się to do wszystkich wydawnictw wogóle, specjalnie jednak mogą być narażone na szwank i pokrzywdzone wydawnictwa, których nazwa polega na *jednym słowie* (zazwyczaj słowo charakterystyczne, a nie rodzajowe).

Pismo, które w sposób podstępny zaopatrzy swój nagłówek w popularną, od wielu lat uświęconą nazwę, uzyskuje od razu, niczem na to nie zasłużywszy, mocne podstawy — dyskontując nieprawie ten wielki kapitał, jakim jest zaufanie czytelnika. Nieuczciwy konkurent eksploatuje ten kapitał drogą oddziaływania na czytelnika dawnego tytułu, do którego oko i ucho publiczności od bardzo wielu lat przywykło i który w pamięci każdego czytelnika kojarzy się z dawno utrwalonego tradycjami starego i zasłużonego pisma.

Straty moralne i materialne są w tych wypadkach nieobliczalne, daleko znaczniejsze, niżby się to na pierwszy rzut oka wydawać mogło. Nowe pismo, redagowane często gorzej i obliczone na doraźny zysk, przez podobieństwo tytułów ze starym wydawnictwem podrywa zaufanie i autorytet tego ostatniego. A taką stratę odrobić — jest niezmiernie trudno.

Dlatego też koniecznością chwili jest, aby prawo wzięło w obronę tytułu pisma — tak jak broni firmy, pod którą kupiec prowadzi swoje przedsiębiorstwo.

Tembardziej na ochronę prawną zasługuje nazwa czy tytuł wydawnictwa, że pracy wydawniczo-publi-

cystycznej, ze względu na jej rolę i znaczenie społeczne, należy się szczególnej opiece ze strony państwa.

Pierwszą w tej dziedzinie koniecznością jest takie prawne unormowanie sprawy rejestracji nazw czasopism, któreby skutecznie chroniło te nazwy i uniemożliwiało przywłaszczanie ich sobie przez niesumienne konkurentów.

Za koniecznością tą przemawiają również względy na pewność i uczciwość obrotu handlowego i finansowego w dziedzinie przemysłu wydawniczego.

W obecnej sytuacji nieuczciwi wydawcy posługują się zazwyczaj, dla swych ryzykownych i na krótką me-

tę obliczonych wydawnictw, mniej lub więcej fikcyjnymi spółkami, spółdzielniami i t. d., które ulegają zarejestrowaniu bez zarejestrowania nazwy wydawnictwa. Spółki te tworzone są jedynie w celu uniknięcia odpowiedzialności osobistej i handlowej wydawców. Często, po krótkim już przeciągu czasu firmy tego rodzaju ulegają likwidacji w drodze prawnej — a wobec znikomo małego kapitału zakładowego (począwszy od 1.000 lub 2.000 zł) i wobec braku dalszej odpowiedzialności wspólników — wierzyciele odchodzą z niczem.

Odpowiednie uregulowanie zagadnienia rejestracji nazwy-tytułu czasopisma spowodowałoby ciągłość ist-

nienia i odpowiedzialności. W ten sposób wyrażonoby wreszcie z ręki nieuczciwych przedsiębiorców tę broń, którą daje im granicząca z anarchią swoboda prawna.

Kwestje i wnioski powyższe wymagają, rzecz prosta, wszechstronnego oświetlenia. Sporną może być kwestja, w jaką formę ująć należy rejestrację i ochronę tytułów czasopism — w każdym razie niewątpliwym jest, że dziedzina ta wymaga uporządkowania pod względem prawnym oraz że w tym kierunku konieczną i racjonalną wydaje się inicjatywa i współpraca organizacji zawodowych.

Jan Ostrowski.

## KRONIKA ZAGRANICZNA

### OGÓLNA.

#### Światowy kongres pocztowy w Kairze.

W związku z mającym się rozpocząć w dniu 1 lutego 1934 r. w Kairze kongresem światowego Związku pocztowego, wyłoniona została specjalna komisja przygotowawcza z siedzibą w Ottawie (Kanada). Komisja ta, złożona z przedstawicieli 14 państw, członków związku, opracowała szereg projektów i wniosków, które mają służyć za podstawę obrad kongresu w Kairze. Wnioski te idą przede wszystkim po linii uproszczenia i wyjaśnienia przepisów o stosunkach i rozrachunkach wzajemnych pomiędzy zarządami pocztowymi poszczególnych krajów oraz wprowadzają nowe udogodnienia dla korzystających z poczty. M. in. istnieje projekt rozciągnięcia ulgowych opłat pocztowych, stosowanych obecnie tylko do czasopism wysyłanych przez wydawców, również na przesyłki gazet i czasopism nadawanych przez osoby trzecie; poza tym propozycja komisji przewiduje obniżenie opłat pocztowych za przesyłkę dodatków, dołączanych do wydawnictw, zrównanie opłat za listy we wszystkich krajach, obniżenie taryfy poczty lotniczej i wiele innych pożytecznych inowacyj.

### AFRYKA POŁUDNIOWA.

#### Nowe warunki przyjmowania ogłoszeń.

Związek wydawców Afryki Południowej ogłosił ostatnio nowe wytyczne dotyczące warunków przyjmowania ogłoszeń prasowych, które obowiązywać będą zarówno wydawnictwa, jak również lokalne i ogólno - brytyjskie agencje reklamowe. Nowe przepisy kładą nacisk na zasadę, że miejsce w czasopiśmie sprzedawane jest interesentowi jedynie w celu reklamowania sprzedawanych przez niego towarów, nie zaś w celu zwalczania konkurentów. Ogłoszenia, zmierzające do podważenia zaufania do produktów wytwarzanych lub sprzedawanych przez firmy konkurencyjne, jak również reklamy, zachwalające w formie przesadnej wartość lub wydajność własnego towaru, nie będą przez wydawnictwa południowo-afrykańskie przyjmowane. Specjalne przepisy regulują sprawę t. zw. druku negatywnego t. j. białego druku na czarnym tle. Nadsyłane przez inserentów klisze i matryce na takie ogłoszenia muszą umożliwiać czysty druk, przy czym czarne tło nie może zajmować więcej, niż jedną czwartą powierzchni zamówionego ogłoszenia.

### DANJA.

#### Klisza drukarska w trzy minuty.

Pewien wynalazca z Kopenhagi ulepszył ostatnio aparat do wytwarzania klisz drukarskich i doprowadził go do takiej doskonałości, że gotową kliszę otrzymać można w ciągu 3 do 4 minut. Doniosły ten wynalazek polega na tem, że negatyw fotograficzny jest prześwietlany i za pomocą elektryczności obraz zostaje przeniesiony na kliszę metalową, powleczoną warstwą światłoczułej substancji. Proces powyższy odbywa się przy zastosowaniu komórki fotoelektrycznej, której używa się również przy telewizji, przy czym możliwe jest przekazywanie obrazów drogą radiową i utrwalanie ich na znacznej odległości od miejsca nadania bezpośrednio na kliszy drukarskiej. Doświadczenia poczynione w tej mierze na dystansie pomiędzy Kopenhagą i Londynem dały wyniki zadawalające; obecnie czynione są przygotowania do przesłania fotografii z Londynu do Ameryki.

### FRANCJA.

#### Stulecie „La Vigie de Dieppe”.

Normandzki dziennik regionalny „La Vigie de Dieppe” obchodził ostatnio jubileusz 100-letniego swego

istnienia; jubileusz ten wywołał duże zainteresowanie w całej Francji, gdzie bardzo nieliczne tylko czasopisma mogą się poszczycić taką długowiecznością.

#### Zyski Ajencji Havasa.

Według ogłoszonego ostatnio sprawozdania, czysty zysk Ajencji Havasa, która obraca kapitałem 105 milionów franków, wyniósł w roku 1932 — 16 milionów fr., o 650.000 fr. mniej niż w roku poprzednim. (Zysk w najpomyślniejszym roku 1929 wyniósł 23 i pół miliona franków). Akcjonariuszom wypłacono dywidendę w kwocie 50 fr. od akcji zamiast 45 fr. jak w r. 1931.

Jest rzeczą charakterystyczną, że czysty zysk osiągnięty w r. 1932 przez prowincjonalne filje francuskie przewyższył zysk z r. ubiegłego, natomiast zyski oddziałów zagranicznych wykazały dalszy spadek. Wobec tego Zarząd Ajencji Havasa w dalszym ciągu prowadzi politykę stopniowej likwidacji filij zagranicznych. Należy podkreślić, że działy ściśle informacyjne Havasa pracują deficytowo.

#### IRLANDJA.

#### Ogłoszenie, które przyniosło 10 milionów dolarów.

Jedna z większych irlandzkich wytwórni wyrobów spirytusowych zamieściła w gazetach wielkie ogłoszenia o swoich produktach. Ogłoszenie to zwróciło uwagę grupy finansistów amerykańskich, którzy drogą kablową wystosowali do firmy zamówienie na wielki transport whisky, wartości 10 milionów dolarów.

#### Ulgi celne dla czasopism zagranicznych.

Podwyższona w ostatnich czasach przez władze skarbowe irlandzkie taryfa celna dla czasopism zagranicznych ( $\frac{2}{5}$  penny od 1 egzemplarza) została korzystnie dla wydawnictw importowanych zmodyfikowana. Postanowiono mianowicie zwracać wydawnictwom cło za egzemplarze wwieszone do kraju, lecz nie sprzedane i zwolniono wogóle od opłat celnych te wydawnictwa zagranicz-

ne, które rozchodzą się w Irlandji w ilości mniejszej niż 1000 egz. dziennie oraz czasopisma niedzielne i pojedyncze egzempl. wszystkich czasopism zagranicznych nadsyłane pocztą pod opaską.

#### JAPONJA.

#### Ajencja Prasowa „Nippon Dempo”.

Wielka japońska ajencja prasowa „Nippon Dempo Tsushinsha” pobudowała ostatnio w centralnym punkcie dzielnicy prasowej w Tokio wielki 8-mio piętrowy gmach, do którego przeniesione zostały wszystkie biura centralne ajencji. Nowy gmach, będący największym na świecie gmachem ajencji prasowej, mieści biura służby informacyjnej „Nippon Dempo” oraz działy: ogłoszeniowy, filmowy i ilustracyjny.

Ajencja „Nippon Dempo” posiada własne linje telefoniczne długości 1300 klm., prócz tego dzierżawi wiele tysięcy klm. kabli telefonicznych od państwa. Personal ajencji składa się z 500 osób, zatrudnionych w centrali i 36 oddziałach prowincjonalnych i zagranicznych oraz z kilkuset korespondentów. Celem osiągnięcia jak największej sprawności technicznej, „Nippon Dempo” posługuje się 3-ma własnymi samolotami oraz mnóstwem samochodów, motocykli i gołębi pocztowych; przy przesyłaniu fotografii stosuje częstokroć urządzenia telewizyjne.

#### NIEMCY.

#### Kurs prasowy w Berlinie.

W czasie od 22 listopada do 4-go grudnia 1933 r. odbył się w Berlinie 5-ty doroczny fachowy kurs doszkalający Niemieckiego Instytutu Prasoznawczego dla redaktorów, pracowników redakcyjnych i wyższych urzędników wydawnictw niemieckich. Uczestnicy kursu zostali podzieleni na 4-y zespoły: ogólny, polityczno-gospodarczy, samorządowo-lokalny i kulturalno-polityczny. W pierwszym zespole, w którym brali udział wszyscy słuchacze kursu wygłoszone zostały referaty ogólne, dotyczące zagadnień organizacyjno-prasowych.

Niezależnie od wykładów, uczestnicy kursu byli obowiązani brać udział w codziennych 2-godzinnych wycieczkach naukowych jak np. do Banku Rzeszy, do muzeum pergaminów, ajencji telegraficznej Wolffa, do wielkich wydawnictw berlińskich, pocztowego urzędu prasowego i t. pod.

#### Zjednoczenie Akademickich Związków Prasoznawczych.

Latem 1933 r. odbyło się w Berlinie zebranie przedstawicieli akademickich związków prasoznawczych Berlina, Lipska i Monachjum oraz delegatów słuchaczy wydziałów prasowych uniwersytetów w Heidelbergu i Kolonji, na którym zorganizowano dawno projektowane Niemieckie Zjednoczenie Prasoznawcze. Zgodnie z postanowieniami statutu, organizacja ta jednoczy akademickie związki prasoznawcze celem kultywowania nauki prasoznawstwa na uniwersytetach niemieckich i dla współpracy z odpowiednimi czynnikami państwowymi i organizacjami fachowymi nad rozwojem prasy niemieckiej.

Należy zaznaczyć, że ideją przewodnią Zjednoczenia Prasoznawczego jest związanie zdobyczy nauki z życiem praktycznym: uczenie umiejętności zastosowania w życiu, zdobytych w uczelni wiadomości teoretycznych.

W ciągu trzech miesięcy od chwili powstania Zjednoczenia zostały stworzone 3 nowe lokalne związki prasoznawcze na uniwersytetach w Fryburgu, Kolonji i Monasterze, które przystąpiły do Zjednoczenia. Niebawem spodziewane jest założenie Zw. Prasoznawczego w Hamburgu.

#### Reklama prasowa na Targach Lipskich.

Na jesiennych Targach Lipskich urządzono specjalny pawilon, poświęcony reklamie. W pawilonie tym, obok wielkiego plastycznego wykreślu, przedstawiającego różne środki, stosowane przy realizowaniu planu racjonalnie ujętej kampanji reklamowej, zainstalowano dwa stoiska, poświęcone specjalnie ogłoszeniu prasowemu. Stoiska te zawierały głównie powycinane z gazet i czasopism

wzorowe inseraty; rzucano się przytem w oczy, że kierownictwo Targów, dobierając wycinki, wyraźne pierwszeństwo dało ogłoszeniom o treści krótkiej i zwięzłej, stawiając je widocznie wyżej od reklam z długim, t. zw. amerykańskim tekstem. Większość wystawionych inseratów składała się jedynie z wyrazistych biało-czarnych rysunków, opatrzonych conajwyżej krótkimi zdaniami w formie hasła.

Ponad stoiskami reklamy prasowej, umieszczono hasła i zwięzłe, w jedno przeważnie zdanie ujęte rady, dotyczące układu inseratów gazetowych. Oto jedna z tych rad:

„Umieszczaj w ogłoszeniu:

tylko to, co najważniejsze i co zpowiada najlepszy skutek,

krótko i zwięzłe — jasno i zrozumiale,

tylko to, co interesuje klienta — nie Ciebie,

w sposób przystosowany do rodzaju towaru,

w układzie zręcznym i przejrzystym“.

#### Prasa na wystawie „Kamera“.

W listopadzie 1933 r. otwarta była w Berlinie wystawa fotograficzna p. n. „Kamera“. Otwarcie wystawy poprzedziła konferencja prasowa, podczas której referent Ministerstwa Oświecenia i Propagandy H. Kurzbein wygłosił przemówienie poświęcone zadaniom reporterów i redaktorów ilustracyjnych.

Na wystawie „Kamera“ obok specjalnych działów fotografii przedstawiających historję rewolucji hitlerowskiej, działu fotografii amatorskich i innych znalazł miejsce wielki specjalny dział prasowego reportażu fotograficznego.

Szereg tablic, wykresów i fotosów wykazał jak wielka ilość fotografii zalewa redakcje pism ilustrowanych i jak minimalna częśćka zaofiarowanego materiału ukazuje się w numerze. Pomysłowy fotomontaż demonstrował pełne przygód i energicznych wysiłków życie reportera fotograficznego, stale poszukującego odpowiedniego momentu i miejsca, aby uchwycić na kliszę interesujące go wydarzenie lub osobę. Dalej na wielu przykładach przedstawiono doniosłość umiejętnego uchwycenia

odpowiedniego momentu przy zdej-mowaniu zdarzeń, odbywających się w szybkim tempie oraz niebezpieczne dla reporterów zdjęcia podczas różnych katastrof. W pośród licznych eksponatów w dziale reportażowym zwracał uwagę pogruchotany aparat pewnego reportera, który uległ nieszczęśliwemu wypadkowi podczas fotografowania wyścigów samochodowych.

Organ niemieckiego Związku Wydawców „Zeitungs-Verlag“ wydał z powodu wystawy „Kamera“ numer specjalny, zawierający szereg ciekawych i źródłowych artykułów o ilustracji i fotografii prasowej.

#### Ulgi pocztowe dla prasy.

Niem. min. poczt wydał ostatnio rozporządzenie, mocą którego przesyłanie reklamowych plakatów, w-dawanych przez czasopisma w celu umieszczania ich w miejscach sprzedaży, objęte zostało ulgowymi przepisami taryfowymi o przesyłce czasopism. Udogodnienie to dotyczy nie tylko takich plakatów reklamowych, które przesyłane są wraz z nakładem danego pisma, ale również tych, które ekspedjowane są oddzielnie.

#### NORWEGJA.

##### Walka z ukrytą reklamą prasową.

Z inicjatywy szeregu wydawnictw powstała w Oslo specjalna komisja, mająca za zadanie wykrywanie ukrytej bezpłatnej reklamy, która usiłuje przedostawać się na łamy dzienników i czasopism stołecznych. W pracach tej komisji uczestniczą dziennikarze i pracownicy administracji poszczególnych wydawnictw. Na każdej wzmiance lub artykule, przemycającym bezpłatną reklamę, przykładany jest wyraźny stempel ze słowem: „Skam“, co oznacza „Wstyd“. Tak odznaczone egzemplarze czasopism przesyłane są do rządów zainteresowanych czasopism oraz do ich naczelnych redaktorów. Powyższy sposób zwalczania ukrytej reklamy prasowej ma duże znaczenie wychowawcze dla niedbałych redaktorów, dopuszczających do ukazywania się w podległych im organach wzmianek lub artykułów o tre-

ści reklamowej oraz dla wydawców, nie umiejących bronić swych wydawnictw przed tego rodzaju nadużyciami. Poza to działalność komisji, obejmującej tylko czasopisma i gazety wychodzące w Oslo, dobrze przysłużyła się również wydawnictwom prowincjonalnym. Dotychczas bowiem firmy, posługujące się zbraniami reklamową (tak bowiem nazywać należy reklamę prasową), działając na prowincji powoływały się na fakt ukazywania się bez przeszkód wzmianek i artykułów reklamowych w dziennikach stołecznych. Obecnie argument ten całkowicie odpada, gdyż wydawnictwa w Oslo jednomyślnie odrzuciły bezpłatną reklamę tekstową i rozpoczęły z nią walkę za pośrednictwem wspomnianej komisji.

#### RUMUNJA.

##### 50-lecie dziennika „Universul“.

Największy dziennik rumuński „Universul“, wychodzący w Bukareszcie, obchodził ostatnio 50-lecie swego założenia. Przy tej okazji wydano numer jubileuszowy obejmujący 128 stron druku. Liczne życzenia jubileuszowe nadesłane redakcji „Universul'a“ przez najwyżej postawione osobistości rumuńskiego świata politycznego i kulturalnego, jak również przez zagranicznych przyjaciół pisma, świadczą o popularności i wpływach tego organu prasowego, odgrywającego b. poważną rolę w życiu politycznym i duchowym Rumunii.

#### SZWAJCARJA.

##### Szwajcarski przemysł wydawniczy w cyfrach.

Według danych ogłoszonych ostatnio przez dziennik „Tribune de Genève“, wychodziło w Szwajcarji w 1933 r. 406 dzienników (za dziennik uważane są również czasopisma o typie gazety, ukazujące się więcej niż raz w tygodniu), 416 czasopism ilustrowanych oraz 414 perjodyków fachowych. Wszystkie te czasopisma w łącznej ilości 1236 drukowane są w 936 drukarniach, zatrudniających około 2500 pracowników umysłowych i 7000 pracowników fizycznych. Na

rzecz przemysłu wydawniczego pracuje pozatem 112 zakładów litograficznych, 20 przedsiębiorstw z branży heliografurkowej i 39 wytwórni klisz drukarskich, które to przedsiębiorstwa zatrudniają łącznie 3500 pracowników umysłowych i fizycznych. Jeżeli dodamy do tego 16 papierni, dostarczających papier dla gazet i czasopism i zatrudnionych w tych papierniach 5400 robotników i pracowników umysłowych, to otrzymamy liczbę 18.000 osób, utrzymujących się z pracy w szwajcarskim przemyśle wydawniczym.

### 50-ciolecie Szwajcarskiego Związku Prasowego.

Szwajcarski Związek Prasowy, zrzeszający większość dziennikarzy szwajcarskich, obchodził w r. 1933 w Zurychu 50-lecie swego powstania. Organizacja ta, założona w r. 1883 pod nazwą „Związku Dziennikarzy”, od początku wykazywała dużą żywotność. Obecnie Szwajcarski Związek Prasowy liczy 888 członków, w tem 675 czynnych dziennikarzy. Związek rozporządza znacznymi środkami materialnymi: sam fundusz emerytalny wynosi 154.366 fr. szwajc.

W ramach obchodu jubileuszowego została otwarta w seminarjum dziennikarskim Uniwersytetu w Zurychu wystawa prasowa, ilustrująca rozwój czasopiśmiennictwa szwajcarskiego od czasów najdawniejszych aż do chwili obecnej.

Pięćdziesięciolecie Szwajcarskiego Związku Prasowego spowodowało ożywiony ruch wydawniczy w dziedzinie prasoznawstwa. Sam Związek wydał piękną monografię p. t. „Prasa Szwajcarska”; K. I. Lüthi, kierownik Muzeum Gutenberga i dyrektor Biblioteki Publicznej, ogłosił źródłową pracę pt. „Prasa szwajcarska dawniej i dziś”; nakładem i wspólnym staraniem dziennikarskiego seminarjum Uniwersytetu w Zurychu oraz księgarni „Berichthaus” pojawiła się piękna publikacja p. n. „Die Bullinger-Zeitungen”; wreszcie wydawnictwo i instytut artystyczny „Orell Füssli Verlag” wydało ciekawą broszurę o rękopiśmiennych gazetach zurychskich w czasie od roku 1759 do 1807.

### Propaganda ogłoszenia prasowego.

W jednym z wielkich dzienników szwajcarskich ukazało się całostronicowe ogłoszenie Sp. akc. „Publicitas” w Zurychu, stanowiące rodzaj apelu do publiczności w sprawie wartości i skuteczności reklamy prasowej. W ogłoszeniu tem, rozpoczynającym się od hasła: „Ile gazet — tyle grup konsumentów”. Czytamy: „Każda gazeta posiada zespół czytelników, których zaopatruje w wiadomości, pouczenia i impulsy i których poglądy w mniejszym lub większym stopniu urabia. Istnieje jeden tylko bezpośredni, tani i skuteczny środek docierania do tysięcy ludzi, z których składają się owe zespoły czytelnicze. Jest nim ogłoszenie w gazecie, która zdobyła zaufanie swych czytelników i która w pewnym stopniu jest ich doradcą. Zawsze aktualna, zawsze nowa i ukazująca się w periodycznych, szybko zmieniających się postaciach — gazeta — jest w rękach człowieka interesu, który potrafi się z nią obchodzić, nieporównanym środkiem propagandy. Tylko reklama prasowa jest zdolna stworzyć dla towaru lub firmy ową atmosferę psychiczną, która rodzi zainteresowanie i popyt na dany przedmiot”.

### STANY ZJEDNOCZONE.

#### Wydawcy a rabaty agencji ogłoszeniowych.

Ostatnio coraz częściej zdarza się w Stanach Zjednoczonych, że biura i agencje reklamowe, w celu przyciągnięcia klientów, udzielają im, wbrew stosowanym zwyczajom, rabatów od normalnych cen ogłoszeń, ustalonych przez wydawnictwa. — Agencje odstępują n. p. klientowi część 15% prowizji, otrzymywanej od przedsiębiorstw wydawniczych. Takie praktyki, choć pozornie nie przynoszą wydawcom bezpośrednich strat, dezorganizują rynek ogłoszeniowy i odciągają od wydawnictw wielu klientów, którzyby w innych warunkach zawarli transakcję ogłoszeniową bezpośrednio z gazetą. Z tych względów Amerykański Związek Wydawców Dzienników i Czasopism zwrócił się do komisarza odbudowy narodowej, generała Johnsona,

o wydanie zarządzeń, ukrócających te nielojalne praktyki biur ogłoszeniowych.

#### Pół miliona dolarów na reklamę ogłoszenia prasowego.

Związek wydawców dzienników stanów południowych („Southern Publishers Association”) uchwalił na jednym z ostatnich swych zebrań przeprowadzenie, kosztem pół miliona dolarów, wielkiej kampanji reklamowej na rzecz ogłoszenia prasowego. W wyniku tej uchwały, pojawiły się już we wszystkich prawie gazetach i czasopismach zarówno ogólnych jak i fachowych, wychodzących na obszarze stanów południowych liczne ogłoszenia, przedstawiające sferom zainteresowanym oraz szerokiej publiczności wielkie znaczenie reklamy prasowej, zwłaszcza w dobie obecnego kryzysu.

#### Wydatki na reklamę firm amerykańskich.

Biuro Ogłoszeniowe Amerykańskiego Zw. Wydawców ogłosiło ciekawe cyfry porównawcze, dotyczące wydatków wielkich firm amerykańskich na reklamę prasową. W roku 1932 — 357 wielkich inserentów wydało na ogłoszenia w gazetach i czasopismach 121.195.000 dolarów. W r. poprzednim podobne obliczenia podawały liczbę 436 wielkich inserentów, którzy wydatkowali na reklamę prasową łącznie 148.5 milionów dolarów.

Wymienione Biuro Ogłoszeniowe posiada szczegółowe dane, dotyczące budżetów reklamowych 287 wielkich inserentów; odnoszące się do tych budżetów cyfry porównawcze z roku 1931 i 1932 wykazują, że spadek ogłoszeń, zaobserwowany w r. 1932

### W Y K W A L I F I K O W A N A S E K R E T A R K A

z długoletnią praktyką biurową w poważnych instytucjach poszukuje posady. Dokładna znajomość stenografji, języków, buchalterji, pisania na maszynie. Referencyj udzielić może Dyrekcja Związku Wydawców. Zgłoszenia do Administracji „Prasy”, Warszawa, Krak.-Przedmieście 40/11 pod „M. K.”.

należy w pierwszym rządzie przypisać zredukowaniu budżetów ogłoszeniowych przez producentów samochodów, gdyż zmniejszyli oni wydatki na reklamę gazetową z 21.9 milionów dolarów w r. 1931 na 13,1 miliona w r. 1932. Przemysł tytoniowy ograniczył wydatki na reklamę z 28.2 milionów dolarów w r. 1931 na 22.2 miliony w roku 1932; wzrosły natomiast w roku 1932 dochody wydawnictw z ogłoszeń reklamujących benzynę, oleje, napoje bezalkoholowe, cukierki, mydło, środki do utrzymania czystości oraz podróże samochodami.

#### WIELKA BRYTANJA.

**Poczta angielska  
klientem ogłoszeniowym prasy.**

Poczta angielska, która już od dłuższego czasu prowadzi ożywioną propagandę swych urzędów i obsługi, zamierza w najbliższej przyszłości jeszcze bardziej rozszerzyć tę akcję reklamową, opartą w głównej mierze na ogłoszeniach prasowych. W związku z tem, kierownikiem działu propagandy został mianowany dotychczasowy sekretarz „Empire Marketing Board” sir Stephen Tallents. W ciągu ostatniego roku poczta angielska wydała na ogłoszenia prasowe oraz inne środki reklamy 75.000 funtów szterlingów, przyczem główny nacisk w akcji propagandowej położony był na zjednywanie nowych abonentów telefonicznych.

#### Aptekarska reklama zbiorowa.

Jesienią ubiegłego roku organizacja aptekarzy angielskich przeprowadziła wielką akcję propagandy zbiorowej na rzecz nabywania preparatów i wyrobów farmaceutycznych. Na propagandę tę wydano z górą 800.000 zł. Propaganda aptekarska oparła się w głównej mierze na ogłoszeniach prasowych.

#### Zbiorowa reklama spożycia ryb.

Ostatnio został powołany do życia Szkocki Narodowy Komitet dla rozwoju rybołówstwa, który rozpoczął intensywną kampanję prasową na rzecz zwiększenia spożycia ryb. Ogłoszenia, wzmianki i artykuły re-

klamowe zamieszczane są we wszystkich dziennikach i licznych czasopismach szkockich, przyczem koszt całej akcji obliczone są na 1 milion złotych. Propaganda spożycia ryb, prowadzona przez szkocki komitet narodowy przypomina podobną akcję ogłoszeniową, przeprowadzoną dwa lata temu na łamach prasy niemieckiej pod hasłami: „Daj dziecku codziennie piklinga”, „Jedz więcej ryb” i t. p.

#### Reklama zbiorowa przemysłu obuwniczego.

Angielski przemysł obuwniczy, zjednoczony w zrzeszeniach zawodowych, przystąpił ostatnio do zorganizowania wielkiej, zbiorowej propagandy na rzecz zbytu obuwia, przyczem głównym środkiem tej propagandy ma być reklama prasowa.

#### Zbiorowa reklama pralni.

Przedsiębiorstwa prowadzące pralnie w Londynie i Anglii północnej przystąpiły ostatnio do przeprowadzenia wspólnymi siłami wielkiej kampanji reklamowej. Kampanja ta, prowadzona za pośrednictwem ogłoszeń, pomieszczanych zarówno w gazetach i czasopismach londyńskich jak i prowincjonalnych — ma na celu przekonanie kobiet angielskich, że pranie bielizny w pralniach, wyposażonych w specjalne maszyny, zapewniające dokładność pracy i higienę, jest racjonalniejsze od prania w domu.

#### Propaganda zbiorowa dorożek samochodowych.

O tem, jak szerokie kręgi zatacza w angielskim życiu gospodarczym zrozumienie wagi i pożytku bezimiennej reklamy zbiorowej, najlepiej świadczy fakt następujący. Zrzeszenia przedsiębiorstw i osób, posiadających i eksploatujących dorożki samochodowe postanowiły przeprowadzić wielką kampanję reklamową pod hasłem: „Przy drodze”. Kampanja ta, oparta przedewszystkiem na ogłoszeniach i artykułach prasowych, poświęcona będzie w głównej mierze popularyzacji zamiejskich wycieczek i podróży przy pomocy dorożek samochodowych.

Polecamy z naszej fabryki

**Przemysł Graficzny**

**„Chemika”**

**Warszawa, Leszno 92**

**tel. 12-14-36**

**pierwszorzędne farby drukarskie**

**ROTACYJNE**

**GAZETOWE**

**AKCYDENSOWE**

**ILUSTRACYJNE**

**ROTOGRAWIOWE**

**oraz w najwyższym gatunku**

**MASĘ WALCOWĄ**

**ROTACYJNĄ**

**NORMALNĄ**

**DODATKOWĄ**

**Odlewamy wałki drukarskie**

**SPOSOBEM PNEUMATYCZNYM**

**gwarantującym idealnie**

**RÓWNY ODLEW**

**Biuro ogłoszeń**

**Uniwersalna Agencja**

**Reklamowa**

**Warszawa, Marszałkowska 142**



# PRZEGLĄD PIŚMIENNICTWA

## Działalność wydawnicza Kasy im. Mianowskiego w 1932 r.

51-sze sprawozdanie z działalności Kasy im. Mianowskiego przynosi interesujący materiał o pracach tej wyjątkowo ważnej dla Państwa instytucji.

W działalności Kasy na plan pierwszy wybija się akcja wydawnicza. W dorobku wydawniczym w roku sprawozdawczym figuruje m. in. 3 dalsze tomy pełnego krytycznego wydania dzieł Mickiewicza („Mickiewicz sejmowy”), A. Śliwińskiego: Joachim Lelewel, Cz. Lechnickiego: Mecenat Zygmunta III, St. Kota: Ideologia polityczna i społeczna Arjan; osobną pozycję stanowią numery bieżące periodycznych wydawnictw Kasy im. Mianowskiego, a mianowicie „Nauki Polskiej”, jedynego w Europie czasopisma, poświęconego badaniu społecznego podłoża nauki i warunków psychologicznych, w jakich nauka rozwija się, oraz „Poradnika dla Samouków”.

Poza akcją wydawniczą Kasa prowadzi szeroką akcję materialnej pomocy pracownikom naukowym. Pomoc ta udzielana jest w formie nagród, stypendiów, subwencji, bezpłatnego rozdzielania wydawnictw Kasy, udostępniania domów wypoczynkowych i t. d.

Dziękując współpracownikom i ofiarodawcom, sprawozdanie wspomina również prasę, „która coraz wydatniej współpracuje z krzewieniem idei popierania nauki”.

Na zakończenie przytoczymy ze sprawozdania Kasy im. Mianowskiego, zdanie, które zasługuje na jak najszerze rozpowszechnianie przez prasę: „Nawet w najmniejszym budżecie winna znaleźć się pozycja na naukę polską, na uzbrojenie się w tę najistotniejszą potęgę, gdyż naród, któryby nie dbał o naukę, zamierałby w swym rozwoju”.

## Rocznik Polityczny i Gospodarczy Polskiej Agencji Telegraficznej.

W styczniu r. b. ukazał się Rocznik Polityczny i Gospodarczy P. A. T. na rok 1934. Rocznik zapoczątko-

wany został w r. 1932 tak, że tom tegoroczny stanowi trzecie kolejne wydanie tego jedynego polskiego podręcznego informatora polityczno-gospodarczego. Ogrom materiału zebranego w Roczniku czyni zeń bardzo cenne wydawnictwo informacyjno-adresowe. Z uznaniem podkreślić należy, iż wiadomości podane w Roczniku są naogół starannie korygowane i aktualizowane z roku na rok. Ponadto redakcja stara się systematycznie o zwiększanie ilości informacji, wprowadzając w każdym tomie nowe działy i rozszerzając działy dotychczasowe.

Te zalety sprawiają, iż Rocznik Polityczny i Gospodarczy P. A. T. staje się coraz bardziej niezbędną pomocą w pracy publicysty, dziennikarza, polityka, ekonomisty, finansisty, przemysłowca, kupca, urzędnika, ludzi wolnych zawodów.

Biuru Wydawnictw P. A. T. należy się wdzięczność i słowa uznania za podjęcie i kontynuowanie tego pożytecznego wydawnictwa.

Niewątpliwie przy dalszym rozwijaniu się i udoskonalaniu Rocznika usunięte zostaną nieliczne braki i niedopatrzenia: pożądanym byłoby zwłaszcza uzupełnienie Rocznika przez dodanie alfabetycznego indeksu rzeczowego, obok drukowanego obecnie spisu rzeczy według kolejności stron. Indeks taki w wysokim stopniu ułatwiłby orjentowanie się w ogromie materiału, zawartego na przeszło 950 stronach Rocznika.

K. Kaschnitz. Prasa niemiecka w Polsce, Warszawa 1933, str. 30. Odbitka ze „Spraw Narodowościowych” R. VI, Nr. 6.

Zainteresowanie prasą wzrasta w Polsce coraz bardziej. Narazie są to drobne artykuły, studia, szkice, przyczynki. Są to cegiełki, przy których pomocy będzie można zbudować gmach solidniejszy tzw. wiedzdy o prasie. Dobrze stę stało ze wszechmiar, że zwrócono uwagę na prasę niemiecką. Sprawa to bardzo interesująca teoretycznie i niezmiernie ważna praktycznie. A co najważniejsze, że dotychczas zgola nie opracowana gruntownie. Piotr Grze-

gorczyk, znany bibliograf, naukowo przygotowany, który wydał już szereg cennych prac bibliograficznych, w Instytucie badań spraw narodowościowych przeprowadził badania (szkoda, że nie kontynuowane) nad zagadnieniem prasy niemieckiej w Polsce. Rezultatem tych badań jest broszurka „Uwagi o prasie niemieckiej w Polsce”, która w syntetycznym ujęciu daje profil psychologiczny i organiczny prasy niemieckiej w Polsce, potem przedstawia stan i postulaty badań w tej sprawie. W zakresie tych postulatów P. Grzegorzyc pisze tak: „prace historyczne należałoby rozpocząć od opisu czasopism niemieckich, wydawanych w Polsce lub zagranicą przez Polaków lub w polskich sprawach”. Ale oczywiście taka bibliografia musi być sporządzona według zasad naukowych. Osobną znów pozycję zajmie prasa, służąca celom germanizacyjnym. Sporządzenie bibliografii tytułów prasy niemieckiej będzie wstępem do monografii historycznej. W zakresie badań systematycznych należałoby się zainteresować bytem materialnym wydawnictwa (czyja własność, podstawy materialne, nakład, administracja itp.). Wreszcie w dziedzinie badań socjologicznych — wpływ prasy niemieckiej na społeczeństwo w Polsce, kontakt jej z czytelnikami, jej związek z grupami społecznymi itp. Widzimy więc, jak ważkie wylaniają się sprawy dla państwa i narodu polskiego w związku z istnieniem prasy niemieckiej w Polsce, no co wskazał w swej cennej broszurce p. Piotr Grzegorzyc.

Analityczne studjum p. K. Kaschnitza o prasie niemieckiej w Polsce daje zestawienie historyczne prasy niemieckiej w Polsce porozbiorowej, potem także zestawienie tej prasy w okresie przełomu (1918—1922), oraz zestawienie prasy niemieckiej w Polsce w chwili obecnej. W tym ostatnim dziale p. Kaschnitz, podzieliwszy prasę na 4 grupy (polityczna, gospodarczo-zawodowa, ogólnokulturalna, wyznaniowa), zestawia ją województwami. Praca ma charakter bibliograficzno-statystyczny i może stanowić orientacyjny punkt wyj-

ścia do dalszych opracowań na tem polu. Pamiętać wszakże trzeba, że zanim się przystąpi do badawczej pracy i prawdziwej bibliografii czasopism niemieckich w Polsce, należałoby opracować jednolitą ku temu instrukcję. Nawiasem mówiąc podobna instrukcja potrzebna jest również dla systematycznej pracy bibliograficznej w zakresie prasy polskiej. Miejmy nadzieję, że naukowo przygotowani bibliografowie i historycy dojdą w tej sprawie do porozumienia. A to będzie już pierwszy krok do naukowego opracowania całości kształtu dziejów prasy w Polsce.

Wł. Wł.

*Stieme W.* „Das Bild als Nachricht“ (Zeitung und Zeit. Tom 5-ty. C. Duncker, Berlin 1953. Str. 195). Praca omawiana jest jedną z niewielu prób ujęcia roli informacyjnej i techniczno - drukarskiej ilustracji prasowej. Autor ustala przede wszystkim zasady dziennikarskie, jakim odpowiadać powinna ilustracja na łamach dziennika, wychodząc z założenia, że ilustracja jest informacją. W drugiej części książki znajdujemy historję ilustracji w prasie niemieckiej. Najciekawsze są bez wątpienia rozdziały na temat techniki fotoreprodukcyjnej, fałszowania informacji ilustracyjnej i reportażu. Wreszcie słuszne uwagi wypowiada autor o organizacji, metodzie i technice pracy redaktora ilustracyjnego. Książkę, zawierającą sporo materiału informacyjnego, zdobią starannie wykonane ilustracje objaśniające tekst. Ze względu na brak w polskiej literaturze fachowej takiego podręcznika, z książką tą warto się zapoznać.

(j. g.)

*Czesław Gutry*, *Polskie czasopiśmiennictwo historyczne 1918—1932*. Powiększona odbitka z „Drogi“, Rocznik XII, 1933, Nr. 5.

Autor zreferował glosy prof. K. Tymienieckiego, M. Handelsmana, W. Konopczyńskiego, Rutkowskiego, Stebelskiego i Tyrowicza, którzy wypowiadali się ostatnio za i przeciw powstawaniu nowych czasopism naukowych (historycznych). Poczem p Gutry opisał statystycznie zawartość Kwartalnika Historycznego i Wiadomości Historycznych w ciągu ostatniego piętnastolecia. Wartościowy przyczynek, przejrzyście napisany.

*Jubileuszowy numer „Przeglądu Księgarskiego“*. Z okazji 25-ciolecia założenia Związku Księgarzy Polskich ukazał się specjalny, jubileuszowy numer „Przeglądu Księgarskiego“ o znacznie zwiększonej objętości. W numerze tym znajdujemy między innymi ciekawy syntetyczny artykuł o księgarstwie polskim pióra prezesa Związku Księgarzy Polskich, p. E. W. Szelażka. Następne dwa obszernie artykuły obrazują historję księgarstwa i jego organizacji w poszczególnych dzielnicach Polski.

*Revue bleue*. Ukazujące się w Paryżu od roku 1863 czasopismo „Revue bleue“, pozostające obecnie pod kierownictwem Paul Gaultiera, poświęca w ostatnich czasach dużo uwagi sprawom polskim.

L. Dumont - Wilden, współpracownik Revue des Deux Mondes, prowadzący w Revue Bleue dział polityki zagranicznej, omawiał w ostatnich zeszytach zagadnienia polskie. W zeszycie 18 w artykule „La politique

des petites puissances“ (z okazji książki H. de Montfort „Les Nouveaux Etats de la Baltique“) p. Dumont-Wilden poruszył sprawy polsko-bałtyckie. Artykuł „Anniversaire polonais“ zamieszczony w zeszycie z listopada poświęcił tenże publicysta całkowicie Polsce, wzięwszy za punkt wyjścia zwycięstwo Sobieskiego pod Wiedniem; przy sposobności porusza p. Dumont-Wilden sprawę Pomorza, Gdańska oraz pisze o ostatniej podróży p. Ministra Becka do Paryża. Na łamach Revue Bleue zabierają głos również uczeni polscy; np. profesor M. Handelsman drukuje ostatnio szkic p. t. „L'Empire sous la Restauration“, w którym przedstawia prąd społeczno - polityczny i umysłowe Królestwa Kongresowego.

Czasopismo Revue - Bleue, redagowane poważnie, a zarazem żywo i ciekawie, zasługuje na uwagę inteligencji polskiej; ukazuje się w pierwszą i trzecią niedzielę każdego miesiąca; na jego łamach, poświęconych przede wszystkim zagadnieniom literackim i politycznym, zabierają głos poważni pisarze polityczni, należący do różnych kierunków politycznych.

Pod dyrekcją p. Gaultiera ukazuje się również dwutygodnik „Revue Scientifique, illustrée“, t. zw. w skróceniu „Revue Rose“; wydawnictwo to wychodzi w drugą i czwartą niedzielę każdego miesiąca.

Wł.

*P. Grzegorzycyk*. Uwagi o prasie niemieckiej w Polsce. Poznań 1933, str. 16. Odbitka z Nr. 1—2 rocznika 1933 „Strażnicy Zachodniej“.

*Władysław Wolert*: „Prasa Katolicka w Holandji“, „Myśl Narodowa“ Nr. 53 z 17 grudnia 1933 roku.

**Prenumerata:** z przesyłką pocztową 10 zł. rocznie, kwartalnie 3 zł.

**Cena ogłoszeń:** Zwyczajne: 1 str. — 200 zł.; 1/2 str. — 110 zł.; 1/3 str. — 75 zł.; 1/4 str. — 60 zł. **W tekście oraz na 2-iej i 4-iej stronie okładki o 50% drożej. Wkładka** jednokartkowa do całego nakładu jednorazowo — 150 zł. Od tych cen klienci otrzymują przy 3-krotnym ogłoszeniu — 5% rabatu, przy 6-krotnym — 10%, przy 12-krotnym — 15% rabatu.

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

**Przedruk z „Prasy“ dozwolony za podaniem źródła.**

**Adres Redakcji i Administracji:** Warszawa, Krakowskie-Przedmieście 40 m. 11. Tel. 540-00. Konto P. K. O 18 606

WYDAWCA: POLSKI ZWIĄZEK WYDAWCÓW DZIENN. I CZASOPISM.

REDAKTOR: STANISŁAW KAUKIK.

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

# **STEINHAGEN I SAENGER**

**FABRYKI PAPIERU I CELULOZY**

**Sp. Akc.**

**ZARZĄD: Warszawa, ul. Smolna 17.**

**FABRYKI PAPIERU:**

**w Myszkowie, Pabjanicach i Włocławku**

**Fabryka celulozy we Włocławku**

Produkcja roczna 42000 tonn celulozy siarczynowej białonej i niebielonej oraz 60000 tonn papieru w gatunkach: gazetowy, drukowy, piśmienny, ilustracyjny, manufakturowy, szpulkowy, gilzowy, ustnikowy, pakowy jednostronnie gładki, torebkowy etc.

**Kapitał zakładowy zł. 36.800.000**

**BIURO REKLAM I OGŁOSZEŃ**

Biblioteka Uniwersytecka  
M. CURIE-SKŁODOWSKIEJ  
w Lublinie

czas 2190 4-5  
M-12-1

CZASOPISMA

# **POLSKIEJ AGENCJI TELEGRAFICZNEJ**

**Centrala: Warszawa, Królewska 5.**

**Centr. Tel. 552-80.**

**Oddziały** we wszystkich większych  
miastach Rzplitej

**P. A. T.** przyjmuje ogłoszenia do  
prasy całego świata

**Projektuje i organizuje kampanje**

reklamowe, z zastosowaniem najbar-  
dziej nowoczesnych metod i środków.  
Udziela porad w sprawach reklamy  
i propagandy.

**Posiada własne środki reklamowe, jak:**

własne wydawnictwa, wyłączność rekla-  
my w tramwajach warszawskich.  
Reklama neonowa, świetlna, filmowa  
fotograficzna, radjowa.

**BIURO PROPAGANDY SEPS**  
wydano z dubletów

**Biuro Propagandy Turystyki**

projektuje i wykonuje przewodniki  
prospekty, broszury, plakaty i t. p.

**REKLAMA PLAKATOWA NA SŁUPACH OGŁOSZENIOWYCH  
I ŚWIETLNYCH ORAZ TABLICACH ORJENTACYJNYCH WE  
WSZYSTKICH MIASTACH I UZDROWISKACH POLSKI i t. p. i t. p.**